

16 +



XXVIII Всероссийская  
(с международным участием)  
молодежная научно-практическая  
конференция  
Нижневартовского  
государственного университета



г. Нижневартовск, 8–9 апреля 2026 г.

Часть 3. Социальные науки

г. Нижневартовск  
2026

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Нижевартовский государственный университет»

**XXVIII Всероссийская  
(с международным участием) молодежная  
научно-практическая конференция  
Нижевартовского  
государственного университета**

**Часть 3**

*Социальные науки*

*Нижевартовск, 8–9 апреля 2026 года*

*Под общей ред. А.А. Кулагина*

Нижевартовск  
НВГУ  
2026

Печатается по решению Ученого совета  
ФГБОУ ВО «Нижевартовский государственный университет»

Под общей редакцией: Кулагин Андрей Алексеевич, доктор биологических наук, профессор.

Редакторы: А.М. Яковлева, И.С. Анцева, Д.В. Вилявин.

**Д 25**      **XXVIII Всероссийская (с международным участием) молодежная научно-практическая конференция Нижевартовского государственного университета (г. Нижевартовск, 8–9 апреля 2026 г.) / Под общей ред. А.А. Кулагина. Ч. 3. Социальные науки. Нижевартовск: Издательство НВГУ, 2026. 503 с.**

**ISBN 978-5-00047-751-9**

В сборник материалов включены статьи участников XXVIII Всероссийской (с международным участием) молодежной научно-практической конференции Нижевартовского государственного университета, прошедшие рецензирование.

Издание адресовано специалистам-практикам, педагогическим работникам, научным сотрудникам, аспирантам, магистрантам и студентам.

**ББК 72я43**



Тип лицензии CC, поддерживаемый журналом: Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

© НВГУ, 2026

Подписано в печать 27.05.2026  
Формат 60×84/8  
Гарнитура Times New Roman. Усл. печ. листов 31,6  
Электронное издание. Объем 5,71 МБ. Заказ 2368

Издательство НВГУ  
628615, Тюменская область, г. Нижевартовск, ул. Маршала Жукова, 4  
Тел./факс: (3466) 24-50-51, E-mail: [izd@nvsu.ru](mailto:izd@nvsu.ru)

# СОДЕРЖАНИЕ

## СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

|                                                                                                                                                                                |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Абдусатторов А.А.<br>ТРАНСФОРМАЦИЯ ПАЛОМНИЧЕСКИХ ПРАКТИК В УСЛОВИЯХ ТУРИСТСКОЙ<br>МОДЕРНИЗАЦИИ.....                                                                            | 9   |
| Верюжская Е.П.<br>ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ НАМЕРЕНИЯ ТУРИСТОВ: ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ.....                                                                                                       | 16  |
| Зюганова С.Р., Семенов И.А.<br>АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОНВОЙНЫХ<br>ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ МВД И ФСИН РОССИИ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИОННЫХ<br>ПРОЦЕССОВ ОБЩЕСТВА..... | 23  |
| Ильченко М.Д.<br>ОЦЕНКА ИНФРАСТРУКТУРЫ И ПОДДЕРЖКИ МОЛОДЕЖНОГО<br>ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В НГУЭУ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ.....                                                     | 28  |
| Кормаков Д.А., Шаймиева Э.Ш.<br>ЭКОСИСТЕМА УНИВЕРСИТЕТСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ВОЛОНТЕРСТВА<br>КАК ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ.....                                    | 36  |
| Лукашевич Л.М., Чеснокова Л.В.<br>ТРАНСФОРМАЦИЯ СПОСОБОВ КОНСТРУИРОВАНИЯ ОБРАЗОВ «ЧУЖОГО» В СМИ: ОТ<br>ТРАДИЦИОННЫХ МЕДИА К ЦИФРОВЫМ ПЛАТФОРМАМ .....                          | 44  |
| Маркова А.В., Руманов З.Л.<br>СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ БАРЬЕРЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ESG-<br>ОТЧЕТНОСТИ: ОПЫТ КИТАЙСКИХ МЕНЕДЖЕРОВ .....                                          | 49  |
| Мордань А.П., Власова Н.Ю.<br>ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ВОЛОНТЕРСТВА НА УРОВНЕ<br>СУБЪЕКТА РФ.....                                                            | 55  |
| Садунова Е.С.<br>КЛИПОВОЕ МЫШЛЕНИЕ И ДОФАМИНОВАЯ ЗАВИСИМОСТЬ: КРИЗИС<br>ТЕМПОРАЛЬНОСТИ .....                                                                                   | 60  |
| Цуркина Е.В.<br>КОНСТИТУЦИОННЫЙ КАРКАС В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ: ПРАВОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ<br>И СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ .....                                                        | 66  |
| <b>РЕКЛАМА И ЖУРНАЛИСТИКА: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ</b>                                                                                                                |     |
| Балашова Е.Г.<br>РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КАЗАЧЕСТВА В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА.....                                                                                                             | 72  |
| Банькина Е.Р.<br>АРХЕТИПИЧЕСКИЙ ОБРАЗ ДОРОГИ В СОВРЕМЕННОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ .....                                                                                          | 78  |
| Большакова Е.В.<br>МЕДИАОСВЕЩЕНИЕ ПРОЕКТА «БОЛЬНИЧНАЯ КЛОУНАДА».....                                                                                                           | 83  |
| Гаджиев Г.З.<br>РУССКИЙ ЯЗЫК В АЗЕРБАЙДЖАНЕ: ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ И ИХ<br>МЕДИЙНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ .....                                                                   | 89  |
| Голыгина Е.Е.<br>РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЭТНОКУЛЬТУРНОГО МНОГООБРАЗИЯ АСТРАХАНИ В<br>ПРАЗДНИЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ .....                                                                     | 95  |
| Ерохина В.В.<br>РОЛЬ ЭСТЕТИКИ «КАВАИЙ» В ФОРМИРОВАНИИ СОВРЕМЕННЫХ ЯПОНСКИХ<br>БРЕНДОВ .....                                                                                    | 102 |

|                                                                                                                                                                        |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Кицак В.В.<br>РЕКЛАМНОЕ ИНТЕРВЬЮ КАК ОСОБЫЙ ЖАНР РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА В<br>УСЛОВИЯХ СВО.....                                                                            | 107 |
| Кожевникова А.А., Лазуткина Е.В.<br>ЖАНРОВАЯ СПЕЦИФИКА БИОГРАФИЧЕСКОГО ДИСКУРСА В ЦИФРОВОЙ<br>МЕДИАСРЕДЕ .....                                                         | 113 |
| Касаткина В.А., Коновалова А.С., Капустина Л.М.<br>СОЗДАНИЕ ИММЕРСИВНОЙ ЗВУКОВОЙ СРЕДЫ В РИТЕЙЛЕ: ОТ ФОНОВОЙ МУЗЫКИ<br>К ИНТЕРАКТИВНОМУ ПЕРФОРМАНСУ .....              | 119 |
| Куанова А.Р.<br>РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЭТНОКУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В МАТЕРИАЛАХ ИНТЕРНЕТ-<br>ЖУРНАЛА «КАЗАХИ РОССИИ».....                                                       | 124 |
| Лопырева Я.А.<br>ЖАНР ТВОРЧЕСКОГО ПОРТРЕТА АНСАМБЛЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ<br>ЖУРНАЛИСТИКЕ .....                                                                     | 130 |
| Маркин Р.В.<br>ЭВОЛЮЦИЯ КРЕАТИВНЫХ ПРОВОКАЦИЙ В РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ: ОТ<br>ЭПАТАЖА 1990-Х К ВИРУСНЫМ СТРАТЕГИЯМ 2020-Х .....                                           | 137 |
| Марценюк Ю.А.<br>МЕДИАПРОСТРАНСТВО КАК ПОЛЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ: СТРАТЕГИИ И<br>МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ПРАКТИКИ.....                                                          | 143 |
| Минасян Е.В.<br>МЕДИАПРОЕКТЫ В ПОПУЛЯРИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ КОРЕЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ В<br>РОССИИ .....                                                                          | 150 |
| Степень К.А.<br>АРХИТИПИЧЕСКИЕ МОТИВЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ.....                                                                                                  | 155 |
| Тарсаков И.Ю.<br>ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКСПЕРТНОСТИ РЕСТАВРАТОРОВ МЕБЕЛИ В ЦИФРОВЫХ<br>КОММУНИКАЦИЯХ .....                                                                     | 160 |
| Цяо Юйтун<br>ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ЖУРНАЛИСТСКОМ ОБЩЕНИИ: ЭТИЧЕСКИЕ<br>ПРОБЛЕМЫ И СТРАТЕГИИ ИХ РЕШЕНИЯ .....                                                       | 166 |
| <b>ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ<br/>В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ</b>                                                                      |     |
| Афанасьев К.А., Бух М.А., Яланецкий Е.Ю.<br>СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРОИЗВОДСТВА НАСТОЛЬНО-<br>ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ИГР В ХАНТЫ-МАНСЬСКОМ АВТОНОМНОМ ОКРУГЕ ..... | 173 |
| Булгаков И.И., Попова Т.В.<br>АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ ЦЕНТРАЛЬНОГО<br>ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....                          | 179 |
| Иванова А.С.<br>ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОМ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ РЕГИОНАЛЬНОГО<br>ПРОИЗВОДИТЕЛЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «АНФАС»).....                                              | 185 |
| Илькаева В.Н.<br>СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА В МАГАЗИНЕ<br>РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ .....                                                                    | 190 |
| Князева А.М.<br>TMS КАК ИНСТРУМЕНТ ПРЕОДОЛЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИЗОЛЯЦИИ РЕГИОНОВ:<br>СНИЖЕНИЕ ИЗДЕРЖЕК И ПОВЫШЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ....                 | 196 |
| Полякова А.Г.<br>ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ СБЫТА ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ.....                                                                                       | 202 |

|                                                                                                                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Самсонов Р.К.<br>ДОКУМЕНТАЦИЯ КАК КОМПОНЕНТ ЦЕННОСТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЛЯ БИЗНЕСА:<br>РИСКИ УСТАРЕВАНИЯ И ПУТИ УСТРАНЕНИЯ.....                                                     | 208 |
| Филиппова В.И.<br>СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ В<br>РЕСТОРАНЕ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ .....                                                                     | 214 |
| Шамко А.А.<br>СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ОПТИМИЗАЦИИ РАБОЧИХ МЕСТ В ИТ-<br>КОМПАНИИ.....                                                                                        | 221 |
| Шарафутдинова Ю.М.<br>СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БРЕНДА .....                                                                                                       | 226 |
| <b>СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЛИЧНОСТИ</b>                                                                                                                    |     |
| Бегменко Я.Р.<br>ОБ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ СОЦИАЛЬНО-БЫТОВОЙ РЕАБИЛИТАЦИИ<br>МОЛОДЫХ ИНВАЛИДОВ.....                                                                           | 233 |
| Гембух И.С.<br>НАСТАВНИЧЕСТВО В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ И<br>ЛИЧНОСТНОГО РАЗВИТИЯ ПЕДАГОГОВ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ .....                                          | 240 |
| Кимасова О.Р.<br>ОБОБЩЕНИЕ ОПЫТА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ «РАЗГОВОРЫ О ВАЖНОМ» В АСПЕКТЕ<br>РАЗВИТИЯ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ ПОДРОСТКОВ В КОЛЛЕКТИВЕ.....                              | 246 |
| Муратова А.А.<br>ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ ПОДРОСТКОВ В<br>УСЛОВИЯХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ .....                                                                | 251 |
| Смальева Е.А.<br>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОРИЕНТИРЫ СЕЛЬСКИХ СТАРШЕКЛАССНИКОВ .....                                                                                                      | 257 |
| Смирнов Е.В., Мозырев Д.П., Андреева Е.Е.<br>САМОРЕАЛИЗАЦИЯ СТАРШЕКЛАССНИКОВ В ШКОЛЬНОМ САМОУПРАВЛЕНИИ<br>(НА ПРИМЕРЕ МАОУ «ШКОЛА № 8» г. ИРБИТА).....                           | 262 |
| Сокольников Н.Р.<br>УРОВЕНЬ ВОСПИТАННОСТИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СКЛОННОСТИ К<br>ВИКТИМБЛЕЙМИНГУ У ДЕТЕЙ-СИРОТ В СТАРШЕМ ПОДРОСТКОВОМ ВОЗРАСТЕ.....                                 | 270 |
| Степаненко В.В., Самоходкина Л.Г.<br>ЧЕЛОВЕК В МИРЕ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА .....                                                                                                   | 278 |
| Таранухина А.С., Задорожная В.В., Сургутскова Г.А.<br>КОМПЕТЕНЦИИ ПЕДАГОГОВ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ: ВЕКТОР РАЗВИТИЯ<br>ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....                              | 283 |
| Туренко М.А.<br>ПИСЬМЕННАЯ РЕЧЬ КАК ВИД РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....                                                                                                                | 291 |
| Халилова А.Р.<br>СОПРОВОЖДЕНИЕ РОДИТЕЛЕЙ, ВОСПИТЫВАЮЩИХ РЕБЕНКА С ОГРАНИЧЕННЫМИ<br>ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ .....                                                                  | 297 |
| <b>ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ<br/>В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ</b>                                                                                   |     |
| Аллахьярова С.Е., Журавель К.С., Романко О.А.<br>ДОМИНИРУЮЩИЕ СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ В КОНФЛИКТНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ<br>У СТАРШИХ ПОДРОСТКОВ С РАЗНЫМ УРОВНЕМ СТРЕССОУСТОЙЧИВОСТИ..... | 303 |
| Антропова Х.Х., Борисова А.М.<br>ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ РАЗВИТИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО<br>БЛАГОПОЛУЧИЯ ПОДРОСТКОВ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА .....                      | 310 |



|                                                                                                                                                                                      |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Артамошкина П.А., Елизарова Е.Б.<br>ПРЕОБЛАДАЮЩИЕ ВИДЫ АГРЕССИИ В ПОДРОСТКОВОМ ВОЗРАСТЕ .....                                                                                        | 315 |
| Благова Д.Д.<br>РАЗВИТИЕ ЭМПАТИИ У СОВРЕМЕННЫХ ПОДРОСТКОВ КАК СПОСОБ<br>ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ АГРЕССИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ .....                                                                  | 321 |
| Григоренко М.С., Васильева Е.В., Мищенко В.А.<br>РАЗВИТИЕ САМОРЕГУЛЯЦИИ У СТАРШИХ ДОШКОЛЬНИКОВ ЧЕРЕЗ<br>НЕЙРОПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ИГРЫ И УПРАЖНЕНИЯ .....                                 | 328 |
| Деткова У.В., Махрова А.А.<br>ВЗАИМОСВЯЗЬ РИСКА РАЗВИТИЯ КОМПЬЮТЕРНОЙ ЗАВИСИМОСТИ И УРОВНЯ<br>СОЦИАЛИЗАЦИИ В ПОДРОСТКОВОМ ВОЗРАСТЕ.....                                              | 334 |
| Есенбай А.А.<br>ТЕХНОЛОГИЯ NEUROEDUCATION КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ НАУЧНОЙ<br>ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ЕСТЕСТВЕННЫХ НАУК.....                                       | 340 |
| Ефимова Н.Р., Щельникова А.А.<br>ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ВЗАИМОСВЯЗИ СОЦИАЛИЗАЦИИ ПОДРОСТКОВ И ИХ<br>РЕАГИРОВАНИЯ НА СИТУАЦИИ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ.....                                     | 347 |
| Жолка Д.В., Гладких Б.В., Шульга В.В.<br>ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ НЕФОРМАЛЬНЫХ РОЛЕЙ В СТУДЕНЧЕСКОЙ<br>ГРУППЕ В РАЗЛИЧНЫХ УСЛОВИЯХ ОБУЧЕНИЯ.....                                     | 352 |
| Камолетдинов Х.П.<br>ПРЕДИКТОРЫ ВРЕМЕНИ, ПРОВОДИМОГО В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ МОЛОДЁЖЬЮ .....                                                                                              | 360 |
| Китаева П.В.<br>ТРУДОВАЯ АДАПТАЦИЯ КАК ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС И<br>ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ<br>ИДЕНТИФИКАЦИИ И СУБЪЕКТИВНОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ СОТРУДНИКА.....   | 366 |
| Коваленко В.В., Кожевникова О.В.<br>ПСИХОСЕМАНТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИЗУЧЕНИЮ ВИРТУАЛЬНОГО ОБРАЗА<br>ПСИХОЛОГА .....                                                                      | 372 |
| Лупонос Е.Д., Потапова Ю.В.<br>ОТНОШЕНИЕ К ГОРОДУ И ОЦЕНКА ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ КАК ПРЕДИКТОРЫ<br>СУБЪЕКТИВНОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ МОЛОДЕЖИ .....                                               | 378 |
| Минибаев Р.Р.<br>ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ У СТАРШИХ<br>ПОДРОСТКОВ С ИНТЕРНЕТ-ЗАВИСИМОСТЬЮ.....                                                            | 384 |
| Сабелькина Е.С., Коваленко С.В.<br>ДЕТСКО-РОДИТЕЛЬСКИЕ ОТНОШЕНИЯ У МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ С РАЗНЫМ<br>СТИЛЕМ СЕМЕЙНОГО ВОСПИТАНИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ АДЕКВАТНОЙ<br>САМООЦЕНКИ .....     | 390 |
| Шардина З.М.<br>ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ МЕЖЛИЧНОСТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ<br>ПОДРОСТКОВ С ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМИ НАРУШЕНИЯМИ СО СВЕРСТНИКАМИ И<br>ПЕДАГОГАМИ .....                     | 397 |
| Шеховцова Е.А., Тюстина Г.Г.<br>ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ГОТОВНОСТЬ СЛАБОСЛЫШАЩИХ ПОДРОСТКОВ-<br>ВОЛЕЙБОЛИСТОВ К СОРЕВНОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: РЕЗУЛЬТАТЫ<br>ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ..... | 404 |

## **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ**

|                                                                                                 |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Бойко В.А.<br>ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ ДЖАМПИНГОМ НА КОГНИТИВНЫЕ СПОСОБНОСТИ МЛАДШИХ<br>ШКОЛЬНИКОВ ..... | 411 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                                                                                                                                                |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Дурнова У.М., Черняев А.М.<br>ЗАНЯТИЯ СПОРТОМ КАК СРЕДСТВО ПРОФИЛАКТИКИ ПЕНИТЕНЦИАРНОЙ<br>ПРЕСТУПНОСТИ.....                                                                                                    | 417 |
| Косарева Е.А.<br>К ВОПРОСУ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МУЗЫКАЛЬНО-РИТМИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ НА<br>ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЯХ .....                                                                                  | 422 |
| Лебедев М.В.<br>К ВОПРОСУ О ПРОЕКТИРОВАНИИ ДОСУГОВОЙ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ<br>ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ НА ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИИ «СПОРТ ДЛЯ ВСЕХ» .....                                                            | 427 |
| Самоловова А.Н.<br>ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ К<br>РЕГУЛЯРНЫМ ЗАНЯТИЯМ НАСТОЛЬНЫМ ТЕННИСОМ.....                                                                                       | 432 |
| Чубарова С.В., Минаева М.В., Красникова М.А., Красникова О.С.<br>ВЛИЯНИЕ ИНТЕНСИВНОСТИ СОРЕВНОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА<br>ПОКАЗАТЕЛИ ИГРОВОЙ КОММУНИКАЦИИ ВОЛЕЙБОЛИСТОК СТУДЕНЧЕСКОЙ<br>КОМАНДЫ НВГУ .....    | 438 |
| Шагаева Ю.А.<br>РОЛЬ ПОРТАТИВНЫХ ЦИФРОВЫХ УСТРОЙСТВ (ТРЕКЕРОВ АКТИВНОСТИ, СМАРТ-<br>ЧАСОВ) В СТИМУЛИРОВАНИИ ИНТЕРЕСА УЧАЩИХСЯ К ФИЗИЧЕСКОМУ<br>ВОСПИТАНИЮ .....                                                | 445 |
| <b>АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ<br/>И МОНИТОРИНГ ФИЗИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ,<br/>ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ, ЗДОРОВЬЯ НАСЕЛЕНИЯ</b>                                                                   |     |
| Белова Е.А., Киселева Н.В., Павлов Ж.В., Лесникова П.Н.<br>ОРГАНИЗАЦИЯ ФИТНЕС-СРЕДЫ КАК УСЛОВИЕ ЭФФЕКТИВНОГО ВОССТАНОВЛЕНИЯ<br>ЖЕНЩИН В ПОСЛЕРОДОВОМ ПЕРИОДЕ .....                                             | 451 |
| Бребан С.В., Самоловова Н.В.<br>РОЛЬ ПОДВИЖНЫХ ИГР ПРИ ОБУЧЕНИИ ПЛАВАНИЮ ДЕТЕЙ СТАРШЕГО<br>ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА .....                                                                                          | 457 |
| Гостенко Е.Г., Дубровина Н.А., Нестерюк А.А.<br>НЕЙРОМЫШЕЧНАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ КАК ТЕХНОЛОГИЯ ФИЗИЧЕСКОГО<br>ВОСПИТАНИЯ ЖЕНЩИН ПЕРВОГО И ВТОРОГО ПЕРИОДОВ ЗРЕЛОГО ВОЗРАСТА С<br>НАРУШЕНИЯМИ МЫШЕЧНОГО БАЛАНСА ..... | 462 |
| Ендерюкова А.Е., Макаров А.П., Чуенко О.А.<br>ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ПОВЫШЕНИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ<br>ГОТОВНОСТИ ДОШКОЛЬНИКОВ К СДАЧЕ НОРМ ВФСК «ГТО» .....                                                 | 468 |
| Косых Ю.В.<br>ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ СРЕДИ СТУДЕНЧЕСКОЙ<br>МОЛОДЕЖИ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ .....                                                                                              | 474 |
| Крючкова А.Д., Самоловова Н.В., Нажмутдинова Э.Р.<br>ТЕХНОЛОГИИ АДАПТИВНОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ СО ШКОЛЬНИКАМИ С<br>ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМИ НАРУШЕНИЯМИ ЗДОРОВЬЯ НА ЗАНЯТИЯХ ПО БОЧЧЕ .....                           | 479 |
| Нургулина Н.А., Штуккерт А.Л.<br>ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В ПРАКТИКЕ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ<br>ШКОЛЬНИКОВ МЕТОДА ПРОЕКТОВ.....                                                                                | 487 |
| Пашенко Е.С., Питулин А.В.<br>ОСОБЕННОСТИ АДАПТАЦИИ ИНОГОРОДНИХ И ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ К<br>УСЛОВИЯМ ОБУЧЕНИЯ В ВУЗЕ .....                                                                                    | 492 |
| Сагайдак С.Д., Иващенко Т.А.<br>ФОРМИРОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ<br>ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И<br>СПОРТУ .....                                  | 498 |



## СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

**Абдусатторов А.А.**

Казанский (Приволжский) федеральный университет  
г. Казань, Россия

### ТРАНСФОРМАЦИЯ ПАЛОМНИЧЕСКИХ ПРАКТИК В УСЛОВИЯХ ТУРИСТСКОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ

В конце двадцатого и начале двадцать первого столетий паломничество претерпевает значительные изменения под влиянием глобализации, развития транспортных и цифровых технологий. То, что изначально ассоциировалось с подвижничеством и личной духовной дисциплиной, всё больше приближается к инфраструктурному туризму и становится своего рода товаром. Эта трансформация, которую можно назвать «туристической модернизацией» паломничества, активно обсуждается как в научных кругах, так и вызывает споры в церковной среде и среди самих путешественников. По мнению экспертов Всемирной туристской организации, паломнический туризм считается одним из самых перспективных видов туристских путешествий XXI в. [3].

Актуальность данной темы подчёркивается возросшим интересом к «духовным» путешествиям после пандемии, когда люди стремятся не только к развлечениям, но и к возможности «перезагрузки» на фоне ускоренного ритма современной жизни. С одной стороны, сфера туризма открывает священные объекты для миллионов посетителей: онлайн-сервисы упрощают планирование поездок, современная инфраструктура гарантирует удобство, а виртуальная реальность даёт возможность дистанционно ощутить связь с этими святынями [8].

С другой стороны, существует риск десакрализации и размывания границ между истинным паломничеством как духовным опытом и массовым туризмом, где духовная составляющая подменяется желанием сделать эффектное фото или получить одобрение в социальных сетях [7]. Исследование предметно-тематической линии показывает, что анализируются паломнические практики в условиях их включения в туристический поток с точки зрения сохранения духовного смысла и поиска баланса между сакральным и мирским, традиционным и новаторским. Анализируются такие аспекты, как цифровизация (онлайн-трансляции, мобильные приложения, VR), инфраструктурная адаптация святынь и вытекающие из этого социально-культурные вызовы. Особое внимание уделяется изменению мотивации паломника: в условиях медиатизации он всё чаще становится «гибридной» фигурой, «туристически паломничающим», сочетающим духовный поиск с потреблением культурного контента.

Современные паломнические практики претерпевают существенные изменения, что обусловлено их активным включением в туристическую сферу. Прежние представления о паломничестве как о сугубо духовном странствии, предполагающем самоограничения,

уступают место более комплексным и смешанным моделям. Как верно подмечает С.Ю. Житенев, ведущий специалист в изучении этого явления, проведение четкой черты между обыденным путешествием и религиозным паломничеством представляет собой одну из наиболее существенных теоретических проблем в данной области [4]. Сегодня эта граница становится менее определенной вследствие влияния двух значимых тенденций: распространения цифровых технологий и развития инфраструктуры святых мест, что будет подробно рассмотрено в дальнейшем.

Первое, что бросается в глаза, – это стремительная цифровизация паломнических практик. Разрабатываются приложения и сервисы, которые коренным образом трансформируют опыт посещения святых мест. Этот феномен имеет двойственную природу: он может служить как инструментом подготовки и сопровождения реальных путешествий, так и их виртуальной заменой, позволяя «побывать» в святых местах онлайн. Как отмечается в современных исследованиях, цифровизация религиозного сознания представляет собой процесс модернизации религиозной жизни человечества, характеризующийся внедрением в нее цифровых технологий и переходом религиозной сферы в сетевую среду [2].

В России наблюдается активное внедрение цифровых решений в церковную жизнь. Ярким примером является мессенджер «Зосима», облегчающий коммуникацию приходов с верующими, предоставляющий возможность для онлайн-пожертвований и трансляции богослужений. Помимо этого, создаются приложения для паломников и туристов (<https://clck.ru/3S4rwe>). Так, на базе «Мой приход» (разработанная при участии Миссионерского отдела Московской епархии) действует сервис, предоставляющий новости, расписание служб и виртуальные экскурсии, функционируя как своего рода навигатор и путеводитель (<https://clck.ru/3S4sE9>). «Оптина Пустынь» также предлагает подобное приложение, с помощью которого можно ознакомиться с историей обители, расписанием и даже забронировать проживание (<https://clck.ru/3S4sPi>). Современные подходы к развитию территорий, включая создание специализированных туристических брендов (например, Visit Tatarstan), аккумулирующих информацию об объектах показа, включая религиозные, наглядно демонстрируют синергию цифровых технологий и туризма, о которой идет речь [1]. Это визуализирует синергию цифровых технологий и туризма.

На международном уровне эти тенденции развиваются особенно динамично. Иезуиты разработали приложение «Паспорт паломника Канизия», которое предлагает цифровое паломничество по Европе, дополненное заданиями, играми и виртуальными печатями в паспорте. Идея возникла в период пандемии, когда традиционные путешествия были существенно ограничены (<https://clck.ru/3S4tXY>). Таким образом, цифровое пространство становится не просто вспомогательным инструментом, но полноправной ареной для духовных поисков, где паломники находят новые формы общения и стремятся к Богу посредством интернета.

Второе существенное направление трансформаций касается совершенствования материального окружения, которое встречается паломникам. Священные локации все активнее интегрируются в туристические зоны, что требует создания сопутствующей

инфраструктуры: современных гостиниц, транспортных артерий, автостоянок, мест для временного пребывания и прочего. В Российской Федерации подобные инициативы начали реализовываться с заметной энергией, опираясь на механизмы государственно-частного сотрудничества.

Ярким свидетельством этого служит возведение паломнического комплекса «Богоявленский» при Свято-Троицком мужском монастыре в селе Холки Белгородской области. Центральное здание, насчитывающее более четырех этажей, объединяет в себе жилые помещения, обеденный зал и часовню. Возведение комплекса было инициировано региональными властями совместно с частным инвестором. Этот проект позиционируется как элемент расширения «православного туристического кластера», подчеркивая, что государство и деловые круги рассматривают паломничество как потенциал для экономического роста регионов, беря на себя при этом ответственность за подведение коммуникаций и создание подъездных путей (<https://clck.ru/3S4rcJ>).

Примером, иллюстрирующим подобную трансформацию, служит переоборудование старинных Хлебных амбаров Александро-Невской лавры в Санкт-Петербурге в гостиничный комплекс, рассчитанный на сто паломников. Проектная документация открыто заявляет, что его реализация обусловлена "неослабевающим вниманием посетителей к святыням лавры и потребностью в обеспечении достойного отдыха для паломнических и туристических групп". Таким образом, модернизация сферы туризма вступает в диалог с сохранением культурного наследия: проект предусматривает аккуратное восстановление фасадов и воссоздание изначального архитектурного облика зданий (<https://clck.ru/3S4tPL>).

Сложность и противоречивость этих процессов ярко проявляются на Соловецких островах – месте, где пересекаются интересы религиозных организаций, государства, туристической индустрии и научного сообщества. В летний период 2025 года Лавёровский центр в сотрудничестве с Соловецким монастырем провел первое в истории крупномасштабное социологическое исследование посетителей архипелага. Исследователи стремились понять мотивы туристов и паломников, их ожидания и поведенческие паттерны. Исследование выявило странный парадокс: посетители стремились поделиться своими идеями по улучшению туристической среды, такими как восстановление исторических зданий, улучшение дорожного покрытия, создание единой системы онлайн-бронирования, внедрение QR-кодов с информацией о достопримечательностях. Однако, когда исследователи пытались использовать существующие методы исследования (QR-коды и веб-формы), они столкнулись с нежеланием отвечать из-за опасений по поводу онлайн-мошенничества.

Данное утверждение свидетельствует о том, что стремление извлечь выгоду из технологического прогресса, такую как повышение комфорта или возможность сбора информации, далеко не всегда эквивалентно готовности к тотальной цифровизации частной жизни. Это особенно ярко проявляется в контексте таких практик, как совершение паломничеств [7].

Третий важный момент преобразований, логически следующий из сказанного выше, связан с эволюцией мотивации и самоидентификации верующих. Внедрение цифровых

решений и совершенствование сервисов для паломников закономерно влияют на мотивы, толкающие людей совершать религиозные путешествия, а также на их восприятие себя как личности.

Исследования, посвященные традициям Соловецких островов, показывают, что классическое паломничество было неразрывно связано с обетом, который служил выражением благодарности за ожидаемое исцеление или избавление. Путь на Соловки включал морское путешествие, которое, в силу своей рискованности, являлось неотъемлемой составляющей паломнического опыта [6]. На Севере бытовала поговорка: «Кто моря не видал, тот Богу не молился». Современный прогресс в области транспорта и других средств передвижения существенно снизил физические тяготы, с которыми сталкивались паломники. Это порождает вопрос о том, сохраняется ли духовная сущность паломничества или же оно превратилось в туристическое посещение святых мест (<https://clck.ru/3S4t3P>).

Сегодня исследователи констатируют формирование новой модели – паломника-туриста. По сути, такой человек не является глубоко верующим, а посещает святые места ради получения аутентичного опыта, изучения иных культур или поиска ответов на экзистенциальные вопросы. Эти посетители рассчитывают на ненавязчивые развлечения, комфортное проживание, качественное питание, надлежащие удобства и доступную информацию. При этом для принимающей стороны одновременно выполнение духовных обязанностей и обеспечение надлежащего гостеприимства превращается в значимую задачу.

Изучение современных тенденций позволяет выявить ряд системных вызовов, сопутствующих интеграции паломничества в сферу туризма.

Во-первых, наблюдается десакрализация священных пространств. Превращение монастырей в туристические комплексы с сопутствующей инфраструктурой – гостиницами, кафе и магазинами – несет в себе риск утраты их изначального духовного значения. Спокойствие молитвы нарушается шумом туристических групп, а стремление к уединению вступает в противоречие с экономической выгодой от массового наплыва посетителей.

Во-вторых, акценты смещаются. Удобства и передовые цифровые технологии, хотя и упрощают физическое передвижение, способны обесценить его духовное измерение. Исторически, паломничество включало преодоление невзгод как акт самоотречения и очищения.

Наконец, стоит отметить, что здесь имеет место столкновение интересов. Как нам известно, цели церкви, правительства и коммерческих структур различаются. Церковь ставит во главу угла духовное просвещение и заботу о священных реликвиях. В то время как государство рассматривает такие места паломничества как основу для развития местной экономики. Бизнес, в свою очередь, ориентирован на получение прибыли. Эти цели зачастую не совпадают, и поиск консенсуса требует целенаправленных усилий со всех сторон.

- В-четвертых, обнаруживается цифровой разрыв. Исследование, проведенное на Соловках, показало, что готовность принимать блага модернизации (отремонтированные дороги, современные гостиницы) не всегда означает готовность к полной цифровизации. Опасения, связанные с кибермошенничеством, нежелание раскрывать личные данные и

настороженное отношение к инновационным технологиям создают барьеры для внедрения цифровых решений в паломническую сферу.

Предложения по решению проблем.

Для устранения обнаруженных разногласий необходима всесторонняя стратегия, принимающая во внимание потребности всех задействованных сторон.

Первый пункт – разделение потоков: маршруты паломников и туристов должны быть разграничены посредством разных путей, времени посещения и инфраструктуры. В монастырях существуют зоны, куда посетителям доступ ограничен. Организации, призванные обслуживать паломников, обязаны предоставлять отдельное сопровождение для групп верующих, отличающееся от стандартных экскурсионных программ.

Второй – образование: вопрос образования занимает ключевое положение: специалисты, чья деятельность связана с сакральными объектами (например, экскурсоводы, гиды, переводчики), обязаны обладать не только компетенциями, соответствующими их профессиональной роли, но и глубоким пониманием духовно-религиозной составляющей.

Третий момент связан с добросовестным использованием инновационных решений. Технологические гаджеты должны служить поддержкой, а не заменять собой непосредственное взаимодействие. Мобильные приложения могут предоставлять информацию и оказывать содействие организациям, но нельзя создавать ложное впечатление, что удаленный доступ равносителен личному посещению святыни. Религиозные общины должны принимать участие в разработке этих цифровых инструментов, чтобы обеспечить их соответствие вероучению и духовной ценности, а не только коммерческой выгоде (<https://clck.ru/3S4sE9>).

Четвертый аспект касается гармонизации интересов на государственном уровне. При разработке туристических программ следует учитывать специфику паломничества как уникального вида путешествия, отличного от туризма. Это может быть отражено в особых условиях финансирования и требованиях к инфраструктуре (например, наличие часовни или молельной комнаты в гостиницах), чтобы обеспечить паломникам достойные условия, сопоставимые с туристическим сервисом.

Проведенный анализ позволяет сформулировать ряд обобщающих выводов относительно трансформации паломнических практик в современных условиях.

Фактическая модернизация паломничества, обусловленная глобальными тенденциями в сфере транспорта, инфраструктуры и цифровых технологий, является объективным процессом, несущим в себе как положительные, так и отрицательные стороны. С одной стороны, улучшение инфраструктуры и внедрение цифровых сервисов делают святыне более доступными для широких масс, включая людей, ранее ограниченных в возможности совершить паломничество по состоянию здоровья, возрасту или финансовым причинам. Цифровые платформы облегчают организацию поездок, а виртуальные экскурсии позволяют даже тем, кто не может посетить святыни физически, ощутить их присутствие [5].

С другой стороны, данная модернизация сопряжена с риском десакрализации и замены духовного смысла паломничества потребительским подходом. Когда комфорт и уровень



обслуживания становятся самоцелью, а святое место встраивается в рамки туристического предложения, паломник может утратить главную цель – обретение духовного опыта, ради которого и совершается путешествие.

Основная загвоздка современного этапа заключается в стирании границы между паломником и туристом. Исследование, проведенное на Соловецких островах, выявило, что сами путешественники не всегда могут четко определить свои мотивы, а их ожидания зачастую противоречивы: они стремятся к комфорту, сохранению аутентичности, доступности информации и личному пространству одновременно (<https://clck.ru/3S4t3P>). Решение видится не в отрицании модернизации, что невозможно и нецелесообразно, а в формировании продуманной стратегии, где развитие инфраструктуры и технологий будет подчинено основной задаче – принесению духовной пользы паломникам. Как отмечалось в церковных обсуждениях, применение технологий оправдано, если оно способствует приближению людей к Богу, а не является лишь следованием моде.

Вероятно, будущее паломничества связано с гибридными формами, объединяющими традиционные духовные практики с рациональным использованием современных возможностей. Важно, чтобы в этом синтезе духовное ставилось во главу угла, а материальное выступало лишь инструментом для его достижения. Дальнейшие исследования должны быть сосредоточены на разработке конкретных критериев оценки эффективности паломнических проектов, ориентированных не на количественные показатели посещаемости или объема инвестиций, а на реальное влияние на духовную жизнь людей.

### Литература

1. Абдусатторов А.А. Маркетинговые инструменты повышения привлекательности Республики Татарстан в аспекте развития религиозного туризма // Актуальные проблемы социэкономки в XXI веке: Материалы XIV Международной научной конференции студентов и молодых учёных (г. Москва, 08 апреля 2022 года). М., 2022. С. 19-23.
2. Афанасьева М.А. Цифровизация религиозного сознания: проблемы и перспективы // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. 2023. Т. 23. № 4. С. 114-122.
3. Булатова Г.Ф., Бунаков О.А. Религиозный туризм как приоритетное направление развития Республики Татарстан // Современная Евразия: общественно-географический анализ: Материалы Международной научной конференции (г. Улан-Удэ, 10–19 сентября 2023 года). Улан-Удэ, 2023. С. 421-422.
4. Житенев С.Ю. Православные паломнические путешествия как тысячелетняя религиозная традиция: от прошлого к настоящему // Культурное наследие Северного Кавказа как ресурс межнационального согласия: Материалы X международного научного форума (г. Геленджик, 26–29 сентября 2024 года). Москва, 2024. С. 85-86.
5. Кабакова А. А. Цифровые технологии современного туризма: преимущества и недостатки // Материалы XXXVII международные Плехановские чтения (г. Москва, 09–12 апреля 2024 года). М., 2024. С. 51-54.



6. Сивова А.А., Костримина Е.А., Косолапов Ю.В. Особенности туризма на Соловецких островах: Русский Афон или тюрьма // Сервис в России и за рубежом. 2025. Т. 19. № 1(116). С. 150-160.

7. Станиславова И.Л., Соловьева Г.В. Проблемы самоидентификации в современном мире и значение духовной составляющей личности // Вестник Омского университета. 2025. Т. 30. № 4. С. 50-59.

8. Фомин Д.Ю. Разновидности религиозного туризма и паломничества // Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность: Материалы Международной научно-практической конференции (г. Ижевск, 11–15 ноября 2024 года). Ижевск, 2025. С. 96-106.

© Абдусатторов А.А., 2026

Верюжская Е.П.

Иркутский государственный университет  
г. Иркутск, Россия

## ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ НАМЕРЕНИЯ ТУРИСТОВ: ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ

В настоящее время изучение наиболее вероятных поведенческих намерений и факторов их влияния может определить культуру коммуникации и сотрудничества в туристической сфере. Поскольку на данный момент мы видим рост популярности различных форм туризма, назревает вопрос: как повысить спрос на определенный вид индустрии путешествий. Поясним, что обращение к англоязычным источникам в качестве эмпирической базы нашего исследования представляется необходимым для обеспечения репрезентативности и актуальности теоретической базы работы – ключевые теории, методологические подходы и наиболее значимые результаты в исследуемой области опубликованы на английском языке. Термин поведенческих намерений был впервые упомянут в конце 1960-х годов, поэтому в нашей работе мы будем отмечать исследования таких ученых, как Айзек Айзен, Валери А. Зейтамль, Ванесса Анн Кинтал и других деятелей, изучавших вопрос поведенческих намерений. Нами также будут рассмотрены работы современных ученых, занимающихся исследованиями в данной области. Эти работы датируются 2020–2025 годами, что показывает важность последующего изучения концепции поведенческих намерений туристов. В задачи данного исследования не входил анализ подобных исследований в отношении российских туристов или туристов, приезжающих в нашу страну, однако, учитывая высокую значимость данного вопроса, в дальнейшем мы намерены продолжить исследования в области анализа поведенческих намерений на примере конкретных стран – КНР и РФ.

Актуальность нашего исследования обусловлена тем, что представления о специфике запланированного поведения могут расширить понимание востребованности индустрии отдыха и дальнейшего развития различных форм туризма. Целью исследования является обобщение факторов, влияющих на поведенческие намерения туристов в регионах. Для достижения этой цели нам потребовалось решить следующие задачи: определить понятие, сущность и классификации поведенческих установок в туризме и выявить факторы, оказывающие влияние на их формирование.

В нашей работе широко употребляется термин «поведенческие намерения», который также был введен Айзеком Айзенем в «теории запланированного поведения Айзена». Автор выделяет, какими факторами определяется поведение человека, а именно: отношением к поведению, социальными нормами, восприятием контроля. Под отношением к поведению понимается то, насколько человек считает данное действие приемлемым, плохим, хорошим, полезным или вредным. Социальными нормами определяется одобрение или порицание обществом определенных действий. Восприятие контроля – термин, который устанавливает то, насколько человек уверен, что может совершить то или иное действие. В случае, если все три фактора сильные, то вероятность совершения определённого действия человеком большая. Автор утверждает, что третий элемент, добавленный Айзенем для теории запланированного поведения, является «решающим для определения поведения человека» [1,

с. 183]. Намерение работает, если человек может контролировать ситуацию и положение себя в ней. Если контроль слабый, то предсказание не является достоверным. Айзек Айзен в своей теории также обращает внимание на еще один важный компонент, который влияет на поведение человека – «прошное поведение» [1, с. 184]. Наличие такого же действия в подобного рода ситуации в прошлом, его постоянное повторение – привычка, определяет будущие действия человека без его продуманных предположений совершения этих поступков. Отсюда следует, что термин «поведенческие намерения» мы будем понимать как действия, определяющиеся отношением к поведению, социальными нормами, восприятием контроля и прошлым опытом.

В данном исследовании мы руководствовались методом сплошной выборки для сбора информации о поведенческих намерениях изучаемых регионов. При отборе источников мы в первую очередь учитывали сам термин поведенческих намерений, его определения, классификации, а также факторы, позволяющие определить специфику спроса у туристов.

Для выделения классификации поведенческих намерений мы предлагаем объединить категории, предложенные Валери А. Зейтамль, Мари Джо Битнер и Дуэйном Д. Гремлером в области сервисного маркетинга и Валери А. Зейтамль, Леонарда Л. Берри и А. Парасурамана в исследовании «Поведенческие последствия качества обслуживания». Первая группа является универсальной и адаптируемой для туризма, поскольку сам туризм является услугой. Авторы считают, что часто используемые поведенческие намерения – это «готовность рекомендовать услугу» другими людям и намерение совершить повторную покупку товара или услуги. Ученые также выделяют позитивные и негативные поведенческие намерения. К позитивным относятся «положительные отзывы о компании, сохранение лояльности, увеличение расходов в компании и оплату услуг» [8, с. 32]. Негативными определяются отрицательные отзывы, сокращение числа клиентов, переход в другую компанию, жалобы в сторонние организации. Другие поведенческие намерения зависят от типа предоставляемых услуг. Во второй категории особое внимание уделяется поведенческим намерениям клиента. В результате, на основе опроса по почте четырех компаний, предоставляющих услуги, где было предложено общей сложностью двенадцать тысяч анкет, а получено около трех тысяч ответов, авторы выделяют пять основных факторов поведенческих намерений, а именно: «лояльность к компании, склонность к переключению, готовность платить больше, внешняя и внутренняя реакции на проблему» [8, с. 33]. Следовательно, при выделении классификаций поведенческих намерений, мы будем обращаться к вышеупомянутым категориям, включающим в себя разные принципы планируемого поведения: как позитивные, так и негативные, а также объясняющие роль обслуживания компании в проявлении будущих действий клиента.

Далее поговорим о поведенческих намерениях в туризме. Мы обратились к работе Ванессы Анн Кинтал, Джули Энн Ли, Джеффри Н. Саутара «Риск, неопределенность и теория планируемого поведения на примере туризма», в которой подробно рассказывается о рисках при запланированных действиях, необходимых для понимания при подготовке к путешествию, о теории Айзена, применяемой и совершенствуемой учеными при анализе

планируемого поведения в туризме. Более подробно поговорим о каждом аспекте. Во-первых, авторы начинают свою исследовательскую работу с изучением различных рисков, обычно учитываемых людьми при принятии решения о поездке куда-либо. «Небезопасность» или неопределенность могут выражаться в направлениях, связанных с «финансовой, физической, социальной сферами, а также в области здоровья» [5, с. 797]. Именно их нужно учитывать при анализе дальнейшего поведения потребителей. Во-вторых, к уже известной нам модели Айзена Айзека, состоящей из трех элементов – отношением к поведению, социальными нормами, восприятием контроля, ученые добавляют еще два фактора – «риски и неопределенность» с целью расширения теории запланированного поведения и объяснения влияния восприятия риска и неопределенности на конкретное намерение человека – совершение туристической поездки [6, с. 5]. В исследовании авторы используют количественный метод – анкетирование потенциальных туристов трех азиатских коллективистских стран – Южной Кореи, Китая и Японии и структурируют данные для анализа взаимосвязей элементов. Таким образом, авторы рассматривают риск и неопределенность, как «самостоятельные факторы», влияющие на намерения человека, а также причину, оказывающую воздействие на отношение и восприятие контроля. Данные критерии являются «эмоциональными составляющими» потребителя, что значительно увеличивает влияние на его выбор и состояние в момент принятия решения.

Мы бы хотели еще раз обратить внимание на намерение туриста вернуться и рекомендовать посещаемое место, поэтому решили рассмотреть исследование Су Чона Джанга и Фэн Жуомэй «Намерение вернуться к временному пункту назначения: последствия поиска новизны и удовлетворения». Авторы утверждают, что повторные посещения дестинаций являются «важным аспектом как для экономики» в целом, так и для отдельных посещаемых мест, поскольку, во-первых, «удержание постоянных клиентов» приводит к положительным рекомендациям, а во-вторых, привлечение старых потребителей экономически выгоднее, чем частый приток новых, прежде всего, из-за прибыли [2, с. 580]. Ученые ссылаются на теорию Айзена для объяснения сущности теории запланированного поведения и поведенческих намерений в целом. Однако они обращают внимание, что ранее исследования не касались временных промежутков, а были сосредоточены на самом явлении планируемого поведения, поэтому с целью более углубленного понимания временного намерения повторного посещения мест назначения, авторы разделяют «влияние стремления туристов к новизне» и удовлетворенности назначения многократного путешествия, которое измеряется с учетом «краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных намерений» повторного посещения [2, с. 581]. Таким образом, ученые рассматривают временный аспект намерения вернуться в место назначения, поскольку важность временного промежутка признана во многих академических областях, таких как философия, социология, история и физика [2, с. 581]. Два фактора – поиск новизны и удовлетворенность в неодинаковые временные промежутки совершенно по-разному воздействуют на поведенческие намерения – стремление повторно вернуться в место временного пребывания или оставить положительную рекомендацию. Исследование показывает, что «удовлетворённость существенно влияет» на

намерение вернуться в краткосрочной перспективе, но не воздействует на средние или долгосрочные планы. Вместе с тем, поиск новизны не так важен в краткосрочной перспективе, но оказывает большое влияние на среднесрочное намерение, которое имеет «близкую связь с долгосрочным намерением». Следовательно, новизна становится более значимой, когда мы говорим о повторном посещении места назначения через некоторое время [2, с. 587].

В нашей работе мы бы хотели отталкиваться от факторов, которые воздействуют на формирование поведенческих намерений туристов, поскольку именно они являются частью специфики региона. В данном пункте мы бы хотели обратиться к некоторым исследованиям, посвященным изучению причин, оказывающих влияние на появление планируемого поведения. Так, первой работой, которую мы бы хотели рассмотреть, является исследование Лидун Вана и Сиу Хунли «Пять факторов, влияющих на лояльность туристов: метаанализ».

Авторы выделяют пять ключевых факторов, влияющих на формирование поведенческих установок - удовлетворенность, мотивацию, воспринимаемую ценность, воспринимаемое качество, качество опыта. Целью ученых является количественное определение связи этих пяти аспектов с туристической лояльностью и ее составляющими, такими как, например, намерения повторного посещения, рекомендации и т.д. [7, с. 2]. Лидун Ван и Сиу Хунли придерживаются метаанализа, в котором разрабатывают 21 гипотезу, анализируют более 114 тыс. выборок и 242 независимых эмпирических исследования. В исследовании из 21 гипотезы 20 авторам удастся доказать; причем последнюю не изучают в связи с малым количеством работ на эту тему. Гипотезы звучат, как, к примеру, гипотеза номер 20: «качество опыта положительно влияет на намерение повторного посещения» [7, с. 7]. В ходе исследования авторы формулируют вывод: существует пять параметров, которые имеют значимое влияние на туристическую лояльность: качество сервиса, имидж дестинации, удовлетворенность, ценовая справедливость, доверие [7, с. 13]. Эти факторы являются наиболее исследуемыми и последовательными параметрами лояльности туристов. Авторы обозначают влияние пяти факторов на лояльность в порядке убывания: удовлетворенность, качество опыта, воспринимаемая ценность, воспринимаемое качество и опыт.

Для дальнейшего изучения факторов, которые оказывают влияние на поведенческие установки, мы решили обратиться к уже упоминаемым нами исследованию Су Чона Джанга и Фэн Жуомэй «Намерение вернуться к временному пункту назначения: последствия поиска новизны и удовлетворения», где два аспекта играют большую роль в построении планируемых действий. Ученые выделяют поведенческие установки – намерение повторного возвращения в дестинацию и положительный отзыв, который могут оставить посетители ввиду некоторых факторов, например, таких, как *удовлетворенность и поиск новизны*. Авторы представляют эти два аспекта, так как они являются прямо противоположными друг другу; они определяют, будет ли турист возвращаться или оставлять положительный отзыв или нет. Стремление к новизне является «важной теоретической основой» для анализа поведения при выборе места, оно выступает компонентом «мотивации путешествия» [2, с. 580]. Между тем, удовлетворенность ведет к «положительным поведенческим результатам», поскольку является показателем субъективной оценки того, «соответствует ли выбранная альтернатива»



ожиданиям или превосходит их [2, с. 581]. Напомним, что согласно исследованию, удовлетворенность влияет на краткосрочное намерение повторного визита, в то время как стремление к новизне – на среднесрочное намерение и лояльность. Таким образом, «стремление к новизне» заставляет туриста не возвращаться, а «искать новые места и впечатления», удовлетворенность побуждает к возвращению и положительным рекомендациям, так как полученный опыт был соответствующим требованиям и ожиданиям [2, с. 587].

Стремление к новизне и удовлетворенность являются одними из главных факторов в формировании поведенческих намерений, поэтому мы обратились к еще одному исследованию, связанному с данными аспектами и рассмотрели взаимосвязь между удовлетворенностью и намерением вернуться, и то, как поиск к новизне влияет на эти отношения. В работе Сунгсу Кима и Хиёна Кима «Сдерживающее влияние стремления туристов к новизне на взаимосвязь между удовлетворенностью и поведенческими намерениями» рассматривается вопрос о том, как личная склонность туриста к поиску новизны ослабляет или усиливает связь между удовлетворенностью и намерением повторного посещения или рекомендации к этому посещению. Согласно исследованию, удовлетворенность хотя и является важнейшей причиной повторного посещения, тесная связь между двумя этими факторами поставлена под сомнение в связи с данными о «высоком оттоке довольных посетителей» из ранее посещенных мест назначения [4, с. 512]. Причинами являются, к примеру, замена дестинации или «поиск нового места» для последующего отпуска, поэтому стремление к новизне не всегда связано с получением отрицательного опыта [9, с. 4]. В связи с этим, ученые и решают провести анализ степени, в которой «тенденция к поиску новизны» влияет на связь между удовлетворенностью и намерением туристов повторно посетить место назначения [4, с. 513]. Посредством опроса случайной выборкой из 194 человек в крупной торговой сети в штате Огайо (местом выбран именно торговый центр, поскольку в аэропорту или конкретной туристической достопримечательности были бы проблемы с получением разрешения на проведение мероприятия [4, с. 514], ученые выявляют, что удовлетворенность и поведенческие намерения в своей связи имеют положительный эффект, «поиск нового ослабляет» эту взаимосвязь, то есть у туристов с высоким стремлением к новизне удовлетворенность объясняет намерения хуже, чем у тех, кто больше склонен к стабильности, а соответственно, и к повторному посещению [4, с. 519]. Важно отметить, что у людей, кто только начал путешествовать, удовлетворенность не гарантирует повторный визит, так как они в принципе заинтересованы в стремлении к новому и неизведанному, поэтому они вероятнее всего перейдут к новым дестинациям.

Мы решили также рассмотреть такой фактор, как аутентичность, так как она может влиять на некоторые поведенческие намерения, например, такие как повторное посещение места или намерение поделиться своим опытом. Для этого мы обратились к работе Гэфэна Чжоу, Вэнькуана Чена, Юйтина Ву «Исследование влияния аутентичности на намерение вернуться к историческому туризму». Авторы опираются на теорию воспринимаемой аутентичности и проводят анкетирование у более, чем 600 туристов, посещающих объекты

культурного наследия в Китае. Основной целью исследования является «выявление степени влияния аутентичности» на намерение повторного посещения дестинации [10]. Ученые также устанавливают механизмы, через которые аутентичность работает: они обращают внимание, что несколько типов аутентичности могут по-разному влиять на «эмоциональное восприятие, качество опыта и ценность» [10, с. 3]. Итак, в ходе своего исследования ученые приходят к следующим выводам: во-первых, аутентичность напрямую влияет на намерение повторного визита, но наибольшее влияние имеют воспринятая и экспериментальная аутентичность, а не материальный объект [10, с. 7]. Туристы с большей вероятностью повторно посещают места назначения, если они воспринимают объекты наследия аутентичными, то есть более высокий воспринимаемый показатель аутентичности сильнее влияет на намерение туриста повторно вернуться. Во-вторых, аутентичность повышает качество опыта, то есть если путешественник воспринимает место «подлинным», то ценность его путешествия возрастает [10, с. 7]. Кроме того, благодаря аутентичности у туриста возрастает эмоциональная привязанность к объекту туристического наследия, поэтому в будущем он вероятнее всего вернется. Таким образом, аутентичность влияет на такие аспекты, как эмоциональная привязанность, качество опыта, ценность восприятия и удовлетворенность.

С целью более углубленного изучения других условий, которые влияют на поведенческие установки, мы обратились к работе Джулианы Джулианы, Росианны Сианипар, Дины Мутиары Леми, Амелды Прамезвари, Руди Прамоно и Арифины Джакасабутры «Факторы, влияющие на удовлетворенность туристов и желание вернуться к отдыху на острове Ломбок: Роль целостного впечатления, качества опыта и ярких воспоминаний». Ученые выделяют аспекты, которые, по их мнению, оказывают влияние на удовлетворение туристов и желание вернуться к месту назначения - целостный опыт, качество опыта и яркость воспоминаний. В исследовании также рассматривается понятие «вау-туризма», который направлен на получение ярких впечатлений [3, с. 2503]. С помощью количественного опроса у 200 респондентов на острове Ломбок в Индонезии, ученые выявляют, что «качество опыта положительно влияет» на удовлетворенность посетителей и вау-туризм, целостный опыт в значительной степени усиливает «удовлетворенность и вау-туризм», а яркость воспоминаний повышает впечатления, однако эти же воспоминания «не оказывают существенного влияния» на удовлетворенность посетителей [3, с. 2508]. Сами удовлетворенность путешествием и впечатления, полученные в нем, оказывают большое влияние на намерение повторного посещения. Таким образом, авторы выясняют, что качество опыта, общее впечатление, яркость воспоминаний и удовлетворенность повышают вероятность возвращения туриста в место назначения. Ученые выражают надежду в том, что результаты работы могут «расширить исследования» в этой области, помочь развить туризм на острове Ломбок в целом, а также направить «туристические агентства» и другие учреждения на формирование таких впечатлений и опыта, которые заставят туристов вернуться в Индонезию [3, с. 2508].

На основании рассмотренных работ, мы решили выделить такие ключевые факторы, которые воздействуют на поведенческие намерения туристов, как удовлетворенность, воспринимаемые ценность и качество, качество опыта, его целостность, мотивация,

стремление к новизне, яркость воспоминаний. Все вышеперечисленные аспекты оказывают влияние на поведенческие установки туристов в разной степени, с разных углов восприятия, могут быть положительными и отрицательными. Данные факторы необходимо учитывать при формировании предложения туристическими организациями различных государств. В этом случае возможно создание таких условий для посетителей, которые не только удовлетворят их текущие ожидания, но и обеспечат повторные визиты в место дестинации, что будет способствовать повышению лояльности и устойчивому развитию индустрии отдыха. Перспективой нашего дальнейшего исследования является применение вышеупомянутых факторов для анализа планируемого поведения туристов на территории Китая и России.

### Литература

1. Ajzen I. The Theory of Planned Behavior // *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 1991. № 50(2). P. 179-211.
2. Jang S.C.S., Feng R. Temporal destination revisit intention: The effects of novelty seeking and satisfaction // *Tourism Management*. 2007. № 28(4). P. 580-590.
3. Juliana J., Sianipar R., Lemy D.M., Pramezwary A., Pramono R., Djakasaputra A, Factors Influencing Visitor Satisfaction and Revisit Intention in Lombok Tourism: The Role of Holistic Experience, Experience Quality, and Vivid Memory // *International Journal of Sustainable Development and Planning*. 2023. № 18(8). P. 2503-2511.
4. Kim S., Kim H. Moderating Effects of Tourists' Novelty-Seeking Tendencies on the Relationship Between Satisfaction and Behavioral Intention // *Tourism Analysis*. 2015. № 20(5). P. 511-522.
5. Quintala V.A., Leeb J.A., Soutarb G.N. Risk, uncertainty and the theory of planned behavior: A tourism example // *Tourism Management*. 2010. № 31(6). P. 797-805.
6. Teng W., Chen Y., Zhang S. A Study on Travel Decisions of Potential Adventure Tourists Under Risk Contexts: Based on the Extended Theory of Planned Behavior // *SAGE Open*. 2025. T. 15. № 2. P. 1-14.
7. Wang L., Li X. The five influencing factors of tourist loyalty: A meta-analysis // *PLOS ONE*. 2023. № 18(4). P. 1-21.
8. Zeithaml V.A., Berry L.L., Parasuraman A. The Behavioral Consequences of Service Quality // *Journal of Marketing*. 1996. № 60(2). P. 31-46.
9. Zhifu T., Jebbouri A. Driving tourist revisit intentions to China's heritage sites: an examination of government policies, perceived value, and technology, through the lens of satisfaction and experience // *Frontiers in Communication*. 2025. №10. P. 1-18.
10. Zhou G., Chen W., Wu Y. Research on the Effect of Authenticity on Revisit Intention in Heritage Tourism: The Mediating Role of Memorable Tourism Experiences and Place Attachment // *Frontiers in Psychology*. 2022. №13. Article 910292. P. 1-14.

© Верюжская Е.П., 2026

**Зюганова С.Р., Семенов И.А.**

Владимирский юридический институт  
Федеральной службы исполнения наказаний  
г. Владимир, Россия

## **АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОНВОЙНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ МВД И ФСИН РОССИИ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ ОБЩЕСТВА**

Конвойные подразделения в России издавна входили в состав военизированных формирований и составляли качественный состав служивых людей. Известно, что в Поденных записках Петра Великого (1698-1721) тема конвоя и конвойных групп поднимается не менее 10 раз [4]. Как правило, данные упоминания касались сопровождения первых лиц, доставки продовольствия и оружия, охраны военнопленных, однако в тексте также усматриваются и требования, предъявляемые руководством к служащим. Следует отметить, что самостоятельного конвойного ведомства в системе государственной службы петровских времен не существовало, однако отдельные группы войск имели черты организованной конвойной структуры. Сегодня конвойные подразделения понимаются как минимум в двух эквивалентах: как структурные элементы правоохранительной системы и как военизированные формирования Министерства Обороны России. Их общее призвание – реализовывать функции охраны и обеспечения безопасности, а также сопровождения транспортных средств, военнопленных и лиц, находящихся под следствием или осужденных судебными инстанциями. Рассмотрим деятельность конвойных подразделений в системе правоохранительных органов на примере МВД и ФСИН России.

Сотрудники правоохранительных органов, вследствие особенностей прохождения службы, часто вынуждены выполнять сложные оперативные задачи, связанные с риском для здоровья, длительным рабочим днем, ненормированным графиком дежурств и ротаций подразделений. Высокая физическая и психологическая напряженность требует от сотрудника комплексной подготовки, особых знаний, умений и навыков, практикопригодных в стрессовой среде. Такая деятельность, сопряженная с постоянными рисками и дополнительной служебной ответственностью, несомненно, требует тщательного планирования, неукоснительного соблюдения инструкций и высокого профессионализма сотрудников. Стать профессионалом в служебной деятельности по сохранению и поддержанию правопорядка возможно только при собственном желании и стремлении к нравственному самосовершенствованию, развитию преданности своему делу, полной отдаче себя в выполнении поставленных служебных задач, наличии так называемого морального «стержня» [5, с. 265].

Следует отметить, что концепция психологической устойчивости привлекает внимание ученых с конца 20-го века, особенно в отношении профессий, относящихся к правоохранительному типу службы, которые часто подвергаются потенциально травмирующим переживаниям. Важным видится тот факт, что при отсутствии перманентного контроля в этом направлении увеличиваются риски серьезных последствий, включая побег, нападение на сотрудника или нанесение вреда окружающим. Именно поэтому, для

физического перемещения лиц, содержащихся под стражей, создаются подразделения охраны и конвоирования (отделения, взвода, роты, батальоны, полки), выполняющие широкий спектр задач, связанных с обеспечением безопасности и правопорядка в правоохранительной системе и обществе.

Подразделения охраны и конвоирования подозреваемых и обвиняемых является структурным подразделением полиции территориального органа Министерства внутренних дел Российской Федерации на межрегиональном, региональном и районном уровнях (<https://clck.ru/3TeeYY>). Отличительной характеристикой профессиональной деятельности конвойных подразделений МВД России заключается в концентрации служебной деятельности на перемещении спецконтингента вне режимных территорий изолятора временного содержания подозреваемых и обвиняемых, а также внутреннего взаимодействия отделов аппарата органов внутренних дел (следственный отдел, оперативные подразделения, отдел дознания), иных органов предварительного следствия, прокуратуры Российской Федерации, судов. Конвойные подразделения ФСИН России – это специальные подразделения уголовно-исполнительной системы, которые занимаются перемещением осуждённых и лиц, содержащихся под стражей [1, с. 18]. Важным является факт того, что сотрудники рассматриваемой службы осуществляют конвойную деятельность не только в интересах ФСИН России, перемещая спецконтингент между органами и учреждениями УИС, но и в целях обеспечения деятельности иных правоохранительных органов (в том числе для МВД).

Важно учитывать, что деятельность по конвоированию – это не просто физическое сопровождение заключенных под стражу лиц, это сложный, регламентируемый нормативно-правовыми актами и должностными инструкциями процесс. Он представляет собой комплекс мер по обеспечению надежной охраны при перемещении спецконтингента по территории учреждения, а также при доставлении к месту назначения под охраной (надзором) конвоя. Иными словами, охранно-конвойные подразделения МВД России, как относительно-самостоятельные ячейки аппарата органов внутренних дел, выступают связующим логистическим звеном, обеспечивающим своевременную охрану и сопровождение подозреваемых и обвиняемых к местам проведения следственных действий, судебных заседаний и других мероприятий процессуального характера. Прямое взаимодействие конвойных служб чаще всего осуществляется на железнодорожных обменных пунктах, где спецконтингент передается из ведения одного органа исполнительной власти к другому, а опосредованное, например, в следственных изоляторах ФСИН России. Не прямое взаимодействие рассматриваемых структурных элементов правоохранительной системы может осуществляться посредством общественных объединений, например ветеранских организаций пенсионеров правоохранительных органов или сообщества физкультуры и спорта «Динамо». Подобные некоммерческие движения являются активной общественной силой, существенно влияющей на консолидацию общества, формирование общественного мнения, воспитывающие мораль и любовь к родине граждан [3, с. 123].

В процессе осуществления своей профессиональной деятельности сотрудники конвойных подразделений руководствуются строгими нормативными актами,



регламентирующими порядок приема и передачи, подозреваемых и обвиняемых, правилами применения физической силы, специальных средств и огнестрельного (табельного) оружия. Особое внимание уделяется действующему алгоритму предписывающему порядок действий в чрезвычайных и нестандартных ситуациях. При этом важным аспектом их деятельности является сосредоточение и контроль над обеспечением безопасности конвоируемых лиц, соблюдению их прав и законных интересов. Именно поэтому важным фактором осуществления правоохранительной функции является правильный подбор и подготовка сотрудников. Последние, в свою очередь, должны обладать не только физической силой и выносливостью, но и умением оценивать обстановку, прогнозировать возможные риски и принимать оперативные решения. Психологическая устойчивость, умение находить общий язык с людьми и способность действовать в стрессовых ситуациях, оперативное решение возникающих проблем – необходимые качества и навыки для сотрудника конвойной службы. Отметим, что конкретно-профессиональные навыки у сотрудника конвойной службы МВД в некоторой степени отличается от профессиональной компетенции конвоира уголовно-исполнительной системы.

Так, например, субъектами перемещения, под охраной конвойных подразделений МВД России, может быть круг лиц, задержанных и арестованных в рамках административных и уголовных дел, находящихся в производстве уполномоченных правоохранительных органов. То есть, конвойные службы МВД, как правило, обеспечивают безопасность при транспортировке спецконтингента на следственные действия и этапирования административно задержанных лиц и подозреваемых (обвиняемых) по уголовным делам, находящихся в следственных изоляторах уголовно-исполнительной системы. В их деонтологическую компетентность должно входить знание основным процессуальных норм российского законодательства, а также осведомленность об основных участниках административного и уголовного процесса. В тоже время, деятельность конвойных подразделений ФСИН России сосредотачивается на перемещении осужденных, которые содержатся в исправительных учреждениях ведомства. Их профессиональная деонтология акцентирована на обеспечении соблюдения режима содержания под стражей, правил внутреннего распорядка. Знание психологии осужденных позволяет сотрудникам конвойных подразделений ФСИН России решать задачи по перемещению спецконтингента на дальние расстояния, в том числе железнодорожным и водным транспортом. Несомненно, подобные действия предполагают наличие развитых навыков и умений организовывать процесс конвоирования, обеспечения безопасности и соблюдения прав осужденных в условиях ограниченного пространства и длительного времени.

Профессор И.В. Горошко в своей концепции трансформации правоохранительной деятельности в информационном обществе отмечает возрастающую роль цифровизации, которая оказывает значительное влияние на правоохранительную деятельность, особенно на те аспекты, которые связаны с внедрением принципов сервисного государства. По его мнению, цифровая трансформация социальной системы организации предполагает отказ от использования в ее деятельности аналоговой (или непрерывной) информации и переход к

цифровой (или дискретной) форме [2, с. 110]. В сфере конвоирования подобная трансформация видится, например, в электронно-цифровой системе учета лиц, находящихся под стражей, что повышает скорость обмена данными между правоохранительными структурами; видео-наблюдении, с применением технологии искусственного интеллекта, интеграция которого позволяет проследить действия задержанных на предмет несанкционированных и противоправных действий. Особо выделяется система оперативной связи, которая с помощью современных технологий расширила свой рабочий функционал, теперь информация о смене статуса-кво, во время осуществления конвоирования спецконтингента, может передаваться незамедлительно указанному должностному лицу, для принятия управленческих решений. Важной областью, в сфере трансформации правоохранительной системы, в том числе конвойных структур, является машинное обучение специальной системы искусственного интеллекта, способного анализировать большие данных, исторические связи с выстраиванием перспектив избегания проблемных моментов будущем. Такие технологии, являются перспективным направлением развития ИИ, которые будущем могут способствовать прогнозировать риски на базе многомерных данных, поступающих из множества источников. Автоматизация и анализ большого массива данных, как приоритетное направление развития правоохранительных органов, могут повысить эффективность служб правопорядка.

Подводя итог, можно сказать, что именно эффективное взаимодействие между конвойными подразделениями МВД и ФСИН России является важным условием для успешного функционирования всей системы правоохранительных органов, несмотря на их различия. Обе структуры, несмотря на различия в ведомственной принадлежности и решаемых задачах, объединяет необходимость соблюдения строгих правил и процедур, регламентирующих порядок конвоирования. Эти правила направлены на предотвращение побегов, нападений на конвой, а также обеспечение соблюдения прав и законных интересов конвоируемых лиц. Реализуя комплекс действий по транспортировке подозреваемых и обвиняемых из одного пункта в другой, сотрудники службы конвоирования и охраны должны одновременно и следить за безопасностью конвоируемого, и за безопасностью окружающих, а также всегда быть на пределе внимания к окружающей обстановке. В противном случае, процесс конвоирования подозреваемых и обвиняемых может превратиться в возможность совершения противоправных действий относительно участников уголовного процесса. Немало важным фактором в формировании целостного образа сотрудника конвойных служб является следование им принципу патриотизма. Координация данных действий позволяет оптимизировать использование ресурсов, повысить безопасность и эффективность конвоирования, а также обеспечить соблюдение законности и прав человека на всех этапах уголовного судопроизводства. Путь, пройденный на всем этапе исторического развития российского общества, сформировал традиционно-ответственный пласт правоохранительной службы в лице конвойных подразделений МВД и ФСИН России, который не только стоит на охране прав и свобод законопослушных граждан, но и выполняет сложные оперативные задачи, связанные с обеспечением прав лиц, преступивших черту закона.

## Литература

1. Бубенцов В.И. Специальные подразделения уголовно-исполнительной системы по конвоированию на современном этапе: проблемы и пути их решения // Ведомости УИС. 2013. № 12(139). С. 12-19.
2. Горошко И. В. Трансформация правоохранительной деятельности в информационном обществе // Вестник Краснодарского университета МВД России. 2022. № 4(58). С. 109-115.
3. Кучерин Р.В. Роль общественных организаций, в формировании традиционных ценностей обучающихся (на примере организация ветеранов УИС) // Современная наука: взгляд молодых исследователей: Сборник статей по материалам III Всероссийской студенческой научно-практической конференции. Йошкар-Ола: Межрегиональный открытый социальный институт, 2024. С. 122-127.
4. Майкова Т.С. Гистория Свейской войны (Поденная записка Петра Великого). Выпуск 1 из 2. М.: Кругъ, 2004. 635 с.
5. Семенов И.А. Категории этики: «честь» и «справедливость» на примере уголовно-исполнительной системы // Актуальные проблемы государственно-правовых преобразований в России: история и современность: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции, приуроченной к 250-летию со дня рождения выдающегося государственного деятеля, реформатора и учёного М.М. Сперанского. Белгород, 2022. С. 264-266.

© Зюганова С.Р., Семенов И.А., 2026

**Ильченко М.Д.**

Новосибирский государственный университет экономики и управления НИИХ  
г. Новосибирск, Россия

## **ОЦЕНКА ИНФРАСТРУКТУРЫ И ПОДДЕРЖКИ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В НГУЭУ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

Указом Президента от 07.05.2024 № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» определены ключевые направления развития страны, в том числе направление по развитию предпринимательской активности студенческой молодежи [2]. Данный вектор выбран не случайно, так как именно предпринимательство способно обеспечить конкурентоспособность страны, ее инвестиционную привлекательность, стабильность и устойчивость за счет внедрения инноваций в процессы управления, новые продукты, обеспечение дополнительными рабочими местами специалистов-выпускников высших учебных заведений без опыта работы [1]. Несмотря на долгосрочность данной перспективы, ее важность сложно переоценить. особую роль в развитии предпринимательства на сегодняшний день стало занимать технологическое предпринимательство, активно используемое в стартап-деятельности. Технологическое предпринимательство в отличие от традиционного предпринимательства предполагает освоение и внедрение инновационных способов управления и производства с помощью фундаментальных теорий и принципов [5, с. 3]. На сегодняшний день роль ВУЗов заключается в создании благоприятных условий для занятия предпринимательской деятельностью студентами различных направлений обучения. В этих целях на базе многих российских вузов открываются специализированные пространства, проводятся тренинги, внедряется преподавание специализированных практикоориентированных дисциплин. Одним из наиболее эффективных методов привлечения студентов к занятию предпринимательской деятельностью выступают акселерационные программы, представляющие собой ускоренное тестирование идей, гипотез, прототипов будущего продукта на их жизнеспособность, конкурентоспособность, востребованность потенциальными потребителями, а также устойчивость команды проект [4].

Проблемная ситуация: с одной стороны, в НГУЭУ сформирован ряд условий для развития предпринимательского потенциала студенческой молодежи: в рамках образовательной программы всех направлений и специальностей реализуется курс «Основы предпринимательства», создан и успешно функционирует Центр молодежного предпринимательства, проводятся акселерационные и конкурсные программы, направленные на формирование и развития предпринимательских компетенций студентов, поддержку предпринимательских проектов студентов. С другой стороны, количество заинтересованных студентов очень низкое, зачастую студенты не знают о возможностях получить помощь и поддержку для развития и реализации собственной предпринимательской идеи (проекта). В целях преодоления возникшего противоречия было проведено социологическое исследование, позволившее изучить представления о факторах, барьерах, инфраструктуре учебного заведения и ограничениях к занятию предпринимательской деятельностью.

Объект социологического исследования: студенческая молодежь 1-5 курсов очной формы обучения НГУЭУ. Предмет социологического исследования: факторы и условия, влияющие на формирование и развитие предпринимательского потенциала студенческой молодежи НГУЭУ.

Цель исследования: охарактеризовать осведомленность и заинтересованность студенческой молодежи программами, направленными на развитие молодежного предпринимательства НГУЭУ. В соответствии с целью были поставлены 4 задачи:

1. Рассмотреть карьерные перспективы и ожидания, выявить наличие взаимосвязи с предпринимательской деятельностью.

2. Изучить общие представления студенческой молодежи НГУЭУ о предпринимательстве.

3. Проанализировать влияние траектории «Бизнес и предпринимательство», участия в деятельности «Центра молодежного предпринимательства «ПИРС»» НГУЭУ, курса «Основы предпринимательской деятельности», акселерационных программ, реализуемых для поддержки предпринимательских проектов студентов в НГУЭУ на предпринимательский потенциал студентов / предпринимательскую активность.

4. Выявить потребность среди разных курсов и направлений обучения в дополнительных мерах поддержки и стимулирования предпринимательской деятельности.

На основе задач были выдвинуты гипотезы социологического исследования:

Гипотеза 1: Студенческая молодежь НГУЭУ зачастую выбирает традиционный путь построения карьеры – в качестве наемного сотрудника, а не через занятие предпринимательской деятельностью, что обусловлено недостаточной подготовкой и страхами выпускников.

Гипотеза 2: Студенческая молодежь НГУЭУ в основном владеет общими знаниями о предпринимательстве, но лишь малая доля способна применить полученные знания в реальной практике.

Гипотеза 3: Студенческая молодежь преимущественно начинает заниматься предпринимательской деятельностью после участия в специализированных акселерационных программах, а не по причине прохождения курса «Основы предпринимательства».

Гипотеза 4: НГУЭУ заинтересован в развитии именно предпринимательской активности студенческой молодежи, что обусловлено стратегией развития учебного заведения, а также возрастающим интересом и потребностями среди обучающихся.

Исследование было проведено при помощи количественного метода исследования – сплошного анкетного опроса студентов очной формы обучения 2025-2026 учебного года. Всего в исследовании приняли участие 4476 студентов, из которых девушек 67,1% и юношей 32,8%. Содержание данного метода исследования позволяет аккумулировать сведения об объекте исследования, а также получить широкую информацию непосредственно от студенческой молодежи. Для проведения количественного исследования была разработана анкета, включающая 19 вопросов, раскрывающих опыт и знания, а также барьеры и



ограничения, связанные с занятием предпринимательской деятельностью, ожидания и стремления студенческой молодежи, инфраструктуру учебного заведения.

Первый блок исследования позволил оценить карьерные стратегии студенческой молодежи НГУЭУ, так как данные установки могут значительно влиять на возможность занятия предпринимательской деятельностью. По результатам исследования выяснилось, что большая доля студентов, а именно 34% на данный момент не совмещают работу и учебу, а также не планируют, в это же время 29,5 % заняты подработкой и обучением неполный рабочий день, 26,8% находятся в поисках работы, лишь 9,6% в основном заняты работой, а не обучением. Те студенты, которые стараются совмещать работу и получение образования преимущественно выбирают сферу занятости не по профилю своего обучения – 80,3%. Данные позволяют выдвинуть предположение о том, что получение высшего образования сопряжено с высокими временными и моральными затратами, не позволяющими студентам активно включаться в трудовые отношения. Но также стоит отметить, что создаваемая в университете среда способна обеспечить накопление навыков, знаний и практических умений организации бизнеса в рамках освоения специализированных курсов, включенных в образовательный процесс. В связи с тем, что совмещение обучения и работы представляется проблематичным, требовалось определить карьерные стратегии студентов после получения специальности/образования. Преимущественно студенты стремятся получить должность в найме, а именно: в крупной компании – 35,4%; в малой или средней компании – 18,3%; на государственной службе – 17,3%. Лишь 15,7% из всей совокупности предпочитают развивать свое дело после получения образования. При дополнительном углубленном изучении вопроса о причинах, мешающих студентам начать вести собственный бизнес сейчас, выяснилось, что главной причиной выступает само по себе отсутствие желания и интереса – 33,6%, высокая нагрузка на учебе – 17,4%, нехватка времени в целом – 15,7%, юный возраст – 4,7%, отсутствие капитала для начала собственного дела – 3,8%, отсутствие необходимых знаний для ведения бизнеса – 2,6%, лень, страх и неблагоприятная ситуация в стране по 2,1%. Несомненно, результаты указывают на возможность развития заинтересованности у студенческой молодежи к указанному виду деятельности, что расширит их карьерные возможности. Охват и информирование большей части студентов мероприятиями, активностями, связанными с развитием предпринимательских способностей, должен стать ключевой целью организации образовательного процесса. Данные отражают влияние как субъективных, так и объективных факторов, но при этом психологические факторы меньше всего оказывают влияние на возможность занятия предпринимательской деятельностью, поэтому гипотеза 1 о том, что студенческая молодежь НГУЭУ зачастую выбирает традиционный путь построения карьеры – в качестве наемного сотрудника, а не через занятие предпринимательской деятельностью, что обусловлено недостаточной подготовкой и страхами выпускников, подтвердилась частично.

Далее были изучены представления студенческой молодежи НГУЭУ о предпринимательской деятельности, а также об условиях и факторах, способных оказать позитивное влияние на желание молодежи к занятию данным видом деятельности.

Выяснилось, что среди ближайшего окружения опрошенных студентов опыт предпринимательства есть у родственников (не родители) – 43,4%, также опыт ведения предпринимательской деятельности имеется у друзей – 33,2%, реже всего обмен опытом в сфере предпринимательства студенты могут получить, состоя в предпринимательских клубах – 2,6% из всей совокупности. Респондентам также было предложено описать собственный опыт ведения предпринимательской деятельности, если такой имеется. Так, 41% студентов даже не задумывались об открытии собственного дела, 40,5% готовы попробовать, но в силу ряда причин пока воздерживаются, также были и те студенты, чей опыт ведения бизнеса оказался неудачным, поэтому были вынуждены отказаться от идеи – 6,1%, лишь 5,2% на данный момент ведут свой проект (232 респондента). Опыт и знания предпринимательской среды может выступать ориентиром для остальных студентов. Среди всех видов предпринимательской деятельности студенты пробовали и пробуют такие виды как: торговля – 41,1%, производство услуг – 33,1%, производство товаров – 13,9 %, реже всего проекты в сфере финансов – 4,6%. Детальнее сфера предпринимательской активности выглядит следующим образом: бьюти-индустрия – 15,1%, реклама и маркетинг – 11,7%, дизайн и креативные услуги – 10,8%, интернет-магазин и электронная коммерция – 8,8%, искусство и культура – 8,4%, спорт и фитнес – 8,1%. Иные виды предпринимательской деятельности, которыми предпочитали заниматься студенты НГУЭУ: Е-коммерция, развлечения и рекреация, маркетинг, услуги дизайна, обучение и репетиторство. Затем студентам было предложено оценить свои знания в сфере предпринимательства и готовность к развитию собственных проектов. Выяснилось, что около половины (47,6%) поверхностно знакомы с процессом запуска бизнеса, еще 13,2% абсолютно ничего не знают о возможности запуска проекта, в это же время 39,2% достаточно ясно или абсолютно четко представляют данный процесс и разбираются углубленно. Складывается ситуация, в которой все же подавляющее большинство на данный момент не обладает компетенцией к открытию собственного дела, что также подтверждается карьерными стратегиями студентов НГУЭУ. В качестве гипотетического пути развития карьеры студентам было предложено оценить параметры, исходя из которых они готовы были бы открыть собственное дело. При ответе на вопрос «Чем бы Вы руководствовались при выборе направления своего будущего бизнеса?» чаще всего были отмечены такие варианты как: проект соответствует интересующей теме или идеи – 71,9%; проект гарантирует стабильный доход – 65,8%, проект предполагает рост рынка – 53,1%. Наиболее непопулярные ответы, выбранные участниками исследования отражают низкое доверие государственным структурам и университету – 9,5%, а также отсутствию конкуренции – 10,6%. Среди иных факторов опрошенные также предлагали такие варианты: наличие навыков и знаний в выбранной сфере, получение прибыли, финансовые возможности открытия собственного проекта. Резюмируя вышеперечисленные барьеры и направления развития, заметим, что студенты нуждаются в увеличении количества практикоориентированных занятий, тренингов и семинаров, посвящённых развитию идей, формированию команды, получению навыков планирования и презентации собственных идей. Именно регулярная практика, оттачивание навыков позволит снять большую часть барьеров,

что позитивно отразится не только на численности студентов-предпринимателей, но и повысит конкурентоспособность выпускников за счет развития soft-skills. Таким образом, гипотеза 2 о том, что студенческая молодежь НГУЭУ в основном владеет общими знаниями о предпринимательстве, но лишь малая доля способна применить полученные знания в реальной практике, подтвердилась.

На третьем этапе исследование предполагало рассмотрение взаимосвязи между предпринимательским потенциалом и образовательным курсом университета «Основы предпринимательства», а также между потенциалом и специализированными мероприятиями такими как тренинги предпринимательских компетенций и акселерационными программами. На сегодняшний день поддержка предпринимательства заключается не только в проведении консультаций и работе ресурсных центров, но также и в возможности получения капитал на развитие собственного проекта в виде грантовой поддержки. Респондентам было предложено оценить свою готовность к участию в конкурсе на получение финансирования проекта. 46,8% не готовы принимать участие в таких проектах, даже при условии денежного поощрения инициативы. Только 16,9% готовы вкладывать усилия для получения государственной поддержки на открытие собственного дела, а оставшиеся 36,3% рассматривают такую возможность как один из вариантов развития в будущем. Данный факт отражает низкую заинтересованность и отсутствие предпринимательской активности практически у половины опрошенных. В НГУЭУ функционирует внеучебная траектория «Бизнес и предпринимательство», исследование предполагало определение степени осведомленности о ее деятельности. Несмотря на активное продвижение и поляризацию деятельности траектории, треть студентов впервые узнали о такой траектории при прохождении опроса, почти половина знали о ее существовании, но не предприняли попытки принять участие, лишь 2,7% состоят в траектории в качестве участника. Среди причин, которые препятствовали участию в деятельности траектории были отмечены: отсутствие интереса – 41%, совпадение учебных занятий и мероприятий, отсутствие знакомых, желающих составить компанию для участия по 26,5%, а также общая неосведомленность, к наименее распространенным причинам опрошенные отнесли занятость в работе иной траектории – 3,1%. Среди иных причин распространены ограничения, связанные с отсутствием времени для участия, занятость образованием, страх неудач, недостаточная информированность. Та же ситуация сложилась и с включенностью студентов НГУЭУ в деятельность Центра молодежного предпринимательства «ПИРС»: 8,6% лишь однажды посетили центр, 7,2% несколько раз становились участниками, 2% регулярно посещают центр (таких студентов 45 из 4476). Стоит отметить, что многие из участников принимают участие во всероссийских конкурсах, в том числе на получение гранта на развитие студенческих проектов в 1 млн рублей. Задачей центра видится повышение осведомленности студентов о возможности участия. Учитывая низкий процент заинтересованных студентов а также постоянных участников было необходимо изучить каналы, через которые студенты могли узнать о работе Центра. Выяснилось, что наиболее распространенный вариант – это квест первокурсников, предполагающий ознакомление со структурными подразделениями ВУЗа и возможностями для студентов –

27,7%, 19,3% посетили Центр после совета преподавателей, 12,9% узнали еще до поступления в ВУЗ на дне открытых дверей, также 12,6% с помощью информации на сайте НГУЭУ, 7,8% от одноклассников, через социальные сети 12,4%, от друзей лишь 5%. Также студентам было предложено перечислить предпринимательские активности, в которых они принимали участие. Чаще всего студенты принимали участие в тренингах предпринимательских компетенций – 15,8%, в акселераторе «Бизнес.ТУТ» – 15,5%, в интенсиве Университета 2035 – 4,4%, в проекте «Я в деле» – 4%, в проекте «Твой ход» – 3,7%, 1,6% принимали участие в написании выпускной квалификационной работы в формате «Стартап как диплом». Также студенты отмечали такие программы, которые не были перечислены в вариантах ответов опроса: Акселератор "БизнесТут.Старт", Бизнес-игра «Стартап погружение» от фонда «Сколково», Конференция по бизнесу и его основанию, Стартап галактика, Точка кипения. Среди причин, которые выступили барьером для принятия участия в мероприятиях Центра студентами были отмечены следующие: отсутствие конкретной идеи или самого проекта, который хотелось бы развивать – 34,9%, отсутствие желания участвовать само по себе – 32,9%, нехватка сил на проект из-за работы – 17,4%, отсутствие команды проекта – 15,3%, нежелание связывать свою жизнь с предпринимательской деятельностью – 14,3%, отсутствие пользы от деятельности лично для себя – 12,6%, отсутствие знаний о привлечении инвестиций в проект – 11,3%, реже всего студенты боятся взаимодействовать с другими людьми при создании проекта – 7,7%. Среди других причин, по которым студенты игнорируют возможность участия в мероприятиях Центра молодежного предпринимательства ПИРС отмечается общая неосведомленность, отсутствие времени, совпадение времени мероприятия и учебы, удаленность университета от места проживания затрудняет длительное пребывание, сомнения в компетентности сотрудников ПИРС, попытка избежать плагиата идеи, ограничения из-за получаемой специальности и статус иностранного студента. Тем не менее не стоит исключать то, что студенты не проявляют инициативность в участии в мероприятиях Центра по причине заинтересованности в работе иных тематических площадок. Были изучены иные направления для самореализации потенциала студентов помимо предпринимательских мероприятий. 98 студентов предложили свои варианты, среди них: искусство и творчество – 34,8%; спорт и юридическое направление – 13,5%, быти сфера – 6,7%, международные отношения – 5,6%, а также журналистика, медиа сфера, мероприятия для государственных служащих, механика и автотранспорт, экология, психология, литература, студенческие отряды и др. Таким образом, гипотеза 3 о том, что студенческая молодежь преимущественно начинает заниматься предпринимательской деятельностью после участия в специализированных акселерационных программах, а не по причине прохождения курса «Основы предпринимательства», подтвердилась.

При оценке качества образовательной среды университета с точки зрения наличия образовательной базы 4,2% абсолютно согласны с тем, что в НГУЭУ достаточно хорошая образовательная база, скорее согласны с утверждением 8,4%. При этом с утверждением о том, что в НГУЭУ невысокий уровень поддержки студенческого предпринимательства абсолютно не согласны 32,2% и скорее не согласны 26,3%. С тем, что университет вообще не



поддерживает инициативу учащихся в этой области абсолютно не согласны 40,4% и скорее не согласны 26,6%. Таким образом, НГУЭУ представляет возможность активным и заинтересованным студентам продвигать и развивать предпринимательские проекты, в том числе технологические. Для того, чтобы подтвердить или опровергнуть последнюю гипотезу о влиянии стратегии учебного заведения на рост предпринимательской активности студентов обратимся к результатам ранее проведенного экспертного интервью с преподавателями и консультантами доказывают, что стратегия развития задает ориентиры, к которым стремятся приблизиться управляющее звено, заведующие кафедрами, преподаватели и другие сотрудники НГУЭУ. Именно стратегия позволяет менять образовательную программу под предпринимательские цели, приобщать студентов к участию в конкурсах, а также оказывать необходимую поддержку для получения финансирования и развития собственного дела, в том числе технологического предпринимательства. Также эксперты убеждены, что на достигнутом результате нельзя останавливаться, его необходимо повышать, чтобы не только активные студенты знали о данной возможности, но и студенты всех направлений и курсов. Стало известно, что именно стратегия развития задает ориентиры, к которым стремятся приблизиться управляющее звено, заведующие кафедрами, преподаватели и другие сотрудники НГУЭУ: – *«Я считаю, что стратегия развития вуза работает на развитие технологического, молодежного предпринимательства, потому что, опять же, активно проводят акселераторы, тренинги. Есть дисциплины в рамках факультетов, которые направлены, соответственно, на развитие Техпреда. И в целом, и инноватики»* (сотрудник Центра молодежного предпринимательства ПИРС НГУЭУ, стаж работы 3 года, женщина);

– *«Предпринимательство встроено в образовательный процесс, есть обязательные курсы и траектории, Центр ПИРС выступает инфраструктурным ядром. Поддержка технологических проектов выражена через акселераторы, участие студентов в грантовых конкурсах и сотрудничество с Академпарком. Вместе с тем, есть пространство для роста: особенно важно наращивать взаимодействие с бизнесом и расширять масштабы работы по международному направлению»* (Менеджер Центра молодежного предпринимательства «ПИРС», стаж работы 2 года, женщина). Таким образом, гипотеза о том, что НГУЭУ заинтересован в развитии именно предпринимательской активности студенческой молодежи, что обусловлено стратегией развития учебного заведения, а также возрастающим интересом и потребностями среди обучающихся, подтвердилась частично. Действительно в программе обозначен вектор развития, но заинтересованность в развитии предпринимательства в одностороннем порядке (со стороны преподавателей и трекеров) не способно создать благоприятные условия для массового развития предпринимательства. Для достижения роста предпринимателей в кратном размере необходимо личное желание самих обучающихся, а также мотивация и целеориентированность.

В заключение стоит отметить, что НГУЭУ оказывает содействие не только молодым предпринимателям, данная поддержка способствует экономическому развитию города и региона в виде подготовки высокопрофильных специалистов по всем уровням обучения и различным специальностям, а также через партнерство в решении региональных задач –



основная миссия ВУЗа. На сегодняшний день, стратегическая цель учебного заведения состоит в развитии учебного заведения как ведущего ВУЗа по подготовке на основании концепции предпринимательского университета. Данный целевой показатель может быть достигнут за счет сочетания фундаментальных научных знаний, научно-исследовательской работы, предпринимательской деятельности и инноваций [3].

### Литература

1. Кадацкая Д.В., Лаврова Ю.С. Тенденции развития инновационного технологического предпринимательства в условиях цифровой экономики // Вопросы инновационной экономики. 2020. № 2 (10). С. 985-992.
2. О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года: Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2024 № 309 // Собрание законодательства РФ. № 20. ст. 2584.
3. Программа развития федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Новосибирский государственный университет экономики и управления „НИНХ“» на 2023–2032. Новосибирск: НГУЭУ, 2023. 61 с.
4. Салихов Б.В., Салихова И.С., Жуков А.О. Новые вызовы и угрозы как акселераторы формирования мобилизационного качества человеческого капитала. // Проблемы рыночной экономики. 2025. №3. С. 58-76.
5. Тульская С.Г., Куцыгина О.А., Колосова Н.В. Технологическое предпринимательство: методические указания к проведению практических занятий и выполнению самостоятельной работы для студентов направления 08.04.01 «Строительство» всех форм обучения. Воронеж: ВГТУ, 2022. 19 с.

© Ильченко М.Д., 2026

**Кормаков Д.А., Шаймиева Э.Ш.**

Казанский инновационный университет им. В.Г.Тимирязева (ИЭУП)  
г. Казань, Россия

## **ЭКОСИСТЕМА УНИВЕРСИТЕТСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ВОЛОНТЕРСТВА КАК ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ**

Актуальность исследования обусловлена необходимостью совершенствования механизмов коммерциализации инноваций в промышленно–коммерческую сферу, что отвечает требованиям «Общества 5.0» о синергетическом развитии экономической и социальной компоненты. Так, эффективное внедрение принципов «Индустрии 5.0» требует аккумуляции имеющихся внутренних ресурсов, важнейшей формой которых является человеческий капитал. Представленный актив составляет основную часть национального богатства развитых стран и имеет ключевое значение для экономического роста государства.

По итогам 2025 года человеческий капитал России был высоко оценен, заняв 28 место в «Глобальном инновационном индексе» (Global Innovation Index 2025: Innovation at a Crossroads) [13, с. 204]. Однако, текущий уровень распространения знаний находится в менее развитом состоянии: 62-е место по соответствующим показателям.

Задача полноценной активизации рассматриваемого ресурса нашла своё отражение в Концепции технологического развития до 2030 года. Утвержденная стратегия является ответом на «недостаточную способность национальной экономики адаптироваться к глобальным трендам» [6, с. 10]. Документ предлагает новые формы взаимодействия бизнеса, науки и государства с целью повышения эффективности трансфера знаний в реальный сектор народного хозяйства. Стоит отметить, что особая роль в данном процессе отводится высшим учебным заведениям, так как именно в академической среде концентрируется мощный человеческий капитал. В частности, наблюдается устойчивая тенденция на увеличение вклада вузов в исследования и разработки: если в 2010 году он находился на уровне 14,8%, то по итогам 2023 года достиг 24% (<https://clck.ru/3S5x7C>). Помимо этого, в 2025 году доля заявок от университетов на регистрацию патентов составила 40% (<https://clck.ru/3S5x8U>).

Не менее важным событием институциональной политики в изучаемой области стало подписание Указа Президента РФ «О поддержке переселения в Российскую Федерацию иностранных граждан и лиц без гражданства». Данный подзаконный акт вводит понятие импатрианта – «иностранный гражданин или лица без гражданства, который представляет интерес для Российской Федерации и способен органичного включиться в систему позитивных социальных связей российского общества» [7]. В контексте настоящего исследования наибольший интерес представляет привлечение человеческих ресурсов из сферы предпринимательства и науки в академическое сообщество.

Таким образом, приоритетным направлением является развитие экосистемы высшего образования с целью раскрытия инновационного потенциала молодежи и их вовлечения в сетевое сотрудничество технологической и социальной модернизации. Однако, в качестве предмета отечественных исследований превалирует только предпринимательская составляющая университетской экосистемы. Причем, наиболее полное раскрытие данный

компонент получил лишь в плоскости региональной привязанности выстраиваемой системы. Такой изолированный подход не задействует коэволюционный потенциал данной модели: несмотря на более высокую заинтересованность российских студентов в предпринимательской карьере относительно международной выборки (на 5-10%), количество потенциальных предпринимателей значительно уступает мировым показателям (20,9% и 25,7% соответственно) [11, с. 16-29]. Текущая ситуация привела «к замораживанию процесса трансформации намерений молодых людей создать свой бизнес в активные предпринимательские действия» [11, с. 38]. В то же время, многоуровневость рассматриваемой концепции требует детального изучения иных составляющих: студенческого волонтерства в качестве инструмента вовлечения обучающихся в актуальные проблемы общества, а также роли студентов – импатриантов в обогащении человеческого капитала академической среды, в частности, её предпринимательского элемента.

Предметом научной работы выступила экосистема социального (технологического) предпринимательства и волонтерства в высших учебных заведениях России и стран-партнеров (СНГ и БРИКС). Целью данного исследования является формирование целостного представления о предпринимательской и волонтерской экосистемах высшего образования, основанного на их синергетическом развитии, многоуровневости представления, а также ключевой роли по привлечению отечественных студентов и импатриантов в процессы построения устойчивой экономики.

В соответствии с поставленной целью были определены следующие задачи:

1) сформировать понимание текущего этапа развития студенческой активности и соответствующего потенциала предпринимательской компоненты; 2) привести концептуальное представление экосистемы студенческого волонтерства как структурного элемента университетов нового поколения; 3) выявить схожие функции, а также различия ролей социального предпринимательства и волонтерства в активизации человеческого капитала вузов; 4) рассмотреть преимущества привлечения студентов-импатриантов в российскую экономику через рассматриваемые виды деятельности. Практическая значимость исследования заключается в формировании более эффективной экосистемы по вовлечению молодежи в решение актуальных проблемы региона через его технологическую и социальную модернизацию.

Согласно исследованию Гаффоровой Е.Б., экосистема предпринимательства может быть определена как «среда, определяемая институциональными и организационными игроками, а также другими системными элементами, которые взаимодействуют и влияют на выявление и коммерциализацию предпринимательских возможностей» [5, с. 17]. Становление университетов как предпринимательских организаций обуславливает ключевую роль инновационной и добровольческой деятельности молодежи в циркуляции знаний, необходимых для идейного наполнения предпринимательства [1]. В связи с этим, в центр изучения данного понятия ставится контекст студенческой активности (таблица).

Таблица

**Анализ основных форм участия студентов в развитии общества**

| Отражение активности                      | Студенческое технологическое предпринимательство                                                                                                                                                                                                      | Студенческое социальное предпринимательство                                                                                        | Студенческое волонтерство                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Стат. сборники, иные офиц. варианты учета | учет и мониторинг малых инновационных предприятий научно-образовательной сферы ( <a href="https://clck.ru/3S92fm">https://clck.ru/3S92fm</a> )                                                                                                        | не выявлено: ООО, СОНКО (социально ориентированные НКО) учитываются в общем реестре СОНКО регионов                                 | сборник лучших добровольческих практик ( <a href="https://clck.ru/3S94jM">https://clck.ru/3S94jM</a> ), мониторинг студенческого волонтерства ( <a href="https://clck.ru/3S94nw">https://clck.ru/3S94nw</a> )                  |
| Цифровые платформы                        | Платформа университетского технологического предпринимательства (ПУТП) ( <a href="https://univertechpred.ru/">https://univertechpred.ru/</a> ), учет осуществляется в количестве стартапов в рейтингах Топ-1000, Топ-50; количестве вузов-участников; | реализуется в рамках ряда направлений ПУТП (медицина с долей 14,5% и др.), в дальнейшем могут быть представлены как направления СП | Dobro.ru ( <a href="https://dobro.ru/">https://dobro.ru/</a> ), Volonter.ru ( <a href="https://volonter.ru/">https://volonter.ru/</a> ), учет в количестве мероприятий, проектов, а также организаций (но не вузов-участников) |
| Офиц. сайты вузов                         | на страницах акселерационных программ вузов, побед на ПУТП (и др.)                                                                                                                                                                                    | на страницах образовательных программ, побед на ПУТП                                                                               | на страницах добровольческих центров вузов, новостной блок                                                                                                                                                                     |

Научный пробел в исследовании экосистемного аспекта волонтерской деятельности студентов связывается с доминированием подхода, при котором добровольчество отсутствует как полноценный вид деятельности современного университета и не является его структурной составляющей. Так, в работе Исмагиловой Г.В. выделяются следующие функции экосистемы вуза: «образовательная, воспитательная, научно-исследовательская, инновационная, предпринимательская» [3, с. 34]. Это приводит к ситуации, где практически все внимание уделяется предпринимательской компоненте. При этом, тесно связанная с ней волонтерская деятельность не получает своего концептуального закрепления в университетской экосистеме. В своем исследовании Храмкова Е.В. при описании рассматриваемой модели высшего образования определяет широкий круг заинтересованных сторон, направленных на активное участие обучающихся в потребностях общества: «акселераторы, бизнес-школы, платформы коллективного сотрудничества, работодатели» [10, с. 152]. Однако, стейкхолдеры некоммерческого сектора, в особенности, волонтерские организации не выделяются в качестве потенциальных партнеров. Это исключает комплексность рассматриваемой модели высшего образования, которая образуется из множества экосистем её участников. Более того, добровольчество имеет особый коэволюционный потенциал с предпринимательской экосистемой. В частности, в работе Кичеровой М.Н. демонстрируется механизм вовлечения молодежи в экологическую трансформацию бизнеса: волонтерство приобретает «чрезвычайную важность в контексте развития «зеленого» предпринимательства» [4, с. 267]. Такой синергетический эффект объясняется прежде всего общей целью в осуществляемой деятельности: Федеральный закон «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)» в качестве основной формы добровольчества выделяет защиту граждан, а

также «социальную реабилитацию безработных, инвалидов и иных лиц»; ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» определяет социальное предпринимательство как «деятельность, направленную на достижение общественно полезных целей», в частности, законом даны конкретные формы её реализации в области социальной реабилитации [8; 9]. Доктринальное соотношение рассматриваемых понятий является более тесным и было рассмотрено при выполнении следующей задачи текущего исследования.

С точки зрения комплексного определения экосистемы вузов, актуальным является подход, в котором предпринимательство и волонтерская деятельность рассматриваются как инструмент реализации «третьей миссии» университетов. На примере исследования Антончевой О.А. демонстрируется более системная интеграция добровольчества в университетскую модель в качестве функции оказания услуг обществу, что стало воплощением «социальной направленности высшего образования» [1]. Здесь же прослеживается связь между волонтерством как средой активизации человеческого капитала для последующей инновационной деятельности в рамках социального предпринимательства, отводя добровольческой деятельности особую роль в трансфере знаний. Появление данного направления свидетельствует о необходимости модернизации экосистемного подхода в высших учебных заведениях. Это обосновывается активным развитием рассматриваемой университетской модели и соответствующей необходимостью пересматривать текущие положения экосистемы высшего образования на каждом этапе её становления.

Ввиду сложности обозначенного устройства университетской экосистемы требуется обозначение условных границ её элементов, а также связей между ними, наделяющих участников данного взаимодействия преимуществами. Пересечение социального предпринимательства и волонтерства проявляется в следующих семи аспектах, характеризующих их общность: 1) волонтерство, являющиеся эффективным механизмом укрепления широкой сети контактов, способствует накоплению социального капитала. В свою очередь, компоненты экосистемы студенческого предпринимательства взаимодействуют друг с другом, выстраивая социальные связи, для продуктивной и взаимной выгоды; 2) в связи с этим, добровольчество обладает интеграционной функцией при усилении международной кооперации в сфере образования. Социальное предпринимательство дополняет представленную роль и снижает негативные последствия глобализации, способствуя нахождению точек соприкосновения в обмене опытом с иностранными партнерами; 3) добровольческая деятельность развивает в студентах «такие качества, как товарищество, доброта честность, ответственность», а также навыки проектной работы [1]; Представленные навыки являются общими и не привязаны к определенной деятельности: они также воспитываются университетским предпринимательством; 4) волонтерство и предпринимательство не только создают благоприятную среду накопления человеческого капитала, но и содействуют его активизации в экономике; 5) рассматриваемые явления в активности молодежи представляют собой компоненты социальной работы. Данные технологии имеют общую цель (решение социальных проблем), а также обогащают друг



друга; 6) в деятельности участников добровольческих объединений и предпринимательских экосистем высокую роль играют современные технологии, в частности, цифровые платформы. Крупнейшими решениями в данной сфере являются Dobro.ru (<https://dobro.ru/>), «Наше будущее» (<https://www.nb-fund.ru/>), а также ПУТП (<https://univertechpred.ru/>); 7) данные формы включения студенческого потенциала в проблемы общества используют принципы долевого участия, которая является «катализатором решения социально значимых задач», а также способствует развитию социального предпринимательства и эффективной агрегации волонтерских усилий [2, с. 65].

Не менее важным является разграничение рассматриваемых понятий по семи признакам:

1) социальное предпринимательство находится на стыке коммерческого и некоммерческого, что характеризуется использованием социально-экономически эффективного подхода в решении общественных проблем. В свою очередь, добровольческая деятельность определяется как форма благотворительности, которая тесно связана с некоммерческим сектором и может предполагать лишь компенсацию от вложения ресурсов; 2) исходя из вышесказанного, формулируется вывод о различиях в финансировании рассматриваемых явлений. Так, для волонтерства характерно функционирование преимущественно за счет внешних средств. Вместе с тем, социальный предприниматель занимается самофинансированием определенной доли расходов при запуске своего предприятия, а в дальнейшем имеет возможность выйти на самоокупаемость и получение прибыли; 3) ввиду наличия экономической стороны предпринимательства возникает условие, не характерное для добровольчества: наличие рынков, благоприятных для продукта. Стоит отметить, что рыночные особенности увеличивают своё влияние и соответствующий разрыв между изучаемыми понятиями при рассмотрении предпринимательской экосистемы на международном уровне. Наглядно это продемонстрировано на примере объединения БРИКС, где каждая страна имеет свой уникальный вектор развития и национальные приоритеты; 4) социальное предпринимательство представляет собой инновационную технологию социальной работы, в то время как волонтерская деятельность является её традиционной формой. Студенты-предприниматели создают социально-экономическое благо путем новаторского сочетания ресурсов; 5) в отличие от добровольчества, инновационная деятельность студентов в контексте решения общественных проблем создает возможности для развития специфических компетенций: управленческих и экспертных навыков в бизнес сфере; 6) социальное предпринимательство имеет важный этап организационного оформления предприятия и выбора способа коммерциализации инноваций. Для внедрения идеи в реальный сектор экономики преимущественно используются стартапы и малые инновационные предприятия, регистрируемые в качестве ООО, ИП или НКО (<https://clck.ru/3RwFWe>). В связи с этим, институциональная поддержка экосистем студенческого предпринимательства имеет более весомое значение, так как для начала волонтерской деятельности студенту достаточно зарегистрироваться на одной из специализированных платформ; 7) предпринимательские экосистемы представлены сетью участников, взаимодействие которых направлено на

создание устойчивых предприятий с долгосрочным эффектом. Между тем, инициативы добровольчества часто носят эпизодический и краткосрочный характер.

Обозначенное соотношение изучаемых явлений подтверждает необходимость развития студенческого волонтерства на основе экосистемной модели, так как данная форма уже доказала свою эффективность при применении в схожей по ключевым признакам университетской деятельности. Более того, различия между социальным предпринимательством и волонтерством формируют потенциал взаимодополняемости и коэволюционного развития представленных компонент в рамках экосистемы высшего образования. Также необходимо отметить, что - несмотря на высокий уровень развития человеческого капитала - многие предприятия российской экономики сталкиваются с недостатком квалифицированных кадров. Как показывает зарубежный опыт, эффективный трансфер знаний из академической среды, особенно в условиях нестабильного положения международной политики, требует нахождения дополнительных источников знаний.

В поставленном контексте особую актуальность приобретает институт импатрианства. Так, включение иностранных студентов в экосистему университетского предпринимательства и волонтерства является одной из перспективных форм их вовлечения и удержания в системе позитивных социальных связей российского общества. Данное утверждение обосновывается следующими положениями:

- укрепление партнерства в рамках БРИКС на культурно-гуманитарном треке, особенно в сфере студенческого предпринимательства, формирует благоприятную среду институциональных партнерств для интенсификации потока импатриантов из дружественных стран;

- разнообразие направлений в развитии социального предпринимательства стран БРИКС создает высокий потенциал в применении иностранного опыта для решения проблем российского общества, которые все еще не получили своего решения в рамках отечественных разработок. Так, компетенции китайских студентов в построении цифровой экономики и использовании передовых технологий позволят вывести содержание социальных стартапов на новый уровень.

- особенно важно отметить, что различия в организации и степени развития студенческой активности создают основу для модернизации отечественной экосистемы университетского предпринимательства и волонтерства на основе знаний импатриантов. На данный момент сотрудничество с индийскими партнерами представляет наивысший потенциал с точки зрения повышения доли венчурного капитала в поддержке предпринимательской деятельности студентов (700 млн долл. в РФ против 25 млрд долл. в Индии), а также упрощения регистрации инновационных предприятий и прав интеллектуальной собственности (Закон об интеллектуальной собственности Индии ускоряет выдачу патентов и снижает стоимость регистрации брендов) [12, с. 76-77];

- экосистемный подход повышает успешность включения импатриантов в российское общество через использование интеграционной функции волонтерства с возможностью последующей коммерциализации полученных знаний в форме социального стартапа;

- предлагаемая модель обеспечивает эффективный механизм удержания иностранных студентов через их включение в реальный сектор экономики, в особенности, посредством создания собственного предприятия. Таким образом, являясь формой поддержки в самообеспечении импатриантов и их самореализации, предпринимательская активность позволяет преодолеть проблему отсутствия желания оставаться в стране после кратковременного пребывания.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что предпринимательская экосистема университета, находясь в процессе постоянной эволюции, требует пересмотра подхода к её широкому определению. Так, волонтерская составляющая высшего образования имеет высокий потенциал синергетического развития с предпринимательской компонентой и требует развития добровольчества на основе принципов взаимообогащения участников при реализации социальной миссии университета. Кроме того, текущая политика Российской Федерации в области привлечения импатриантов может получить эффективное воплощение в составе экосистемы студенческого предпринимательства и волонтерства.

### Литература

1. Антончева О.А., Ляшко С.В. Студенческое волонтерство как инструмент реализации «третьей миссии» университетов // Социально-педагогические технологии в социализации будущего профессионала: Материалы V Всероссийской мультимедийной научно-практической конференции представителей академической науки и специалистов-практиков в области воспитательной деятельности и молодежной политики в высшей школе, Хабаровск, 2023. С. 7-11.
2. Веретенникова А.Ю., Козинская К.М. Шеринг-экономика как драйвер развития социального предпринимательства // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 12(230). С. 60-75. <https://doi.org/10.46554/1993-0453-2023-12-230-60-75>
3. Исмагилова Г.В., Лысенко Е. В. Экосистемный подход в высшем образовании России в аспекте управления человеческими ресурсами // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. 2023. Т. 12. № 4. С. 32-38. <https://doi.org/10.12737/2305-7807-2023-12-4-32-38>
4. Кичерова М.Н. От экологического волонтерства - к «зеленому» предпринимательству: социально-правовые аспекты взаимодействия // Человек в экосистеме будущего: баланс ценностного и правового измерения: сборник научных статей по итогам Международного научно-практического форума (г. Тюмень, 27–29 октября 2022 года). Тюмень, 2023. С. 265-274.
5. Киричек А.И., Гаффорова Е.Б., Бабак Л.Н., Васильковский А.В. [и др.] Предпринимательская экосистема как фактор экономического развития региона (на примере Дальневосточного федерального округа). Владивосток: Дальневосточный федеральный ун-т, 2023. 300 с. <https://doi.org/10.24866/7444-5567-5>

6. Распоряжение Правительства РФ от 20.05.2023 № 1315-р (ред. от 21.10.2024) «Об утверждении Концепции технологического развития на период до 2030 года» // Собрание законодательства РФ. 2023. № 22. Ст. 3964.
7. Указ Президента Российской Федерации от 02.12.2025 № 883 «О поддержке переселения в Российскую Федерацию иностранных граждан и лиц без гражданства, представляющих интерес для Российской Федерации, и об особенностях их правового положения в Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации. 2025. № 49. Ст. 7323.
8. Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ (ред. от 28.12.2025) «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)» // Собрание законодательства Российской Федерации. 1995. № 33. Ст. 3340.
9. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 14.12.2025) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации. 2007. № 31. Ст. 4006.
10. Храмова Е.В. Применение экосистемного подхода в образовании // Теория и практика общественного развития. 2024. № 4(192). С. 151-157. <https://doi.org/10.24158/tipor.2024.4.18>
11. Широкова Г.В., Карпинская Э.О., Векслер К.А., Дворкина Д.В. Глобальное исследование предпринимательского духа студентов. Национальный отчет: Россия 2023. СПб., 2023. 39 с.
12. Челобитчиков Д.А., Халимон Е.А. Особенности организации стартап-проектов в некоторых странах БРИКС // Вестник проектного управления. 2025. Т. 1. № 1. С. 71-81. <https://doi.org/10.26425/3034-6916-2025-1-1-71-81>
13. World Intellectual Property Organization (WIPO). Global Innovation Index 2025: Innovation at a Crossroads. Geneva: WIPO. 2024. <https://doi.org/10.34667/tind.58864>

© Кормаков Д.А., Шаймиева Э.Ш., 2026

Лукашевич Л.М., Чеснокова Л.В.

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского  
г. Омск, Россия

## ТРАНСФОРМАЦИЯ СПОСОБОВ КОНСТРУИРОВАНИЯ ОБРАЗОВ «ЧУЖОГО» В СМИ: ОТ ТРАДИЦИОННЫХ МЕДИА К ЦИФРОВЫМ ПЛАТФОРМАМ

Современная социокультурная ситуация характеризуется беспрецедентной глобализацией, увеличением миграционных потоков и развитием информационно-коммуникационных технологий. В этих условиях средства массовой информации играют ключевую роль в формировании общественного мнения и восприятия "других" – тех, кто отличается от большинства населения по национальности, расе, религии, культуре или иным признакам. Зачастую такие люди вызывают недоверие и страх, что проявляется в феномене ксенофобии (от греч. *xenos* - иностранец, незнакомец и *phobos* - страх, боязнь) – иррациональном страхе и неприязни по отношению к чему-то чужому, необычному, непривычному. Феномен ксенофобии является механизмом конструирования дихотомии «мы-они», который сопровождает человечество на протяжении всей его истории, трансформируясь под влиянием культурных и социальных факторов. В настоящее время в различных странах наблюдается усиление ксенофобских настроений, проявляющихся в дискриминации, ненависти и даже насилии в отношении определенных групп населения. Развитие интернета и социальных сетей создало новые возможности для распространения ксенофобской информации. В данной работе будет рассмотрена трансформация способов конструирования образа чужого в средствах массовой информации в эпоху традиционных медиа – печатных СМИ и телевидения (1950-2000-е гг.), в период роста популярности социальных сетей (2000-2010-е гг.) и в последнее десятилетие развития алгоритмической персонализации контента (2020-е гг.).

Феномен ксенофобии является результатом воздействия многих факторов: биологического, психологического, культурного, социально-политического и экономического. Хотя деление мира на своих и чужих является естественным психологическим механизмом, поскольку столкновение с чем-то непривычным и незнакомым закономерно вызывает у людей опасение, «граница, проводимая между своим и чужим, не всегда является естественной, она социально организована и может сопровождаться целенаправленным формированием образа врага» [11, с. 99]. Ксенофобия представляет собой общественную опасность, поскольку в определенные периоды (как правило, связанные с ухудшением социально-экономических условий), она может привести к поискам врага, послужить причиной дискриминации и нарушения прав религиозных или этнических меньшинств. «Образ чужого выступает символом, воплощающим угрозу – культурную, экономическую или физическую, часто не имеющую связи с реальностью. Упрощенный и мифологизированный символ, обладая высокой эмоциональной заряженностью, превращается в инструмент мобилизации» [6, с. 81], которым могут воспользоваться различные политические силы, преследующие свои интересы.



В эпоху доминирования традиционных медиа – печатной прессы и телевидения (1950–2000-е гг.) конструирование образа «врага» носило преимущественно вертикальный и прямой характер. Ксенофобские нарративы выступали инструментом социального контроля и мобилизации, транслируясь от элит к массам через централизованные каналы массовой коммуникации. Как отмечал Зигмунт Бауман, в контексте текучей современности распад привычных социальных структур и рост экзистенциальной неопределенности порождают запрос на упрощение сложности, где фигура «чужого» начинает символизировать источник социального хаоса [2]. СМИ, обладая механизмами интерпретации реальности, эффективно навязывают аудитории эту оптику, превращая единичные конфликты в знаковые события, требующие консолидации «нас» против «них». И чем чаще группа «чужаков» упоминается в повестке, тем более негативное отношение к ней конструируется.

Телеканалы и печатные медиа, используя приемы драматизации и визуализации угрозы, способны превратить бытовую ссору в крупный этнический или социальный конфликт. По словам Е.О. Хабенской, «такие явления, как ксенофобия, национализм, расизм зачастую возникают и распространяются в обществе вследствие не столько реальных причин и наличия почвы для конфликта, сколько причин виртуальных – «нагнетания обстановки» средствами массовой информации» [10, с. 64]. С целью привлечения внимания читателей или зрителей средства массовой информации способны осознанно провоцировать вражду.

В соответствии с концепцией моральной паники Стэнли Коэна, СМИ выступают в роли «предпринимателей морали», гиперболизируя масштабы девиации и игнорируя социально-экономический контекст [4]. Кадры насилия, демонстрируемые телевидением, способны вызвать волну подражательных действий, что может привести к всплеску ненависти в отношении мигрантов и институционализация радикальных групп. Хотя процесс распространения информации в предыдущие десятилетия проще поддавался цензурному контролю и требовал больших затрат времени (по сравнению с будущими цифровыми эпохами), именно СМИ зачастую превращали локальные конфликты в события общенационального масштаба, легитимизируя ксенофобский дискурс в публичном пространстве.

Переход на платформы Web 2.0, такие как «Одноклассники» и «ВКонтакте», произошедший в 2010-е годы, знаменовал собой фундаментальный сдвиг от централизованной пропаганды к децентрализованной, горизонтальной мобилизации массовой аудитории. Ксенофобия в социальных сетях может приобретать черты вирусной инфекции, поскольку последние служат удобным пространством для распространения слухов. Так, «достаточно одному или нескольким пользователям социальных сетей «запустить» новость, наполненную провокационным содержанием, как ее публикация в интернет-пространстве с многочисленным перепостированием на других страницах социальной сети может повлечь за собой самые неоднозначные последствия» [3, с. 334]. Онлайн-платформы, зачастую не способные эффективно контролировать контент, становятся рассадником ненависти и экстремизма.

Теперь скорость распространения контента сократилась с дней до часов, а сам потребитель информации стал ее активным ретранслятором. По словам С.Л. Кушнерук, «практически беспрепятственное вхождение пользователей в любые комьюнити, отсутствие цензуры и мнимое чувство безнаказанности в виртуальной среде способствуют распространению ксенофобии» [7, с. 873]. Социальные сети благоприятствовали формированию «эхо-камер» и «информационных пузырей», где ксенофобские стереотипы не просто транслировались, а циркулировали и укреплялись через одобрение референтных групп.

Цифровые каналы массовой коммуникации обладают способностью превращать недоверие к незнакомцам в управляемую идеологическую конструкцию, пропагандирующую «ненависть, дискриминацию или насилие в отношении любого человека или социальной группы на основе таких аспектов, как раса, цвет кожи, этническое происхождение, национальность или религиозная принадлежность посредством цифровых медиа» [13].

Опасность данной формы воздействия на массовое сознание заключается в феномене «перформативной публичности»: акты лайков, репостов и комментариев создают у пользователя иллюзию репрезентации мнения большинства населения, что придает стихийной ксенофобии статус мнимого социального консенсуса. Для формирования образа врага в социальных сетях используются такие способы манипуляции массовым сознанием как «актуализация коммуникативной категории «свой - чужой»», «навешивание ярлыков», «создание контраста», «прикрытие авторитетом», использование «неавторизованную информации», выразительные лексические и визуальные средства и т.д.» [9, с. 247].

Это может привести к росту социальной или межэтнической напряженности, когда у людей, никогда не встречавшихся лицом к лицу с определенными социальными или этническими группами, формируется чувство неприязни, лишь потому что им попался контент, который в силу своей повторяемости и отсутствия альтернативных нарративов в замкнутом информационном пространстве приобретал статус объективной реальности. «Координация через социальные сети может быть особенно актуальна в случае незаконных действий и стигматизации, таких как преступления на почве ненависти, поскольку социальные сети позволяют легче находить единомышленников в онлайн-сообществах и группах и, возможно, выдавать себя за человека, придерживающегося таких взглядов» [12].

Современный этап развития медиа, характерный для 2020-х годов, связанный с доминированием цифровых платформ и мессенджеров, отличается персонализацией ксенофобского дискурса. Алгоритмы платформ, оптимизированные под максимизацию вовлеченности, подхватывают эмоционально заряженный контент, предлагая его все новым сегментам аудитории. Механизмы машинного обучения и рекомендательные алгоритмы перешли от простой ретрансляции к предиктивной. С помощью курирования контента платформа сама подбирает пользователю те триггеры, на которые он с наибольшей вероятностью отреагирует. Это приводит к воплощению неприязни в реальные действия (такие как оффлайн-насилие и погромы).

Особенно тревожно то, как ксенофобия в виртуальной среде маскируется под безобидные форматы. Мемы, «чёрный юмор», ироничные паблики – всё это позволяет

транслировать ненависть под видом шутки, которая в дальнейшем может перерасти в открытую агрессию. «В подобных обсуждениях используется маркированная лексика – слова с выраженной негативной коннотацией, стереотипами, юмором и сарказмом, благодаря которым нормализуются дискриминационные установки» [5, с. 603]. Алгоритмическая среда платформ создает эффект «информационного цунами»: любое событие с участием «чужаков» может быть мгновенно вырвано из контекста и масштабировано до уровня национальной угрозы.

Глобальный контекст подтверждает универсальность этих механизмов. Так, например, антиазиатская истерия в период пандемии COVID-19 (2020–2021), подогреваемая цифровыми сетями, привела к тысячам атак на выходцев из Азии в США и Европе. Фраза «китайский вирус» стала не просто стигмой, а перформативным актом, запустившим волну насилия.

Сравнительный анализ показывает, что алгоритмическая эпоха опаснее предыдущих по трем параметрам: масштабу (локальный инцидент мгновенно становится глобальным), скорости (вирусное распространение контента опережает любые механизмы фактчекинга) и интерактивности (пользователь не потребляет ненависть, а соавторствует ей, переводя агрессию из виртуальной в реальную плоскость). «В информационном обществе ксенофобия становится идейным оружием, способным спровоцировать вооруженные конфликты. Она подпитывается имеющимся разделением человечества на государства, нации, этносы, расы, религиозные конфессии, культуры» [8, с. 86]. Всё это может привести к социальным и этническим конфликтам.

Ксенофобия может стать «не только причиной проявления вербальной и физической, прямой и косвенной агрессии, нанесения ущерба и вреда людям, принадлежащим другой национальной или конфессиональной группе» [1, с. 146]. Это может привести к социальной и этнической поляризации, росту насилия и вовлечению больших масс людей в экстремистские движения.

Таким образом, эволюция ксенофобии в медиапространстве представляет собой процесс перехода от «конструирования сверху» к «распространению по горизонтали» и далее – к «алгоритмической трансляции» вражды. Несмотря на смену технологических форм и каналов распространения информации, конструирование образа «чужого» как источника угрозы продолжает сохраняться. Если в индустриальную эпоху СМИ выступали инструментами государства или бизнеса по управлению массами, то в эпоху цифровых платформ алгоритмы капитализируют глубинные социальные страхи, связанные с экономической нестабильностью и кризисом идентичности. Ксенофобия не исчезает, а мутирует, становясь более адаптивной, персонализированной и опасной, стирает грань между виртуальной агрессией и физическим насилием. Для безопасности многонационального и многоконфессионального российского общества недопустимо сохранение возможности свободной трансляции пропаганды ненависти к определенным социальным группам.

## Литература

1. Андрианова Р.А. Мигрантофобия и ксенофобия как факторы формирования экстремистского поведения // Социальные новации и социальные науки. 2023. № 1. С. 139-149. <https://doi.org/10.31249/snsn/2023.01.10>
2. Бауман З. Текучая современность. СПб.: Питер, 2008. 240 с.
3. Гонцовский В.К. Влияние средств массовой информации на этническую ксенофобию в молодежной среде современной России // Социально-гуманитарные знания. 2013. № 11. С. 330-336.
4. Коэн С. Народные дьяволы и моральная паника. М.: Новое издательство, 2005. 352 с.
5. Кихтев Н.С. Социальная сеть ВКонтакте как отражение ксенофобии и токсичности: антииммигрантская риторика в цифровом пространстве // Медиалингвистика. 2025. № 5. С. 601-603.
6. Ковалев А.А. Гроза дезинтеграции в многонациональном обществе: философское осмысление // Вестник ДонНУ. Сер. Б: Гуманитарные науки. 2025. № 3. С. 76-85. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17897550>
7. Кушнерук С.Л. Ксенофобия как фактор идеологического миромоделирования в цифровой коммуникации // Журнал Сибирского федерального университета. Гуманитарные науки. 2023. № 16(6). С. 871-883.
8. Кюребекова М.Н., Белинов М.С. Ксенофобия: формирование предупреждающих ценностных ориентиров // Общество: философия, история, культура. 2023. № 11. С. 83-89. <https://doi.org/10.24158/fik.2023.11.11>
9. Махмутов З.А. Ксенофобские и экстремистские установки в этнических виртуальных сообществах // Казанский педагогический журнал. 2022. № 1. С. 242-248. <https://doi.org/10.51379/KPJ.2022.151.1.031>
10. Хабенская Е.О. Ксенофобия реальная и виртуальная // Социологический журнал. 2010. № 2. С. 50-67.
11. Шевченко О.М., Штофер Л.Л. Ксенофобия как эффективная технология современных информационных войн // Гуманитарий Юга России. 2015. № 1. С. 98-107.
12. Bursztyn L., Enikolopov R., Egorov G., Petrova M. Social Media and Xenophobia: Evidence from Russia // NBER Working Paper. 2019. № 26567.
13. Castaño-Pulgarín S.A., Suárez-Betancur N., Vega L., López H.M.H. Internet, social media and online hate speech. Systematic review // Aggression and Violent Behavior. 2021. № 58. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2021.101608>

© Лукашевич Л.М., Чеснокова Л.В., 2026

**Маркова А.В., Руманов З.Л.**

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации  
г. Москва, Россия

## **СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ БАРЬЕРЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ESG-ОТЧЕТНОСТИ: ОПЫТ КИТАЙСКИХ МЕНЕДЖЕРОВ**

В глобальной повестке устойчивого развития ESG-отчетность представляет собой форму нефинансового раскрытия информации компанией по 3-м ключевым компонентам – экологическому (Environmental), социальному (Social) и управленческому (Governance), – охватывающим воздействие на окружающую среду, социальную ответственность перед сотрудниками и обществом, а также качество корпоративного управления; она призвана обеспечить прозрачность деятельности компании для инвесторов, регуляторов и иных стейкхолдеров. Китай, объявивший 2024 год «Годом раскрытия информации» и наметивший переход к обязательной ESG-отчетности с 2026 года для эмитентов ключевых индексов, представляет собой уникальную платформу, где глобальные стандарты прозрачности сталкиваются с глубоко укорененными социокультурными концепциями (<https://clck.ru/3SQVmu>). Число ESG-отчетов на китайском рынке выросло с ~400 в 2009 году до 2211 к 2023 году, однако качество раскрытия остается неоднородным: менее 50% локальных листинговых компаний публикуют отчеты об устойчивом развитии (<https://clck.ru/3SQVuX>).

Центральная проблема состоит в том, что международные ESG-рамки, сформированные в контексте англосаксонской модели корпоративного управления, опираются на постулаты индивидуальной подотчетности, формализованной прозрачности и приоритета акционерной стоимости. Китайская деловая среда, в свою очередь, исторически выстроена на конфуцианских принципах коллективной гармонии (互惠), «сохранении лица» (面子) и реляционного доверия (关系). Данный ценностный конфликт порождает специфические барьеры на пути ESG-трансформации, которые не определяются стандартными моделями регуляторного давления.

Целью настоящего исследования является выявление социокультурных барьеров и возможностей использования ESG-отчетности в Китае с акцентом на ценностных конфликтах, институциональных различиях и управленческом восприятии менеджеров технологических компаний Xiaomi, Alibaba и Tencent.

Методологическую основу исследования составляют контент-анализ корпоративных ESG-отчетов трех китайских эмитентов за 2022–2024 гг., оценка количественных ESG-рейтингов London Stock Exchange Group (LSEG), а также систематизация результатов международных эмпирических исследований по интеграции ESG в Китае, проведенных CFA Institute совместно с PRI (ESG Integration in China: Guidance and Case Studies, 2019), и аналитических материалов Всемирного экономического форума и PwC China по развитию корпоративной ESG-отчетности (A Leapfrog Moment for China in ESG Reporting, 2021; 2021 PwC China ESG Report). Теоретическую основу дополняет корпус академических публикаций о влиянии конфуцианской культуры на корпоративное поведение и стратегические решения



фирм, включая недавние работы о роли конфуцианской традиции в корпоративной цифровой трансформации и формировании долгосрочной ориентации компаний. Нормативной базой служат утвержденные в декабре 2024 г. «Corporate Sustainability Disclosure Standards – Basic Standards» Министерства финансов КНР, устанавливающие общие требования к раскрытию информации о устойчивом развитии и во многом ориентированные на архитектуру ISSB, а также действующие регуляторные предписания Китайской комиссии по регулированию ценных бумаг (CSRC) и правила листинга и раскрытия информации основных китайских бирж – Shanghai Stock Exchange (SSE), Shenzhen Stock Exchange (SZSE) и Beijing Stock Exchange (BSE).

Формализация ESG-рамки в Китае началась в 2008 году, когда Шэньчжэньская и Шанхайская биржи потребовали от компаний базовых индексов публиковать отчеты о социальной ответственности [3, с. 3]. С тех пор регуляторная архитектура прошла путь от мягких рекомендаций к структурированному обязательному раскрытию. В феврале 2024 года три биржи под эгидой CSRC выпустили руководящие принципы, обязывающие компании индексов SSE 180, STAR 50, SZSE 100, ChiNext и компании с двойным листингом раскрывать ESG-данные с 2026 года. В декабре 2024 года Министерство финансов утвердило «Basic Guidelines for Corporate Sustainability Disclosure» с принципом «двойной существенности», а в январе этого года SSE опубликовала три приложения к руководству, включая стандарт климатической отчетности, привязанный к национальным целям по сокращению выбросов (<https://clck.ru/3SQVmu>).

Параллельно концепция «Пяти ключевых столпов» (Five Key Pillars/五篇大文章) – технологические (科技金融), зеленые (绿色金融), инклюзивные (普惠金融), пенсионные (养老金融) и цифровые финансы (数字金融) – встроила ESG-повестку в макрофинансовую стратегию КНР. Зеленые финансы покрывают экологический (E), а инклюзивные и пенсионные – социальный (S) контуры ESG, превращая устойчивое развитие из корпоративной инициативы в элемент государственного планирования ([https://www.gov.cn/zhengce/content/202503/content\\_7010604.htm](https://www.gov.cn/zhengce/content/202503/content_7010604.htm)).

Конфуцианская культура оказывает двойное воздействие на ESG-практики. Компании, расположенные вблизи конфуцианских храмов и академий, демонстрируют более высокие показатели экологических инвестиций и общей ESG-результативности, поскольку ценности «жэнь» (仁, человеколюбие) и «иу» (义, справедливость) формируют внутреннюю мотивацию к социальной ответственности; эмпирически это проявляется в том, что фирмы в регионах с более сильным конфуцианским влиянием реже прибегают к «зелёному камуфляжу» и демонстрируют более высокую готовность к подлинным «зелёным» практикам за счёт развития зелёных инноваций. В то же время данная культурная традиция склоняет компании, находящиеся под сильным конфуцианским влиянием, к избирательному раскрытию информации, выделяя «добродетельные» процедуры и замалчивая проблемные зоны. Особо выраженный эффект наблюдается в государственных предприятиях и высоко загрязняющих отраслях, где конфуцианская риторика используется для легитимации существующих практик

– феномен, который исследователи обозначают как «этическая чистка» (Ethics washing) [1, с. 1].

Таблица

**ESG показатели Xiaomi, Alibaba и Tencent.**  
Составлено автором на основе данных LSEG за 2024 г. (<https://clck.ru/3SQXsi>)

|                                     | <b>Xiaomi Corp</b> | <b>Alibaba Group Holding Ltd</b> | <b>Tencent Holdings Ltd</b> |
|-------------------------------------|--------------------|----------------------------------|-----------------------------|
| <b>Общая оценка</b>                 | <b>67</b>          | <b>70</b>                        | <b>86</b>                   |
| <b>Окружающая среда (E)</b>         | <b>90</b>          | <b>70</b>                        | <b>75</b>                   |
| Выбросы                             | 91                 | 67                               | 96                          |
| Использование ресурсов              | 85                 | 95                               | 92                          |
| Инновации                           | 91                 | 53                               | 52                          |
| <b>Социальная сфера (S)</b>         | <b>74</b>          | <b>91</b>                        | <b>88</b>                   |
| Права человека                      | 71                 | 91                               | 41                          |
| Ответственность за продукт          | 67                 | 97                               | 97                          |
| Персонал                            | 79                 | 80                               | 89                          |
| Сообщество                          | 82                 | 91                               | 99                          |
| <b>Корпоративное управление (G)</b> | <b>34</b>          | <b>52</b>                        | <b>89</b>                   |
| Менеджмент                          | 30                 | 31                               | 84                          |
| Акционеры                           | 4                  | 93                               | 100                         |
| CSR стратегия                       | 99                 | 96                               | 97                          |

«Социальный капитал – гуаньси (关系) – снижает транзакционные издержки и укрепляет партнерские связи, однако в отсутствие сдерживающих механизмов «справедливости» – иу (义) – данная система реляционного доверия рискует трансформироваться в кронизм [4, с. 375]. Данное противоречие непосредственно отражено в ESG-оценках: компонент «G» (управление) у Xiaomi составляет лишь 34 балла из 100 по шкале LSEG при совершенных 90 баллах по экологии.

Культура «сохранения лица» (面子) формирует системное сопротивление раскрытию негативной информации, что усиливается особенностями китайской институциональной среды, где формальные правила дополняются неформальными нормами, обычаями и отношениями. В корпоративном контексте менеджеры избегают публичного признания экологических нарушений, социальных рисков или управленческих провалов, предпочитая вербальное информирование формализованным каналам отчетности; это корреспондирует с выводами о том, что в условиях высокой роли неформальных институтов (включая медийное давление и общественные ожидания) компании стремятся управлять репутационными рисками через выборочность ESG-раскрытия и минимизацию детализированной ответственности. Это помогает объяснить, почему при высоком общем ESG-балле Tencent (86) подкатегория «права человека» составляет лишь 41: менеджмент декларирует общие принципы и демонстрирует улучшения по агрегированным ESG-оценкам, но уклоняется от детализации проблемных аспектов цифровой этики и прав пользователей, используя культурные и институциональные возможности для сдерживания содержательного раскрытия [5, с. 8].

Китай выстраивает ESG-систему «сверху вниз» – через директивы государственных органов и фондовых бирж, в свою очередь, западные модели формировались «снизу вверх» – под давлением инвесторов, НКО и рыночной конкуренции за капитал; что порождает принципиальное расхождение: в китайском контексте ESG представляет собой элемент государственной стратегии, в то время как в западной практике ESG является инструментом рыночной дисциплины [6, с. 1724].

Ключевое методологическое различие выражается в принципе «двойной существенности»: компании должны показывать и влияние ESG-факторов на свои финансы, и собственное влияние на общество и природу согласно китайскому стандарту, когда IFRS S1 (западный стандарт) ориентирован только на первый аспект (как ESG-факторы влияют на финансы компаний). Для менеджеров это означает двойную нагрузку по мобилизации данных и новую логику отчетности, к которой большинство еще не привыкло (<https://clck.ru/3SQY2e>).

Совместное исследование CFA Institute и PRI (2019) (<https://clck.ru/3SQYUb>), проведенное на семинарах в Пекине, Ханчжоу, Шанхае и Шэньчжэне с участием управляющих активами и корпоративных менеджеров, выявило главные барьеры для интеграции ESG в Китае: нехватка сопоставимых ESG-данных (60% респондентов), ограниченное понимание ESG-проблематики (45%) и отсутствие корпоративной культуры ESG-инвестирования (43%). Обзор WEF и PwC China (2021) (<https://clck.ru/3SQYXq>) добавил к этому списку дефицит ESG-специалистов и низкую осведомленность менеджеров за пределами специализированных отделов. По данным Edinburgh Business School (2025) (<https://bccas.business-school.ed.ac.uk/research/thought-leadership/environmental-social-governance-china-2024-retrospect>), менее 50% китайских листинговых компаний публикуют отчеты об устойчивом развитии, вне зависимости от активного требования со стороны регулятора; основная причина заключается не в технической сложности, а в «управленческой близорукости»: краткосрочная ориентация китайских менеджеров (поквартальная поверхностная оценка ESG-показателей) снижает качество ESG-раскрытия (инициативы ограничиваются минимальным соответствием требованиям биржи и регулятора; восприятие ESG-отчетности происходит с позиции издержки вместо инвестиции). Нарастающее регуляторное давление при отсутствии сформированной ESG-культуры порождает феномен гринвошинга – разрыва между декларируемыми ESG-обязательствами и реальной практической деятельностью компании (фальшивая репрезентация для «отбеливания» экологических показателей).

Опыт 3-х крупных исследуемых китайских компаний демонстрирует, что при определенном высоком уровне экологических и социальных показателей управленческая составляющая ESG остается самым сложным звеном для изменения.

У Xiaomi превосходная экологическая оценка LSEG (90/100; цель углеродной нейтральности к 2040 г., 100% возобновляемой энергии в операциях к 2035 г.) при критически низком балле за работу с акционерами (4/100), а компонент управления – лишь 34; что иллюстрирует социокультурный барьер: менеджмент инвестирует в «видимые» экологические проекты, соответствующие государственной повестке декарбонизации, но

избегает углубления прозрачности корпоративного управления, которая потребовала бы раскрытия внутренних конфликтов интересов (<https://clck.ru/3SQYsa>).

Alibaba выстраивает наиболее сбалансированный профиль с выраженной социальной доминантой (97 баллов за «ответственность за продукт», 91 балл – за «права человека»). Трехуровневая система ESG-управления (совет директоров – руководящий комитет – департамент ESG-операций) отражает попытку институционализировать ESG за пределами формального соответствия, однако слабый менеджмент (31/100) свидетельствует о сохраняющемся разрыве между декларациями и управленческой глубиной интеграции (<https://clck.ru/3SQcoV>).

Tencent демонстрирует наиболее зрелый профиль ( $G = 89$ ), подкрепленный 62,5% независимых директоров и целью увеличить долю женщин в совете до 30% к 2030 году, – однако подкатегория «права человека» (41 балл) указывает на сохраняющуюся чувствительность к вопросам цифровой этики и конфиденциальности данных (конфуцианская иерархичность снижает стимулы к открытому обсуждению чувствительных вопросов) (<https://clck.ru/3SQcrC>).

Социокультурный контекст содержит не только барьеры, но и ресурсы. Конфуцианский принцип «тянь жэнь хэ и» (天人合一; гармония природы и человечества) создает ценностную основу для экологической повестки: традиционные религиозные верования улучшают экологическую результативность предприятий, особенно при слабом внешнем надзоре [2, с. 2]. Концепция «гунтун фу юй» (共同富裕; общее процветание), встроенная в политический дискурс КНР, обеспечивает государственную легитимацию социального компонента ESG – от сельской цифровизации (программа Alibaba «Rural Taobao») до инклюзивных технологий для людей с ограниченными возможностями.

Дополнительным стимулом служит китайская система социального кредита: компании с низким качеством ESG-раскрытия рискуют потерять рейтинг доверия, что ограничивает доступ к государственным контрактам, льготному финансированию и превращает ESG-отчетность из добровольной инициативы в условие нормальной работы на рынке. Примечательно, что в Китае мотивация к ESG-раскрытию идет не столько от инвесторов (как на Западе), сколько от государства: чем активнее власти включают устойчивое развитие в национальную повестку, тем сильнее менеджеры заинтересованы соответствовать – не ради прибыли, а ради политической лояльности и доступа к ресурсам.

Таким образом, проведенное исследование позволило установить, что внедрение ESG-отчетности в Китае определяется не техническими, а социокультурными факторами, прежде всего конфликтом между глобальными стандартами прозрачности и конфуцианскими нормами «сохранения лица», гуаньси и коллективной гармонии. При резком усилении регулирования и закреплении принципа «двойной существенности» государство превращает ESG из рыночного механизма в элемент макростратегии «сверху вниз», что сопровождается гринвошингом, «этической чисткой» и устойчивой слабостью компонента корпоративного управления на примере Xiaomi, Alibaba и Tencent. Тем не менее, культурные основания – «тянь-жэнь-хэ-и» и концепция «общего процветания», подкрепленные системой социального

кредита, могут стать внутренним драйвером перехода от формального соответствия к использованию ESG-отчетности как полноценного управленческого инструмента долгосрочного развития.

### Литература

1. Feng J., Pan W., Wang R. Confucianism and corporate greenwashing: Evidence from China // JUSTC. 2025.
2. Fu P., Narayan SW., Weber O., Tian Y., Ren YS. Does local Confucian culture affect corporate environmental, social, and governance ratings? Evidence from China // Sustainability. 2022. T. 14. №. 24. С. 16374.
3. Shen H., Lin H., Han W., Wu H. ESG in China: A review of practice and research, and future research avenues // China Journal of Accounting Research. 2023. T. 16. №. 4. С. 100325.
4. Fan Y. Ganxi's consequences: Personal gains at social cost // Journal of business ethics. 2002. T. 38. №. 4. С. 371-380.
5. Jin X., Wu Y. How does digital transformation affect the ESG performance of Chinese manufacturing state-owned enterprises? –Based on the mediating mechanism of dynamic capabilities and the moderating mechanism of the institutional environment // Plos one. 2024. T. 19. №. 5. С. e0301864.
6. Liu Y., Hashim H., Yusoff M. Localizing ESG Theory in China: Policy Evolution and a Four-Tier Theoretical Framework // International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. 2025. T. 15. <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v15-i12/27297>

© Маркова А.В., Руманов З.Л., 2026



**Мордань А.П., Власова Н.Ю.**

Уральский государственный экономический университет  
г. Екатеринбург, Россия

## **ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ВОЛОНТЕРСТВА НА УРОВНЕ СУБЪЕКТА РФ**

Волонтерство является одним из важных направлений государственной политики, поскольку позволяет вовлекать молодежь в социально-значимые проекты. В условиях динамично меняющейся социально-экономической среды и необходимости оптимизации бюджетных расходов, применение современных инструментов проектного управления становится ключевым фактором повышения результативности деятельности органов государственной власти и местного самоуправления [4, с. 148]. Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, являясь одним из ведущих регионов России, демонстрирует активное внедрение проектного управления в свою деятельность.

Волонтерство в современной социально-экономической и молодежной политике становится все более актуальным. Молодежь, активно участвуя в волонтерских проектах, не только вносит свой вклад в решение социальных проблем, но и получает опыт, который позволяет развивать личные навыки. Таким образом, волонтерство способствует формированию активной гражданской позиции и укрепляет социальные связи в обществе [5, с. 89].

Эффективная организация волонтерской деятельности может быть реализована через механизм проектной деятельности. Проектный подход позволяет структурировать волонтерские инициативы, четко формулировать цели и задачи, а также планировать ресурсы и сроки выполнения.

Рассмотрим организацию проектной деятельности в сфере волонтерства на примере ХМАО-Югра.

Проектный портфель Ханты-Мансийского автономного округа – Югры включает в себя широкий спектр проектов, направленных на социально-экономическое развитие региона [1]. Проекты охватывают различные сферы: строительство, развитие здравоохранения и образования, поддержка малого и среднего бизнеса, охрана окружающей среды и развитие туризма.

В ХМАО-Югра реализуется ряд проектов в сфере волонтерства, направленных на решение различных социально-экономических задач. Успешные проекты в сфере волонтерства: «Волонтеры Победы», «Экологический десант», «Социальный патруль».

Волонтерство – это не просто безвозмездный труд, это глубокое проявление гражданской позиции, эмпатии и желания быть полезным [2, с. 189].

Согласно Федеральному закону от 11 августа 1995 года № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» добровольчество (волонтерство) – это осуществление добровольческой (волонтерской) деятельности гражданами, их группами или добровольческими (волонтерскими) организациями в интересах физических лиц, юридических лиц, социальных групп или общества в целом.

Волонтерство используется для реализации различных проектов, направленных на достижение общественно значимых целей. Примеры проектов:

- социальная поддержка: оказание помощи нуждающимся категориям населения, организация мероприятий для детей и молодежи;
- экологическая защита: проведение экологических акций, уборка территорий, просветительская работа;
- культурно-образовательная деятельность: организация культурных мероприятий, проведение экскурсий, реализация образовательных программ.

Таблица 1

**Показатели, характеризующих организацию проектной деятельности органов власти ХМАО-Югры в сфере волонтерства за 2022 – 2024 гг [составлено автором]**

| Показатели                                                                                    | 2022 г. | 2023 г. | 2024 г. | 2023/2022,% | 2024/2023,% |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|---------|-------------|-------------|
| Количество проведенных мероприятий, ед.                                                       | 266     | 360     | 475     | 135,3       | 131,9       |
| Количество штатных сотрудников волонтерских организаций, чел.                                 | 2926    | 2844    | 3211    | 97,2        | 112,9       |
| Количество внештатных сотрудников, привлеченных для участия в волонтерских мероприятиях, чел. | 5928    | 6192    | 7106    | 104,5       | 114,8       |
| Сумма собранных благотворительных средств, тыс. руб.                                          | 12188,5 | 14193   | 18906,9 | 116,4       | 133,2       |

Исходя из данных, мы видим существенное увеличение количества проведенных мероприятий, что свидетельствует об активизации усилий по вовлечению населения в волонтерскую деятельность.

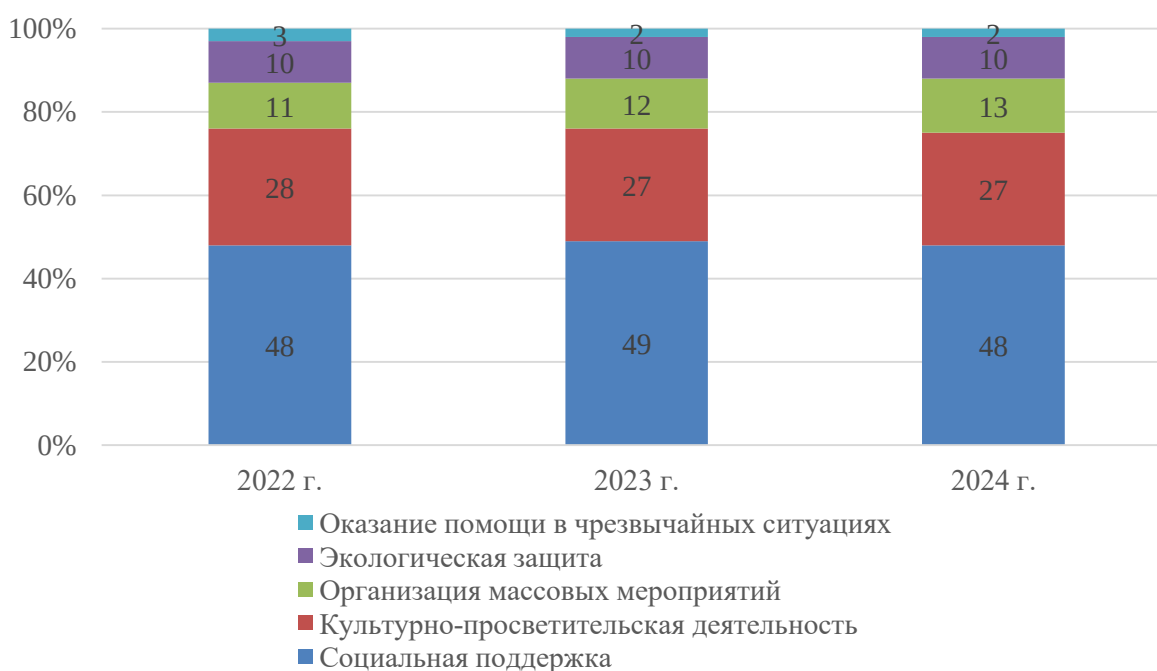


**Рис. Структура проведенных волонтерских мероприятий, осуществленных в ХМАО-Югре по основным направлениям в %, за 2022 – 2024 гг [составлено автором]**

В структуре волонтерских мероприятий на протяжении 2022–2024 гг. преобладают мероприятия, связанные с социальной поддержкой нуждающихся.

Волонтерская деятельность в ХМАО-Югре осуществляется в различных организационных формах, включая:

- волонтерские организации. В городах действуют несколько зарегистрированных волонтерских организаций, которые осуществляют свою деятельность на постоянной основе. Эти организации имеют свои уставы, программы и проекты;

- волонтерские центры. На базе образовательных учреждений и учреждений культуры созданы волонтерские центры, которые координируют деятельность волонтеров и организуют различные мероприятия;

- инициативные группы. Волонтерская деятельность также осуществляется инициативными группами граждан, которые объединяются для решения конкретных социальных проблем;

- корпоративное волонтерство. Некоторые предприятия и организации ХМАО-Югры поддерживают корпоративное волонтерство, предоставляя своим сотрудникам возможность участвовать в волонтерских проектах в рабочее время.

Исходя из данных, мы видим устойчивую положительную динамику в организации проектной деятельности органов власти ХМАО-Югры в сфере волонтерства в период с 2022 по 2024 годы, но несмотря на это, проблемы в процессе реализации проектов в ХМАО-Югре присутствуют.

Проблемы, возникающие в процессе реализации волонтерских проектов следующие:

- недостаток финансирования: финансовая устойчивость является критически важным условием для успешной реализации волонтерских проектов. Недостаток средств ограничивает возможности по обеспечению волонтеров необходимым оборудованием, обучению, транспорту и компенсации издержек, связанных с их деятельностью. Более того, отсутствие стабильного финансирования может препятствовать привлечению квалифицированных специалистов и развитию инфраструктуры, необходимой для реализации масштабных проектов.

- недостаточная квалификация волонтеров: качество волонтерской деятельности напрямую зависит от компетенций и навыков привлекаемых добровольцев. Недостаточная квалификация может привести к снижению эффективности проектов, увеличению рисков ошибок и негативному влиянию на целевую аудиторию.

- отсутствие эффективной системы координации деятельности: разрозненность волонтерских инициатив и отсутствие единой системы координации могут приводить к дублированию усилий, неэффективному использованию ресурсов и снижению синергетического эффекта.

- сложности в привлечении и удержании волонтеров: волонтерская деятельность является добровольной и бесплатной, поэтому привлечение и удержание волонтеров требует особого подхода. Сложности в этой области могут быть связаны с низкой мотивацией,

отсутствием признания, высокой нагрузкой, неудовлетворительными условиями труда и недостаточным уровнем вовлеченности в принятие решений;

–отсутствие механизмов оценки эффективности проектов: оценка эффективности является важным инструментом для определения результативности волонтерских проектов, выявления лучших практик и обеспечения устойчивого развития волонтерской деятельности. Отсутствие механизмов оценки может приводить к неэффективному использованию ресурсов, отсутствию обратной связи и невозможности совершенствования проектной деятельности.

Для повышения эффективности проектной деятельности в сфере волонтерства необходимо принять ряд мер таких как: совершенствование нормативно-правовой базы; развитие системы финансирования; повышение квалификации волонтеров; создание эффективной системы координации; разработка механизмов оценки эффективности; внедрение информационных технологий.

Решением существующих проблем управления проектами в сфере волонтерства послужит создание проектного офиса [3, с. 69].

Проектный офис послужит повышению качества услуг; снятию административных барьеров; повышению инвестиционного климата; повышению исполнительской дисциплины; повышению результативности деятельности.

Обязанности проектного офиса:

– определяет возможность реализации комплекса мероприятий в качестве проекта, принимает решения о запуске, закрытии стандартных проектов, назначает куратора и руководителя стандартного проекта;

– осуществляет согласование управленческих документов по проекту, контроль реализации проектов, контроль качества управления проектами;

– осуществляет аналитическое, методологическое и методическое обеспечение проектной деятельности в автономном округе, в том числе разработку и утверждение методических документов, накопление и передачу опыта управления, сбор и внедрение лучших практик в области управления проектной деятельностью;

– обеспечивает деятельность Проектного комитета автономного округа;

– контролирует соблюдение требований, установленных нормативными правовыми актами в сфере управления проектной деятельностью, а также дает обязательные для исполнения поручения участниками проектной деятельности в рамках управления проектной деятельностью.

Данные рекомендации позволят улучшить уровень эффективности проектной деятельности.

Таблица 2

**Эффекты от реализации рекомендаций по совершенствованию проектной деятельности органов власти ХМАО-Югра [составлено автором]**

| Измеримые эффекты                               | 2026 год | 2027 год  | 2028 год  |
|-------------------------------------------------|----------|-----------|-----------|
| Сокращение перерасходов инвестиционного бюджета |          |           | 1 500 000 |
| Сокращение затрат на не стратегические проекты  |          | 4 325 000 | 2 750 000 |

|                                                                                            |         |            |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|---------|------------|------------|
| Сокращение затрат на персонал из-за снижения числа запросов на изменения в планах проектов |         |            | 2 266 627  |
| Снижение затрат на качественные изменения в проектных планах                               |         | 112        | 694 762    |
| Сокращение затрат на управление проектами                                                  |         |            | 224 438    |
| Сокращение расходов на оплату труда членов проектных команд                                |         | 320 000    | 252 000    |
| Снижения уровня дефицита бюджета путем оптимизации планирования                            |         | 28 074     | 102 016    |
| Общие измеримые эффекты:                                                                   |         | 4 673 186  | 7 789 843  |
| Затраты на содержание проектного офиса                                                     | 668 000 | 1 944 000  | 2 652 500  |
| Эффекты, скорректированные на издержки офиса                                               | -668000 | 2 729 186  | 5 137 343  |
| Общие инвестиции                                                                           |         | 35 680 000 | 42 321 600 |
| Условно дополнительный ROI, сформированный за счет эффектов от введения проектного офиса   |         | 0,076      | 0,121      |

Таким образом мы видим, что создание проектного офиса начнет окупаться уже в 2027 году, и со временем эффект от его работы будет возрастать.

Анализ исследования позволяет сделать вывод о том, что несмотря на эффективное внедрение управления проектами в сфере волонтерства в ХМАО-Югра, проблемы управления проектами всё же присутствуют, что затрудняет развитие волонтерской деятельности. Для того, чтобы решить существующие проблемы, были предложены рекомендации, которые позволят оптимизировать бюджетные расходы, развить систему финансирования, повысить результативность проектной деятельности, тем самым эффективно и беспрепятственно развивать волонтерство, которое очень значимо и велико в современное время.

### Литература

1. Единый официальный сайт государственных органов Ханты-Мансийского автономного округа – Югра. <https://admhmao.ru>
2. Кузнецов С.А. Большой толковый словарь. СПб.: Норинт, 2020. 1536 с.
3. Кувшинов А.И. Организация проектной деятельности в органах власти. Калининград: Полиграфычъ, 2023. 140 с.
4. Кадырова Г.М., Еремин С.Г., Галкин А.И. Проектное управление в органах власти. М.: Изд-во Юрайт, 2024. 263 с.
5. Трясцына Е.С. Роль волонтерского движения в формировании активной гражданской позиции молодежи // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. 2022. № 1(6). С. 88-95. EDN EFGAEC.

© Мордань А.П., Власова Н.Ю., 2026



**Садунова Е.С.**

Нижневартовский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

## **КЛИПОВОЕ МЫШЛЕНИЕ И ДОФАМИНОВАЯ ЗАВИСИМОСТЬ: КРИЗИС ТЕМПОРАЛЬНОСТИ**

Актуальность исследования продиктована необходимостью осмысления последствий цифровой трансформации, с которой столкнулась общество XXI века. Для современной молодёжи данный процесс протекает двойственно, затрагивая все аспекты социализации. Так представители молодого поколения уже рождаются в цифровой среде и поэтому, гораздо легче овладевают любыми новыми технологиями, с другой стороны, молодые люди часто оказываются лишены свободного выбора и не видят возможности продолжать полноценно существовать вне виртуальной реальности. Целью данной работы является рассмотрение феномена клипового мышления и дофаминовой зависимости как проявлений кризиса темпоральности – утраты связного восприятия прошлого, настоящего и будущего. Находясь внутри активно трансформирующейся реальности, многие люди испытывают потребность в обретении более устойчивой связи с внешним миром, отсюда такое количество, например, музыки, сериалов, связанных с советским временем, которое внезапно становится мейнстримом, романтизируется и привлекает внимание молодежи. Цельность прошлого словно противопоставляется современному клиповому сознанию, а коллективные ценности – атомарному существованию индивида, уже приспособившегося к изоляции.

Сам феномен фрагментного восприятия, который получил название «клиповое мышление», был предсказан ещё Э. Тоффлером, который писал о переходе к «клип-культуре». «Вместо получения пространных, соотносящихся друг с другом “полос” идей, собранных и систематизированных, нас все больше пичкают короткими модульными вспышками информации – рекламой, командами, теориями, обрывками новостей, какими-то обрезанными, усеченными кусочками, не укладывающимися в наши прежние ментальные ячейки» [11, с. 278]. Однако именно молодое поколение всегда выполняло роль катализатора перемен, то есть обладало потенциалом критического переосмысления событий. В тоже время сопротивление приводит к еще большему давлению «Чем сложнее становится личность, в плане многослойности ее бытия, тем сильнее воздействие общества на нее, тем более изощренные методы манипуляции оно использует» [1; 11].

Можно предположить, что данная проблема имеет ещё более глубокий уровень. За фрагментацией восприятия стоит «кризис темпоральности» – основы человеческого существования [6]. Философ М. Хайдеггер определял темпоральность как присутствие, состояние бытия, где временные измерения не существуют изолированно, они взаимосвязаны и проистекают друг из друга [12]. В свою очередь, короткие видео, напротив, заставляют нас жить только настоящим, не вспоминая о прошлом и не думая о будущем. Дофамин же делает это состояние желанным и привычным. Изменения самого восприятия времени у современного человека вполне закономерно, так как он уже основательно перемещен в дополненную цифровую реальность и все больше погружается в нее.

Проблема клипового мышления и его влияния на людей активно изучается в современной научной литературе. Например, А.Л. Крайнов в своих работах представляет социально-философский анализ клипового мышления, делая вывод, что такое мышление является прямым следствием цифрового общества. Исследователь подчёркивает, что фрагментное восприятие снижает уровень аналитических способностей, делая человека уязвимым для разных видов манипуляций [7, с. 265]. В работе С.И. Симаковой разрабатывается визуально-коммуникативное направление, где связывается доминирование клипового мышления с возрастанием роли визуальных образов в современных медиа. По её мнению, визуальный образ позволяет зрителям мгновенно схватывать информацию, при этом, не углубляясь в содержание [10]. Такое поведение идеально соответствует потребности современного человека в быстром потреблении контента, где смысл исчезает, не успевая стать частью рефлексивного анализа. Потребление большого потока разнообразной информации нередко приводит к устойчивой привычке не сосредотачивать долго свое внимание на отдельных фрагментах (нет необходимости, например, запоминать текст, он может быть всегда под рукой), из-за этого люди привыкают смотреть на постоянный поток информации поверхностно, не вникая в суть дела.

В современных исследованиях, посвященных восприятию информации среди молодежи, уже обосновано утверждение о том что, есть прямая зависимость между тем, как получена, и как сохранена в памяти та или иная информация. Так, российскими учеными были проведены исследования на большой выборке студентов, которое показало, что для того чтобы человек мог управлять собой, ему нужен не столько настрой, сколько смысл. Для своего эксперимента они взяли большую выборку студентов и обнаружили, что для человека важнее не просто «быть готовым действовать», а понимать ради чего он это делает. Клиповое мышление нарушает этот нарратив. Оно формирует режим жизни, при котором каждый момент самодостаточен сам по себе и не связан ни с прошлым, ни с будущим. В таком режиме сама возможность выстраивать долгосрочные и глубокие смыслы теряется. Зачем прилагать усилия, если вчерашний вечер не отличается от сегодняшнего и не влияет на завтрашний? Ради чего контролировать себя и идти к определённой цели, если можно получить сиюминутное удовольствие прямо сейчас, не прилагая усилий? На фоне бесконечного потока «микровознаграждений» дофамин, который человек получает от нескольких часов просмотра коротких видео выглядит гораздо более заманчивым, чем энергозатратные и «невыгодные» усилия для достижения долгосрочных целей. Таким образом, формируется порочный круг: разрушение темпоральности ведёт к утрате смыслов, что приводит к снижению способности саморегуляции и концентрации, а уже это делает молодое поколение людей ещё более уязвимыми перед лёгкими и готовыми стимулами, которые предлагают соцсети. Исследователи предположили, что за клиповым мышлением стоит не просто проблема с рассеянностью внимания, а утрата экзистенциальных, более глубоких смыслов, которые наполняют жизнь [5].

К подобным выводам пришли и китайские учёные, которые под руководством Т. Уан провели исследование с использованием ЭГГ, чтобы выяснить, как короткие видео влияют на

мозг. Всего в эксперименте участвовало 48 молодых людей. Учёные обнаружили, что область мозга, которая отвечает за самоконтроль и внимание, работает хуже у тех, кто более склонен к зависимости от клипового контента. Чем выше склонность к зависимости – тем слабее активность мозга в этой зоне. Это исследование доказало, что увлечение коротким медиа контентом не только отнимает время у молодого поколения, но и меняет работу головного мозга, снижая способность человека управлять своим вниманием и концентрацией относительно выделения и сохранения важной для него информации [14].

Чтобы разобраться в том, как именно короткие видео влияют на молодых людей (и какие последствия в изменении социального действия надо ожидать в ближайшее время), прежде всего, необходимо понять, что происходит с их восприятием времени. Ответ на это даёт философское понятие темпоральности. В философии М. Хайдеггера это понятие одно из ключевых для понимания человеческого существования, оно означает некий «универсальный горизонт понимания бытия как такового», другими словами оно раскрывает «смысл бытия вообще» [12, с. 19]. Взаимосвязь времени и того как индивид воспринимает информационные потоки иллюстрирует следующее высказывание: «Настоящее определяет созерцательную активность индивида, прошлое связано с исторической памятью индивида, а будущее – проецирует и конструирует ментальные регуляторы человеческого сознания, иницирующие базовые параметры и характеристики воображения» [8, с. 86].

Действительно, ни один человек не можем сказать с полной уверенностью о себе: «Я – это тот человек, что и вчера» именно потому, что наше прошлое продолжает жить в нас в качестве воспоминаний и опыта, а будущее, подсознательно или нет, уже находится в наших планах и ожиданиях. Тогда, что произойдет с мировосприятием человека, после того как изменится его ощущение и понимание времени? Дело в том, что формат коротких видео на разных платформах несёт в себе совершенной иной режим «восприятия времени». За несколько секунд видеоролик способен показателю молодому человеку (у которого еще только формируется мировоззрение) «лёгкий» контент, не требующий прикладывать особых усилий, знаний, запоминания или вдумчивого анализа. После нескольких часов просмотра таких видео у пользователя нет связных мыслей, только набор разных образов, эмоций и впечатлений. В результате, человек словно погружается в поток сиюминутных стимулов, отвлекаясь от своей реальной жизни и планов, становится «зависимым» от такого контента.

Есть еще один важный момент, связанный с рисками, опровержающими трансформацию современной личности, это моральное опустошение, отсутствие эмпатии и т. д. [4, с. 100]. Очевидно, что уже сегодня «Цифровые технологии и интернет меняют представления о морали и этике, поскольку позволяют формировать анонимные и зачастую безответственные формы взаимодействия» [2, с. 33]. Человек, словно закрывается от мира или точнее начинает избегать социальных контактов. Короткие видео – это идеальный инструмент для такого «побега»: они не дают мозгу ни секунды паузы, чтобы остановиться, задуматься, почувствовать скуку и так далее. Дофамин – это нейромедиатор, который играет ключевую роль в системах мотивации и подкрепления. Головной мозг выделяет его не столько на вознаграждение за просмотренный ролик, сколько в предвкушении следующего. Это создаёт устойчивый

поведенческий паттерн. Пользователи никогда не знают, какой ролик окажется следующим и от этого листание ленты становится непредсказуемым и очень вовлекающим. Из этого состояния очень трудно выбраться, даже при наличии осознанного желания остановиться.

Немецкий социолог Хартмут Роза объясняет этот парадокс с помощью понятия «технологическое ускорение». По его мнению, современная техника позволяет обществу делать вещи быстрее, как, например, быстрее перемещаться, или добывать нужную информацию, но наши дела всё равно накапливаются, поскольку, несмотря на то, что темп жизни ускоряется – количество дел и впечатлений на определённое количество времени всё равно увеличивается, а вот времени на это не прибавляется. Короткие видео работают точно так же. Они только создают иллюзию, что ты можешь успеть посмотреть много разного контента и отдохнуть, хотя на самом деле они просто заполняют время, не оставляя времени на осмысление и паузу. В результате человек только сильнее устаёт, а чувство нехватки времени только растёт [13].

Таким образом, экзистенциальный кризис захватывающий современного индивида, во многом связан с резким погружением в информационную среду, отстраниться от которой в сложившейся ситуации довольно сложно, особенно это касается молодого поколения. «Личность не может существовать как замкнутый субъект, вне постоянного взаимодействия с внешней средой, при этом она должна иметь определенную защиту от стремительно совершенствующихся манипулятивных технологий, довольно часто не оставляющих ей права оставаться самой собой» [3, с. 26]. Хартмут Роза описывает этот механизм как парадокс ускорения: техника, которая создавалась людьми для экономии времени, на самом деле стала отнимать его, создавая иллюзию насыщения при растущем дефиците [9]. Короткие видео стали прекрасным примером для иллюстрации этого парадокса, молодые люди считают, что они принесут быстрый отдых и лёгкое потребление, но в итоге оставляют лишь чувство пустоты, при этом недостаток времени только увеличивается, создавая порочный круг.

Подводя итоги, можно сказать, что клиповое мышление и дофаминовая зависимость – это не просто побочные эффекты цифровой эпохи, а признаки того, что меняется и поведение людей, и происходят изменения на уровне работы головного мозга. Молодое поколение всё больше утрачивает способность воспринимать свою жизнь цельно, вместо этого выбирая сиюминутные желания и лёгкий дофамин. Здесь обозначается проблема, которая не столько состоит в «слабой воле» или «испорченном поколении», а скорее в том, что сама среда формирует паттерны поведения, которые в людях закрепляются на физиологическом уровне. Таким образом, короткие видеоформаты формируют у молодых людей клиповое мышление с дофаминовой зависимостью, что ведёт к изменению восприятия времени (темпоральному искажению), к ослаблению концентрации, отсутствию долгосрочных смыслов и повышенной уязвимости перед манипуляциями.

Сегодня перед современным социумом стоит серьёзный вызов – как сохранить способность к осмысленной жизни, не теряя связь с реальностью и не погружаясь в клиповое мышление, с бесконечной погоней за дофамином? Решение проблемы заключается не в том, чтобы запретить технические усовершенствования, а в том, чтобы вернуть в свою жизнь паузу,

тишину, ощущение времени как «настоящего» и способность к рефлексии, где есть место памяти (осмысленному прошлому) и ожиданиям (проекции в будущее). Именно это в своих трудах Х. Роза называет резонансом, а М. Хайдеггер – подлинным бытием. Без таких экзистенциальных состояний, выросшая на «клиповом мышлении» молодёжь, рискует навсегда остаться запертой в череде мгновений и мелких, незначительных стимулов, которые не дадут ни настоящего удовлетворения, ни чувства собственной жизни.

### Литература

1. Богатырь В.С., Гугова С.Г. Особенности формирования современной личности: философско-антропологический подход // Актуальные вопросы гуманитарных и социальных наук: от теории к практике: Материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (г. Чебоксары, 24 сентября 2024 года). Чебоксары: Издательский дом «Среда», 2024. С. 11-13.
2. Бурнашев Р.Ф., Холмаматова А.Ш. Информационное общество и трансформация личности: социально-философский анализ угроз и возможностей // Universum: общественные науки: электронный научный журнал. 2024. № 11(114).
3. Гугова С.Г., Самохина Н.Н., Целищева З.А. Роль традиций в формировании гуманистического фундамента образования // Общество: философия, история, культура. 2023. № 4(108). С. 22-29. <https://doi.org/10.24158/fik.2023.4.2>.
4. Зотов В.В., Гаврильченко К.Э., Губанов А.В. Оценка влияния рисков социотехнической конвергенции на процесс цифровой маргинализации // Социодинамика. 2024. № 12. С. 90-104. <https://doi.org/10.25136/2409-7144.2024.12.72582>
5. Иванников В.А., Гусев А.Н., Барабанов Д.Д., Эйрман Е.В. Осмысленность жизни и ориентация на действие как предикторы самооценок волевых качеств // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2020. № 2. С. 3–26.
6. Карадже Т.В. Темпоральность как динамическая характеристика изменений социальной системы // Локус: люди, общество, культуры, смыслы. 2022. № 2. С. 130-143.
7. Крайнов А.Л. Клиповое мышление в контексте образовательных практик: социально-философский анализ // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. 2019. Т. 19. № 3. С. 262-266. <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2019-19-3-262-266>
8. Попов В.В., Музыка О.А., Дзюба Л.М. Темпоральный концепт "настоящее" как параметр субъективного времени индивида во включающем обществе // Международный научно-исследовательский журнал. 2022. № 4-4(118). С. 85-88.
9. Роза Х. Идея резонанса как социологическая концепция // Глобальный диалог. 2018. № 8(2). С. 41-44.
10. Симаклова С.И. Визуальный поворот в медиа: клиповое мышление как новая реальность // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 1(39). С. 107–115.
11. Тоффлер Э. Третья волна. М.: ООО «Фирма «Издательство АСТ». 1999. 784 с.



12. Хайдеггер М. Бытие и время / Пер. с нем. В.В. Бибихина. Харьков: «Фолио», 2003. 503 с.
13. Montero D. & Torres F. Acceleration, Alienation, and Resonance. Reconstructing Hartmut Rosa's Theory of Modernity Aceleración, alienación y resonancia. Reconstruyendo la teoría de la modernidad de Hartmut Rosa // Pléyade (Santiago). 2020. 155-181. <https://doi.org/10.4067/S0719-36962020000100155>
14. Yan T., Su C., Xue W., Hu Y., Zhou H. Mobile phone short video use negatively impacts attention functions: an EEG study // Frontiers in Human Neuroscience. 2024. Vol. 18, article 1383913. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2024.1383913>

© Садунова Е.С., 2026

## **КОНСТИТУЦИОННЫЙ КАРКАС В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ: ПРАВОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ И СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ**

Коренные преобразования, переживаемые обществом в начале XXI века, напрямую связаны с погружением в эпоху глубокой и всеобъемлющей цифровизации. Данный процесс, определяемый экспоненциальным развитием и массовой интеграцией новейших информационно-коммуникационных технологий, носит тотальный характер, кардинально меняя не только технологический базис цивилизации, но и всю сложноорганизованную структуру социальных взаимосвязей. Провоцируемый технологическим прорывом социокультурный метаморфоз затрагивает экзистенциальные основы человеческой жизни, трансформируя привычные формы бытия. Воздействие цифровой трансформации является многоуровневым: она реформирует как рутинные практики межличностной коммуникации, так и базовые принципы, на которых строится работа государственных институтов, включая фундаментальные механизмы выработки и имплементации властных решений [1, с. 18].

В контексте, когда технологии искусственного интеллекта, сложные системы обработки больших данных и распределенные реестры эволюционируют от статуса экспериментальных инструментов к роли повседневной инфраструктуры, возникает настоятельная потребность в комплексном научно-правовом анализе воздействия цифровых инноваций на основы конституционного строя. При этом конституционный строй понимается не как статичный набор юридических предписаний, изложенных в тексте Основного закона, а как живой, сбалансированный и саморегулируемый комплекс ключевых правовых принципов, базовых политических институтов и эффективных защитных механизмов. Именно эта система обеспечивает устойчивость политической организации общества, последовательность в применении правовых норм, а также гарантированную защиту фундаментальных прав и свобод личности даже в ситуации постоянной турбулентности, порождаемой ускоряющимся технологическим развитием. Таким образом, современная реальность требует переосмысления классической трактовки правовой стабильности, рассматривая ее не в качестве неизменного состояния, а как динамическое свойство системы адаптироваться к новым вызовам при безусловном сохранении своих ценностных оснований [3, с. 28].

Актуальность рассматриваемой проблематики обусловлена принципиальной новизной вызовов, которые цифровая среда бросает традиционному конституционному праву. Исторически сложившиеся институты защиты прав человека формировались в условиях, где территориальные границы и физическая идентифицируемость субъектов права были неоспоримыми постулатами. Сегодняшняя ситуация демонстрирует двойственную, амбивалентную природу цифровых инструментов. С одной стороны, они являются мощным драйвером для реализации политических и гражданских прав: инструменты электронной демократии, платформы для дистанционного голосования и повышение открытости государственного управления через цифровые сервисы существенно усиливают возможности

граждан по участию в публичных делах. С другой – эти же технологии порождают ранее неизвестные риски и угрозы. Ключевая проблема заключается в нахождении оптимального баланса между внедрением технологических новаций и сохранением антропоцентрической природы права. В данном процессе Конституция должна выполнять роль не застывшего догматического свода правил, а «живого инструмента», способного аккумулировать и легитимировать инновации, не подвергая эрозии правовые устои общества [4, с. 45].

Одним из наиболее дискуссионных аспектов цифровой трансформации является проблема интеграции алгоритмических систем, включая технологии искусственного интеллекта, в процедуры принятия решений, имеющих юридические последствия. Автоматизация в таких чувствительных сферах, как распределение социальных благ, отправдение правосудия и публичное администрирование, несет в себе риск институционализации «алгоритмической дискриминации». Ситуация, при которой судьбоносное для индивида решение вырабатывается непрозрачной логикой алгоритма, напрямую конфликтует с конституционными принципами открытости власти и права на справедливое судебное разбирательство. Как справедливо отмечается в современных исследованиях, право в условиях цифровой реальности сталкивается с необходимостью переосмысления фундаментальных категорий, поскольку традиционные механизмы юридической ответственности не всегда могут быть напрямую применены к действиям автономных систем. Это обуславливает необходимость разработки новых конституционно-правовых гарантий, обеспечивающих гражданину неотъемлемое право на «человеческое вмешательство» в критически важные автоматизированные процессы [5, с. 115].

Особого внимания требует трансформация избирательных прав и процедур в условиях цифровизации. Внедрение систем дистанционного электронного голосования, с одной стороны, повышает доступность волеизъявления для граждан с ограниченными возможностями здоровья и находящихся за пределами страны, но с другой – порождает новые вызовы для конституционного принципа тайны голосования и достоверности установления волеизъявления избирателей. Отсутствие единообразных стандартов наблюдения за электронным голосованием, невозможность полноценного пересчета голосов традиционными методами, а также риски внешнего вмешательства в работу цифровых платформ требуют выработки новых конституционных гарантий, обеспечивающих легитимность выборов в цифровую эпоху. Технология блокчейн, предлагаемая некоторыми исследователями как панацея от фальсификаций, сама по себе не решает проблему идентификации избирателя и требует сложной системы «оракулов», что создает новые уязвимости. В этой ситуации принцип прозрачности выборов должен быть переосмыслен через призму «криптографической доказуемости» и общественного контроля за программным обеспечением [3, с. 32].

Не менее значимой является трансформация права на труд и социальную защиту под влиянием цифровых платформ. Развитие так называемой «платформенной занятости» (курьеры, таксисты, фрилансеры) привело к размыванию классических трудовых отношений. Миллионы работников формально являются самозанятыми или индивидуальными

предпринимателями, что лишает их гарантий, предусмотренных трудовым законодательством: оплачиваемых отпусков, больничных, защиты от необоснованных увольнений и права на коллективные переговоры. Алгоритмическое управление, при котором условия труда, размер оплаты и даже возможность доступа к заказам определяются непрозрачными алгоритмами платформ, создает угрозу «цифровой эксплуатации». Конституционный принцип социального государства требует выработки новых подходов к регулированию данных отношений, включая возможное распространение на работников платформ части трудовых гарантий и установление ответственности платформ за соблюдение прав работников. Без этого цифровизация рынка труда может привести к масштабной прекаризации и социальной дестабилизации [1, с. 21].

Сфера приватности и защиты персональных данных в цифровую эпоху также переживает фундаментальную трансформацию. Информация о личности стала ключевым экономическим и политическим ресурсом, что привело к расцвету модели «надзорного капитализма». Практики массового сбора данных и повсеместное внедрение систем биометрической идентификации создают инфраструктуру для тотального наблюдения, что находится в прямом противоречии с конституционными гарантиями неприкосновенности частной жизни. Базовым актом в этой сфере выступает Федеральный закон «О персональных данных» [2]. Однако, как подчеркивается в научной литературе, стремительная эволюция технологий требует постоянной динамичной адаптации правоприменительной практики, основанной на актуальных правовых позициях судебных органов [1, с. 15]. В новых условиях традиционное право на частную жизнь закономерно эволюционирует в направлении права на «информационное самоопределение» – то есть возможности человека самостоятельно определять судьбу своего цифрового следа и контролировать использование своих данных [4, с. 50].

Значимым социокультурным вызовом остается проблема цифрового разрыва. Растущее расслоение населения по критериям доступности современных технологий и уровня развития цифровых навыков грозит формированием устойчивых «цифровых гетто». В условиях, когда получение государственных услуг или доступ к правосудию опосредуются преимущественно цифровыми каналами, лица, исключенные из этого пространства, *de facto* лишаются возможности полноценной реализации своих конституционных прав. Это создает предпосылки для глубокой социальной фрагментации, подрывая принципы социального государства и равенства всех перед законом. В этой связи обеспечение универсального и недискриминационного доступа к интернету должно быть переосмыслено как новая конституционная обязанность публичной власти, нацеленная на гарантирование равных возможностей для всех граждан [5, с. 122].

Стратегическим ответом на эти вызовы может стать формирование доктрины «цифрового конституционализма». Это направление правовой мысли предполагает не просто техническую адаптацию законодательства, но и содержательное обновление каталога фундаментальных прав. В него могут быть инкорпорированы такие специфические права цифровой эпохи, как право на защиту от алгоритмических манипуляций, право на цифровое

достоинство и «право на забвение». Исследователи справедливо указывают на то, что эволюция прав человека в цифровую эпоху требует не только признания новых правомочий, но и пересмотра механизмов их судебной защиты с учетом трансграничного характера цифрового пространства [4, с. 52]. При этом критически важно соблюдение принципа технологической нейтральности права: правовые нормы должны формулироваться таким образом, чтобы их действие и эффективность не зависели от смены конкретных технологических решений [3, с. 35].

Процесс укрепления и защиты конституционных устоев государства приобретает в текущем столетии новое, цифровое измерение, становясь неразрывно связанным с концепцией обеспечения цифрового суверенитета. В современном глобализованном мире, где информационные потоки свободно пересекают национальные границы, роль государства трансформируется. Оно принимает на себя функцию гаранта безопасности сложнейшей национальной информационно-технологической инфраструктуры, а также выступает в качестве основного защитника цифровых прав и персональных данных своих граждан. Эта защита направлена против широкого спектра угроз, включая как прямое внешнее вмешательство, так и более изощренные формы воздействия, такие как манипулятивные алгоритмические практики и внеюрисдикционное давление со стороны транснациональных технологических корпораций [1, с. 20].

Важно подчеркнуть, что подлинный цифровой суверенитет в современной интерпретации ни в коей мере не должен отождествляться с политикой цифровой автаркии или технологической изоляции. Напротив, его сущностная задача заключается в создании и поддержании в национальном цифровом пространстве устойчивых, прозрачных и легитимных правил игры. Государство призвано сформировать правовые условия для развития безопасной, справедливой и подконтрольной демократическим институтам цифровой экосистемы. В такой экосистеме инновации могут свободно развиваться, но в рамках, гарантирующих уважение к верховенству права, суверенитету государства и фундаментальным правам человека [2]. При этом особую значимость приобретает обеспечение технологического суверенитета в критически важных сферах: использование отечественного программного обеспечения в государственном управлении, разработка национальных стандартов шифрования и создание независимой инфраструктуры хранения данных [3, с. 40].

Таким образом, достижение подлинной конституционной устойчивости, то есть способности Основного закона и всей правовой системы сохранять свою легитимность, эффективность и защитный потенциал в эпоху перманентных технологических сдвигов, требует выработки тонкого диалектического баланса. Этот баланс заключается в синтезе двух начал: с одной стороны, это незыблемость непреходящих правовых ценностей, составляющих цивилизационный фундамент общества (достоинство личности, справедливость, свобода, равенство, гуманизм); с другой стороны – это внедрение гибких, адаптивных и опережающих механизмов правового регулирования, способных адекватно реагировать на вызовы, порождаемые искусственным интеллектом, большими данными, нейротехнологиями, системами биометрической идентификации и иными прорывными направлениями



технологического развития. Право в данном контексте должно выполнять не только охранительную и регулятивную функции, но и прогностическую, задавая этические и аксиологические ориентиры для технологического прогресса. Конституционные принципы призваны стать тем «защитным поясом», который не позволит технологической эффективности подменить собой фундаментальные права человека. Важно понимать, что конституционная устойчивость в цифровую эпоху – это не статичное состояние, а динамический процесс постоянного согласования технологических инноваций с базовыми ценностями правового государства. Этот процесс требует активного участия не только законодателя и правоприменителя, но и институтов гражданского общества, научного сообщества и самих граждан, чьи права и свободы находятся в эпицентре цифровой трансформации. Только в условиях широкого общественного диалога возможно выработать такие правовые механизмы, которые будут одновременно и эффективными, и справедливыми, и защищающими человеческое достоинство от алгоритмической редукции.

Следовательно, успешная и гармоничная социокультурная трансформация общества в рамках XXI века может быть признана состоявшейся только при соблюдении ключевого антропоцентрического условия: технологический прогресс, при всей его объективной значимости и неизбежности, не должен превращаться в самоценную или самодовлеющую силу, подчиняющую себе человека и определяющую его судьбу помимо его воли и сознания. Его истинная роль заключается в том, чтобы служить инструментом, полностью подконтрольным человеческому разуму, воле и нравственному чувству, и быть всецело подчиненным высшим интересам человека. Эти интересы включают в себя не только материальное благополучие и комфорт, но и полноценную реализацию его политических, социальных и культурных прав, сохранение автономии личности и свободы воли, защиту приватности и психологического суверенитета от манипулятивных алгоритмических воздействий, возможность свободного творческого и духовного развития. В конечном итоге, речь идет об утверждении неотъемлемого человеческого достоинства как высшей цели любого развития – будь то технологическое, экономическое, социальное или политическое. Достоинство личности не может быть принесено в жертву эффективности, безопасности или технологическому прогрессу. Именно в этом безусловном подчинении цифровизации, алгоритмизации и всех сопутствующих процессов гуманистическому императиву, в признании человека мерой всех вещей даже в виртуальном пространстве, и заключается магистральный путь к построению подлинно правового государства, сохраняющего свою жизнеспособность, легитимность и человеческое измерение в цифровую эпоху. Только такой путь способен обеспечить гармоничное сосуществование человека и технологий, где последние выступают не угрозой, а надежным помощником в деле защиты и реализации фундаментальных прав и свобод.

### Литература

1. Андреева Г.Н. Конституционные ценности в условиях цифровой трансформации // Конституционное и муниципальное право. 2023. № 4. С. 15-22.

2. О персональных данных: Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ (ред. от 01.01.2026) // Собрание законодательства РФ. 2006. № 31. Ст. 3451.
3. Петров И.В. Конституционные риски цифровизации публичного управления // Российский юридический журнал. 2024. № 2. С. 25-38.
4. Сидорова Е.В. Цифровой суверенитет как конституционно-правовая категория // Журнал российского права. 2023. № 8. С. 42-55.
5. Федоров А.Ю. Искусственный интеллект и конституционные права человека: вызовы и перспективы // Правоведение. 2022. № 5. С. 112-128.

© Цуркина Е.В., 2026

## РЕКЛАМА И ЖУРНАЛИСТИКА: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

**Балашова Е.Г.**

Астраханский государственный университет  
г. Астрахань, Россия

### РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КАЗАЧЕСТВА В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

Медиапредставление в средствах массовой информации – это освещение событий, явлений или процессов, созданное средствами медиа. Термин многозначен: с одной стороны, под ним понимается освещение совокупности событий и фактов, которое воплощается в разнообразный контент. С другой стороны, репрезентация – это арсенал приёмов, методов, средств, используемых авторами для создания образа действительности, и сконструированный образ, выполняющий социальные функции медиакommunikаций.

Актуальность темы определяется тем, что в последние годы образ казачества вновь оказался в центре общественного и информационного внимания. Если в предыдущие десятилетия эта тема присутствовала в медиапространстве эпизодически и преимущественно в культурно-историческом контексте, то сегодня казачество становится заметным участником актуальной повестки – от вопросов государственной службы и патриотического воспитания до региональных социальных инициатив [1, с. 4]. В этих условиях особенно важно понять, каким образом медиа конструируют и транслируют образ казаков, какие смысловые акценты расставляют и какие социальные функции выполняет данная репрезентация. Добавим также, что медиаповествование о казачестве находит подтверждение и в общественном мнении: результаты всероссийского социологического опроса, проведённого в 2024 году, показали, что порядка 78 % опрошенных жителей поддерживают деятельность казачества и необходимость его развития, что указывает на устойчиво положительное отношение широких слоёв населения к этому явлению (<https://clck.ru/3Rz8uT>). Такое восприятие служит дополнительной основой для позитивной медиапредставления и отражается в выборе тем и тональности журналистских материалов [2, с. 290].

Эмпирическую базу исследования составили публикации российских интернет-СМИ за 2020–2025 гг., включая материалы федеральных информационных агентств – ТАСС, РИА Новости, Газета.Ру, «Аргументы и факты», «Комсомольская правда», «Российская газета», а также публикации региональных интернет-изданий (в частности, портал «Астрахань.ру» и материалы региональных пресс-служб). Например, агентство ТАСС публикует материалы о том, как Всероссийское казачье общество демонстрирует военные симуляторы и специальное оборудование на патриотическом форуме, акцентируя внимание на их связи с практическим опытом участия в специальных операциях и тем самым формируя представление о современной военно-служебной роли казачества (<https://clck.ru/3Rz9VC>). В другом материале сообщается о поставке гуманитарной помощи казачеством в зону проведения специальной военной операции, что усиливает образ казаков как активных участников государственной

политики в сфере поддержки армии и гражданского населения. Казачество прежде всего представляется через призму «специальной военной операции» и патриотических инициатив.

Государственные агентства и крупные издания публикуют сотни сообщений о мобилизационном участии казаков: например, ФАДН сообщало, что «более 25 тысяч казаков» участвовали в СВО, 1300 из них представлены к наградам, один удостоен звания Героя России (<https://clck.ru/3Rz9gN>). А газета «Аргументы и факты» сообщила о создании уже 26-го добровольческого батальона казаков для СВО (<https://clck.ru/3RzAkB>). В интервью и репортажах казаки позиционируются как хранители традиций и «слава предков»: так, «Комсомольская правда» процитировала атамана Николая Дьяконова: «Мы защищаем землю, политую кровью их предков». «Комсомольская правда» приводит слова заместителя командира казачьего батальона «Скиф» Андрея Полуханова: «Никто не верил, что мы выстоим. Но за это время мы ни разу не отступили» (<https://clck.ru/3RzAqn>). Подобные высказывания формируют медиа-образ казачества как сообщества, которое не только апеллирует к исторической памяти, но и подтверждает её актуальность через реальные действия, соединяя традицию с современным воинским героизмом. Образ казачества часто конструируется через призму личных историй и героических нарративов, что позволяет сделать его ближе и понятнее широкой аудитории. Так, в репортаже Газета.Ru о казаках-артиллеристах один из бойцов с позывным «ГБ» прямо говорит: «Я всегда хотел служить России. После переворота, когда у руля Украины встали нацисты, когда полетели бомбы на дома мирных граждан, тогда я понял, что не могу оставаться в стороне» (<https://clck.li/zaNov>). Это личное признание превращает абстрактную тему казачества в конкретный жизненный выбор человека, мотивированного патриотизмом и ответственностью перед родиной. Повсеместно подчёркивается духовно-патриотический облик современного казачества: например, в репортаже «АиФ» главный атаман ВКО 19 сказал, что для казаков «вера в Бога, верность долгу, удаль и отвага всегда были особенностью традиции воинского служения» (<https://clck.ru/3RzB7c>). В таких материалах казачество показывает себя продолжателем «гордости России»: прошло упоминание о Георгиевских крестах и орденах, храбрости на фронте и возвращении воинского сословия к национальным истокам.

В СМИ сообщается и о пресс-конференциях атаманов, где обсуждаются вопросы взаимодействия казачьих организаций с молодёжью и патриотическое воспитание, подчёркивая воспитательную и культурно-организационную функцию казачества в современном медиадискурсе. В то же время СМИ уделяют внимание и организационному оформлению казачьих обществ. На федеральном уровне сообщается о законодательных инициативах и реформах: депутаты Госдумы призывают принять отдельный закон «О российском казачестве», обсуждается включение казаков в мобилизационный резерв (проект закона «О государственной службе казачества»). Ссылаясь на данные РИА Новости, уже к концу 2025 года зарегистрировано свыше двух тысяч казачьих обществ, а казаки активно вовлекаются в мобилизационный резерв и участвуют в реализации стратегии государственной политики в отношении российского казачества в период до 2030 года, что подчёркивает официальную поддержку и интеграцию казачьих структур в систему государственных задач.

(<https://clck.ru/3RzBJU>). Инфрмагентства пишут о формировании новых казачьих подразделений: так, в 2023 г. анонсировано появление трёх новых «казачьих войск» (Северо-Западного, Астраханского и Амурского) с поддержкой правительства, а в Донбассе – создание казачьего добровольческого батальона «Донецк» из местных добровольцев. Российская газета констатирует, что сейчас на передовой находятся 15–20 тысяч казаков (в т. ч. 11,5 тыс. с учётом мобилизованных), из которых сотни уже награждены за подвиги (<https://clck.ru/3RzBSM>). По словам авторов, государство ориентируется на сплочение казачества и его интеграцию в силовые структуры: например, на пресс-конференции Всекубанского казачества было подчёркнуто, что задача – «привести все 12 казачьих войск к уровню Кубанского» (сильнейшего) и «объединить казаков» для помощи им с оснащением и подготовкой. Федеральные СМИ рисуют образ современного казачества как организованной, формальной структуры, тесно связанной с силовыми ведомствами и участием в «военной спецоперации» [3, с. 21].

Помимо федеральных публикаций, в российских СМИ появляются региональные сюжеты, подчёркивающие роль казачества в конкретных областях. Например, в публикациях региональных СМИ подробно рассказывается о деятельности казачьих обществ на местах: увеличении численности казачьих обществ, их участии в охране общественного порядка и поддержке семей участников СВО, что демонстрирует значимость казачества на региональном уровне и отражает варианты локального медиаповествования. В материале агентства ТАСС особое внимание уделяется участию казачьих обществ в гуманитарной и духовной работе в зонах, освобождённых в ходе специальной военной операции: журналисты рассказывают, как казаки восстанавливают православные храмы, участвуют в богослужениях и помогают местным жителям, делая акцент на том, что их деятельность продолжает традиции защиты и служения, уходящие корнями в религиозные и культурные ценности (<https://clck.ru/3RzBeH>). Такое освещение подчёркивает, что казачество в медийном пространстве связано не только с военной активностью, но и с духовной миссией, укрепляющей моральные ориентиры общества. Подобные публикации не только фиксируют социальную активность казачества, но и создают образ казачества как местного общественного института, тесно связанного с жизнью конкретных сообществ. Широкое освещение получает также участие казаков в общественных и гуманитарных акциях. Так, СМИ сообщают о вовлечении казачьих обществ в общероссийские акции по профилактике зависимостей среди молодёжи, где дружины участвуют в беседах с учащимися, что отражает социальную направленность медиаповествования о казаках как о наставниках и защитниках молодого поколения. Аналогично сообщается и о взаимодействии казаков с государственными службами, например, об участии казачьих дружин в учениях МЧС для ликвидации чрезвычайных ситуаций, что создаёт представление о казаках как о социально-ответственной и функционально разноплановой группе (<https://clck.ru/3RzBi5>).

Региональные СМИ дополняют общую картину местными акцентами. В Астраханской области, где исторически сильны казачьи традиции, местные порталы и ТВ-каналы регулярно освещают казачьи сборы, фестивали и социальные акции. Например, сайт «Астрахань.ру»



сообщил о переизбрании окружного атамана и достижениях региона в федеральном рейтинге ФАДН – отмечено, что три года подряд Астраханская область занимает первое место в рейтинге Федерального агентства по делам национальностей по реализации государственной политики в отношении казачества (<https://clck.ru/3RzBrW>). Это стало возможным благодаря усилиям самих казаков. Так же сообщается, что «18 казачьих обществ объединяют более тысячи астраханцев» и что «более сотни» из них добровольно воюют на фронте. В том же материале упоминается программа поддержки ветеранов «Победоносец», где трое из 17 финалистов – казаки, активные как на фронте, так и в отправке гуманитарных посылок. В другой публикации – от 4 июля 2025 года – сайт «Астрахань.ру» сообщил о планах по увеличению числа казачьих классов в школах города (<https://clck.ru/3RzBxR>). В тексте делается акцент на том, что учащиеся изучают историю и культуру казачества, проходят элементы военно-спортивной подготовки, а многие выпускники связывают дальнейшую жизнь с военной службой. Автор подчёркивает воспитательную составляющую проекта, формируя образ казачества как наставника молодёжи и проводника традиционных ценностей. Здесь казачество представлено не только как историческое наследие, но и как действующий образовательный институт.

Региональные СМИ показывают казака не только как солдата, но и как хранителя культурных традиций: например, в Астрахани и других регионах организуют казачьи концерты, кадетские смены и фестивали фольклора. Кроме того, в заголовках попадаются бытовые сюжеты – спасение рыбака казаками Астраханской экспедиции или награждение Георгиевским крестом местного казака за мужество (<https://clck.ru/3RzCCT>), (<https://clck.ru/3RzCH>). То есть в региональных новостях встречаются темы «своего рода»: возрождение истории (детские военно-полевые сборы, уроки о русских полководцах, дни памяти), укрепление общины, прославление местных героев. Несмотря на это, даже и в региональных материалах нередко звучит мотив великой истории и патриотизма (упоминания о «боях за Донбасс» или «казачьей славе» в названиях статей). Особое место в медиаповествовании занимает тема исторической памяти [4, с. 297]. В публикации от 25 января 2025 года журналисты «Астрахань.ру» рассказали о мероприятии, посвящённом памяти жертв геноцида казаков. В тексте приводятся слова атамана о необходимости сохранения исторической правды и передачи памяти будущим поколениям (<https://clck.ru/3RzCQC>). Через подобные материалы формируется образ казачества как сообщества с трагическим, но героическим прошлым, чья история вписана в общенациональный контекст.

В целом сравнительный анализ показал, что федеральные СМИ сосредоточены на статусных и военных аспектах (законы, цифры СВО, крупные бригады), а региональные – на повседневной казачьей жизни и культурных акцентах региона. Однако все они формируют единый образ казака как «служителя Отечества» и носителя традиций. Следует отметить, что образ казачества 2020–2025 гг. существенно отличается от медиарепрезентации прошлых исторических периодов. Историческое сравнение выявляет резкий сдвиг в представлениях. В дореволюционной России казаки были элитным воинским сословием и активно участвовали в

парадных расчётах: современная выставка в ГИМ подчёркивает, что «несла службу в составе Императорской гвардии» именно этнические казаки, обладая «крепкой опорой государства», «глубокой верой и отвагой». Напротив, в советский период казачество почти исчезло из медиа: «расказачивание» и репрессии сделали эту тему табу. Лишь в эмиграции сохранялась память об уникальном образе (на форумах и выставках за рубежом участники кричали: «Слава богу, что мы казаки, – звучало из уст каждого, кто на форуме подходил к микрофону. – Нам есть чем гордиться, нам есть что помнить»» как восклицание гордости) (<https://clck.ru/3RzCVG>).

В последние годы в медиапространстве заметна тенденция к пересмотру советской интерпретации истории казачества. Так, в публикации ТАСС о выставочных проектах, посвящённых трагическим страницам XX века, внимание уделяется судьбам казачьих семей, пострадавших в период репрессий, а сама тема «расказачивания» рассматривается не как идеологически оправданная мера, а как историческая травма, требующая осмысления и сохранения памяти (<https://clck.ru/3RzCbz>). Аналогичный поворот прослеживается и в аналитическом материале «Кавказской правды», где процесс возрождения казачества в позднем СССР интерпретируется как отражение более широких общественных трансформаций, приведших к переоценке прежних исторических установок (<https://clck.ru/3RzCsF>). Таким образом, современные СМИ всё чаще отходят от советской повестки, представляя казачество не как маргинальный или проблемный элемент прошлого, а как значимый историко-культурный субъект, чья судьба стала частью общенационального опыта. Этот сдвиг в медиапредставлении позволяет говорить о формировании нового исторического нарратива, в котором казачество осмысляется одновременно как воинская традиция, культурное сообщество и жертва сложных политических процессов XX века.

Современные массмедиа фактически заново создает миф о казаках – уже не «враг народа», а «верные сыны Отечества». Подведем выводы. Подавляющее большинство материалов имеют положительную или нейтрально-позитивную тональность. Важно подчеркнуть, что в медиатекстах практически отсутствует проблематизация деятельности казачьих организаций. Конфликтные или критические сюжеты появляются крайне редко, а если и упоминаются, то не становятся доминирующей линией повествования. Это говорит о наличии устойчивой редакционной рамки, в которой казачество позиционируется как ресурс стабильности, порядка и патриотического воспитания. Подобная избирательность является характерной чертой медиапредставления: медиа не просто отражают реальность, а структурируют её, предлагая аудитории определённую интерпретацию [5, с. 156]. Это свидетельствует о формировании устойчивой позитивной модели репрезентации, опираясь на идею преемственности поколений и роль казаков в вооружённых силах (в том числе в МВД и Росгвардии). Это резко отличается от прежних советских публикаций, где казака упоминали редко и отрицательно. Если в Российской империи казаки представлялись преимущественно как особое военное сословие, встроенное в систему пограничной и военной службы, а в советский период их образ в печати зачастую носил маргинальный или нейтральный характер, то современные интернет-СМИ формируют новый акцент, в котором казаки выступают не

только как носители исторических традиций, но и как активные участники современных государственных и социальных процессов.

Казачество в медиа связывается с патриотическим воспитанием, образовательной деятельностью, социальной поддержкой, участием в национальных проектах и оказанием помощи в рамках государственных программ. Важным элементом медиаповествования является также представление казачества как носителя традиционных культурных ценностей. Анализ публикаций русскоязычных интернет-СМИ позволяет заключить, что представление казачества в медиапространстве России характеризуется формированием позитивного, официально одобряемого образа, который объединяет в себе элементы государственной службы, социальной ответственности и культурного наследия. Это отражает современные политические, социальные и культурные процессы в стране и демонстрирует, как медиа используют образ казачества для поддержки государственных инициатив, патриотического воспитания и укрепления национальной идентичности.

### Литература

1. Башмаков И.С. Общественно-политическая повестка казачества в социальных сетях: сравнительный анализ официальных и неофициальных сообществ // Южно-российский журнал социальных наук. 2023. №2. С. 4.
2. Воскресенская М.А. Историческая информация в современной российской прессе: языки медийной репрезентации // Медиалингвистика. 2022. №4. С. 288-308.
3. Денисова Г.С., Ковалёв В.В. Казачество в современной России: обретение социального статуса // Вестник Института социологии. 2023. №3. С. 14-36.
4. Лазуткина Е.В. Медиаосвещение регионального культурного наследия в цифровой среде: опыт исследовательских студенческих проектов // MEDIAОбразование: цифровая среда в условиях вынужденной метаморфозы: Сборник материалов VII Международной научно-практической конференции. Челябинск, 2022. С. 296-300.
5. Михеева В.В. Использование ресурсов Интернета в исторических исследованиях // Genesis: исторические исследования. 2024. №3. С. 152-165.

© Балашова Е.Г., 2026

**Банькина Е.Р.**

Нижневартровский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

## **АРХЕТИПИЧЕСКИЙ ОБРАЗ ДОРОГИ В СОВРЕМЕННОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ**

Сегодня человека буквально атакует реклама – он видит её повсюду. Из-за этого пробиться до потребителя и по-настоящему заинтересовать его очень трудно. В этой гонке за внимание людей уже мало просто броского слогана или красивой картинки. Гораздо сильнее работает обращение к каким-то простым и вечным темам, которые понятны каждому на глубинном уровне.

Эти универсальные темы и образы называются архетипами. Само это понятие ввёл психолог Карл Юнг. Он говорил, что архетипы – это как бы врождённые для всех людей сюжеты, символы и мотивы, заложенные в нашем общем бессознательном. Маркетологи взяли эту теорию на вооружение, чтобы создавать яркие и «цепляющие» бренды. Используя архетипы, можно говорить с людьми на языке их главных ценностей и базовых потребностей. «Архетипы – это своего рода резюмирование типического опыта всех предшествующих поколений, это объединяющее всех нас, независимо от социокультурных различий, общее начало, скрытое в психике и способствующее восприятию искусства» [6, с. 35]. Таким образом, обращение к архетипам – это не творческий каприз, а стратегический инструмент, основанный на глубоком понимании человеческой природы.

Один из наиболее часто востребованных в рекламе архетипов, которые используются для передачи динамики, является архетип пути, дороги. Он олицетворяет жизненное путешествие, движение вперёд, преодоление трудностей и поиск своего места. Как отмечают исследователи, именно такие «вечные» образы позволяют создать устойчивую связь с потребителем в условиях информационного шума, выступая своего рода культурным кодом, который бренд разделяет со своей аудиторией [3, с. 236]. Архетипический образ дороги способствует тому, что потребитель рекламного продукта воспринимает динамику развития действия, что в свою очередь помогает более достоверно воспринимать информацию, погружаясь в ее контекст. Динамика действия обуславливает сопричастность потребителя к рекламному продукту, позволяет выстроить сюжетную линию, вовлечь в происходящее действие, что обеспечивает лучшее понимание рекламного посыла.

«Архетипические образы обнаруживаются в фольклоре, мифах, ритуалах. Историей культурного развития человечества их накоплено множество» [7, с. 15]. Также архетипические образы запечатлены во многих рекламных материалах, это архетип Героя, Матери, Мудреца, Дома, Дороги. Образ дороги – это один из самых старых и универсальных сюжетов в культуре. Мы встречаем его в древних мифах, в философии, книгах и даже в простых пословицах, к примеру, «дорогу осилит идущий». Он составляет основную сюжетную линию многих произведений: «Декамерон» Джованни Боккаччо, «Приключения Гекльберри Финна» Марка Твена, «Божественная комедия» Данте Алигьери, «Ханты, или Звезда Утренней Зари» Е.Д. Айпина. Образу дороги обеспечена устойчивость, способность к трансформации и

метафоричность, потому что он отражает и личное, и коллективное существование. Психологически он откликается на нашу главную потребность – меняться, расти, искать смысл и новые возможности.

Этот образ говорит о свободе, о том, чтобы самому управлять своей жизнью, о жажде приключений. В рекламе этот глубокий смысл передается через конкретные, узнаваемые образы и слова. Глаз цепляется за картинки: уходящая за горизонт: трасса, перекресток, движущаяся машина, карта или просто открытое пространство. На слух работают фразы про движение и цель: «начать свой путь», «добраться до мечты», «дорога к успеху», «выбери своё направление» [8, с. 183]. Это удачно срабатывает в силу определенных механизмов, которые работают на подсознательном уровне у потребителя рекламы.

Во-первых, идентификация. Человек смотрит на «героя» в рекламе и видит в нём себя, свои мечты и цели. То есть он соотносит себя с образом героя рекламы и пытается встать на его место. Это дает ощущение значимости того, что все преодолимо, всего можно достичь, приложив определенные усилия. Во-вторых, проекция будущего. Такая реклама продаёт не вещь, а перемены. Она предлагает не автомобиль, а свободу; не курс обучения, а карьерный рост. В-третьих, эффект истории. Зритель следит не за сухим списком преимуществ товара, а за мини-фильмом о преодолении и победе. Это увлекает и запоминается гораздо лучше. Учёные говорят, что такой подход ведёт прямой разговор с подсознанием человека, а это самый эффективный способ до него достучаться [9, с. 3].

Интересно, что сила архетипа Дороги настолько велика, что он эффективно работает даже в самых разных культурах, поскольку базовые потребности в развитии и поиске себя являются общими для человечества. Это делает «дорогу» особенно ценным инструментом для глобальных брендов, стремящихся найти отклик у международной аудитории. Можно также сказать, что знакомые образы вроде уходящей вдаль дороги или линии горизонта действуют на нас на уровне инстинктов. Наш мозг буквально «оживает», когда видит эти картинки – включаются те его участки, что отвечают за ориентирование в пространстве и чувство предвкушения чего-то нового. Таким образом, сама картинка физически настраивает зрителя на мысль о начале пути или переменах [2, с. 67-68]. Дорога сама по себе может не иметь конкретного начала и конечной точки пути, это символ вечного развития, прогресса.

Образ дороги очень гибкий, поэтому его можно встретить в рекламе чего угодно, и каждый раз он работает по-своему. В рекламе автомобилей всё наиболее прямо и понятно. Здесь дорога – это и есть обещание: свободы, драйва от вождения, полного контроля и наличия передовых технологий. Например, в роликах про внедорожники бездорожье становится метафорой жизненных преград, которые можно преодолеть. А реклама дорогих седанов часто показывает пустынную ночную трассу – это символ скорости, стиля и побега от обыденности.

Когда речь заходит о финансах или бизнесе, «дорога» превращается в метафору. Это уже «путь к финансовой независимости» или «карьерная лестница». Банки и инвестиционные компании используют образы графиков, растущих линий, дорожных карт, чтобы сделать сложные идеи наглядными. Они позиционируют себя как надёжного попутчика или



навигатора, который поможет клиенту прийти к успеху. Исследования показывают, что такой подход действительно помогает выстроить чёткое предложение и вызывает доверие.

Для сферы туризма и путешествий дорога – это не просто метафора, а сама суть продукта. Авиакомпании и железнодорожные перевозчики продают не билет из точки А в точку Б, а новые впечатления, открытия и другой взгляд на мир. Уходящая вдаль дорога в их рекламе обещает внутренние изменения и новый опыт. Здесь в чистом виде работает архетип Искателя. В работе Калимуллиной О.В. и Кадацкой Т.Д. отмечается: ««Искатель» находится в поиске лучшего мира; того, что совпадает с его внутренними потребностями, предпочтениями, желаниями и ценностями. Находящийся под воздействие данного архетипа человек боится приспособления, ощущения внутренней пустоты» [5, с. 54-55].

В рекламе всё, что связано с обучением, спортом и саморазвитием, подразумевает образ дороги как символ личного роста. Типичные картинки – бегун на утренней пробежке или альпинист на тропе. Главный посыл: «сделай первый шаг», «иди к своей цели», «пройди этот путь». Это идеально ложится на структуру любого обучения или тренировки. Сила такого подхода в том, что он доносит ценности бренда не в лоб, а через знакомые всем и каждому культурные образы. Это создаёт глубокие ассоциации и помогает сформировать настоящую лояльность к рекламируемому товару. Потребитель явно может представить себя на месте спортсмена, и его путь к красивому и здоровому телу тогда обусловлен именно движением, которое составляет сущностную основу архетипа Дороги.

Важно подчеркнуть, что успешность применения архетипа напрямую зависит от того, насколько точно он совпадает с реальными ценностями бренда и ожиданиями целевой аудитории. Попытка использовать «дорогу» как универсальный штамп без глубокого анализа может привести к обратному эффекту – созданию ощущения фальши и неискренности. Здесь важно помнить о риске разрыва между образом и реальностью. Если бренд красиво рассказывает историю о «пути к мечте», но на деле оказывается неудобным, ненадёжным или просто плохим, это вызывает у потребителя особенно сильное разочарование. Вместо доверия и лояльности возникает отторжение, потому что люди чувствуют себя обманутыми на глубинном, почти подсознательном уровне.

Образ дороги сегодня успешно переехал в интернет и социальные сети, но в цифровой среде у него появились и новые возможности, и новые трудности. Среди главных проблем – заезженность. Поскольку этот образ используют очень часто, он может стать шаблонным и потерять привлекательность и силу. Есть и риск пустого пафоса: когда красивая картинка с «путём к мечте» не подкреплена реальными качествами товара, реклама выглядит красиво, но бессмысленно. Избежать этого эффекта можно лишь в том случае, когда образ дороги дополняет, подкрепляет основную идею рекламного сюжета, когда он является не просто маркером, а работает на подсознательном уровне ассоциативно связывая рекламируемый товар с движением в принципе.

Кроме того, образ дороги сам по себе широк и понятен многим, а современный маркетинг требует точного попадания в узкую аудиторию. Сделать это с помощью такой универсальной метафоры сложнее, но есть и перспективные тренды, которые дают этой

старой идее новую жизнь. Во-первых, это интерактивность и игра. Идея пути идеально ложится в основу игровых механик. Например, это могут быть квесты от бренда, «дорожные карты» клиентского пути или фитнес-приложения, где твой прогресс в беге отображается как покорение виртуального маршрута. Во-вторых, сила живых историй. Бренды теперь часто просят самих пользователей делиться в социальных сетях их личными «дорожными историями» с продуктом. А блогеры-путешественники или спортсмены в рекламе становятся настоящими, живыми искателями, и их опыт выглядит куда правдивее постановочных роликов. В-третьих, это смешение образов (чтобы образ бренда стал объёмнее, архетип пути комбинируют с другими архетипами). Например, бренд спортивной экипировки может говорить не просто о «пути», а о «пути героя», преодолевающего трудности, а образовательная платформа может предстать в роли «мудрого проводника» на этом пути. Специалисты отмечают, что такая комбинация требует тщательного расчёта: образ должен подходить не только психологии аудитории, но и самой сути продукта [1, с. 4-6].

Технологии анализа данных позволяют бренду говорить с каждым клиентом о его «уникальном пути», то есть мы имеем ввиду персонализацию рекламы. Рассылки, рекомендации, специальные предложения – всё это можно подать как следующий шаг на его личной «дорожной карте». По сути, сейчас происходит важный сдвиг. Бренд перестаёт быть просто говорящей головой, которая диктует, что модно и трендово, а что старо и непопулярно. Вместо этого он становится помощником, который подстраивается под личный путь и опыт каждого конкретного человека. Это особенно ярко проявляется в цифровой среде, где архетипы получают «второе дыхание» за счёт технологий, позволяющих создавать более глубокий и персонализированный диалог с потребителем [4, с. 40].

Таким образом, образ дороги был и остаётся одним из самых сильных и популярных приёмов в рекламе. Всё потому, что он говорит с человеком на уровне его главных стремлений: расти, быть свободным и искать своё предназначение. Дорога – это путь, позволяющий нам перемещаться не только во времени, но и в пространстве, осуществлять переход от одного состояния бытия – реальности, в другое – ирреальность, воображаемый нами мир. Дорога символизирует перемены, и тот, кто ее выбирает, способен трансформировать свою личность, расставить приоритеты потребностей, что и является целью рекламного посыла: возьми меня, я нужен тебе в дороге к совершенству.

Этот образ удивительно многолик. Он может быть прямой асфальтовой лентой в рекламе автомобиля или сложной метафорой «пути к богатству» в ролике банка. А с приходом цифровых технологий он не устарел, а, наоборот, стал ещё живее – превратился в интерактивные квесты. Прохождение квеста – это тоже путь, путь познания истины, это символ знаний в определенной мере.

Поэтому главная задача современных пиарщиков и маркетологов – не бездумно штамповать одни и те же картинки с уходящей вдаль дорогой. Важно глубоко понимать этот древний образ и творчески перерабатывать его для каждого конкретного бренда и его аудитории. Успешная реклама, которая рассказывает историю пути, продаёт не товар, а возможность стать главным героем собственной жизни. А бренд в такой истории становится

не навязчивым продавцом, а надёжным попутчиком. Умение создавать такие истории через вечные, понятные всем образы – это уже необходимость, потому что в современном мире, перегруженном информацией, по-настоящему «цепляет» и запоминается только то, что трогает за душу и говорит о чём-то важном.

Как показывает анализ современных исследований и практик, будущее архетипического брендинга, и образа дороги в частности, лежит в гармоничном сочетании глубины психологического воздействия с точностью таргетирования и интерактивностью цифровых платформ. Только такой комплексный подход позволит этому древнему образу оставаться актуальным и эффективным инструментом в постоянно меняющемся мире рекламы.

### Литература

1. Арпентьева М.Р. Архетипический брендинг с позиций эргономического обеспечения маркетинговых исследований // Эргодизайн. 2020. № 1. С. 3-18.
2. Белозерцев О.В. Нейромаркетинг как инструмент воздействия на потребительское поведение // Индустриальная экономика. 2024. № S2. С. 65-70.
3. Белоусова К.И., Тетерина Е.В. Архетипы в рекламе // Актуальные проблемы авиации и космонавтики, 2020. Т. 2. № 9. С. 236-237.
4. Васильева А.С. Архетипы в современной интернет-рекламе: возможности и перспективы // Вопросы медиабизнеса. 2022. Т. 1. № 2. С. 38-43.
5. Калимуллина О.В., Кадацкая Т.Д. Маркетинговые коммуникации на основе архетипов: кейс-стади // Практический маркетинг. 2022. № 2 (332). С. 52-58.
6. Себелева А.В., Рымарева Е.Н. Понятие «архетип» и мифология обских угров: теоретический аспект. // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 12-2(66). С. 34-36.
7. Рымарева Е.Н. Архетип дороги и его воплощение в романе Е. Айпина «Ханты, или звезда утренней зари» // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2019. № 4(38). С. 15-19.
8. Рынгаченко Е.С., Неделяева С.О. Коммуникации, обеспечивающие продвижение брендов по архетипическим основаниям // Теория и практика современной науки. 2021. № 5(71). С. 182-186.
9. Титова Е.М. Архетипы в рекламе как формула успеха // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. 2022. № 26-27. С. 1-6.

© Банькина Е.Р., 2026

**Большакова Е.В.**

Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева  
г. Астрахань, Россия

## **МЕДИАОСВЕЩЕНИЕ ПРОЕКТА «БОЛЬНИЧНАЯ КЛОУНАДА»**

«Больничная клоунада» – проект по социально-культурной реабилитации детей в стационарах методами клоунотерапии, смехотерапии и игротерапии. Главная цель – помочь пациентам уменьшить страх и тревогу, отвлечь от болезненных ощущений во время процедур. В России проект «Больничная клоунада» существует с 2005 года [5, с. 109].

Больничная клоунада – эффективное средство социально-психологической реабилитации детей [1, с. 19]. СМИ и социальные сети помогают рассказать аудитории об этом важном движении, которое оказывает положительное влияние не только на эмоциональное состояние болеющих и их родителей. Популяризация волонтерских движений необходима для медиаосвещения в области добровольческой деятельности, привлечения внимания к ней и решения важных проблем [2, с. 322]. Журналистам важно освещать подобные проекты, которые помогают людям, чтобы аудитория понимала, какие ресурсы для этого требуются, и какими предстают перед людьми добровольцы. Публикации в СМИ помогают донести информацию о работе актёров, о том, как на них реагируют пациенты, и насколько эффективна их работа. Медиаосвещение этого проекта помогает сформировать положительное отношение к проекту «Больничная клоунада». Это привлекает новых участников в волонтерскую деятельность, что, в свою очередь может способствовать повышению мотивации добровольцев.

Цель исследования заключается в анализе влияния просветительской деятельности проекта в медиaprостранстве на восприятие «Больничной клоунады». Исследовать, как медиаматериалы влияют на общественное мнение. Изучить, какие стратегии используются для распространения информации о деятельности проекта и их влияние на вовлечённость аудитории. Оценить, как освещается эффективность работы клоунов в медиа. А также выявить, как подобные этому проекту инициативы, способствуют повышению интереса к добровольческим, социальным и культурным движениям.

Главными задачами медиаосвещения являются: освещение мероприятий, работы волонтеров и актёров; информирование о социально значимых проектах за счёт создания медиаволонтерами нового контента и его продвижения в СМИ и социальных сетях [4]. Методологию исследования составляет изучение публикаций средств массовой информации и материалов учебных заведений. Анализ публикаций осуществляется на основе комплексной методики, включающей в себя контент-анализ работы медиа.

Эмпирическую базу составляет совокупность источников, популяризирующих медипросветительскую деятельность проекта в российском информационном поле. В целом были рассмотрены три группы источников: 1) материалы федеральных СМИ (РИА Новости, публикации сетевого издания «Мир 24», видеосюжеты телеканала НТВ); 2) публикации региональных изданий («Аргументы и Факты», ГТРК «Ставрополье», Новосибирские новости); 3) официальные сообщества проекта в социальных сетях (портал Президентских

грантов, официальное сообщество АНО «Больничные клоуны» во ВКонтакте). Данная группа источников помогла проанализировать специфику медиаосвещения и выявить уровень знаний общества о данном проекте в различных субъектах Российской Федерации. В подборку вошли новости, статьи и интервью, связанные с освещением работы участников, деятельности и эффективности проекта «Больничная клоунада».

Во всех рассмотренных публикациях освещается деятельность проекта «Больничная клоунада», работа организаций, направленных на эмоциональную помощь детям, а также то, как себя чувствуют актёры, помогая пациентам. Наиболее важные материалы в области больничной клоунады публикуются в федеральных изданиях. Для них ценен профессиональный подход к работе. Например, РИА Новости – ведущее государственное информационное агентство. Публикация о пятом наборе в школу больничной клоунады выполняет важную функцию информирования аудитории не только о возможности обучения, но и о привлечении новых волонтёров на масштабном уровне (<https://clck.ru/3TehJd>). В качестве визуального формата освещения темы можно рассмотреть репортаж «Больных детей исцеляют смехом» на телеканале НТВ, позволяющий увидеть работу больничных клоунов в реальной обстановке и узнать все нюансы этой работы (<https://clck.ru/3TehKr>). Телевизионный формат позволяет сильнее воздействовать на аудиторию благодаря визуальному ряду информации.

Проведя анализ рассмотренных материалов, можно понять, что федеральные СМИ подробно объясняют методы работы, принципы импровизации актёров и важность данного проекта, преодолевая стереотипное восприятие клоунов как простого развлечения. Федеральные СМИ расширяют проект «Больничная клоунада» в регионы, показывая варианты реализации проекта не только профессиональными организациями, но и волонтёрскими движениями. По данным федеральных изданий, у 97% детей улучшается настроение после визитов клоунов [1]. Однако полная проработка темы ограничена хронометражем, в то время как печатные интервью позволяют раскрыть проблематику более детально.

В отличие от федеральных СМИ, где доминирует профессиональный уровень работы, региональные издания освещают «Больничную клоунаду» как волонтёрское движение, основанное на личной мотивации, и уделяют внимание личной истории актёров. Регионы более конкретно описывают проблемы, с которыми сталкиваются локальные сообщества: скептицизм окружающих, нехватка клоунов и финансирования. Отдельные регионы демонстрируют уникальные методы работы, например, издание лечебных сказок в Новосибирске под названием «Сказка на носу» (<https://asi.org.ru/news/2017/07/13/novosibirsk-skazka-na-nosu/>). А также в пример можно привести программу «Говорим сегодня» на ГТРК «Ставрополье» (<https://clck.ru/3TehUY>), которая была посвящена открытию нового проекта по обучению больничной клоунаде в 2025 году. В этом эфире приняла участие Надежда Бочкарёва – автор программы «Школа больничных клоунов» в Новосибирске. Её участие свидетельствует о сотрудничестве разных регионов и привлечение федеральных экспертов для медиаразвития проекта. Неоднократно для региональных изданий, таких как «Аргументы и



Факты» на Урале, высказывался Илья Боязный – один из ключевых специалистов этого движения в России. Анализируя его интервью и публичные выступления, формируется целостный образ проекта «Больничная клоунада» как серьезной профессии, требующей зрелости и эмоциональной подготовленности от добровольцев. Таким образом, региональные издания содержат богатый эмпирический материал о реальной работе проекта и клоунов. Это позволяет показать повседневность движения, что отличается от федерального уровня (<https://clck.ru/3S6TM3>).

В целом интервью с больничными клоунами выходят за рамки простого описания профессии и фокусируются на нескольких ключевых темах. Первая – путь в профессию и мотивация. Респонденты часто раскрывают личные истории, приведшие их в больничную клоунаду. Это может быть сочетание профессионального бэкграунда (психолога, актера, педагога) и внутренней потребности в помощи другим. Например, в интервью с казанским координатором Екатериной Гурьевой (клоун Фрося) подчеркивается синтез её психологического образования и давней мечты выступать на сцене (<https://clck.ru/3S6aok>). Другие, как Лерика Пивненко-Лукина из Петербурга, приходят через осознание, что их навыки (в её случае – цирковое образование) нужнее в больнице, чем на сцене (<https://clck.ru/3TfMJJs>).

Важной темой является развенчание мифа о том, что больничным клоуном может стать любой желающий. В интервью подробно описываются этапы подготовки, включающие актерское мастерство, основы психологии и медицинских знаний, а также работу с конкретными инструментами (твистинг, фокусы). Подчеркивается необходимость регулярности выходов и отличия профессионального подхода от волонтерской активности. Интервью часто касаются сложных тем – контакта с умирающими детьми, эмоционального выгорания, собственного отношения к страданию и смерти (<https://clck.ru/3TjWtg>). В интервью с Константином Седовым для журнала «Фома» эта тема раскрывается через призму веры, поиска смысла и психологической защиты, необходимой для продолжения работы («кожа толстеет», но вера и молитва дают «покой и гармонию души»). В речи интервьюируемых сочетаются два пласта. С одной стороны – профессиональный язык психологов и педагогов (ресурсное состояние, клиническая психология, терапевтический эффект, эмоциональное выгорание). С другой – живой, образный язык актеров и рассказчиков, полный метафор и непосредственных наблюдений (тапки как доска для серфинга, одушевлять предметы, проживать эмоцию). Таким образом, интервью с участниками проектов «Больничная клоунада» в российских СМИ сформировались как особый жанр публичной рефлексии. Их главная особенность – в стремлении показать сложность и многогранность этой деятельности, выйти за рамки стереотипа «весельчака в красном носу» и представить больничного клоуна как квалифицированного специалиста в области психосоциальной поддержки, работающего на стыке актерского мастерства, психологии и гуманитарной миссии. Этот жанр выполняет важную просветительскую функцию, знакомя аудиторию с философией и повседневной практикой «исцеления игрой».

Социальные сети являются ключевым инструментом медиаосвещения для проекта «Большая клоунада», выполняя функции информирования, продвижения волонтеров и формирования профессионального сообщества. Сравнивая с традиционными СМИ, социальные медиа позволяют выстраивать прямую коммуникацию с аудиторией и оперативно реагировать на обратную связь [3, с. 583]. Ключевым каналом проекта является паблик АНО «Больничные клоуны» во ВКонтакте (<https://clck.ru/3TfMNH>). Регулярные посты сообщества о текущей работе составляют основу контента. Они создают ощущение непрерывности и стабильности деятельности. Чаще всего освещается образовательная часть проекта, что подчеркивает профессиональный уровень организации, а публикация отчетов о деятельности формирует доверие у аудитории и демонстрирует прозрачность работы. Но, несмотря на все преимущества, паблик остаётся относительно небольшим, что требует дополнительных усилий для привлечения аудитории и добровольцев.

Также важную роль в медиаосвещении проекта «Больничная клоунада» сыграл Фонд президентских грантов. Благодаря грантовой поддержке создана сеть этой организации в разных регионах страны, разработаны специальные методики и выстроены партнёрские отношения с медицинскими учреждениями. Грантовую поддержку получают в различных регионах России: от Москвы до Красноярска (<https://clck.ru/3TfMPq>). Это способствует распространению практики больничной клоунады по всей стране. Благодаря многолетнему опыту и получению гранта проект «Больничная клоунада» вышел на федеральный уровень. Масштаб финансовой поддержки позволяет организации обеспечивать регулярность работы, оплачивать труд артистов и развивать новые направления для просветительской деятельности.

Медиапространство проекта «Больничная клоунада» представлено тремя ключевыми типами каналов коммуникации. Анализируя эти три группы, были выделены сходства и различия. Важнейшее сходство заключается в том, что они все являются единой медиасистемой, где они дополняют друг друга и помогают в продвижении. Федеральные СМИ создают профессиональный контекст, региональные издания обеспечивают локальную привязку в разных частях России, а социальные сети формируют сообщество неравнодушных сторонников. Всеми ими движет мотивация помочь детям в трудной для них ситуации. Их главной задачей является распространение информации о проекте, чтобы как можно больше добровольцев откликнулись и не прошли мимо. Во всех трёх источниках звучит тема сохранения детства даже в больничных условиях, они акцентируют внимание на важность человеческого участия и поддержки. Различия же незначительны. Например, образ врача в федеральных СМИ – это эксперт, подтверждающий эффективность работы проекта, а региональные издания и социальные сети показывают врача как партнёра, с которым выстраивается сотрудничество. Главным различием является то, как медиаинструменты преподносят информацию до аудитории [6, с. 121]. Федеральные – глубокий анализ, профилактика, работа на профессиональном уровне. Региональные – честная и локальная констатация фактов. Показывают лицо артистов, врачей, детей и их родителей, с какими трудностями им приходится сталкиваться. Социальные сети – активное обсуждение с аудиторией напрямую, упоминания о психологической поддержке. Итак, федеральные СМИ

создают образ этого проекта как социального института с профессионалами своего дела, региональные издания показывают живое, конкретное движение, а социальные сети формируют близкое сообщество.

Согласно публикациям, практика больничной клоунады в Астрахани существует более пяти лет. Координатором направления «Больничный клоун» в Астрахани является Лидия Марутова. Освещение деятельности проекта «Больничная клоунада» в Астрахани в доступных источниках носит фрагментарный характер и представлено преимущественно материалами региональных СМИ и официальных учреждений здравоохранения. Анализ этих материалов позволяет выделить несколько ключевых аспектов, характеризующих становление и развитие данной практики в регионе.

Информация о проекте содержится в двух основных типах источников. Во-первых, это региональные новостные порталы, такие как официальный сайт администрации Астрахани, которые публикуют репортажи и интервью с организаторами и медицинскими работниками. Во-вторых, это официальные коммуникации медицинских учреждений, в частности, Областной детской клинической больницы (ОДКБ) им. Н.Н. Силищевой, на сайте которой представлен опыт внедрения метода клоун-терапии. Также существуют упоминания об участии астраханских представителей в общероссийских обучающих программах, проводимых такими организациями, как АНО «Больничные клоуны».

Таким образом, освещение деятельности больничной клоунады в Астрахани в информационном пространстве представляет собой совокупность журналистских материалов и официальных отчетов медицинских учреждений. Оно позволяет сделать вывод о том, что в регионе сложилась и функционирует устойчивая практика психосоциальной помощи госпитализированным детям. Отличительной чертой астраханского опыта, нашедшей отражение в источниках, является сосуществование волонтерского движения и уникального для России институционального проекта «Неболейки», эффективность которого подтверждена эмпирическими данными о сокращении сроков лечения.

Проект также становился героем телевизионных программ, что представляет собой жанр телевизионного репортажа с видеорядом, закадровым текстом и синхронами (интервью) участников. Проект был представлен как общероссийский инновационный опыт.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что медиаосвещение проекта «Больничная клоунада» представляет собой многоуровневую и эффективную систему, которая не только обеспечивает текущую деятельность, но и формирует общественное мнение о признании волонтерской деятельности, способствуя популяризации клоунады в России. В условиях отсутствия официального статуса профессии, дефицита актёров и постоянного поиска финансирования именно медиа становятся ключевым каналом привлечения ресурсов, формирования общественного признания и освещения духовных и профессиональных ценностей.

## Литература

1. Баркова В. Л., Цыганкова М. Н., Гвоздева М. А., Горбушина О. П. Психологические аспекты социальной рекламы благотворительных организаций, оказывающих помощь тяжелобольным детям // Педиатрический вестник Южного Урала. 2022. № 2. С. 19-22.
2. Кисляков П.А. Социально-психологический анализ образа благотворительности и добровольчества в цифровой среде // Мониторинг. 2022. № 5(171).
3. Лазуткина Е.В. Трансформация коммуникационной модели социальных сетей // Язык и коммуникация в контексте культуры: Материалы международной научно-практической конференции. Ростов-на-Дону, 2024. С. 583-586.
4. Стеблина А.К. Роль СМИ в информационном сопровождении социальной политики // Коммуникология: электронный научный журнал. 2021. Т. 6. № 1. С.10.
5. Уваров Н.А., Уварова Д.Б., Санхо Л.В., Земляных М.В. Больничная клоунада - развлечение или лечение? История развития и опыт применения // Педиатр. 2020. № 2. С. 109-116.
6. Фролова Т.И., Гатилин А.С. Социальные проекты местных СМИ в контексте принципов партиципаторной журналистики // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 3.С. 121-151.

© Большакова Е.В., 2026

**Гаджиев Г.З.**

Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева  
г. Астрахань, Россия

## **РУССКИЙ ЯЗЫК В АЗЕРБАЙДЖАНЕ: ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ И ИХ МЕДИЙНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ**

В 2026 году, объявленном в России Годом единства народов по решению Президента Владимира Путина, особую аналитическую значимость приобретает вопрос о том, каким образом гуманитарное и языковое сотрудничество конструируется и транслируется в медиапространстве. Образовательные инициативы, связанные с поддержкой русского языка за рубежом, всё активнее становятся предметом не только языковой политики, но и медиакоммуникации [4, с. 150]: их восприятие обществом, их символический вес и их место в публичном дискурсе во многом определяются тем, как они освещаются в СМИ. Азербайджан представляет собой продуктивный случай для подобного исследования. Страна сохраняет одну из наиболее разветвлённых в постсоветском регионе систем русскоязычного школьного образования, поддерживает активное академическое взаимодействие с российскими университетами и располагает развитым русскоязычным медийным сектором [3, с. 106].

Цель исследования – выявить, как образовательные инициативы в сфере русского языка в Азербайджане репрезентированы в медиапространстве: какой образ русского языка и языкового сотрудничества формируется в российских федеральных, российских региональных и азербайджанских СМИ, какими дискурсивными средствами он конструируется и в чём состоит специфика каждого из медийных контекстов.

Актуальность исследования определяется как символическим контекстом текущего года, так и практической значимостью темы для медиакоммуникаций: понимание того, как разные типы изданий конструируют образ языка и языкового сотрудничества, важно как для академического анализа, так и для разработки эффективных коммуникационных стратегий в сфере образования и культуры.

Методологическую основу исследования составляет медиадискурс-анализ. Этот подход позволяет изучать медиатексты не только как источники информации о событиях, но и как самостоятельные конструкции, которые создают смыслы. В центре внимания – лексика, субъектно-объектные отношения, жанровые особенности и стратегии позиционирования, применяемые разными типами источников при освещении образовательных инициатив. Дополнительно используется сравнительный анализ: сопоставление публикаций на русском и азербайджанском языках об одних и тех же событиях помогает выявить, насколько медийный образ инициативы зависит от национального и институционального контекста издания.

Эмпирическую базу составляют материалы нескольких уровней: публикации государственного информационного агентства АЗЕРТАДЖ на русском и азербайджанском языках; материалы федеральных российских изданий (ТАСС, РИА Новости); региональные астраханские СМИ («АиФ-Астрахань», «Блокнот-Астрахань», «Пункт-А», «Astrakhanpost»); официальные материалы филиалов российских вузов в Азербайджане; материалы АНО «Русская гуманитарная миссия»; официальные совместные заявления руководства России и



Азербайджана. Разноуровневость источниковой базы принципиальна: она обеспечивает сопоставимость медийных образов, создаваемых разными участниками с их уникальными интересами и взглядами.

Прежде чем обратиться к медийному измерению, необходимо зафиксировать фактическую базу, которая образует предмет медийного описания. Историческое присутствие русского языка в Азербайджане восходит к первой половине XIX века: первые школы с обучением на русском языке появились в 1830-х годах в Шуше, Баку, Гяндже и Шамахи. В советский период язык занял роль основного инструмента межнационального общения. После обретения независимости в 1991 году государственным языком стал азербайджанский, однако русский язык сохранил значимые позиции в образовательной и культурной жизни страны.

По данным на 2025 учебный год, в Азербайджане функционируют 324 школы с обучением на русском языке, в которых учатся 157 тысяч школьников (около 9,3% от общего числа учащихся). Ещё около 800 тысяч учащихся изучают русский язык как второй иностранный. В 2024 году около 9% первоклассников были зачислены в русскоязычные классы – 11 514 человек. Таким образом, в той или иной форме с языком соприкасается почти миллион школьников. В системе высшего образования русский язык остаётся рабочим в 26 вузовских подразделениях с аудиторией свыше 15 тысяч студентов. Параллельно функционируют русскоязычные театры и медийные платформы: крупнейшие новостные агентства и порталы – АЗЕРТАДЖ, АРА, Trend.az, Report.az – ведут регулярные русскоязычные редакции. Эта статистика важна как точка отсчёта: вокруг неё выстраиваются медийные нарративы, которые могут существенно расходиться между собой, не противореча фактам, но делая разные акценты.

В публикациях федеральных российских изданий образовательные инициативы в сфере русского языка в Азербайджане неизменно вписываются в нарратив гуманитарного партнёрства [6, с. 45]. Базовая лексика этих материалов строится вокруг понятий «сотрудничество», «поддержка», «взаимодействие» – слов семантически нейтральных, но системно организующих образ процесса как добровольного и взаимовыгодного. Русский язык здесь предстаёт не как предмет внешнего продвижения, а как органичный элемент образовательной жизни Азербайджана, существующий в силу исторических и прагматических причин.

Показателен способ репрезентации официальных высказываний. Когда в июне 2024 года Президент России Владимир Путин на полях Петербургского международного экономического форума (ПМЭФ) отметил наличие трёхсот русскоязычных школ в Азербайджане и выразил признательность руководству республики за поддержку языка, федеральные агентства интерпретировали это как дипломатический комплимент партнёру, а не как политическое заявление. В октябре 2025 года, после встречи с азербайджанским руководством на саммите в Душанбе, аналогичные по тональности слова о широком распространении русского языка в республике были воспроизведены в том же регистре – позитивной констатации состояния дел. Русский язык в азербайджанском контексте медийно маркируется, таким образом, как «присутствующий» и «ценимый». Этот нарративный выбор

уменьшает политическую напряжённость темы и представляет языковое присутствие как естественное явление. Жанрово такие материалы близки к официальной информации и дипломатическим отчётам, а не к аналитическим или проблемным статьям, – что само по себе является определённой дискурсивной позицией.

Региональные астраханские СМИ демонстрируют следующую медийную логику. Их материалы об открытии Центра образования, науки и технологий Астраханского государственного университета им. В.Н. Татищева в Баку (декабрь 2021 года) и об участии делегации АГУ в образовательной выставке в Русском доме (ноябрь 2022 года) отражают не культурную миссию, а логику межрегионального делового сотрудничества. В публикациях акцент делается на взаимной выгоде: около 400 студентов из Азербайджана учатся в Астрахани, а открытие центра сделает поступление в астраханские вузы более доступным. В повестку взаимодействия включены русский язык, робототехника, морские исследования, транспортный коридор «Север – Юг» и аграрная тема. Русский язык здесь – инструмент сотрудничества, а не самоцель. Ректор АГУ Константин Маркелов охарактеризовал центр как «точку сбора молодёжи Азербайджана», сместив акцент с языковой миссии на коммуникационную функцию площадки. Символична и роль президента Азербайджана, который является почётным профессором АГУ и учредил именную стипендию для студентов и молодых учёных. В публикациях этот факт представлен как знак взаимного признания и равноправия партнёров. Это характерно для региональных медиа, исторически связанных с Азербайджаном через торговлю, диаспору и транзит. Также замечен медийно-механический аспект: публикации об открытии центра почти одновременно появились в нескольких астраханских изданиях с минимальными отличиями. Это свидетельствует о скоординированном медиасопровождении события, что является примером осознанной коммуникационной стратегии в сфере образовательного сотрудничества.

Анализ конкретных образовательных проектов помогает лучше понять используемые стратегии и выявить устойчивые медиаобразы [5, с. 296]. Флагманские проекты, такие как Бакинский филиал МГУ имени М.В. Ломоносова (открыт в 2007–2009 годах) и филиал Первого МГМУ имени И. М. Сеченова (открыт в 2015 году), создают образ высокого уровня сотрудничества между Россией и Азербайджаном. Этот образ транслируется в обеих странах, но с разными акцентами: для российских СМИ это успешный экспорт образования, для азербайджанских – подтверждение престижности страны как партнёра для ведущих российских вузов [2, с. 30]. Открытие филиала Сеченовского университета привлекло особое внимание. Обучение на русском языке в медицинской сфере имеет практическое значение: выпускники получают диплом московского университета, высоко ценимый на международном рынке труда. Русский язык здесь становится инструментом для карьерного роста, а не просто культурным символом. Вероятно, именно прагматизм объясняет высокий статус этого события. Государственный масштаб церемонии открытия усилило присутствие первой леди Азербайджана Мехрибан Алиевой, выпускницы этого университета. Профессиональные конкурсы и образовательные программы создают другой образ. Международный конкурс «Русский язык в странах СНГ – новые горизонты», организованный

АНО «Русская гуманитарная миссия» при поддержке Россотрудничества и Международной ассоциации преподавателей русского языка и литературы (в 2024 году: 166 участников первого этапа, 86 – второго, 20 финалистов), освещается как история успеха. Русский язык здесь предстаёт как живое сообщество практиков, а не только объект государственной политики [1, с. 134]. Личные истории преподавателей делают языковое сотрудничество человечным и значимым. Региональные образовательные инициативы, такие как Центр образования, науки и технологий Астраханского государственного университета в Баку и проект для студентов Бакинского славянского университета, формируют образ «добрососедского взаимодействия». Русский язык здесь – часть широкого сотрудничества, включающего робототехнику, морские исследования и торговый коридор, что делает нарратив устойчивым к политизации. Особое место занимает Бакинский славянский университет. Он играет ключевую роль в подготовке педагогов для русскоязычных школ Азербайджана и является важным элементом для всей инфраструктуры языкового присутствия. В медиапространстве он занимает фоновое место: редко становится героем самостоятельных нарративов, чаще служит контекстом для других публикаций. Это парадоксальное несоответствие между реальной значимостью университета и его медийной невидимостью само по себе является аналитически значимым наблюдением.

Анализ медиасопровождения образовательных инициатив был бы неполным без учёта информационной среды, в которой эти инициативы существуют. Тема русского языка в Азербайджане медийно чувствительна, то есть восприимчива к непроверенным сообщениям, способным создавать ложное представление о реальном положении дел. В июле 2025 года в социальных сетях распространились слухи о закрытии русскоязычных школ в республике. Министерство науки и образования Азербайджана оперативно опровергло эту информацию, заявив об отсутствии каких-либо решений о прекращении обучения на русском языке. Этот случай показывает, что информационные волны по языковой политике могут возникать вне зависимости от реального положения дел и требуют оперативной реакции институтов. Быстрое опровержение подчеркивает важность коммуникационного управления в чувствительных вопросах. Подобные нарративы свидетельствуют о высоком интересе общества к статусу русского языка, который не должен зависеть от неофициальных источников. Для исследователей медиа этот случай демонстрирует, что образ инициативы формируется не только её организаторами, но и участниками медиапространства. Устойчивость официального нарратива зависит от готовности институтов активно информировать общество.

Исследование выявило особенности медийной репрезентации образовательных инициатив на русском языке в Азербайджане и показало, как формируется образ языкового сотрудничества в разных СМИ. Сравнительный медиаанализ показал, что при общей положительной тональности публикаций акценты и смыслы значительно различаются в зависимости от институционального контекста.

В российских федеральных изданиях, таких как ТАСС и РИА Новости, образовательные инициативы вписываются в нарратив гуманитарного партнёрства. Русский язык здесь

воспринимается как органичная часть образовательного пространства Азербайджана. Лексика «сотрудничества», «поддержки» и «взаимодействия» создаёт образ добровольного и взаимовыгодного процесса. Политический контекст минимизирован, что снижает конфликтность темы и закрепляет её в дипломатическом регистре.

Региональные астраханские СМИ («АиФ-Астрахань», «Блокнот-Астрахань», «Пункт-А», «Astrakhanpost») предлагают другую модель. Русский язык здесь – инструмент межрегионального взаимодействия. Публикации, связанные с Астраханским государственным университетом имени В.Н. Татищева, выстраивают образ прагматичного сотрудничества, включённого в комплекс экономических, образовательных и инфраструктурных проектов. Языковая тематика интегрируется в стратегию развития региональных связей.

Анализ азербайджанских медиа показал, что образовательные проекты с российским участием воспринимаются как показатель высокого статуса страны в международном академическом пространстве. Филиалы ведущих российских вузов – Бакинский филиал МГУ и филиал Первого МГМУ имени И.М. Сеченова – формируют образ сотрудничества «высокого уровня». Русский язык здесь – ресурс профессиональной мобильности и конкурентоспособности выпускников. В этом контексте язык становится инструментом социального и карьерного продвижения, а не только символом культурного наследия.

Исследование показало, что медийный образ русского языка в Азербайджане формируется в трёх регистрах: дипломатическом, прагматическом и профессионально-статусном. Конфликтных или проблематизирующих нарративов в официальных СМИ не выявлено; доминирует позитивная рамка. Однако анализ информационных эпизодов, связанных с распространением слухов о закрытии русскоязычных школ, показал, что тема остаётся чувствительной и требует активного коммуникационного сопровождения.

Исследование также подтвердило, что образовательные инициативы в сфере русского языка в Азербайджане отражают языковую инфраструктуру и формируют устойчивый образ партнёрства, основанного на взаимной выгоде, исторической преемственности и прагматическом интересе. Различия в дискурсивных стратегиях помогают понять механизмы символического производства смыслов в медиапространстве.

Тема сохранения и развития русского языка в Азербайджане актуальна для дальнейшего исследования. Углублённое изучение механизмов языковой политики, эффективности образовательных проектов и социокультурной роли русского языка может стать предметом будущих научных работ. Понимание этих процессов важно для совершенствования образовательных стратегий и укрепления культурного диалога между Россией и Азербайджаном.

## Литература

1. Абдуллаев Р.С. Русский и азербайджанский языки как объекты языковой политики в Азербайджанской республике // Политическая лингвистика. 2021. №2 (86). С. 134-145.

2. Ковалева А.В., Джунушалиева Г.Д. СМИ как субъекты медийного пространства тюркского мира: оценка базовых характеристик // Society and Security Insights. 2024. №4. С. 30-47.
3. Кузнецов С.А. Индекс положения русского языка в мире<sup>1</sup> (к 30-летию Содружества Независимых Государств) // МИРС. 2022. №4. С. 106-108.
4. Курылев К.П. Русский язык как инструмент гуманитарного сотрудничества России и Азербайджана // Постсоветские исследования. 2021. №2. С. 150-163.
5. Лазуткина Е.В. Медиаосвещение регионального культурного наследия в цифровой среде: опыт исследовательских студенческих проектов // MEDIAОбразование: цифровая среда в условиях вынужденной метаморфозы. Сборник материалов VII Международной научно-практической конференции. Челябинск, 2022. С. 296-300.
6. Хлыщева Е.В. Влияние образа другого/чужого на процессы конструирования культурной идентичности в постсоветских государствах Прикаспия // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2025. №70. С. 45-54.

© Гаджиев Г.З., 2026



**Голыгина Е.Е.**

Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева  
г. Астрахань, Россия

## **РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЭТНОКУЛЬТУРНОГО МНОГООБРАЗИЯ АСТРАХАНИ В ПРАЗДНИЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ**

Современные практики медиаотражения региональных праздников в Астрахани характеризуются высокой разнообразностью и адаптацией к полиэтническому составу города. Астрахань – это многонациональный город, где сосуществуют представители различных народов и культур, что отражается в освещении праздников. СМИ активно используют разнообразные форматы, от телевизионных программ и интернет-статей до социальных сетей, для демонстрации богатства традиций, обрядов и культурных особенностей всего региона. Такой подход способствует не только популяризации местных праздников, но и укреплению межэтнического диалога, формируя положительный образ Астрахани как многообразного и открытого культурного центра [5, с. 667]. В результате, современные медиа отражают традиции города в их многообразии, привлекая туристов и способствуя сохранению уникального культурного наследия региона [1, с. 42].

Астраханские региональные СМИ активно освещают праздники, фокусируясь на многонациональном характере области, рыболовных традициях и туристическом потенциале, что формирует имидж гостеприимного и культурно богатого региона. Анализ публикаций показывает акцент на зрелищных элементах, патриотизме и локальной идентичности через фоторепортажи, видео и анонсы в соцсетях. Это усиливает вовлеченность аудитории и продвигает Астрахань как центр этнокультурного туризма.

Региональные СМИ в Астрахани подчеркивают уникальные черты местных праздников и событий, делая акцент на их культурной и этнической многообразии. Так, рыбные фестивали, такие как «Вобла» и «Астраханская уха», включают соревнования и угощения и становятся популярными семейными мероприятиями. Многонациональные события, например, Навруз и Цаган-Сар, сопровождаются фольклорными выступлениями и национальными кухнями, отражая богатство культурного наследия региона. Патриотические даты, такие как День города и День ВМФ, отмечаются парадами и салютами, способствующими формированию положительного образа региона.

Публикации СМИ акцентируют эмоциональную вовлеченность аудитории, подчеркивая семейный отдых, традиционные ценности и современные развлечения, а также стараются минимизировать негативные аспекты проведения мероприятий, такие как транспортные пробки или капризы погоды. В итоге имидж Астрахани формируется вокруг концепций «рыбной столицы» и «многонациональной гармонии», что явно призвано стимулировать интерес к внутреннему туризму.

Чаще всего освещаются такие события: федеральные и региональные праздники, например, День Победы и День России, которые дополняются местными парадами и торжественными мероприятиями; День молодёжи (28 июня 2025) с интерактивными зонами на набережной. Этнофестивали, среди которых Навруз (апрель, АДК «Аркадия»), Масленица,

а также татарские и калмыцкие гулянья с блинами, скачками и национальными блюдами, также привлекают внимания. Особое место занимают сезонные ярмарки и фестивали: День арбуза, рыбацьи фестивали весной и традиционный День города (сентябрь), сопровождаемый «Чаепитием» и уху.

Астраханский регион обладает значительным потенциалом в сфере событийного туризма, что подтверждается обширным календарем регулярно проводимых фестивалей и праздников [2, с. 125]. Культурная жизнь области, согласно данным официального сайта Министерства культуры Астраханской области, насыщена разнообразными мероприятиями. В их числе: этнокультурный фестиваль «Зелёные святки», праздник народных традиций «Астрахань многонациональная», Международный фестиваль джазовой музыки «Дельта-джаз», а также Международный литературный фестиваль для детей и молодёжи.

Более детальный перечень ключевых событийных мероприятий представлен на цифровых ресурсах, специализирующихся на туристическом продвижении территории. Так, Астраханский туристический центр в рамках проекта «Календарь туриста» систематизировал информацию о наиболее масштабных фестивалях. Анализ данного перечня позволяет выделить события, отражающие полиэтнический характер региона: Калмыцкий новый год «Цаган-Сар» (февраль), славянскую «Масленицу», тюркский праздник плуга «Сабантуй» и Международный день Навруз. Кроме того, в календаре значатся профильные мероприятия, такие как Астраханский рыбацкий фестиваль «Вобла», Джанибековские чтения, Международный фестиваль вокального искусства им. В. Барсовой и М. Максаковой, а также православная Пасха.

Важным инструментом информирования целевой аудитории и популяризации событий выступают официальные сообщества туристических организаций в социальных медиа [3, с. 583]. Например, сообщество Астраханского туристического центра в социальной сети «ВКонтакте», насчитывающее более 1,3 тыс. подписчиков, выполняет функцию оперативного коммуникационного канала. На его площадке публикуются анонсы предстоящих событий, репортажи с мест их проведения, а также информация о специальных предложениях, включая возможности бесплатного посещения выставок и экскурсий.

В качестве наглядного примера освещения праздничных событий региональными медиа можно рассмотреть информационное сопровождение Дня города Астрахани. Анализ публикаций за 2025 год позволяет выделить общие модели и специфические особенности их подачи.

На анонсирующем этапе новостные издания публикуют схожие по содержанию пресс-релизы с официальной программой мероприятий. Так, 27 августа 2025 года портал «BeZФормата», издание «Арбуз» и информационное агентство «Астрахань 24» разместили материалы под идентичными заголовками («День города в Астрахани 2025: программа мероприятий»), детализирующие хронологию, локации и форматы предстоящего празднования. Сетевое издание «Блокнот» (12.09.2025) также выпустило анонс, акцентируя внимание на продолжении праздника на Петровской набережной. Таким образом,

информационная фаза характеризуется высокой степенью унификации контента, основанного на официальных данных организаторов.

На этапе пост-событийного освещения медиа проявляют большее разнообразие форматов. ГТРК «Лотос» (14.09.2025) в своей публикации «В Астрахани масштабно отметили День города» сочетает текстовый репортаж с видеовключением, что позволяет наглядно продемонстрировать масштабы и атмосферу мероприятия. Порталу «BeZФормата» (14.09.2025) в материале «День города в Астрахани: как это было?» ключевую роль играет визуальный контент. Использованные фотографии, предоставленные пресс-службой губернатора, носят преимущественно репортажный характер (танцующие горожане, гуляющие по набережной, участие в активностях), что создает эффект присутствия. Также присутствуют постановочные портретные кадры (например, люди в национальных костюмах, зрители на концерте), выполняющие функцию эмоционального акцента и демонстрации культурного колорита. Таким образом, освещение крупного городского праздника в астраханских СМИ осуществляется по классической двухэтапной модели: единообразный информационный анонс сменяется более разнообразными по формату пост-релизами. Последние, помимо текстового отчета, активно используют визуальный контент (фото- и видеорепортажи), который служит ключевым инструментом для передачи атмосферы события, демонстрации массовости и вовлеченности аудитории.

Подобным образом можно рассмотреть освещение в региональных СМИ национального праздника «Сабантуй», что демонстрирует сходную, но более комплексную медиамодель, включающую этап коррекции информации.

Анонсирование и оперативное информирование началось с публикаций 21-22 мая 2025 года. Издания «Астрахань 24» и «Блокнот» выпустили традиционные анонсы («Астрахань готовится к Сабантую», «Татарский праздник Сабантуй-2025 отметят в Астрахани»), детализирующие программу: выставку-ярмарку «Город мастеров», мастер-классы, работу торговой площадки с национальными угощениями и региональный этап конкурса «Татар кызы». Параллельно ГТРК «Лотос» (21.05.2025) оперативно проинформировала аудиторию о ключевом изменении – переносе праздника в другую локацию, подчеркнув неизменность его содержательной программы.

Пост-событийный репортаж приобрел выраженный официально-аналитический характер, фокусируясь на общественно-политическом значении события. Материал «Астрахань 24» от 25.05.2025 («Астраханцы отметили Сабантуй в стиле «этнической деревни»») и статья «Приволжской газеты» (26.05.2025) структурированы вокруг визита почетных гостей, включая губернатора Игоря Бабушкина и делегацию из Татарстана. Центральным элементом этих публикаций стали пространственные цитаты главы региона, например: «Отдавая дань уважения традициям и обычаям предков, Сабантуй широко и с любовью отмечают в нашем регионе. Этот праздник объединяет представителей 150 национальностей...». Визуальный ряд, представленный как репортажными фотографиями с праздника, так и официальными снимками пресс-службы губернатора, служил иллюстрацией

массовости и официального статуса мероприятия. Завершались материалы подведением итогов ключевых событий в рамках праздника, таких как конкурс «Татар кызы».

Таким образом, медиаосвещение «Сабантуя» демонстрирует расширенный цикл публикаций: от стандартных анонсов и оперативных сообщений об организационных изменениях до развернутых итоговых репортажей. Последние выполняют не только информационную, но и символическую функцию, транслируя через цитаты первых лиц и официальную фотохронику идеи межнационального единства и значимости культурных традиций для региона.

Далее в качестве примера рассмотрим освещение Фестиваля арбуза, которое демонстрирует, как локальное гастрономическое событие позиционируется в качестве значимого регионального бренда в медийном пространстве.

Публикации носят многоаспектный характер, сочетая репортажную, аналитическую и промо-функции. Федеральное издание «Российская газета» (29.09.2024) в статье «В Астрахани прошел масштабный фестиваль арбуза» представило событие через призму экономического и аграрного значения региона. Материал включает не только описание праздничной атмосферы, но и аналитические элементы: экспертный взгляд на ценовую политику, готовность фермеров к инновациям и, что особенно значимо, результаты конкурсной программы. Акцент на победе фермера Камила Мамедова, вырастившего арбуз-рекордсмен весом 78 кг, работает на формирование имиджа Астраханской области как центра качественного и инновационного бахчеводства.

Региональные СМИ фокусируются на событийной насыщенности и зрелищности праздника. Портал «BeZФормата» (19.08.2025) и «Московский комсомолец. Астрахань» (18.08.2025) в своих пост-релизах детально описывают развлекательную программу, включающую концерты, анимацию, ярмарки местных товаров (арбузное варенье, мед) и дегустации. Визуальный ряд (фотографии посетителей, конкурсов, ярмарочных рядов) служит доказательством массовости и позитивного публичного отклика. Отдельно стоит отметить анонсирующую публикацию сетевого издания «Арбуз» (12.08.2025), которая, помимо программы, выполняет прямую коммерческо-информационную функцию, анонсируя наличие местной продукции, скидок и активностей. Медийное сопровождение Фестиваля арбуза выстраивается по многоуровневой модели. Федеральные издания поднимают событие до уровня отраслевого явления, акцентируя его экономический и имиджевый потенциал для региона. Региональные и локальные медиа, в свою очередь, выполняют задачи популяризации и привлечения аудитории, детализируя праздничный опыт, развлечения и локальный колорит, тем самым укрепляя восприятие фестиваля как яркого и ожидаемого ежегодного события [6, с. 154].

Таким образом, медиаотражение культурных традиций в Астрахани сосредоточено на демонстрации многообразия, богатства и живости местных праздников, служащих укреплению региональной идентичности и продвижению туризма. Проведенный анализ позволяет сделать вывод о преобладании в медиапространстве региона утилитарно-информационной модели освещения событий. Основной массив публикаций сосредоточен на

анонсах, афишах и пост-релизах, которые информируют аудиторию о времени, месте и программе мероприятий. При этом визуальный контент представлен в ограниченном объеме. В случаях его использования преобладают репортажные и постановочные портретные фотографии.

Существенной особенностью является то, что присутствие на событии официальных лиц (например, губернатора) становится ключевым информационным поводом. Их фотографии и цитаты обязательно публикуются, что придает материалу дополнительную значимость и официальный статус в глазах аудитории. Также стоит отметить диссонанс между форматами, генерируемыми самими СМИ, и пользовательским контентом. Несмотря на обилие любительских видеотчетов о праздниках в социальных сетях, традиционные региональные медиа крайне редко используют видеорепортажи как формат собственного производства.

Таким образом, деятельность региональных СМИ обеспечивает базовое информирование жителей о предстоящих событиях через систему анонсов. Однако коммуникационная стратегия в целом остается достаточно консервативной, делая акцент на текстовых и статичных визуальных форматах при ограниченном использовании возможностей мультимедийного и интерактивного контента.

Далее в качестве примера рассмотрим освещение Фестиваля арбуза, которое наглядно демонстрирует, как локальное гастрономическое событие позиционируется в качестве значимого регионального бренда в медийном пространстве, а также позволяет выявить устойчивую модель взаимодействия федеральных и региональных СМИ в процессе репрезентации этнокультурного и экономического потенциала территории. Анализ публикаций, посвященных данному событию, свидетельствует о многоаспектном характере медиаосвещения, сочетающего репортажные, аналитические и промо-функции, при этом целеполагание материалов существенно варьируется в зависимости от уровня издания.

Федеральные СМИ, такие как «Российская газета» (публикация от 29 сентября 2024 года), репрезентируют Фестиваль арбуза преимущественно через призму экономического и аграрного значения региона. В статье «В Астрахани прошел масштабный фестиваль арбуза» событие выходит за рамки праздничного репортажа и приобретает черты отраслевого обзора: материал включает не только описание атмосферы, но и аналитические элементы, такие как экспертный взгляд на ценовую политику, оценку готовности фермеров к инновациям и, что особенно значимо, результаты конкурсной программы. Акцент на победе фермера Камила Мамедова, вырастившего арбуз-рекордсмен весом 78 килограммов, работает на формирование имиджа Астраханской области как центра качественного и инновационного бахчеводства. Таким образом, на федеральном уровне фестиваль теряет черты исключительно локального торжества и конструируется как индикатор экономического развития и инвестиционной привлекательности региона.

Региональные и локальные медиа, напротив, фокусируются на событийной насыщенности и зрелищности праздника, выполняя функцию популяризации и непосредственного привлечения аудитории. Портал «BeZФормата» (19 августа 2025 года) и издание «Московский комсомолец. Астрахань» (18 августа 2025 года) в своих пост-релизах



детально описывают развлекательную программу, включающую концерты, анимацию для детей, ярмарки местных товаров (арбузное варенье, мед) и дегустации. Визуальный ряд, представленный фотографиями посетителей, конкурсов и ярмарочных рядов, служит доказательством массовости и позитивного публичного отклика, реализуя функцию «эффекта присутствия». Отдельного внимания заслуживает анонсирующая публикация сетевого издания «Арбуз» (12 августа 2025 года), которая, помимо информирования о программе, выполняет прямую коммерческо-информационную функцию, анонсируя наличие местной продукции, скидок и активностей, что позволяет квалифицировать данный материал как элемент промо-коммуникации, ориентированной на повышение туристической привлекательности события.

Резюмируя анализ данного кейса, можно констатировать, что медийное сопровождение Фестиваля арбуза выстраивается по многоуровневой модели, в которой федеральные и региональные СМИ решают комплементарные задачи. Федеральные издания поднимают событие до уровня отраслевого явления, акцентируя его экономический и имиджевый потенциал для региона, тогда как региональные и локальные медиа детализируют праздничный опыт, развлечения и локальный колорит, тем самым укрепляя восприятие фестиваля как яркого и ожидаемого ежегодного события, укорененного в городской идентичности [4, с. 198].

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о преобладании в медиапространстве Астрахани утилитарно-информационной модели освещения событий. Основной массив публикаций сосредоточен на анонсах, афишах и пост-релизах, которые информируют аудиторию о времени, месте и программе мероприятий. При этом визуальный контент представлен в ограниченном объеме, а в случаях его использования преобладают репортажные и постановочные портретные фотографии, выполняющие иллюстративную, но не смыслообразующую функцию. Существенной особенностью является то, что присутствие на событии официальных лиц, например губернатора, становится ключевым информационным поводом: их фотографии и цитаты обязательно публикуются, что придает материалу дополнительную значимость и официальный статус в глазах аудитории, одновременно усиливая вертикальный характер коммуникации. Также стоит отметить диссонанс между форматами, генерируемыми самими СМИ, и пользовательским контентом: несмотря на обилие любительских видеоотчетов о праздниках в социальных сетях, традиционные региональные медиа крайне редко используют видеорепортажи как формат собственного производства, что свидетельствует о консерватизме редакционных политик.

Таким образом, деятельность региональных СМИ в сфере освещения праздников обеспечивает базовое информирование жителей о предстоящих событиях через систему анонсов и последующих отчетов. Однако коммуникационная стратегия в целом остается достаточно консервативной, делая акцент на текстовых и статичных визуальных форматах при ограниченном использовании возможностей мультимедийного и интерактивного контента, что создает разрыв между профессиональным медиапространством и стихийной пользовательской активностью в цифровой среде.

## Литература

1. Ефремова В.Н. Традиционные ценности и современные российские праздники: публичные практики и нарративы // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2022. № 3. С. 41-51.
2. Ишангалиева А.Р. Преемственность алиментарной культуры в этническом пространстве Астрахани // Научный альманах. 2024. № 3-2(113). С. 125-128.
3. Лазуткина Е.В. Трансформация коммуникационной модели социальных сетей // Язык и коммуникация в контексте культуры: Материалы международной научно-практической конференции. Ростов-на-Дону, 2024. С. 583-586.
4. Пономарев В.Д., Пожарская О.Б. Праздник 4.0: вызовы и прогнозы в условиях цифровизации культуры // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2022. № 61. С. 198-204.
5. Савельева Т.В. Медиаобраз новых российских государственных праздников: причины резистентности // Неофилология. 2023. № 35. С. 667-687.
6. Субботина О.А. Осмысление праздников в российских СМИ: медиаконструирование позиции общества // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. 2024. № 1. С. 154-169

© Голыгина Е.Е., 2026

Ерохина В.В.

Астраханский государственный университет  
г. Астрахань, Россия

## РОЛЬ ЭСТЕТИКИ «КАВАЙ» В ФОРМИРОВАНИИ СОВРЕМЕННЫХ ЯПОНСКИХ БРЕНДОВ

В Японии термин «кавай» (яп. 可愛い) эволюционировал из простого прилагательного, обозначающего «милое» и «очаровательное», в полноценную культурную философию, эффективно используемую как мощный маркетинговый инструмент в стратегии брендинга. Эта стратегия быстро распространилась глобально, привлекая потребителей всех возрастов и стран на фоне растущей социальной тревожности. Данное исследование направлено на изучение эстетики «кавай» в рамках современных японских брендов, выявляя причины её актуальности и привлекательности для японского общества.

Феномен «кавай» трактуется как эстетическая категория, сочетающая детскость, уязвимость и игривость с высокой степенью коммерциализации и массовой тиражируемости, тем самым термин «кавай» в современном мире перестал быть маркером исключительно молодежной субкультуры и превратился в один из ключевых элементов национального брендинга Японии [7, с. 286].

Одной из причин становления эстетики «кавай» является острая потребность в заботе среди японского общества, характеризующегося жесткими социальными нормами, и ощущение инфантильности в перерывах от требовательной японской работы. Профессор Т. Дои, один из ведущих психоаналитиков Японии, разработал термин амаэ (яп. 甘え), дословно обозначающий «позволять себе быть избалованным»; его также можно описать как осознанное поведение человека с расчетом на выгодные снисходительные, дружелюбные или зависимые отношения между людьми [8, с. 162]. По этой причине заикленность на «милом» и «беззащитном» связана непосредственно с концепцией амаэ, которая объясняет острую нехватку в искреннем общении, не скованном различными этикетными ограничениями [2, с. 88].

Таким образом, эстетика «кавай» затрагивает не только людей, подверженных реалиям японского менталитета, но и такие сферы, как 2D- и 3D-игры, анимационные фильмы (аниме), искусство, мода, реклама, СМИ, маркетинг, инфраструктура, политика и даже религия. Интересно то, что в каждой из этих сфер лицом (маскотом) «очаровательного» выступает антропоморфный предмет, обладающий детским или животным лицом и туловищем.

К середине 1980-х гг. «кавай» стала самым узнаваемым символом Японии, базирующимся на индустрии с миллиардными доходами [1, с. 167]. Чтобы разработать успешную рекламную кампанию сегодня, многие японские бренды берут пример с «милого» поп-образа Hello Kitty, придуманного в 1974 году, и не менее известного персонажа Пикачу, разработанного в 1996 году. Эти поп-иконы Японии иллюстрируют определяющую роль эстетики «кавай» в эволюции брендов, превращая их из простых продуктов в культурные феномены, которые стимулируют потребительскую лояльность через эмоциональное вовлечение в продукцию того или иного бренда.

Эмпирическую базу исследования составили материалы 2024–2025 гг. различных японских компаний: кафе и рестораны (ресторан пудингов 坂の上の猫, кафе Pokemon, кофейня «Медвежья лапа», кондитерская фабрика MOROZOFF), музеи (музей студии «Гибли», музей компании Nintendo), компании по производству полуфабрикатов (Marokume, GoroGura, Nissin) и прочие бренды (Hello Kitty, Sucrier, LINE и т.д.). Выделим наиболее яркие примеры.

Одним из кейсов успешного применения эстетики «кавай» в маркетинге является ресторан «Кот на вершине Холма» (яп. 坂の上の猫), основанный профессиональным поваром японской кухни, который специализируется на приготовлении премиального пудинга (<https://clck.ru/3RoqLW>). Лицо бренда – антропоморфная кошка Мику-тян, «подрабатывающая» в ресторане. Персонаж всегда налаживает коммуникацию с клиентами и имеет легко запоминающийся образ, который побуждает делиться фотографиями в социальных сетях. Её визуальный образ (гипертрофированные глаза, мягкие черты мордочки, дружелюбная мимика) и голос (нежный «мурчащий» тембр) конструируют эффект умиления, что усиливает эмоциональную привязанность клиентов к бренду и стимулирует повторные покупки.

Стратегия ресторана построена на впечатлениях и эстетическом интеллекте: продажа миниатюрных баночек, каждая из которых имеет уникальный «кавай» дизайн (детские рисунки природы и кошек, изображенных мелом). Интересной фишкой бренда является и умение живого маскота играть на музыкальных инструментах, что приносит компании определенную коммерческую выгоду. Ресторан также предлагает ознакомиться с мерчем, изображающим Мику-тян: линейку одежды, шопперы, чехлы для телефонов и т.д., что позволяет перенести бренд из пространства заведения в повседневную жизнь потребителя и превратить его в элемент идентичности.

Стоит отметить музей «Гибли» – одну из самых известных современных достопримечательностей в Японии (<https://clck.ru/3RoqPW>). Популярность музея настолько высока, что все билеты раскупаются в течение часа. Слоган «давайте потеряемся вместе» отражает стратегию погружения в мир анимационных историй японского режиссера Хаяо Миядзаки, где зритель не только наблюдает, но и «существует» внутри повествования, знакомится с героями, исследует вселенную из детства собственными глазами. Концепция «кавай» интегрирована в «Гибли» через визуальные элементы, усиливая эмоциональное вовлечение аудитории в саму сказку.

При входе в музей расположена билетная касса, за которой сидит известный «очаровательный» персонаж вселенной Тоторо. На каждом углу можно повстречать знакомые природные виды и яркие, «кавай» здания, которые возвращают посетителя в детство, что вызывает чувство привязанности к бренду. Чтобы добраться до музея, посетителям предлагают отправиться туда на городском автобусе, украшенном изображениями из титров фильма «Мой сосед Тоторо», превращая путь в часть игрового сценария. «Кавай» здесь выступает посредником между культурным наследием анимационных фильмов и потребителем, у которого формируется особое отношение к бренду «Гибли».

В период высокого уровня тревожности многим не хватает «исцеления» во время покупки или продажи различных товаров и услуг. Кофейня «Медвежья лапа» (яп. クマの手のカフエ) демонстрирует, что феномен «кавай» может выполнять не только развлекательную, но и терапевтическую функцию, поэтому она стала трендом не только среди японского населения, но и среди туристов из разных стран (<https://clck.ru/3RpDaM>). Концепт кофейни состоит в поддержке людей, страдающих от страха возвращения в общество из-за травматичного опыта в прошлом. Миссия компании состоит в следующем: «мы хотим создать рабочее место, где люди с тонкой душевной организацией смогут работать». Поэтому в качестве «официанта» заведения выступает медвежья лапка, которая подает заказ из небольшого отверстия в стене, а клиентам не приходится лишний раз взаимодействовать с людьми напрямую, так как невербальное общение – и есть фишка кофейни. При этом посетитель не чувствует себя одиноко, так как «Медвежья лапа» выступает и в роли консультанта поддержки, который возвращает мотивацию и веру в себя через прикосновения.

Заведение предлагает визуально необычное меню, где в каждой позиции акцентировано внимание на маленьком медвежонке и его лапке из печенья, а сами позиции (кофе, мороженое) исполнены в ярких и пастельных тонах, что напрямую связано с «кавай» эстетикой.

Примером также служит одна из ведущих кондитерских фабрик – MOROZOFF, которая была открыта в 1931 году русским купцом Федором Морозовым и стала первой шоколадной лавкой в стране Восходящего Солнца. Благодаря любви Морозова к сладкому закрепилась японская культура дарения шоколада близким и возлюбленным на 14 февраля и 14 марта. Элитная кондитерская фабрика существует и по сей день, однако она разделена на различные бренды, выпускающие определенные начинки в шоколадных конфетах, такие как Kitsune To Lemon (<https://clck.ru/3RpVtx>). Бренд строит коммуникацию вокруг небольшого «добродушного» нарратива: маскот-лиса носит лимоны девочке к морскому порту. Готовится линейка шоколадных конфет данного бренда с лимонной начинкой внутри, выполненная в форме «очаровательной» спящей лисы. Сама упаковка бросается в глаза яркими желто-оранжевыми цветами.

История бренда не заканчивается: Kitsune To Lemon предлагает иную линейку розовых конфет с клубничной посыпкой от героя-волка, мечтающего дружить с лисой. Каждый шоколадный набор с девочкой, лисой и волком помещен в железную округленную коробочку, на которой изображены звездное небо и маяк – место встречи героев истории. Именно такой простой сторителлинг и разные по своим формам и вкусовым качествам конфеты создают эффект эстетики «кавай» и эмоционально привязывают потенциальных покупателей к фирме.

Nissin Foods – японская продовольственная компания, которая специализируется на производстве и продаже полуфабрикатов и лапши быстрого приготовления. Компания использует эстетику «кавай», выстраивая долгосрочную бренд-стратегию вокруг персонажа Хиёко-тян – маленького цыплёнка, в рекламных вставках который принимает форму человека (<https://clck.ru/3RqHNJ>). Маскот выступает не только в качестве графического логотипа, но и в качестве носителя нарратива: он появляется в анимационных роликах, иллюстрациях, на



упаковке и в социальных сетях, что переводит бренд из статуса «товара повседневного спроса» в категорию эмоционально значимого объекта повседневной культуры. Официальный сайт Nissin знакомит покупателя с полноценной жизнью персонажа: моменты невзгод, нелепые ситуации, детская радость и др. «Милый» цыпленок стимулирует положительные реакции у потребителей, повышая лояльность: образ маскота контрастирует с куриным вкусом лапши, создавая юмористический контент и вирусные тренды в социальных сетях. Цель персонажа – заставить улыбаться посетителей сайта следующими словами с иронией: «думаю, моя миссия – распространить вкус куриного рамена по всему миру, чтобы многие могли попробовать мой любимый куриный рамен». Компания также предлагает мерч с изображением цыпленка на одежде, фартуках, игрушках и т.п. Такой сторителлинг позволяет интерпретировать «кавай» героя не как вторичный, декоративный элемент, а как главный инструмент бренда, через который Nissin конструирует устойчивые эмоциональные и культурные связи с аудиторией, выходящие за рамки простого потребления лапши быстрого приготовления [4, с. 73].

Япония нередко характеризуется как «страна шоппинга», что отражает значимость культуры «самовыражения» через одежду и образы. На этом фоне существует немало брендов, ориентированных на «кавай» стилистику, таких как Sucrier (<https://clck.ru/3RqY3G>). Ассортимент марки варьируется от пижам и домашней одежды до нежных платьев и пальто с характерными для данного стиля элементами: пастельной палитрой, мягким, пушистым материалом и декоративными деталями в виде кружев, рюш, блесток и бантов. Слоган компании звучит следующим образом: «для тех, кто хочет свободно наслаждаться периодом между детством и взрослостью», что доказывает осознанное желание задержать период взросления, найти баланс между наивностью и социальной зрелостью. Этот слоган подчеркивает роль «кавай» в формировании моды, где она служит инструментом для выражения культурных ценностей и самоидентификации.

Хотя «кавай» широко распространился как феномен благодаря массовой культуре и маркетингу, он имеет корни в более древних японских эстетико-философских традициях, таких как «ваби-саби» «моно-но-аварэ» [6, с. 32]. Философия «ваби-саби» акцентирует внимание на красоте несовершенства, непостоянства и скромной простоты, побуждая видеть ценность в хрупких, незавершенных и обыденных формах. В этом смысле эстетика «кавай» наследует внимательное отношение к малому и «уязвимому»: многие персонажи известных японских рекламных кампаний сознательно изображаются неидеальными, чуть неуклюжими, со скрытой ранимостью, что усиливает желание заботы и защиты. «Моно-но-аварэ», которая обычно описывается как «печальное очарование вещей», и эстетика «кавай» также имеют общие черты: желание получить удовольствие от тонких, маленьких, уязвимых вещей и насладиться глубокими чувствами к абстракции.

«Милота» является особым языком, на котором говорят все сферы японской жизни, начиная от игр трехмерной реальности и аксессуаров для модного образа, заканчивая японским парламентом и религией. Однако побуждение устанавливать коммуникацию через «очарование» пришло из рекламы и СМИ [5, с. 246]. Японские маркетологи нашли подход прививать интерес граждан к собственной культуре и искусству, мотивировать молодежь

больше взаимодействовать друг с другом и находить общие интересы. В условиях высокой социальной напряжённости и холодного японского менталитета потребителю предоставляется возможность прожить чувства заботы и инфантильности в более социально одобряемой форме.

Отмеченные особенности японской «кавай» эстетики и её эффективность в формировании эмоциональной привязанности к бренду представляют интерес и для российской рекламной практики. Сегодня все больше российских компаний обращаются к использованию бренд-персонажей и маскотов, создавая «очаровательные» образы, которые повышают узнаваемость компании. В этих стратегиях можно усмотреть функциональное сходство с японским принципом «кавай»: посредством инфантильных, уязвимых и ироничных персонажей бренды стремятся вызывать у аудитории не только интерес к продукту, но и чувство заботы, доверия.

Проведённый анализ демонстрирует: японская рекламная кампания на основе «кавай» эстетики становится популярной как в самой стране Восходящего Солнца, так и во всем мире благодаря использованию в визуальной части необычных, ярких и «очаровывающих» элементов, которые заставляют прожить опыт ещё раз, что повышает эффективность применения эстетики в концепции современных брендов [3, с. 46].

### Литература

1. Белова Д.Н. Амбивалентность кавайи как феномен современной эстетики Японии // Культура и искусство. 2024. № 6. С. 164-178.
2. Бертова А.Д. Культура «кавай» (милоты) и японские религии // Международный журнал исследований культуры. 2023. № 1 (50). С. 87-102.
3. Долгополова А.А. Особенности визуальных образов, используемых в японской рекламе // Новизна. Эксперимент. Традиции. 2021. № 2(7). С. 40-47.
4. Лазуткина Е.В. Основные этапы развития фуд-журналистики и фуд-блогерства // Челябинский гуманитарий. 2020. № 2(51). С. 69-75.
5. Сардорев А.Н., Серикбаев К.М. Особенности японского маркетинга // Студенческая наука – взгляд в будущее: материалы XVIII Всероссийской студенческой научной конференции. Том часть 5. Красноярск. 2023. С. 245-248.
6. Тягунов Н.С. Японская реклама как медиапродукт: специфические черты // Медиасреда. 2021. № 2. С. 30-35.
7. Язовская О.В. Феномен кавайи в японской культуре: границы понятия // III Российский эстетический конгресс: эстетика во времена глобальных перемен, тезисы докладов участников. Владимир, 2023. С. 286-287
8. Яровенко В.Ю. Феномен «амаэ» в японском языке и обществе // Новый мир. Новый язык. Новое мышление: сборник материалов V международной научно-практической конференции (филология, педагогика и межкультурная коммуникация). 2022. С. 621-625.

**Кицак В.В.**

Нижневартовский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

## **РЕКЛАМНОЕ ИНТЕРВЬЮ КАК ОСОБЫЙ ЖАНР РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА В УСЛОВИЯХ СВО**

Современное пространство медиасферы отличается от предыдущих эпох тем, что границы между тем, как информируют аудиторию и как продвигают различные медиапродукты, смываются, становясь всё более гибкими, подвижными и, что самое главное, продолжающимися видоизменяться, тем самым означая собой процесс жанровой гибридации в рекламной сфере. «...одной из миссий современной журналистики является создание качественных и привлекающих внимание медиапроектов» [3, с. 138].

Среди множества новых, смежных жанров всё чаще выделяется такой жанр, как рекламное интервью, и выделяется он за счёт своего синтеза публицистического вида интервью, берущего своё начало в сфере журналистики, и чисто рекламного текста, содержащего в себе зашифрованное послание. Это синтез громкого, броского, запоминающегося рекламного слогана с чисто газетным, журналистским интервью, в присущей ему форме «вопрос-ответ», в условиях доверительного диалога. Всё это привлекает внимание к тому объекту, что рекламируется, способствует тому, что информация воспринималась более внимательно, рассматривалась более детально и формировала эффектный, яркий образ в умах людей [1].

В условиях специальной военной операции необходимость осмысления трансформаций жанра рекламного интервью возрастает в разы. Новые социально-политические реалии, новые темы, новые формы коммуникации, новые способы продвижения не только товаров и услуг, но ещё и патриотических установок, социально значимых ценностей – всё это тесно связано с военной тематикой, которая и выступает объектом продвижения. В отличие от прямых рекламных объявлений, то самое зашифрованное в рекламу сообщение маскируется под форму журналистского материала, тем самым снижая эффект воздействия защитных рефлексов психологии человека, который не ощущает прямое действие рекламы, и повышая его доверие [2]. Именно поэтому рекламное интервью относят к вторичным, гибридным жанрам рекламы.

Стоит добавить, что при выполнении анализа жанра рекламного интервью необходимо усвоить и то, что стоит разграничивать рекламные интервью и журналистские. Если посмотреть на них под «прямым» углом, то можно обнаружить много общих деталей: тут вам и очередность подачи информации от лица каждого участника диалога, то, что основную часть этой самой информации получает именно аудитория, и строгое разграничение ролей интервьюера и интервьюируемого, и даже конкретный, запланированный срок для проведения этого диалога. Однако у рекламного интервью есть конкретные признаки, которые и отличают его от журналистского – цель и тема. Целью тут служит не столько информирование аудитории, сколько создания яркого, рекламного образа, который и будет определять тему, а темой тут, как правило, выступает рекламируемый товар или услуга, о котором могут

отзываться как положительно (по понятным причинам), так и негативно (с целью показать объект рекламы со всех сторон, тем самым показывая свою честность перед аудиторией).

Эффективность рекламного интервью во многом определяется тем, насколько возможно сохранить явную пародию на объективный журналистский материал, при этом делая всё возможное для решения главной, чисто рекламной задачи. Жанр рекламы тесно взаимодействует не только с интервью, но ещё и с художественной литературой и даже с юриспруденцией, что способствует тому, что методы привлечения и убеждения становятся характером отражения социальных процессов, происходящих в обществе. Та самая пародия на журналистский жанр становится инструментом расширения границ жанра и вовлечения новой аудитории [6].

Пандемия COVID-19 оказала существенное влияние на то, как происходила трансформация медиапространства и как менялся рекламный дискурс. Доля социальной рекламы на тот момент выросла многократно, во многом благодаря пандемии. Необходимость оставаться дома, обязательное соблюдение санитарных и эпидемиологических норм, а также врачебная поддержка и помощь стали основными темами, в условиях которых рекламное интервью вышло за рамки простого продвижения товаров и услуг. Теперь это был инструмент социальной рекламы, с помощью которого осуществлялась коммуникация в условиях кризиса многочисленных компаний, вынужденным адаптироваться к новым правилам работы, продвигались модели «правильного», безопасного поведения, да и просто формировалось то самое, необходимое доверия в условиях неопределённости [4].

Характерным чертами рекламных интервью того периода стали акцент на адаптивности и обсуждении новых форматов работы. В таких интервью компанию или призванного для дачи комментария эксперта показывали как компетентных, ведущих специалистов в совершенно непривычных условиях. Жёсткая структура разговора уступила место естественности, граница между журналистикой и рекламой стала более прозрачной. Произошла очередная трансформация – интервьюер часто выступал не на нейтральной стороне, а как «свой человек», тот, кто разделяет все тревоги, вопросы, тяготы и невзгоды вместе с аудиторией, задаётся теми же вопросами, что и она. Интервьюер чаще апеллировал к эмпатии, к чувству сплочённости и к необходимости заботиться не только о себе, но и о своих близких. Реклама активно использовала жанр интервью в этот непростой период. Волонтёры, врачи, переболевшие COVID-19 люди – вот герои этого жанра. Они смело рассказывали свои истории в формате доверительной беседы со зрителем, что побуждало аудиторию не только соблюдать меры предосторожности, но и поддерживать работников в сфере медицины. Именно такие рекламные интервью с реальными людьми и стали тем самым эффективным инструментом рекламы, потому что могли обеспечить беспрекословный, высокий уровень доверия.

Равно такое же влияние на медиапространство и рекламный дискурс оказала и специальная военная операция, начавшаяся в 2022 году. «Эпоха военных конфликтов, которые разворачиваются буквально на наших глазах, диктует необходимость их объективного освещения, то есть работа военных корреспондентов сегодня, как никогда, является востребованной [8, с. 380]. Сегодня наблюдается активное применение рекламных и

агитационных материалов в новом, уже не только в социальном, но и в политическом контексте. В условиях СВО рекламное интервью, как при пандемии COVID-19, выходит за рамки традиционного продвижения товаров и услуг, становясь инструментом патриотической направленности, привлекая добровольцев для участия в СВО и продвигая имидж его участников [5]. В данном случае мы наблюдаем за тем, как жанр рекламного интервью трансформируется в сторону более скрытой рекламы, маскирует зашифрованное в него сообщение под видом информации. Социальная реклама стала важным звеном в цепи формирования общественных настроений. За примером далеко ходить не нужно - спецпроект «СВОи. Разговоры с Героями», разработанный командой проекта «Флагианы образования» [11]. В рамках проекта были созданы интервью с участниками СВО, которые были обращены больше к молодой аудитории. Организаторы проекта подчёркивали, что это не простое изложение истории конкретного человека, а живой и, что более важно, искренний диалог. Они ставили себе вопросы о неформальности подобных встреч, о меняющей человека службе и об утрате тех, кто уже не вернётся, и как с этим справиться.

Как можно видеть, для рекламного интервью было выделено отдельное направление, которое было связано с продвижением личных брендов участников СВО, военных корреспондентов, волонтеров. Рекламируемым объектом стали патриотические ценности, образ защитника Отечества и модель социально одобряемого поведения. Как и в случае с обычной рекламой (той, что мы всегда наблюдаем по телевидению), личная история становится самым эффективным способом пробудить в нас эмоции, побудить нас задавать вопросы самим себе и самостоятельно искать на них ответы, найти правду [10]. Также можно заметить, как подобного рода рекламного интервью содержат в себе явные признаки самопрезентации и продвижения. Составляющая данного жанра направлена на формирование положительного имиджа не только солдата, но и военного корреспондента. Показать, что он тоже смелый, самоотверженный и отстаивающий свои принципы. Всё это способствует выполнению социально-рекламной функции, популяризирует военкоров и показывает то, насколько важно освещать события, происходящие во время СВО и непосредственно на самой СВО.

В условиях постоянной информационной войны и повышенной эмоциональной напряжённости аудитории рекламное интервью активно использует методы прямого или косвенного воздействия: апеллирует к чувству долга, к патриотическим эмоциям, призывает к состраданию, к гордости. Экспрессивность и интенсивность наполняют людей, получают новую «жизнь» и активно воздействуют на них, а рекламное интервью получает новые формы для «шифрования» своего сообщения, маскируясь под репортажи. Процесс гибридизации жанра рекламного интервью показывает нам, как упрощается рекламный дискурс, создавая псевдо-персональные социальные отношения между аудиторией и работниками в сфере рекламы и журналистики, преследуя лишь одну цель – убедить людей в реальности иллюзии доверительного общения. Для этого и осуществляется всё то, что происходит и при обычных, мирных условиях жизни: нас информируют о проблеме, формируют доверие и пытаются побудить к чему-то, чего от нас в данном случае хотят. Аналитичность уступает место



портретности в таких рекламных интервью, а в качестве интервьюеров чаще всего используют лидеров вполне себе конкретных мнений. Стали важны не только слова, но и интонация, а если это ещё и видеоформат, то ещё и визуальный ряд [9].

В гражданской жизни интервью, как правило, проводится где-нибудь в офисе, в студии, изредка на улице. В зоне же СВО, в условиях боевых действий, создание интервью требует уже подчиняется особым требованиям безопасности, которые накладывают на этот жанр ряд определённых ограничений. Рассмотрим их подробнее. Самое очевидное – анонимность. Военнослужащие и, в особенности действующие бойцы, не могут раскрывать свою личность, поэтому их лица скрываются либо под балаклавой или маской, либо наложенными на монтаже графическими эффектами (размытие, чёрная полоса на глазах или чёрный квадрат на всё лицо). Вместо имени используется позывной бойца. При таких требованиях, казалось бы, доверие со стороны аудитории должно падать, ведь под такой «маской» может скрываться кто угодно, но для определённой части аудитории это имеет обратный эффект – доверие повышается, боец со скрытым лицом и позывным воспринимается реальным участником происходящих в зоне боевых действий событий, становится ценнейшим носителем информации, что, в свою очередь, усиливает тот самый эффект рекламы, воздействуя на сознание аудитории.

Визуальный ряд и контекст – одно из самых главных отличий таких интервью. Если в тех традиционных интервью, которые уже привыкли видеть по телевидению, мы можем наблюдать относительно нейтральные фоны, свет от дополнительных источников, какие-либо логотипы, то с интервью в зоне СВО ситуация складывается иначе. В таких интервью фон подчиняется правилам безопасности, т.е. никакие особенности местности, где проводится интервью, не должны попасть в кадр, чтобы противник не смог определить местоположение. Отсюда следует вывод, что интервью в условиях СВО чаще всего записывается где-то в тылу, а не на передовой. Зачастую таким фоном является дорога, этот архетипический образ в сознании аудитории при декодировании может восприниматься как путь к цели, путь к познанию себя. «Это некое «нулевое» пространство с трансформированными временными законами, которому характерна неясность, непредсказуемость» [7, с. 16], что вполне логично вписывается в интервью тематики СВО.

Временные и технические рамки – это та вещь, о которой немногие задумываются. В условиях боевых действий связь может прерваться в любой момент, будь то обстрел или работа средств глушения электроники. В таком случае неудивительно, что рекламное интервью становится предельно ясным, чётким и лаконичным. Каждый ответ, как и вопрос, несёт ту максимальную смысловую нагрузку, которую только можно предоставить, потому что времени на несколько дублей никто не даст. Сама обстановка – это уже способ создать нужную атмосферу. Присущий только военным сленг, скрытые лица обеспечивают появление у аудитории тех эмоций, на которые был конкретный расчёт, и тогда они понимают – всё происходящее на фоне вовсе не декорации. Это реальность наших дней, с которой всем когда-то придётся столкнуться. И создание нужной атмосферы – это сознательный приём, направленный на формирование у аудитории чувства сопричастности к происходящим в

данный момент событиям, вызова у неё патриотического подъёма. Этические границы – вполне серьёзный вопрос, который требует осмысления не столько со стороны аудитории, сколько к создателям рекламных интервью в условиях СВО. Поскольку жанр призван продвигать определённые идеи и образы, существует риск того, что у аудитории создастся неправильный, искажённый образ реальности.

Излишняя героизация может привести к тому, что не будут затронуты горькие, грустные, самые мрачные темы военных будней – трудности, потери, проблемы нынешние и проблемы будущие. Это, в свою очередь, может сформировать неправильное представление о том, что происходит на боевых действиях. Поэтому создателям рекламных интервью в зоне СВО нужно осознавать свою ответственность, быть неким «цензором» в ходе редактирования и дальнейшей публикации своего же материала. Как можно видеть, в контексте СВО жанр рекламного интервью претерпел довольно серьёзные трансформации. Сменилась не только тематика, сменились условия для создания такого материала.

Сегодня рекламное интервью выполняет сразу несколько функций. Исходя из того, что «одной из миссий современной журналистики является создание качественных и привлекающих внимание медиапроектов» [11, с. 138], интервью, будучи жанром, появившимся в результате гибридизации, продемонстрировало свою гибкость и способность адаптироваться даже к самым экстремальным условиям. И все полученные в результате этих условиях данные показывают, какими именно способами происходит формирование общественного сознания в умах многомиллионной аудитории.

### Литература

1. Брушкова Л.А., Печерских О.Г. Интерактивная реклама как новый фактор воздействия на потребительское поведение молодежи // Цифровая социология. 2024. № 3.
2. Будакова Д.О. Реклама в контексте трансформации цифровой медиакommunikационной среды // Меди@льманах. 2022. № 3(110).
3. Долгина Е.С., Рымарева Е.Н. Социальное медиапроектирование как отражение социально-экологической проблемы // Развитие науки и технологий в современной России: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. М., 2024. С. 132-138.
4. Какой была социальная реклама в 2020 году: итоги Общественной палаты // Агентство социальной информации. 2020. 25 декабря.
5. Красова Е.Ю. Эффект исторических образов в рекламной коммуникации // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 4(54).
6. Кэ Я., Вэй Ч. Анализ жанровой интертекстуальности российской социальной рекламы // Cuadernos De Rusística Española, 2021. № 17. С. 195-210.
7. Рымарева Е.Н. Архетип дороги и его воплощение в романе Е. Айпина «Ханты, или звезда утренней зари» // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2019. № 4(38). С. 15-19.

8. Рымарева Е.Н., Долгина Е.С. Современная военная журналистика: профессиональные и этические стандарты // Мир науки, культуры, образования. 2024. № 2(105). С. 380-382
9. Рябов М.А. Лидеры мнений в интернете и потребительское поведение молодежи // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. 2023. № 3.
10. Селеменова О.А. Интертекстуальность в нативной рекламе международных глянцевого журналов (на примере журнала «Tatler») // Научный диалог. 2022. № 2.
11. «Флагманы образования» приглашают к участию жителей Псковской области // ЦДИ. 2025. 21 августа. <https://clck.ru/3TCwgg>

© Кицак В.В., 2026

**Кожевникова А.А., Лазуткина Е.В.**

Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева  
г. Астрахань, Россия

## **ЖАНРОВАЯ СПЕЦИФИКА БИОГРАФИЧЕСКОГО ДИСКУРСА В ЦИФРОВОЙ МЕДИАСРЕДЕ**

«Биография является жанром, который развивается на протяжении долгого времени» [1, с. 151]. С давних времён журналисты и писатели рассказывали о жизни великих людей страны и мира. «С помощью биографического жанра становится возможным описание жизни, воссоздание реальной картины о личности» [1, с. 150]. Написанные от третьего лица биографии охватывают все этапы жизни человека: от рождения до смерти. Они включают события общественной и частной жизни, углубляются в эмоциональную, интеллектуальную и духовную составляющие личности. Существуют три типа биографий: автобиографии, биографии и мемуары. Биография – это повествование об истории жизни человека, написанное кем-то другим. Автобиографии и мемуары же создаются им самим.

«Если изначально популярность массовых социальных сетей была вызвана особенностями коммуникационной модели, обеспечивающей интерактивное взаимодействие пользователей, то в настоящее время большинство пользователей становятся всего лишь пассивными потребителями контента» [4, с. 583]. Человек сам может строить свою биографию, демонстрируя путешествия, хобби, город, еду. Социальные сети позволяют сконструировать свой образ так, как сам пользователь этого желает. Для этого используются разные инструменты: текст, фото, видео, картинки. Люди продвигают ценности формальной или неформальной группы в соцсетях и представляют себя способами, которые соответствуют ценностям их аудитории. Человек раскрывает и скрывает те аспекты своей личности, которые считает нужными, которые соответствуют ожиданиям его аудитории. Существует право на информационную приватность, человек сам решает, какую информацию о себе он может передать или скрыть и с какими персонами общаться, а кого скрыть из коммуникации.

Для правильной самопрезентации нужно иметь понятие о том, что такое цифровая репутация и из чего она состоит. «Цифровая репутация – это имидж человека, который формируется на основе информации о нём в Интернете» [2, с. 47]: все посты, видео и фото, комментарии, репосты, лайки, подписки. Это всё, о чём человек пишет и что говорит. Интернет помнит всё. Бывают случаи, когда человек попадает на чужую фотографию, и это остаётся в цифровом облаке. Над человеком могут шутить, обсуждать его за спиной, публиковать слухи о нём, и об этом узнают все. И это, возможно, повлияет на репутацию.

Биографии известных личностей в социальных сетях – это структурированное текстовое представление жизненного и профессионального пути человека, размещённое в его официальном профиле или посвящённом ему сообществе. Они подчиняются особым правилам – презентуют публичный образ, поддерживают интерес аудитории и работают на личный бренд. Состоят из: полного имени (при наличии, псевдонима), титулов, сферы деятельности, даты и места рождения, образования, карьеры, поворотных моментов, наград, премий, званий, значимых проектов, публикаций, выступлений, актуальных проектов. В качестве дополнения

могут указываться увлечения, участие в благотворительности, социальные инициативы, цитаты или лозунги, отражающие мировоззрение, ссылки на платформы и ресурсы. В настоящее время в биографиях стали особенно важны такие принципы, как достоверность, актуальность, целеполагание, единый стиль.

В основу анализа положен подход М.А. Панариной и О.А. Куликовой. В их исследовании сторителлинг рассматривается как современная разновидность написания биографий. Пользователи добровольно размещают в соцсетях огромное количество биографической информации. Сторителлинг позволяет получить визуальную, эмоциональную и оценочную составляющие биографии, изучать несколько слоёв истории и выстроить сеть социальных связей личности. История – нарративное изложение событий и фактов из прошлого. Одна и та же история может быть подана как текст и видео, она оказывает различное воздействие на аудиторию. Слаженная и продуманная история способна влиять на жанр и формат биографии. «Канал коммуникации, который используется для трансляции истории, влияет на содержание передаваемого сообщения, являясь, тем самым, элементом этой самой истории» [6, с. 13].

Тему сторителлинга в своей работе рассматривает А.Н. Назайкин: «С помощью сторителлинга стали целенаправленно мотивировать, обучать, воодушевлять, продвигать, привлекать, продавать, развлекать и т.д.» [5, с. 116]. В историях используются факты, они содержат простые и понятные намёки. Они помогают нам осмыслить и передавать опыт, социальные ценности, элементы культурной идентификации. Люди любят слушать истории, потому что жизнь полна приключений, из каждой истории извлекают уроки, сочувствуют героям, понимая всю сложность их жизненной ситуации. Истории динамичны, они помогают аудитории наглядно представлять информацию. Изначально сторителлинг существовал только в литературе, а теперь он используется в рекламе, в кино, в менеджменте, в сфере продаж. Сторителлинг используется также для того, чтобы поддерживать эффективную коммуникацию, быть приятными собеседниками, нравиться людям. Назайкин говорит о разных видах сторителлинга:

- вербальном (словесном) и невербальном (иконическом, аудио),
- моносторителлинге (односложном, побуждающем аудиторию к выражению только одной эмоции) и полисторителлинге (многосложном, направленном на вызов нескольких эмоций),
- авторский (личный или коллективный) и сторителлинг, созданный нейросетями.

Виды невербального сторителлинга:

- визуальный (фото, графика, инфографика, коллаж, видео),
- аудио (радио, подкасты, аудиокниги).

Существуют также мультимедийный сторителлинг (смесь цифрового, вербального, визуального и аудиального, самый сложный и самый дорогой из всех представленных), кроссмедийный сторителлинг (одна адаптируемая история транслируется на разных платформах, что значительно расширяет аудиторию), трансмедийный сторителлинг



(расширение общей истории на новых платформах с появлением новых смыслов, новых героев, новых событий, используется только для очень крупных проектов).

Исследование построено на анализе содержания публикаций и методе кейс-стади. Выборочную совокупность составили Telegram и VK - каналы: «Дом с историей», Lenta.ru («ЖЗЛ»), «Биографии прошлого», «Понимай\_кино», «Биографии Великих», «Биографии Личности в истории», Площадка+ («Биографии») за 2023 – 2026 гг. В результате исследования были выявлены типичные группы биографий, доминирующие в социальных сетях.

В первую очередь выделим хронологию. Это изложение от рождения до современности или до дня смерти. События распределены по датам – от ранних к поздним, без отступлений и перескоков. Опора – на архивы, письма, официальные записи. Жизнь человека связывается с историческим, социальным или культурным фоном эпохи. Акцент делается на фактах, датах, ключевых событиях. Нейтральное изложение, без субъективных оценок и эмоциональных интерпретаций (Михаил Калашников, Александр Невский, Александр Суворов, Алексей Косыгин, Валерий Чкалов).

Второй тип – тематическая биография. В ней описывается судьба человека, его мировоззрение, деятельность. Группируется по тематическим группам жизни героя. Каждый блок раскрывает конкретную проблему (жизненный вызов, конфликт, дилемму), тему (поиск себя, профессиональную линию, ценностную ориентацию), эволюцию во времени. События отбираются через призму выбранной темы. Типичные темы: поиск призвания, профессиональный путь, конфликт ценностей, преодоление кризисов (болезнь, потери, изгнание), идейная эволюция, отношения с властью, обществом и средой, тема семьи и наследия, влияние эпохи на судьбу человека (Иван Тургенев, Михаил Шолохов, великомученик Димитрий Солоунский, Константин Юон, Модест Мусоргский).

Мотивационная биография – источник вдохновения, жизненные уроки. Показан путь к успеху с акцентом на преодолении трудностей. Такая биография доказывает, что за каждым большим успехом стоят не только талант и удача, но и упорный труд, что даже выдающиеся люди сталкивались с неудачами, сомнениями и препятствиями, что трудности – не конец пути, а его неотъемлемая часть, а успех – результат настойчивости, работы над собой и умения не сдаваться. Показаны яркие эпизоды жизни, используются цитаты, повествование ведётся в эмоциональном тоне (Любовь Орлова, Алексей Маресьев, Елизавета Фёдоровна, Фрида Кало, Фёдор Достоевский).

Научная биография – тип со строгим следованием фактам, верификацией источников, нейтральной лексикой. Опора на архивные документы, письма, дневники, публикации, свидетельства современников. Жизненный путь излагается поэтапно, с указанием дат и ключевых событий. Разбираются основные труды, открытия, теории, их контекст и влияние на науку. Показывается историко-культурный фон: как эпоха, среда, научные школы и коллеги повлияли на героя. Присутствуют сноски, библиография, указатели, списки трудов героя. Такие биографии рассчитаны на учёных и преподавателей (Владимир Шухов, Майкл Фарадей, Мартин Лютер Кинг, Луи Пастер, Джеймс Кук).

В журналистской биографии через жизненный путь конкретной личности раскрываются социальные или культурно-исторические процессы. Она сочетает в себе достоверные факты и выразительную форму подачи, ориентирована на широкую аудиторию и несёт воспитательный, мотивационный или критический смысл. Показывает становление профессионала или общественного деятеля, освещает через призму одной личности эпоху, отрасль или проблему, вдохновляет аудиторию примером преодоления и мастерства, аудитория овладевает искусством принятия решений, показываются этические дилеммы и цена успеха. Этот тип представляет собой лаконичное повествование с акцентом на достижениях (Сергий Радонежский, Дмитрий Карбышев, Жорж Эжен Осман, апостол Фома).

Более подробно остановимся на Telegram-канале «Дом с историей». Данный Telegram-канал принадлежит одноименному музею, основанному Православной гимназией г. Астрахань. В публикациях данного канала представлены биографии астраханцев: Героев Советского Союза (Василия Петровича Ситникова, Василия Фёдоровича Коленникова), священнослужителей (священномученик Алексей), деятелей культуры (собирателя фольклора В.П. Самаренко, писателя Бориса Жилина). Присутствуют биографии известных личностей России (Николай Суворов, Константин Юон, Клавдий Лебедев, Игорь Стравинский). Также в честь праздников подробно рассказывается о судьбах святых (Архистратиг Михаил, апостол Фома, святитель Тихон, Сергий Радонежский). Используемые в постах фотографии в основном представляют собой иконы. Если говорится об известных личностях, используются портретные фотографии, только в публикации о Стравинском показана фотография в рабочей обстановке, во время дирижирования. Текст написан энциклопедически сухо – основная биография, достижения и ничего более.

Сравним его с проектом профессионального СМИ Lenta.ru «ЖЗЛ», созданным по одноимённой серии художественно-биографических книг («Жизнь замечательных людей» или просто «ЖЗЛ»). Это 90 видеороликов и интерактивных лонгридов. Подача яркая и интересная. Рассказываются любопытные факты из жизни знаменитых людей:

- военных (Константин Рокоссовский, Иван Конев, Алексей Маресьев, Михаил Фрунзе, Василий Чапаев),
- писателей и поэтов (Иван Тургенев, Анна Ахматова, Фёдор Достоевский, Михаил Шолохов, Антон Чехов, Лев Толстой),
- композиторов (Николай Римский-Корсаков, Александр Скрябин, Сергей Рахманинов, Пётр Чайковский),
- художников (Михаил Врубель, Василий Суриков, Андрей Рублёв, Исаак Левитан, Тихон Хренников),
- актёров (Фаина Раневская, Аркадий Райкин, Любовь Орлова, Николай Черкасов, Галина Уланова),
- деятелей театра и кино (Сергей Образцов, Константин Станиславский, Всеволод Мейерхольд, Сергей Эйзенштейн),
- учёных (Дмитрий Менделеев, Михаил Ломоносов, Сергей Капица, Дмитрий Лихачёв),
- спортсменов (Фёдор Черенков, Эдуард Стрельцов, Лев Яшин, Валерий Харламов),

- святых и священников (Серафим Саровский, Александр Мень, Сергей Радонежский, Иоанн Крестьянкин, Елизавета Фёдоровна),
- государственных деятелей (Иван Грозный, Александр Невский, Вячеслав Молотов, Алексей Косыгин, Андрей Громыко).

Целевая аудитория этого проекта – молодёжь. Он создан для того, чтобы заинтересовать молодое поколение изучать историю и литературу, чтобы вдохновить его заниматься творчеством, спортом или научным трудом.

Мы можем сказать, что людей больше интересуют не сухие факты, а истории из реальной жизни. Такие истории интересно читать и слушать, они лучше запоминаются. Создаётся ощущение, как будто это не история какого-либо известного человека, а история знакомого. Читателям важно видеть как человек преодолевал трудности, какие ошибки он совершал, что его мотивировало. Именно «живая» биография показывает человека таким, каким он был в реальной жизни, связывает его судьбу с историей и даёт читателю пищу для размышлений. Такие истории учат, вдохновляют и напоминают, что даже великие люди боролись, ошибались и побеждали – были такими же, как и мы.

Проведённый анализ позволяет сделать вывод, что биографический жанр в социальных сетях обладает ключевыми особенностями:

1) Чёткой целевой настройкой.

Текст ориентирован на конкретную аудиторию (поклонники, партнёры, СМИ). Акценты расставляются в зависимости от цели: продвижение проекта, монетизация, нетворкинг.

2) Балансом между публичностью и приватностью.

Достаточное количество информации для идентификации и интереса, но без излишней информации личного характера.

3) Явной идентификацией.

Указаны сфера деятельности, статус, регалии, достижения.

4) Лаконичностью и плотностью смысла.

Лимит символов, каждый из которых должен быть значимым. Избегаются общие фразы (любит детей и животных, интересный человек), всё должно быть подкреплено контекстом.

5) Актуализацией под текущий этап.

Меняется под релиз альбома, премьеру нового фильма, издание новой книги, запуск курса, делаются временные акценты, рассказывается о дальнейших планах.

6) Стилем и тоном.

Официальный тон – для политиков, учёных, историков; дружелюбный (разговорный) – для блогеров; игровой – для молодёжи и креативных людей.

Тема биографий в социальных сетях актуальна, ведь в данный момент многие ведут соцсети, но не все знают, как правильно сформировать имидж человека, который влияет на его репутацию и доверие аудитории. «Интерес к биографиям можно считать предопределённым. Критики указывают, что современного автора больше интересует прошлое, чем настоящее» [3, с. 378]. Биографии представляют не только профессиональную сторону, но и личную – хобби, ценности, жизненные принципы, укрепляя связь с аудиторией.

Социальные сети позволяют получать неограниченный объём информации, что упрощает поиск и создание биографических материалов, ведь раньше работа по биографии считалась сложной, дорогостоящей и закрытой для большинства учёных и исследователей. Сейчас пользователи могут создавать истории и потреблять те, которые созданы другими пользователями. Современные технологии упростили и расширили возможности биографического метода, биографии выкладываются миллионами пользователей Интернета из разных стран и разных слоёв населения. Биографии – готовый материал, требующий лишь тщательной литературной обработки. Каждая жизнь содержит в себе моральный посыл, биограф, исследуя судьбу какого-либо человека, делает выводы из происходящего, тем самым поясняя не только жизнь данной личности, но и помогая читателям в их собственной жизни: почему произошло это событие, почему человек именно так поступил, как это получалось, что способствовало этому.

### Литература

1. Гончарова В.В., Дрыгина Ю.А. Биография как жанр // Теория и практика современной науки. 2020. № 1(55) С. 150-151.
2. Ефремов В.А. Цифровая репутация: гид для тех, кто в сети // Magister. 2022. № 1. С. 47.
3. Колядич Т.М. Современная биография: традиционное и авторское. К вопросу о трансформации жанра // Современное педагогическое образование. 2023. № 10. С. 378.
4. Лазуткина Е.В. Трансформация коммуникационной модели социальных сетей // Язык и коммуникация в контексте культуры: Материалы международной научно-практической конференции. Ростов-на-Дону, 2024. С. 583.
5. Назайкин А.Н. Современный сторителлинг: определение и виды // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2025. № 2. С. 116.
6. Панарина М.А., Куликова О.А. Социальные сети и биографический метод // Цифровая социология. 2019. Т. 2. № 14. С. 13.

© Кожевникова А.А., Лазуткина Е.В., 2026

**Касаткина В.А., Коновалова А.С., Капустина Л.М.**  
Уральский государственный экономический университет  
г. Екатеринбург, Россия

## **СОЗДАНИЕ ИММЕРСИВНОЙ ЗВУКОВОЙ СРЕДЫ В РИТЕЙЛЕ: ОТ ФОНОВОЙ МУЗЫКИ К ИНТЕРАКТИВНОМУ ПЕРФОРМАНСУ**

Актуальность темы исследования обусловлена значимостью звуковой среды в формировании эмоционального опыта потребителя в современном ритейле. Эмпирические исследования показывают, что на музыку обращают внимание 70% покупателей, при этом половина респондентов считают, «что удачно подобранный репертуар побуждает совершать покупки и чаще посещать магазины» [2, с. 997]. Как отмечает Цзян Ч. прежде всего запоминается темп мелодии, «...музыка не только удовлетворяет вкусы покупателей, но и создает единое целое с магазином и его предложениями» [4, с. 559]. Вместе с тем, в ряде исследований подчеркивается, что на рост выручки в большей степени влияет медленная музыка по сравнению с быстрой. Фоновая музыка создает атмосферу в торговом зале, вызывает позитивные или отрицательные эмоции, радует или печалит, «помогает слушателям чувствовать себя понятыми и менее одинокими в своих переживаниях», в силу этого может служить маркетинговым инструментом «для формирования эмоциональной связи между брендом и аудиторией» [1, с. 15]. Расслабляющая приятная музыка позволяет увеличить время нахождения потребителей в магазине и стимулировать продажи. Однако, чтобы повысить лояльность к бренду с помощью аудиобрендинга важно привлечь профессионалов в сфере психоанализа для разработки специальной музыки. В частности, Мартиросян Р.М. отмечает, что получил развитие рынок организаций, создающих музыкальное сопровождение для продаж и рекламы, формирования голоса бренда [2, с. 999].

Шахматов И.А. обращает внимание на тот факт, что согласно опросам, у покупателей в приоритете музыка и песни, в которых звучит название бренда [5]. По его мнению, тщательная проработка музыкального сопровождения рекламы обеспечивает «более глубокую эмоциональную вовлеченность и устойчивость в памяти потребителей». Однако, в литературе прослеживается мало исследований по проблемам аудиобрендинга, его концепция находится на начальной стадии формирования, что объясняет противоречивость результатов эмпирических исследований и опросов респондентов о влиянии музыкального фона на принятие решения о покупке товара или услуги [6, с. 64]. Следовательно, специалистам по маркетингу и рекламе важно обеспечить соответствие музыки позиционированию бренда и целевой аудитории.

В условиях экономической нестабильности, когда потребители становятся более избирательными, брендам, подобным «Gloria Jeans», необходимо внедрять инновационные маркетинговые инструменты. Актуальность усиливается процессами цифровизации: интеграция QR-кодов, стриминговых плейлистов и интерактивных событий позволяет создавать омниканальный опыт, где музыка функционирует не только как фон, но и как активный элемент вовлечения.



Целью исследования является повышение узнаваемости бренда «Gloria Jeans» для молодежи и стимулирование покупок посредством создания плейлиста с музыкой бренда.

Несмотря на лидерство в сегменте fast fashion в России и странах СНГ, бренд «Gloria Jeans» в последние годы столкнулся с финансовыми вызовами. В 2024 году выручка компании снизилась на 1,1% и составила 28,859 млрд. рублей, хотя чистая прибыль выросла в шесть раз до 183,4 млн. рублей за счет оптимизации затрат [3]. Для восстановления динамики бренду требуются свежие маркетинговые стратегии. В данной статье авторы ориентируются на молодежную целевую аудиторию «Gloria Jeans». Например, создать мероприятие с использованием иммерсионного маркетинга, ключевой посыл которого создать эффект погружения в музыкальное пространство «Gloria Jeans». В связи с этим предлагается создание плейлиста с музыкой от «Gloria Jeans».

Для «Gloria Jeans» разработан плейлист с поп и хаус музыкой, которая сейчас популярна у молодежи и относится к любимым жанрам. Чтобы каждый трек отражал бренд «Gloria Jeans», необходимо чтобы он звучал как вставки с бэк-вокалом на фоне музыки. Авторами предложен рекламный лозунг: «Почувствуй модную тусовку с GJ плейлист», который можно вставлять в музыку бэк-вокалом. Плейлист включает 10 треков, от более спокойных до подвижных. Авторы стремились к тому, чтобы человек смог выбрать наиболее подходящий для него трек по ритму и настроению музыки. После создания плейлиста планируется загрузить его на платформу «VK музыка», которая наиболее популярна у молодого поколения. В дополнение создан QR код плейлиста, который будет размещен в примерочных и тех зонах торгового зала, где покупатель сможет выбрать подходящую музыку.

Поскольку молодежь часто посещает клубы, много внимания уделяет копированию культуры и моды ведущих стран мира, то предлагается для продвижения плейлиста провести событийное мероприятие под названием «Почувствуй модную тусовку с GJ плейлист». Оно представляет собой четырехчасовую silent disco вечеринку в салоне магазина «Gloria Jeans» в торгово-развлекательном центре «Гринвич» (г. Екатеринбург), ориентированную на молодежь в возрасте 18–25 лет.

План мероприятия включает следующие этапы:

Этап 1. За две-четыре недели до мероприятия осуществляется полная организационная подготовка. Она включает создание плейлиста из 10 треков в стиле хаус, поп и его загрузку на стриминговую платформу «VK Музыка». Параллельно производится печать рекламных материалов: стикеров с QR-кодом плейлиста для размещения в примерочных кабинках, плакатов и баннеров для ТРЦ «Гринвич». Осуществляется аренда необходимого оборудования - диджейского пульта для проведения silent disco. Формируется команда персонала: нанимаются диджей, модели для работы в образах бренда и хостес для встречи гостей. Запускается промо-кампания на сайте «Gloria Jeans» в социальных сетях с анонсами события.

Этап 2. Мероприятие начинается в 18:00 встречей гостей у входа в магазин командой хостес, одетых в брендированную одежду «Gloria Jeans». Их задача – встречать гостей, помочь им подключить свои наушники к системе silent disco. Для плавного погружения в атмосферу диджей обеспечивает фоновое музыкальное сопровождение.

Этап 3. В 18:30 начинается ключевая программа. Диджей проводит живое микширование созданного плейлиста. Семь моделей, одетых в образы бренда, вовлекают гостей: они танцуют, демонстрируют одежду, общаются, делятся историями, связанными с брендом, и мягко мотивируют гостей к примерке и составлению собственных образов. Дополнительный интерактив реализуется в примерочных: с помощью QR-кода гость может выбрать трек из плейлиста для персонального прослушивания через Bluetooth-динамики в кабинке. Для привлечения дополнительного внимания осуществляется трансляция коротких роликов с мероприятия на экранах фуд-корта «Estory» в торгово-развлекательном центре «Гринвич».

Этап 4. Кульминационной точкой становится розыгрыш призов, который объявляет и проводит диджей. Розыгрывается 15 призов: сертификаты на покупки в «Gloria Jeans» номиналом от 2000 до 10000 рублей и предметы одежды из магазина. Для участия в розыгрыше гостям необходимо отсканировать QR-код и пройти быструю регистрацию. Модели в этот период продолжают активное взаимодействие с гостями, консультируют по подбору вещей и стимулируют к совершению покупок.

Этап 5. Завершающий получасовой блок включает организованную фотосессию гостей с моделями на фоне брендированной зоны для дальнейшего пользовательского контента в социальных сетях. Также происходит сбор обратной связи через QR-код с краткой формой для отзывов. По окончании мероприятия осуществляется уборка территории.

Этап 6. На следующий день проводится анализ эффективности. Собираются и оцениваются ключевые метрики: трафик в магазин в день события, динамика продаж, количество сканирований QR-кодов, а также вовлеченность в социальных сетях, количество новых подписчиков, число лайков, комментариев и просмотров. На основе собранных материалов публикуется итоговый контент: смонтированные видеоролики с мероприятия, лучшие фотографии гостей, истории и посты на сайте и в социальных сетях «Gloria Jeans».

По построенному плану мероприятия рассчитана смета затрат (табл.).

Таблица

**Смета мероприятия (составлено авторами)**

| Категория                                   | Товар/Услуга                                                      | Количество/Детали | Цена, руб.                    | Итого, руб. |
|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------------------|-------------|
| Музыка и плейлист                           | Создание кастомных треков (хаус, поп с бэк-вокалом про GJ)        | 10 треков         | 30 000 руб. за трек           | 300 000     |
| DJ услуги                                   | DJ с оборудованием для тихого диско, 4 часа                       | 1 DJ              | 7000 руб./час                 | 28 000      |
| Модели и хостес                             | Модели                                                            | 7 моделей, 4 часа | 2 000 руб./чел (промо-модели) | 56000       |
|                                             | Хостес в одежде GJ                                                | 5 хостес, 4 часа  | 3000 руб./чел                 | 60000       |
| Трансляция в торгово-развлекательном центре | Показ ролика на 2-х экранах на фуд-корте «Estory» в ТРЦ «Гринвич» | 4 часа, 2 экрана  | 71500                         | 71500       |
| Рекламные материалы                         | Печать стикеров                                                   | 100 шт. QR        | 17                            | 1700        |
|                                             | Печать плакатов                                                   | 400 шт. плакатов  | 120                           | 48000       |
|                                             | Печать баннеров                                                   | 100 шт.           | 350                           | 35000       |

|                 |                                    |                                                         |               |        |
|-----------------|------------------------------------|---------------------------------------------------------|---------------|--------|
| Розыгрыш призов | Сертификаты вещи от GJ (бесплатно) | 10 сертификатов на: 10000 руб. - 1 шт.                  | 10000         | 55895  |
|                 |                                    | 7000 руб. - 2 шт.                                       | 14000         |        |
|                 |                                    | 5000 руб. - 2 шт.                                       | 10000         |        |
|                 |                                    | 2000 руб. - 5 шт.                                       | 10000         |        |
|                 | Вещи от GJ                         | Чёрные джинсы Wide leg. Джинсы Straight с потёртостями. | 2499          |        |
|                 |                                    | Молочная футболка оверсайз с принтом.                   | 2499          |        |
|                 |                                    | Чёрное худи-трансформер оверсайз.                       | 1199          |        |
|                 |                                    | Свободные джинсы Baggy.                                 | 2499          |        |
| Прочие расходы  | Фото/видео съемка, 4 ч             | 1 шт.                                                   | 4000 руб./час | 36000  |
|                 | Непредвиденные расходы             |                                                         | 20000         |        |
| Итого           |                                    |                                                         |               | 692095 |

После окончания мероприятия важно проанализировать эффективность проведенного мероприятия по повышению узнаваемости бренда «Gloria Jeans». Для этого предлагается рассчитать показатель ROI (Return On Investment) – рентабельность инвестиций. Для этого требуется сопоставить прибыль, полученную благодаря проведенному иммерсивному мероприятию, и выручку от продажи товаров во время проведения мероприятия и после него, примерно через 3-4 недели.

Если ROI больше 0% – инвестиции приносят прибыль. Чем выше значение, тем лучше. Если ROI меньше 0% – вложения не окупились, компания понесла убытки, то придется пересмотреть маркетинговую стратегию и бюджет на мероприятия. Если ROI равен 0% – вложения не принесли ни прибыли, ни убытков, что может означать, что проект может быть на уровне самоокупаемости.

По опросу-отзыву планируется оценить количество покупателей, которые стали более лояльными к бренду «Gloria Jeans». Всем участникам вечеринки будет задан вопрос «На сколько вы готовы рекомендовать «Gloria Jeans» по 10-балльной системе, где 1 – совершенно не готов рекомендовать, а 10 – абсолютно готов порекомендовать?». Чем больше будет посетителей, готовых рекомендовать бренд (от 5 до 10), тем выше узнаваемость бренда среди молодежи.

Данная рекламная кампания обеспечит усиление эмоциональной связи с аудиторией, превратив музыку в «звуковой логотип» Gloria Jeans. Ожидаемые эффекты включают рост трафика в магазине на 20-30% за месяц, конверсии в покупки с 9 до 31%, а также общий возврат инвестиций за счет повышения лояльности и упоминаний в социальных сетях. Для Gloria Jeans предложенный инструмент иммерсивного маркетинга предоставит возможность остановить тренд на снижение выручки, привлечь молодежь к бренду, увеличить спрос на продукцию и дифференцироваться от конкурентов.

По результатам исследования получен вывод о том, что создание иммерсивной звуковой среды в ритейле позволяет перейти к интерактивному перформансу, мероприятиям в магазине, позволяющим привлечь новую целевую аудиторию и усилить эмоциональную связь бренда с

постоянными покупателями посредством использования технологий аудиобрендинга. При этом появляется возможность сформировать «голос бренда», музыкальное сопровождение логотипа. Ожидаемые эффекты включают рост трафика в магазине, повышение конверсии в покупки и узнаваемости бренда среди молодежи.

### Литература

1. Кудряшов В.А., Митронова А.С. Использование музыки как маркетинговый инструмент воздействия на людей разных поколений // Россия и мир: развитие цивилизаций. Уроки Великой Победы и новое мироустройство: Сборник трудов молодых ученых и студентов XV международной научно-практической конференции (2–3 апреля 2025 г.): в 2-х ч. М.: Издательский дом УМЦ, 2025. С. 15-17.
2. Мартиросян Р.М. Музыка как эффективный инструмент стимулирования продаж // «Диалоги о культуре и искусстве»: материалы XI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (г. Пермь, 12–14 октября 2022 г.). Пермь: ПГИК, 2022. С. 997-1000.
3. Торговая компания «Глории Джинс» в 2024 году увеличила чистую прибыль в 6 раз // Интерфакс. 2025. 21 марта. <https://clck.ru/3TD4ot>
4. Цзян Ч. Влияние музыкального фона на эффективность работы розничных торговых компаний // Московский экономический журнал. 2022. № 7. С. 556-562. [https://doi.org/10.55186/2413046X\\_2022\\_7\\_7\\_425](https://doi.org/10.55186/2413046X_2022_7_7_425)
5. Шахматов И.А. Роль музыкального сопровождения и звукового дизайна в создании эффективных рекламных роликов // Universum: экономика и юриспруденция: электронный научный журнал. 2024. № 10(120). <https://clck.ru/3TD4xW>. <https://doi.org/10.32743/UniLaw.2024.120.10.18219>
6. Шляхова С.С., Ярмухаметов Н.В. Аудиобрендинг в мультимодальной рекламе маркетплейсов: практика vs нейросети // Практический маркетинг. 2023. № 12. С. 64-70. <https://doi.org/10.24412/207137622023123186470>

© Касаткина В.А., Коновалова А.С., Капустина Л.М., 2026

**Куанова А.Р.**

Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева  
г. Астрахань, Россия

## **РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЭТНОКУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В МАТЕРИАЛАХ ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛА «КАЗАХИ РОССИИ»**

«Казахская мудрость гласит: «Сила орла – в крыльях, а человека – в друзьях», и Россия, безусловно, ценит добрые, дружественные отношения с Казахстаном», – сказал Путин на государственном обеде в честь госвизита Токаева. В Российской Федерации проживает более 591 тыс. казахов, что позволяет отнести казахское население к числу крупнейших этнических диаспор на территории страны. Существенная численность казахов в России создаёт основания для формирования развитой сети этнокультурных институтов, включая общественные объединения, культурные центры и специализированные медиа, которые обеспечивают сохранение и трансляцию этнокультурной идентичности в межкультурном пространстве.

Интернет-журнал «Казахи России» представляет собой специализированное сетевое издание, ориентированное на освещение жизни казахского народа в Российской Федерации. Цель исследования – проанализировать, каким образом в материалах интернет-журнала «Казахи России» репрезентуется этнокультурная идентичность, какие тематические и жанровые доминанты используются для её поддержания и актуализации.

Эмпирической базой является интернет-журнал «Казахи России» и публикации в нем. В основе анализа лежат следующие методы: анализ содержания публикаций, дискурс-анализ медиатекстов. Дополнительно учитываются структурные характеристики сайта (наличие разделов, рубрикация), а также декларируемые цели проекта, представленные на странице «О проекте». В статье используются примеры материалов, соответствующие заявленным тематическим направлениям журнала (история, культура, праздники, кухня).

Репрезентация этнокультурной идентичности в медиатекстах рассматривается как процесс символического конструирования групповой принадлежности через нарративы, образы и дискурсивные стратегии. СМИ выступают зеркалом и одновременно конструктором социальной реальности, где этническая идентичность фиксируется в доминантах тематики, жанровых предпочтениях и риторических приёмах. Для таких медиа, как «Казахи России», характерна полифункциональность: они выполняют роли культурного архива, платформы коммуникации и инструмента интеграции в принимающее общество, балансируя между сохранением традиций и демонстрацией адаптивности [3, с. 297].

В контексте онлайн-журналистики, где преобладают мультимедийные форматы, репрезентация усиливается визуальными и интерактивными элементами, способствующими эмоциональному вовлечению аудитории. Дискурс-анализ позволяет выявить идеологические подтексты, а контент-анализ – количественные пропорции тематических блоков, формирующих «медийный портрет» этноса.

В разделе «О проекте» интернет-журнал определяется как источник информации о жизни казахов в России, акцентирующий внимание на культурных событиях, праздниках и



кухне. Такой самоописательный нарратив задаёт широкий спектр функций: информирующую (сообщения о событиях и новостях), культурно-просветительскую (материалы об истории и традициях), а также интеграционную (объяснение современной жизни казахов России широкой аудитории). Журнал создаётся «для того, чтобы познакомить читателей с историей, традициями и современной жизнью казахов России», что прямо указывает на задачи репрезентации и популяризации этнокультурного наследия в медийном пространстве. Таким образом, уже на уровне декларации целей проект позиционирует себя как посредник между этнокультурной общностью и российским обществом в целом.

Согласно описанию, в интернет-журнале представлены материалы об истории, культуре, людях, праздниках и кухне. Каждый из этих блоков может быть интерпретирован как специфический канал репрезентации отдельных аспектов этнокультурной идентичности: история актуализирует коллективную память и нарратив о происхождении («Возникновение этнонима «казах», 19.07.25 г.; «Присоединение младшего жуза к России», 11.07.25 г.; «Как распределялись территории казахских жузов», 31.01.25 г.); культура и праздники фиксируют ритуальные практики и символические коды («Казахские орнаменты и их значение», 20.06.24 г.; «Традиция празднования – Наурыз», 12.07.24 г.; «Бесік тойы» – укладывание ребенка в колыбель», 27.06.24г.); кухня репрезентует повседневные практики и «домашнюю» идентичность («Национальные напитки казахов», 01.07.25 г.; «Казахские баурсаки на кефире», 30.05.24 г.; «Казахский бешбармак», 10.06.24 г.); материалы о людях формируют галерею образов и роль моделей («Боран-Ата – казахский древний лекарь», 26.09.25 г.; «Бопай Ханым – Биография великой женщины», 22.08.25 г.; «Казахи Алтайского края», 28.03.25 г.). Такой набор тематик соответствует модели «мягкого» культурно-ориентированного контента, где акцент делается не на конфликтных политических повестках, а на конструировании позитивного, узнаваемого и эмоционально значимого образа общности. Таким образом, тематическая структура журнала не только отражает интересы аудитории, но и целенаправленно поддерживает ключевые элементы этнокультурной идентичности.

Особое место в репрезентации этнокультурной идентичности занимают материалы, посвящённые истории и традициям казахов России, на необходимость знакомства с которыми прямо указывает редакция проекта. В рамках журналистской практики подобные тексты могут представлять собой очерки об исторических этапах переселения, рассказы о сохранении языка и обычаев в условиях проживания в многонациональной среде, истории семей и общин [2, с. 224]. Через такие нарративы создаётся связное повествование о прошлом и настоящем диаспоры, где прошлое выступает источником легитимации современного существования общности и её культурных особенностей. Важным элементом становится баланс между «традиционным» и «современным» образами: журнал, ориентируясь на широкий круг читателей, фактически демонстрирует, что казахская этнокультурная идентичность не противопоставляется российскому контексту, а вписана в него и развивается в диалоге с ним. Например, содержание статьи «Присоединение младшего жуза к России» наглядно это иллюстрирует. В ней Джунгарская война (XVII–XVIII вв.) предстаёт как эпоха национальной консолидации казахов перед внешней угрозой ойратов, особенно в период «Ақтабан

шубырынды» («Годы Великого бедствия», 1723–1727 гг.), когда были утрачены Туркестан, Ташкент и Сайрам, а народ пережил массовые миграции и экономический кризис. В условиях кризиса ханы Тауке, Каип, Абулхаир обращались к России за протекцией. Эта политика многовекторности (связи с Россией, Турцией, Джунгарией) подчёркивает прагматизм казахов, балансирующих между выживанием и суверенитетом; окончательное присоединение Среднего и Старшего жузов произошло в XIX в. [5, с. 62].

Такая интерпретация истории служит дискурсивной стратегией укрепления этнокультурной идентичности: война символизирует стойкость и единство жузов, а обращение к России – рациональный выбор, гармонизирующий традиции с интеграцией в многонациональное государство. Журнал избегает конфронтационных нарративов, акцентируя позитивные аспекты (протекторат как спасение), что соответствует интеграционной функции диаспорального медиа. Это конструирует адаптивный и лояльный образ, усиливая современную идентичность казахов России через историческую легитимацию.

Упоминание культурных событий, праздников и кухни в описании проекта указывает на значительное внимание к символическим и ритуальным практикам. В журналистских материалах подобной тематики обычно акцентируются визуальные и чувственные аспекты культуры (национальная одежда, музыка, декоративно-прикладное искусство, блюда), что усиливает эффект «присутствия» традиций в повседневной жизни аудитории. Праздники и обряды конструируют образ общности, регулярно обновляющей и переживающей свою идентичность через совместные действия: в статье о Наурызе детализируются ритуалы расчистки родников, посадки деревьев («Пусть останется дерево, а не стадо»), зазывалы в костюмах Алдар Косе и игры с сакральным числом «7», символизирующие возрождение и единство; обряд «Бесік тойы» подчёркивает преемственность через очищение колыбели («аластау») и роль женщин как хранительниц.

Кулинарные тексты и мастер-классы выполняют функцию «домашней» репрезентации идентичности, связывая этническую принадлежность с семейной практикой и личным опытом читателя. Напитки (кумыс как символ богатства, шубат, саумал с лечебными свойствами) и баурсаки (солнечные пончики на кефире) иллюстрируют кочевые корни, адаптированные к современности через рецепты, подчёркивая изобилие, здоровье и гостеприимство. В диаспоральном дискурсе такие нарративы гармонизируют традиции с российским бытом, усиливая культурно-сберегательную и интеграционную функции медиа: ритуалы формируют сплочённый групповой автопортрет, в котором группа предстает как сообщество адаптивных носителей гармоничного наследия, где природные циклы, семейные обряды и гастрономия метафорически отражают стойкость и возрождение общины.

В структуре интернет-журнала «Казахи России» особое место занимает тематический блок «Люди», ориентированный на создание персонализированных образов носителей этнокультурной идентичности. В рамках данного раздела публикуются материалы о представителях казахской диаспоры – лидерах общин, деятелях культуры, предпринимателях и активистах, что позволяет конструировать идентичность через конкретные человеческие

судьбы. Анализ показывает, что редакция обращается к трем основным типам персонализированной репрезентации: сакральной (культ предков), историко-политической (роль личности в управлении) и героической (воинская доблесть).

Примером сакрализации пространства выступает материал о Боран-Ата – легендарном средневековом целителе из рода Табын, почитаемом казахами Оренбуржья («Боран-Ата – казахский древний лекарь», 26.09.2025). Репрезентация идентичности в данном случае строится через описание культа предка и веры в передачу его «лечебной энергии» природным объектам региона – соленым озерам и родникам. Примечательно, что журнал фиксирует трансформацию древнего обряда в современную практику: сакральные места становятся центрами паломничества и этнического туризма, доступными не только казахам. Упоминание о возможности очищения водой и загадывания желаний «на любом языке» указывает на диалогичность этнической культуры, ее открытость к взаимодействию с иными культурными традициями в медиапространстве.

Иной тип репрезентации представлен в материале о Бопай Ханым (1690–1780) – супруге хана Абулхаира, матери трех ханов, носившей титул Хан-ана (Мать-хана). В нарративе издания она конструируется как фигура, нарушающая традиционно патриархальный дискурс: «первая женщина-политик», фактическая соправительница Казахского ханства [1, с. 75]. Репрезентация строится на акцентировании ее исключительности (сохранившееся документальное наследие) и дипломатической деятельности. Особое значение для конструирования идентичности казахов России имеет факт официального признания ее заслуг Российской стороной – присвоение титула «княжна», что легитимирует ее власть в глазах внешнего мира и демонстрирует трансграничный характер влияния казахской элиты.

Наиболее объемно представлена фигура Бауыржана Момышулы (1910–1982) – участника Великой Отечественной войны, гвардии полковника, писателя, Героя Советского Союза (1990, посмертно). В данном материале журнал выстраивает многомерный образ национального героя, синтезирующий воинскую доблесть, интеллектуальный вклад и моральный авторитет.

Нарратив репрезентирует Момышулы как блестящего тактика, чей боевой опыт (оборона Москвы, бои под Волоколамском) получил признание не только в отечественной, но и в мировой военной теории. Упоминание об изучении его тактики в военных академиях США, Кубы, Израиля переводит фигуру казахского офицера в глобальный контекст. Одновременно журнал акцентирует его интеллектуальную особенность: Момышулы представлен как писатель, член Союза писателей СССР, автор книг, чье творчество получило международное признание. Особую значимость для конструирования идентичности имеет указание на то, что «Волоколамское шоссе» было настольной книгой Эрнесто Че Гевары и Фиделя Кастро, что выводит образ казаха-батыра на уровень транскультурного символа борьбы и стойкости, признаваемого иными культурами [4, с. 18]. Публикация также содержит подробный перечень объектов, названных в честь героя (улицы в десятках городов, школы, станция метро, памятники), что репрезентирует идентичность как пространственно закрепленную, вписанную в современный ландшафт Казахстана и России.

Таким образом, анализ публикаций рубрики «Люди» позволяет заключить, что интернет-журнал «Казахи России» конструирует этнокультурную идентичность через обращение к персонализированным образам, выполняющим различные функции: сакрализация территории и поддержание культа предков (Боран-Ата), восстановление исторической справедливости и репрезентация женской субъектности в истории (Бопай Ханым), формирование героического пантеона и трансляция патриотических ценностей (Бауыржан Момышулы). Объединяющим началом выступает стремление редакции соединить историческую документальность с фольклорной традицией и современными практиками, что усиливает эмоциональную связь аудитории с историческим прошлым и способствует закреплению идентичности как в символическом, так и в физическом пространстве.

Проведенный анализ материалов интернет-журнала «Казахи России» позволяет заключить, что данное сетевое издание реализует комплексную модель репрезентации этнокультурной идентичности, основанную на синтезе информационной, культурно-просветительской и интеграционной функций. Редакционная политика журнала, эксплицированная в разделе «О проекте» и подтвержденная тематической структурой публикаций, направлена на конструирование позитивного, исторически укорененного и при этом открытого к диалогу образа казахской диаспоры в многонациональном российском пространстве.

В ходе исследования были выявлены доминантные стратегии репрезентации этнокультурной идентичности, среди которых особое значение приобретает историческая легитимация. Обращаясь к ключевым событиям прошлого, таким как присоединение Младшего жуза к России, журнал формирует нарратив, в котором интеграция в российскую государственность представлена как прагматичный и исторически обусловленный выбор. Такой подход позволяет изданию избегать конфронтационных дискурсов и укреплять образ казахов как лояльной и адаптивной общности, чья идентичность гармонично вписана в общероссийский контекст.

Наряду с этим важную роль играет ритуализация повседневности. Акцент на праздниках (Наурыз, Бесік тойы), обрядах и кулинарных традициях выполняет функцию символического поддержания идентичности через обращение к чувственному и семейному опыту. Публикации о национальной кухне и мастер-классы не только транслируют культурные коды, но и «одомашнивают» этничность, делая её частью личной биографии читателя и доступной практикой сохранения традиций в инокультурной среде.

Данная стратегия дополняется персонализацией истории, где рубрика «люди» служит ключевым механизмом конструирования идентичности через конкретные человеческие судьбы. Журнал обращается к трем типам героев: сакральному (Боран-Ата) – для поддержания культа предков и сакрализации пространства проживания диаспоры; историко-политическому (Бопай Ханым) – для репрезентации женской субъектности в истории и подчеркивания влияния казахской элиты, вышедшего за пределы ханства и признанного в том числе Российской империей; и героическому (Бауыржан Момышулы) – для формирования пантеона национальных героев, чей образ собирает в себе воинскую доблесть, интеллектуальный вклад

и моральный авторитет, а также получает международное признание, что выводит идентичность на глобальный уровень. Наиболее комплексно данный подход раскрывается в публикациях о Бауыржане Момышулы, где журнал выстраивает многомерный образ героя, соединяющий тактическое новаторство, литературное наследие и мировое признание, что позволяет говорить о переводе национальной идентичности в транскультурное измерение.

Объединяющим началом для всех проанализированных материалов является принцип диалогичности. Этническая культура в интерпретации журнала не предстает как закрытая или архаичная система. Напротив, она демонстрирует способность к трансформации (трансформация культа Боран-Ата в туристическую практику, доступную людям разных национальностей) и к встраиванию в общероссийские и общемировые исторические нарративы (участие в войне 1812 года, оборона Москвы, признание заслуг Момышулы в мире).

Таким образом, интернет-журнал «Казахи России» выполняет роль не просто «культурного архива», фиксирующего традиции, а выступает активным агентом конструирования социальной реальности. Он формирует «медийный портрет» диаспоры, который балансирует между сохранением аутентичности и демонстрацией успешной адаптации, между памятью о прошлом и актуальными практиками настоящего. Подобная медийная стратегия способствует не только поддержанию этнокультурной идентичности у казахов России, но и транслирует вовне позитивный, интегрированный и исторически обоснованный образ общности, укрепляя тем самым межкультурный диалог в российском обществе.

### Литература

1. Кудабаяев К.Е., Мухамадеева И.А. Основные вехи в национальном движении казахского народа // НИР/S&R. 2021. № 2(6). С. 73-76.
2. Кабазиев М.Ш. Формирование национальной идентичности республики казахстан: особенности и противоречия // Современная Европа. 2022. № 7(114). С. 221-231.
3. Лазуткина Е.В. Медиаосвещение регионального культурного наследия в цифровой среде: опыт исследовательских студенческих проектов // MEDIAОбразование: цифровая среда в условиях вынужденной метаморфозы: Сборник материалов VII Международной научно-практической конференции. Челябинск, 2022. С. 296-300.
4. Нурканов Т.Н. Бауыржан момышулы – педагогический и воинский талант // Science Time. 2025. № 5(136). С. 16-21.
5. Прохоров И.Р. «Казахский вопрос» в отношениях России с центральноазиатскими государствами в первой половине XIX в. // Известия АлтГУ. 2025. № 3(143). С. 59-66.

© Куанова А.Р., 2026



Лопырева Я.А.

Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева  
г. Астрахань, Россия

### **ЖАНР ТВОРЧЕСКОГО ПОРТРЕТА АНСАМБЛЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ**

Современная жанровая система российской журналистики переживает период интенсивной динамики, обусловленный комплексом факторов технологического, социального и культурного порядка. Цифровизация медиасреды, трансформация читательских практик, фрагментация аудитории и возникновение новых каналов коммуникации закономерно влекут за собой пересмотр сложившихся жанровых канонов [4, с. 583]. В этих условиях особый исследовательский интерес представляют не столько радикально новые, гибридные форматы, сколько эволюция традиционных, классических жанров, которые, сохраняя свое инвариантное ядро, адаптируются к репрезентации принципиально новых объектов и субъектов действительности [2, с. 78]. К числу таких феноменов принадлежит жанр творческого портрета, который в практике последних двух десятилетий все чаще ориентируется не на отдельную личность, а на коллективного героя – ансамбль танца, балетную труппу, хореографический коллектив народного или современного направления.

Исследование посвящено комплексному анализу жанра творческого портрета ансамбля в современной российской журналистике на примере хореографических коллективов. Актуальность избранной темы продиктована несколькими взаимосвязанными обстоятельствами. Во-первых, отечественная хореографическая культура, в особенности народно-сценическая и академическая, исторически базируется на коллективных формах творчества, однако журналистская рефлексия долгое время была сосредоточена преимущественно на фигурах солистов балета и балетмейстеров [3, с. 113]. Ансамбль танца как целостный художественный организм, обладающий собственной пластической эстетикой и исполнительской философией, оставался на периферии профессионального внимания или редуцировался до суммы слагающих его индивидуальностей. Во-вторых, современная культурная политика Российской Федерации акцентирует значимость государственной поддержки отечественных хореографических коллективов, особенно в сфере сохранения нематериального культурного наследия, что объективно актуализирует потребность в их квалифицированном медийном сопровождении [5, с. 68]. Качественный творческий портрет становится не просто журналистским текстом, но инструментом формирования устойчивого позитивного имиджа коллектива в публичном пространстве. В-третьих, в самой теории журналистики ощущается дефицит работ, предметно рассматривающих модификацию портретного жанра применительно к коллективному субъекту в сфере хореографического искусства [1, с. 46].

Цель работы заключается в идентификации и всестороннем описании жанра творческого портрета ансамбля танца: определении его жанрообразующих признаков, построении типологии композиционных моделей и характеристике функционального потенциала. Материалом исследования послужили публикации в общероссийских и региональных

печатных изданиях, специализирующихся на вопросах культуры и искусства – журналах «Балет», «Театральная жизнь», газете «Культура», а также официальные медиаресурсы Государственного академического ансамбля народного танца имени Игоря Моисеева, Государственного академического хореографического ансамбля «Берёзка» имени Н.С. Надеждиной, Ансамбля песни и пляски Российской армии имени А.В. Александрова и иных ведущих танцевальных коллективов за период с 2021 по 2024 год. Выбор данных источников обусловлен их устойчивым статусом в профессиональном сообществе, непрерывной издательской деятельностью на протяжении всего исследуемого периода и ориентацией на академические стандарты освещения хореографического искусства [3, с. 118]. Методологическую базу исследования составили системно-типологический метод, позволивший рассматривать жанр в контексте целостной жанровой системы современной журналистики [2, с. 80], сравнительно-сопоставительный анализ, с помощью которого выявлялась специфика портретирования коллективного героя в сравнении с индивидуальным, а также элементы дискурс-анализа, направленные на выявление устойчивых речевых стратегий и лексико-семантических особенностей текстов.

Теоретический фундамент исследования опирается на фундаментальные труды отечественных теоретиков журналистики, заложивших основы жанровой теории. В рамках классической парадигмы жанр понимается как устойчивая форма организации журналистского материала, обладающая относительно стабильной структурой, предметом отображения, методом работы с информацией и стилистическими особенностями [6, с. 115]. При этом современные исследователи справедливо отмечают, что жанровая система не является статичной конструкцией, заданной раз и навсегда; она эволюционирует параллельно развитию социальных практик и технологий массовой коммуникации [4, с. 585]. Традиционные жанры не исчезают, но приобретают новые модальности, адаптируясь к запросам времени и аудитории [2, с. 81]. В полной мере это относится и к портретному очерку, который сегодня существует в широком спектре вариантов – от классического литературного портрета в толстом журнале до краткого портретного интервью в ежедневной газете и мультимедийного лонгрида в официальных медиаресурсах танцевальных коллективов.

Дефиниция «творческий портрет» имеет искусствоведческое происхождение. В хореографоведении, театроведении и истории изобразительного искусства данным термином обозначается жанр научного или научно-публицистического исследования, посвященного целостному анализу творческого пути и художественного метода деятеля искусств [3, с. 114]. Журналистика заимствовала этот жанр, адаптировав его к своим коммуникативным задачам – оперативности, ориентации на массовую аудиторию, синтезу аналитического начала с художественно-выразительными средствами [6, с. 117]. В классическом понимании творческий портрет – это произведение, целью которого является создание достоверного и одновременно художественно выразительного образа личности через описание ее профессиональной биографии, мировоззренческих установок, эстетических принципов и человеческих качеств [2, с. 82]. Однако проецирование данного определения на коллективный субъект – ансамбль танца – генерирует ряд существенных теоретических затруднений.

Ансамбль – это не арифметическая сумма индивидов; это сложноорганизованная система межличностных и профессиональных взаимодействий, имеющая собственную историю, традицию, хореографический почерк, репертуарную политику и, зачастую, собственную мифологию [5, с. 72]. Задача журналиста заключается в том, чтобы передать эту коллективную субъектность в тексте, не растворив ее в обезличенном, протокольном описании и одновременно не редуцировав до портретов нескольких ключевых фигур [1, с. 49].

Проведенный анализ обширного эмпирического материала позволяет с уверенностью утверждать, что в современной российской журналистике сформировалась устойчивая жанровая модель, которую правомерно идентифицировать именно как творческий портрет ансамбля танца. Данная модель обладает рядом инвариантных, обязательных, жанрообразующих признаков, отличающих ее как от индивидуального творческого портрета артиста балета, так и от смежных жанровых форм – новостной заметки о гастролях, отчета о концерте, рецензии на премьеру или историко-биографического очерка о коллективе [3, с. 120].

Первым и фундаментальным признаком выступает событийно-биографический дуализм. В подавляющем большинстве проанализированных публикаций непосредственным информационным поводом для создания портрета становится актуальное событие – юбилейная дата коллектива, премьеры новой хореографической постановки, победа на престижном всероссийском или международном конкурсе, гастрольный тур или выпуск видеоверсии спектакля [5, с. 74]. Однако авторы принципиально не ограничиваются узкими рамками информационного повода. Событие выполняет функцию жанрового катализатора: оно запускает механизм развернутой ретроспекции. Публикация неизбежно и органично включает в себя экскурс в историю: обстоятельства основания ансамбля, этапы его становления и творческой эволюции, имена значимых участников, балетмейстеров, педагогов-репетиторов, художников по костюмам, стоявших у истоков или определивших неповторимое лицо коллектива [1, с. 50]. Временная ось «прошлое – настоящее – перспектива» становится структурообразующей для всего повествования. При этом особую ценность и смысловую нагрузку приобретает документальность: авторы обращаются к архивным фотографиям, программкам давних лет, афишам, рецензиям в старой прессе, воспоминаниям ветеранов сцены. Таким образом, журналистский текст выходит за пределы сиюминутной информационной повестки и начинает выполнять важнейшую мемориальную и архивно-документальную функцию, фиксируя и транслируя коллективную память ансамбля для современной и будущей аудитории [5, с. 77].

Вторым конститутивным признаком жанра является наличие в структуре текста особой фигуры – медиатора, или нарративного центра, через сознание, профессиональный опыт и личностную оптику которого преломляется коллективный творческий опыт. В роли такого медиатора выступает, как правило, художественный руководитель, главный балетмейстер, педагог-репетитор или один из старейших, наиболее авторитетных участников коллектива, нередко – народный артист, хранитель традиций [3, с. 121]. Введение данной фигуры имеет глубокое психологическое и композиционное обоснование. Поскольку прямое, панорамное

описание всех участников ансамбля в рамках одной газетной или журнальной публикации физически невозможно, автор закономерно избирает стратегию синекдохи – изображения сложного целого через его характерную, репрезентативную часть. Медиатор не замещает собой коллектив и не доминирует над ним, но репрезентирует его, аккумулируя и вербализуя общие ценности, творческие принципы и эстетические ориентиры, разделяемые всеми без исключения участниками [2, с. 83]. В прямой речи медиатора или в авторском пересказе его позиции закономерно доминируют местоимения и глагольные формы множественного числа: «мы», «у нас», «наш коллектив», «мы стремимся», «нам важно». Это создает устойчивый эффект полифонии, соборности высказывания. Читатель воспринимает позицию руководителя не как субъективное, частное мнение, но как консолидированную, выстраданную десятилетиями совместного творчества позицию всего ансамбля. Данный прием позволяет автору сохранить хрупкий баланс между необходимой персонификацией повествования и передачей сложной коллективной идентичности [1, с. 51].

Третьим системным признаком выступает последовательная акцентуация хореографического метода и репертуарной стратегии коллектива. В индивидуальном творческом портрете танцовщика-виртуоза магистральной темой является тема интерпретации – уникальности и субъективности пластического прочтения хореографического текста, неповторимости индивидуального исполнительского стиля [3, с. 115]. В портрете ансамбля танца акцент закономерно смещается с индивидуальной трактовки на качество ансамблевости как таковой – фундаментальную категорию коллективного танцевального искусства. Журналист целенаправленно фиксирует внимание читателя на таких специальных, профессиональных категориях, как синхронность исполнения, рисунок танца, пластическая выразительность кордебалета, единство манеры, стилистическая чистота, сохранение аутентичной лексики народного танца или развитие современной хореографической лексики [5, с. 75]. Для адекватного описания этих сложных феноменов авторы активно привлекают экспертные оценки – развернутые комментарии профильных театральных критиков, балетоведов, приглашенных балетмейстеров, композиторов, специально писавших музыку для постановок данного коллектива. Более того, в тексте присутствует развернутая характеристика репертуара: определяется его стилистический диапазон (от фольклорных композиций до неоклассики и танца модерн), выявляются хореографические приоритеты, объясняются причины обращения к тем или иным постановкам. Репертуар осмысливается не как механический перечень исполняемых номеров, а как развернутая манифестация творческого кредо коллектива, его художественная платформа, объединяющая участников и отличающая их от других исполнителей [1, с. 52].

Структурно-композиционное разнообразие проанализированных материалов может быть сведено к трем устойчивым моделям, выбор которых детерминирован типом издания, жанровым форматом и целевой аудиторией [2, с. 84]. Наиболее распространенной и архетипической является хронологическая модель, при которой повествование разворачивается линейно: от момента возникновения коллектива к его сегодняшнему дню и далее – к перспективам развития. Эта модель доминирует в юбилейных публикациях,

размещаемых в специализированных журналах о балете и театре, а также в буклетах и памятных изданиях самих ансамблей. Она отличается намеренно неторопливым, эпическим ритмом повествования, обилием фактологического материала, дат, имен, цитированием рецензий разных лет. Автор выступает здесь в роли летописца, бережно фиксирующего этапы большого творческого пути [3, с. 122]. Вторая модель – проблемно-аналитическая. Она концентрируется не столько на историческом прошлом, сколько на актуальных вызовах и болевых точках современного бытования коллектива: смена поколений в составе, проблема сохранения аутентичного танцевального фольклора в условиях глобализации, необходимость обновления или расширения репертуара, поиск баланса между сохранением академической традиции и творческим экспериментом, организационные аспекты гастрольной деятельности [5, с. 76]. Такие материалы публикуются преимущественно в профессиональной прессе и адресованы подготовленной, инсайдерской аудитории – коллегам по цеху, искусствоведам, менеджерам культуры. Третья модель – персонифицированная. В данном случае повествование строится вокруг творческой биографии одного яркого, харизматичного участника или лидера коллектива, однако через его индивидуальную историю закономерно раскрывается жизнь всего ансамбля [1, с. 53]. Эта модель особенно востребована в массовых изданиях, где аудитория ожидает не столько глубокого профессионального анализа, сколько увлекательной человеческой истории, эмоционально окрашенного нарратива [2, с. 85].

Функциональный репертуар жанра также претерпел существенную историческую эволюцию. Если в советский период творческий портрет танцевального коллектива выполнял преимущественно идеологические и просветительские задачи, фиксируя успехи социалистической культуры и воспитывая трудящихся на примерах народного творчества, то сегодня функциональная структура стала более сложной и дифференцированной [5, с. 70]. Безусловно, информационная и просветительская функции сохраняют свое базовое значение: читатель узнает о коллективе, его творческих планах, премьерах, получает рекомендацию посетить концерт [3, с. 117]. Однако на авансцену выдвигается имиджевая функция. В условиях конкурентной рыночной среды и борьбы за зрителя и бюджетное финансирование публичный образ коллектива становится его стратегическим нематериальным активом [6, с. 118]. Качественно написанный, профессиональный творческий портрет целенаправленно формирует в сознании потенциальной аудитории образ уникального, высокопрофессионального, интересного коллектива, взаимодействие с которым способно доставить эстетическое наслаждение и приобщить к национальному культурному достоянию [1, с. 48]. Наряду с имиджевой, исключительно важное значение приобретает архивно-документальная функция. Каждая такая публикация фиксирует состояние коллектива в определенный, конкретный момент его развития: персональный состав, репертуарную афишу, творческий статус, эстетические ориентиры. Со временем эти тексты утрачивают свою первоначальную оперативность, но приобретают непреходящую ценность исторического источника для будущих исследователей хореографического искусства [3, с. 123].

Говоря о перспективах функционирования жанра в цифровой медиасреде, необходимо констатировать отчетливую тенденцию к мультимедийной гибридации [4, с. 586]. В



официальных интернет-представительствах ведущих танцевальных ансамблей и филармоний творческий портрет все чаще обогащается мультимедийными элементами: развернутыми фотогалереями, видеозаписями фрагментов выступлений, виртуальными экскурсиями в закулисы, архивными кинохрониками. Возникает и активно развивается новая жанровая форма – мультимедийный лонгрид, который сохраняет содержательное ядро классического портретного очерка, но предлагает читателю принципиально иной, нелинейный и интерактивный способ взаимодействия с материалом [2, с. 86]. Тем не менее, наличие гипертекста и мультимедийного контента не отменяет жанровой идентичности; они лишь расширяют арсенал выразительных средств, находящихся в распоряжении журналиста [4, с. 585].

Резюмируя вышеизложенное, следует констатировать, что жанр творческого портрета ансамбля танца в современной российской журналистике переживает этап активного развития и жанровой институционализации. Сформирована и устойчиво воспроизводится на практике специфическая жанровая модель, обладающая собственными содержательными и формальными признаками. Авторы успешно адаптируют классический портретный инструментарий к задачам репрезентации сложного коллективного субъекта – хореографического ансамбля, вырабатывая оригинальные приемы передачи коллективной творческой идентичности через хронологию, фигуру балетмейстера-медиатора и детальный анализ хореографической специфики [1, с. 53]. Дальнейшая эволюция жанра будет, по всей вероятности, связана с углублением междисциплинарных связей журналистики и искусствознания, а также с активным освоением новых технологических платформ и форматов визуального сторителлинга [3, с. 124]. Однако неизменным останется главное: имманентное стремление автора создать целостный, достоверный и вдохновляющий художественно-публицистический образ творческого коллектива – живого, дышащего организма, сегодня, здесь и сейчас создающего непреходящие художественные ценности в танце.

### Литература

1. Васенина Е.В. Современный танец в России: тенденции и перспективы освещения в СМИ // Хореографическое искусство и образование. 2023. № 2. С. 45-53.
2. Гордеева Т.Ю. Жанр портретного очерка в региональных изданиях о культуре // Медиасреда. 2022. № 1. С. 78–84.
3. Зайцева М.Л. Хореографическое искусство в зеркале российской театральной критики // Вестник Академии русского балета имени А.Я. Вагановой. 2024. № 1. С. 112-123.
4. Лазуткина Е.В. Трансформация коммуникационной модели социальных сетей // Язык и коммуникация в контексте культуры: Материалы международной научно-практической конференции. Ростов-на-Дону, 2024. С. 583-586.
5. Никифорова Н.В. Репрезентация народной хореографии в медиaprостранстве // Культура и искусство. 2023. № 5. С. 67-79.

6. Панкеев И.А., Морозова А.А. Правовые и этические аспекты создания портретного очерка // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2023. № 1. С. 115-119.

© Лопырева Я.А., 2026

**Маркин Р.В.**

Московский политехнический университет  
г. Москва, Россия

## **ЭВОЛЮЦИЯ КРЕАТИВНЫХ ПРОВОКАЦИЙ В РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ: ОТ ЭПАТАЖА 1990-Х К ВИРУСНЫМ СТРАТЕГИЯМ 2020-Х**

Современное медиaproстранство перегружено информацией. Объем поступающей информации превышает когнитивные возможности человека по ее обработке. В результате потребители демонстрируют защитные механизмы: игнорируют рекламу, требуют больше усилий для усвоения информации, испытывают трудности с восприятием. Исследования фиксируют прямую связь между высокой медиаактивностью и усилением информационной перегрузки.

В этих условиях рекламная индустрия вынуждена искать новые инструменты привлечения внимания, и одним из наиболее востребованных становится провокация. Однако провокативные стратегии эволюционировали от прямого эпатажа 1990-х к сложным формам вирусного контента сегодня [7]. Понимание этой трансформации необходимо для разработки эффективных рекламных стратегий в условиях информационного пресыщения.

Цель исследования – выявление и сравнительный анализ эволюции провокативных стратегий в рекламе 1990-2020-х годов для определения трансформации методов привлечения внимания.

Задачи:

- Систематизировать теоретические подходы к провокации в рекламе.
- Проанализировать рекламные кампании 1990-х.
- Исследовать современные провокативные стратегии.
- Выполнить сравнительный анализ двух периодов.
- Выявить факторы эволюции провокативных стратегий.
- Сформулировать практические рекомендации для специалистов рекламной индустрии.

Методологической основой исследования выступил сравнительно-исторический анализ научных публикаций и кейсов рекламных кампаний, репрезентативных для каждого из рассматриваемых периодов. Для обработки данных применялся метод вторичного анализа социологических исследований и теоретического обобщения.

Рекламный рынок России 1990-х годов формировался в условиях рыночной свободы и новых экономических отношений: отсутствовала законодательная база, наблюдался кадровый дефицит, не было налаженной коммуникации с мировым сообществом [4]. При этом конкуренция была относительно низкой – рекламное пространство только осваивалось, и любое сообщение привлекало внимание уже своей новизной.

Ключевой особенностью провокативных стратегий стало использование прямого эпатажа, основанного на нарушении табу. Наиболее показательный пример – финансовая пирамида «МММ», рекламная кампания которой строилась на эксплуатации социальных ожиданий. По мнению Е.М. Куликова и П.Е. Сушко, гениальность креатива состояла в

подкупающей простоте: персонажи были зеркальным отражением целевой аудитории, что создавало беспрецедентный уровень идентификации [3]. Коммуникация успешно выполнила задачу по достижению близости с потребителем, используя правильный инсайт и «разговорный» копирайтинг.

Другим направлением провокации стала обнаженная натура. В отсутствие этических ограничений рекламодатели активно эксплуатировали сексуальные образы, прежде всего в наружной рекламе табачных брендов (Philip Morris, RJR Tobacco), заполонивших города выразительными изображениями.

Криминальная тематика также отражала атмосферу 1990-х. Телевизионная реклама, отличавшаяся креативностью, часто копировала зарубежные практики, адаптируя их под российские реалии. В работе Я.В. Карпенкина подчеркивается, что российская реклама того периода играла важную роль в становлении новой массовой культуры и включении постсоветского общества в единое культурное пространство [2].

К концу 1990-х годов реклама перестала быть средством самовыражения и начала предлагать товар более традиционными способами, продукция становилась самостоятельной ценностью, а в роликах начали подробнее рассказывать о характеристиках товара и сравнивать с аналогами. Тем не менее, опыт 1990-х заложил принцип: в отсутствие конкуренции провокация работает как нарушение табу.

Медиасреда в наше время характеризуется высоким уровнем информационной перегрузки. Как отмечает А.В. Дворак, в условиях стремительного роста объемов информации и сокращения времени на ее потребление происходят существенные трансформации когнитивных процессов: снижается концентрация внимания, изменяются механизмы запоминания и обработки рекламных сообщений [1]. Среди ключевых изменений – сокращение средней продолжительности концентрации внимания до 8 секунд и трансформация механизмов запоминания. Это требует от рекламной индустрии поиска принципиально новых стратегий коммуникации.

Ключевым феноменом современного рекламного восприятия становится баннерная слепота. М.В. Терских в своем исследовании провокационной рекламы говорит о том, что потребители вырабатывают устойчивые защитные механизмы против навязчивой коммуникации, сознательно или бессознательно игнорируя элементы, воспринимаемые как реклама [6]. Это подтверждается данными В.В. Радаева, который фиксирует прямую связь между высокой медиаактивностью и формированием защитных паттернов поведения: пользователи адаптируются к информационному шуму, отсекая значительную часть поступающих сообщений [5].

Феномен клипового мышления становится доминирующей характеристикой современного поколения потребителей. Фрагментарное восприятие информации, при котором снижается способность к длительной концентрации, требует от рекламных сообщений максимальной лаконичности и эмоциональной насыщенности. В этих условиях традиционные рекламные форматы теряют эффективность, уступая место коротким, визуально емким сообщениям, способным захватить внимание за считанные секунды.

Феномен, получивший название «горячая картошка» заключается в устойчивом избегании рекламных зон, при котором пользователи, однажды столкнувшись с рекламой в определенной области интерфейса, продолжают игнорировать эту зону даже на других страницах и сайтах [1]. Это свидетельствует о формировании глубинных, паттернов защитного поведения, требующих от рекламной индустрии поиска новых инструментов прорыва информационной обороны.

В таких условиях провокация становится одним из таких ключевых инструментов. Как показывает М.В. Терских, провокационная реклама способна преодолевать защитные фильтры восприятия за счет нарушения ожиданий и создания эмоционального диссонанса [6]. Эмоционально заряженные стимулы эффективнее захватывают внимание, поскольку активируют более древние, подкорковые механизмы обработки информации, менее подверженные когнитивному контролю и сознательному игнорированию.

Однако современная провокация принципиально отличается от прямолинейного эпатажа прошлых десятилетий. Трансформация медиапотребления требует от рекламных коммуникаций более тонких инструментов, учитывающих фрагментированность внимания и высокую критичность аудитории. Эффективная стратегия привлечения внимания в эпоху информационной перегрузки должна строиться на комбинации визуальных триггеров, эмоциональных якорей и сторителлинга, адаптированных под особенности современного потребителя.

Ярким примером такой трансформации служит кампания Burger King 2020 года, где бренд в течение месяца демонстрировал процесс естественного разложения своего бургера. Отказываясь от прямого эпатажа, компания сделала ставку на эстетически неоднозначный образ, чтобы доказать отсутствие консервантов. Видео не столько шокировало, сколько вызывало любопытство и дискуссию, обеспечив бренду вирусный охват.

Аналогичный принцип «эстетики без прикрас» использовала в 2023 году британская сеть супермаркетов Lidl. Вместо традиционной рекламы продуктов бренд запустил кампанию с фотографиями пустых полок, объясняя это ажиотажным спросом на товары по низким ценам. Формально это антиреклама, однако она сработала как социальное доказательство востребованности, вызвав волну мемов и обсуждений в соцсетях. Провокация здесь заключалась в честности и самоиронии, что оказалось эффективнее традиционных методов.

Другим трендом 2020-х становится отказ от глянцевої эстетики в пользу «несовершенства»: многолетняя кампания Dove за настоящую красоту или использование фото без ретуши в рекламе одежды демонстрируют, что в условиях перегрузки идеальными картинками сама реальность становится провокацией, ломающей жанровые ожидания и создающей ощущение доверия. Описанные примеры доказывают: в условиях тотального недоверия к рекламному глянцу именно честность и отказ превращаются в наиболее действенную форму провокации.

Проведенное исследование позволяет выделить три ключевых критерия, по которым трансформация провокативных стратегий проявляется наиболее отчетливо: цель провокации, инструменты распространения и длительность коммуникативного эффекта.



**Цель провокации.** В рекламе 1990-х годов провокация была преимущественно прямой и ориентированной на нарушение табу. Рекламные сообщения стремились шокировать потребителя любой ценой, используя обнаженную натуру, криминальную тематику и эпатажные образы.

В 2020-е годы цель провокации смещается в сторону эмоциональной вовлеченности. В условиях информационной перегрузки шок сам по себе перестает работать. Потребитель научился его игнорировать. Современная провокация призвана вызвать не шок, а удивление, улыбку, желание поделиться. Она становится тоньше и строится на нарушении не социальных, а скорее жанровых и контекстных ожиданий.

**Инструменты распространения.** В 1990-е годы основными каналами провокативной рекламы выступали телевидение и наружная реклама. Это была коммуникация по принципу «вещания»: потребитель оставался пассивным получателем сообщения. Телевизионная реклама того периода часто копировала западные образцы, адаптируя их под российские реалии, но сохраняла однонаправленный характер воздействия [5].

Сегодня провокация реализуется преимущественно в цифровой среде (социальных сетях, видеохостингах и мессенджерах). Это принципиально меняет природу коммуникации: потребитель становится активным участником распространения контента. Современная провокация должна быть такой, чтобы ее хотелось репостнуть, обсудить, обыграть. Она существует не сама по себе, а в пространстве пользовательских реакций и интерпретаций.

**Длительность эффекта.** Рекламные кампании 1990-х обладали пролонгированным действием. Скандалы вокруг МММ или эпатажные табачные постеры удерживали внимание аудитории на протяжении длительного времени, становясь частью городского фольклора и предметом устойчивого обсуждения в СМИ.

В современной реальности, характеризующейся высоким темпом обновления информационных потоков и клиповым мышлением, провокация дает быстрый, но краткосрочный эффект. Вирусный всплеск способен обеспечить миллионные просмотры за считанные часы, однако уже через несколько дней сообщение забывается, вытесняясь следующим инфоповодом. Исследователи фиксируют феномен «контентного безразличия» как адаптивную реакцию на перенасыщение медиасреды [1]. Современная провокация вынуждена существовать в режиме постоянного обновления: сегодняшний эпатаж завтра становится нормой и перестает привлекать внимание.

Проведенный сравнительный анализ позволяет сделать следующие выводы. В 1990-е годы реклама работала как шок, обеспечивая внимание в условиях низкой конкуренции. Сегодня, в эпоху информационной перегрузки, прямой эпатаж вызывает лишь защитные реакции. Современная провокация призвана удивлять и вовлекать, а не шокировать. Инструментарий сменился с телевидения на цифровые платформы, где потребитель становится соавтором распространения контента. Длительность эффекта сократилась с продолжительных скандалов до краткосрочных вирусных всплесков.

Для специалистов рекламной индустрии можно предложить следующие рекомендации:

- Отказаться от шокирующей рекламы.

- Использовать провокацию как повод для диалога.
- Адаптировать информацию под особенности каждого канала коммуникации.
- Просчитывать не только желаемую реакцию, но и возможные негативные сценарии.
- Делать ставку на эмоциональные триггеры. Удивление, ностальгия, смех работают эффективнее любого шока.
- Готовиться к быстрой смене циклов. Современная провокация требует постоянного обновления.

Однако тактические рекомендации требуют стратегического фундамента. Первостепенное значение приобретает репутационная экспертиза: прежде чем запускать провокацию, необходимо смоделировать не только желаемый сценарий, но и потенциально конфликтные прочтения. Стресс-тестирование идеи на фокус-группах и консультации с экспертами по социальным нормам позволяют минимизировать риски. В эпоху мгновенной цифровой реакции аудитории просчет репутационных последствий становится условием экономической безопасности бренда.

Кроме того, провокация невозможна без связи с идентичностью бренда. Рассмотренные кейсы объединяет не просто смелость, а органичность: эпатаж являлся продолжением позиционирования, а не ситуативным хайпом. Если провокация существует сама по себе, ради сиюминутных охватов, она размывает идентичность компании. Только будучи укорененной в ценностях, провокация превращает краткосрочный вирусный всплеск в устойчивый рост лояльности.

Провокация остается действенным инструментом привлечения внимания, но ее формы фундаментально изменились. Эволюция от эпатажа 1990-х к вирусному контенту отражает трансформацию потребителя, смену каналов коммуникации и ускорение информационных потоков. Успешная провокативная стратегия сегодня строится на тонкой игре с контекстом и эмоциональной вовлеченности. Понимание этой эволюции – необходимое условие для специалиста, стремящегося создавать эффективные рекламные кампании в условиях информационной перегрузки.

### Литература

1. Дворак А.В. Стратегии привлечения внимания в эпоху информационной перегрузки // Экономика и маркетинг в промышленности: материалы студенческой научно-технической конференции. Минск, 2025. С. 123-126.
2. Карпенкина Я.В. «У вас там ни вкуса, ни тонкости»: телереклама в России в 1990-1995 годах как новое социальное явление и ее восприятие старшим поколением россиян // Вестник Пермского университета. Серия: История. 2018. № 4. С. 134-141.
3. Куликов Е.М., Сушко П.Е. Реклама и слухи в процессе продвижения финансовой пирамиды «МММ» С. Мавроди в 1990-е гг. // Общество: политика, экономика, право. 2011. № 3. С. 38-42.

4. Поводайко Я.В. Особенности коммерческой рекламы в России 1990-х гг. // Современные наукоемкие технологии. 2024. № 12. С. 2487-2490.
5. Радаев В.В. Вовлеченность в использование гаджетов и новые формы зависимости: межпоколенческий анализ // Журнал социологии и социальной антропологии. 2025. Т. 28. № 4. С. 80-126.
6. Терских М.В. Отношение аудитории к провокационной рекламе: критерии оценки коммуникативной эффективности // Неофилология. 2020. Т. 6. № 21. С. 201-212.
7. Bui-Nguyen T., Canu R. Shockvertising: Trajectory of a controversial advertising technique // Recherche et Applications en Marketing. 2024. Vol. 39. № 2. P. 30-55.

© Маркин Р.В., 2026

**Марценюк Ю.А.**Донецкий государственный университет  
г. Донецк, Россия

## **МЕДИАПРОСТРАНСТВО КАК ПОЛЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ: СТРАТЕГИИ И МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ПРАКТИКИ**

И.Н. Панарин в работе «Информационная война и власть» отмечает, что информационная война выступает одним из ключевых инструментов современной мировой политики и важнейшим способом достижения политического и экономического влияния [5]. При этом само явление не является принципиально новым: формирование данного понятия началось ещё в конце XX века. Впервые термин «информационная война» был введён американским исследователем Томасом Рона в отчёте «Системы вооружения и информационная война», подготовленном для корпорации Boeing по заказу Министерства обороны США [11]. Учёный акцентировал внимание на высокой уязвимости информационной инфраструктуры как в условиях мирного времени, так и в период вооружённых конфликтов.

После проведения военной операции «Буря в пустыне» в Ираке, в ходе которой Соединённые Штаты активно применяли передовые на тот момент информационно-коммуникационные технологии, термин «информационная война» получил официальное закрепление в нормативных документах Пентагона. Так, в 1998 году была принята «Объединённая доктрина информационных операций», в которой информационная война определяется как «операции, осуществляемые в период кризиса или конфликта с целью достижения либо поддержки конкретных целей в отношении определённого противника».

Согласно определению, представленному в Большой российской энциклопедии, информационная война рассматривается как противоборство между государствами или группами государств в информационном пространстве, направленное на нанесение ущерба государственным информационным системам, процессам и ресурсам, а также на подрыв политической, экономической и социальной сфер. Существенным элементом такого противостояния является массированное психологическое воздействие на население с целью дестабилизации общества и принуждения государства к принятию решений в интересах противоборствующей стороны.

Похожий подход к интерпретации данного феномена предлагают Ф.Ф. Харрасов и Г.А. Иванцова. Исследователи трактуют информационную войну как «комплекс целенаправленных действий, направленных на формирование определённого общественного мнения, манипулирование сознанием и дестабилизацию политической, экономической и социальной сфер» [7, с. 115]. Авторы подчёркивают, что в условиях цифровой трансформации общества ключевым пространством противоборства становится интернет-среда, где распространение дезинформации, фейковых новостей, пропаганды экстремизма и насилия осуществляется с высокой скоростью и значительным охватом аудитории.

Схожую позицию занимают А.А. Сапарбаева и Р.И. Абдуллаева, определяющие информационную войну как «многоуровневый и динамичный процесс, оказывающий существенное влияние на общественное сознание, политическую стабильность и

международную безопасность» [6, с. 45]. По мнению авторов, данный феномен выходит за рамки исключительно медиапрактик и затрагивает системные механизмы функционирования государства и общества в целом.

В научной литературе также выделяются ключевые цели информационной войны, к числу которых относятся:

1. установление контроля над информационным пространством и обеспечение защиты собственных информационных ресурсов от внешнего воздействия;
2. использование достигнутого контроля для осуществления информационных атак на противника;
3. повышение эффективности вооружённых сил посредством интеграции информационных технологий и специализированных информационных функций в военную деятельность.

М.В. Зинган подчёркивает, что стратегическая цель информационной войны заключается «не столько в физическом уничтожении противника, сколько в подрыве его воли к сопротивлению, дезориентации населения и эрозии ценностных ориентиров» [2, с. 4]. В данном контексте информационное противоборство рассматривается как форма когнитивного и психологического воздействия, направленного на трансформацию мировоззренческих установок и поведенческих моделей общества.

В свою очередь, современные зарубежные и отечественные исследователи, в частности Д. Деннинг, выделяют два основных направления информационной войны: наступательное и оборонительное. Наступательное направление включает воздействие на противника посредством дезинформации, манипулирования общественным сознанием, а также осуществления кибератак, тогда как оборонительное ориентировано на защиту собственных информационных ресурсов, инфраструктуры и коммуникационных каналов [8].

Следует отметить, что подавляющее большинство войн XX века, ведшихся преимущественно с применением традиционных вооружённых средств, сопровождалось масштабными разрушениями, глубокими экономическими кризисами, политической дестабилизацией вплоть до крушения государственных режимов, а также серьёзными психологическими последствиями для общества. Информационные войны данного периода были ориентированы преимущественно на поведенческий уровень воздействия: их целью являлось стимулирование иррациональных, импульсивных действий – участия в протестах, насильственных акциях, экстремистской и террористической деятельности, а также свержения существующего политического строя.

На современном этапе развития международных отношений информационные войны занимают одно из центральных, а в ряде случаев и решающее место в системе глобального противостояния. В условиях трансформации политической архитектуры мирового порядка традиционные механизмы прямого силового воздействия постепенно утрачивают свою исключительную роль, уступая место гибридным формам противоборства. Последние предполагают сочетание классических военных методов с инструментарием так называемой «мягкой силы».



Согласно концепции Дж. Ная, «мягкая сила» представляет собой форму воздействия, основанную не на принуждении, а на формировании привлекательности идей, ценностей, образа жизни и интерпретаций реальности [10]. Как отмечают Е.Б. Марин и Г.И. Невельский, данный инструмент влияния на массовое сознание «используется для долгосрочных отношений и создания доверительных связей. Она требует времени для формирования значительного влияния, но может привести к более прочным и менее конфликтным отношениям» [4].

В контексте информационной войны это означает смещение фокуса противоборства с физического контроля над территориями на символическое и когнитивное пространство. Таким образом, ключевым объектом воздействия становится общественное сознание, включая способы интерпретации событий, формирование образов «друга» и «врага», а также уровень доверия аудитории к тем или иным источникам информации.

С момента начала проведения Специальной военной операции на Украине ряд государств, активизировали информационное противоборство в отношении Российской Федерации. Данное утверждение находит подтверждение в результатах социологических исследований, представленных Аналитическим центром ВЦИОМ. Так, согласно данным опроса, 90 % россиян выразили уверенность в том, что в связи с проведением Специальной военной операции против России ведётся информационная война [3].

В условиях беспрецедентного информационно-гибридного противостояния журналистское сообщество оказывается в фокусе специальных информационных операций. Современные журналисты фактически находятся на передовой информационной войны, выполняя не только профессиональную, но и общественно значимую функцию. Целенаправленные атаки на представителей СМИ в зоне боевого соприкосновения свидетельствуют о том, что их деятельность рассматривается противоборствующей стороной как значимый фактор влияния на общественное мнение и восприятие конфликта.

Медиа фронт стал составной частью масштабной антироссийской кампании. В качестве наглядных примеров можно выделить лишение аккредитации российских журналистов, запрет на вещание российских средств массовой информации на территории стран Европейского союза, а также систематическое распространение дезинформации о ситуации в зоне боевых действий.

После начала СВО западная пресса на протяжении нескольких лет публиковала материалы, в которых России предсказывали либо поражение, либо экономические и военные трудности. Так, в Washington Post утверждалось, что Россия терпит сплошные неудачи на Украине [13]. В американском аналитическом центре Atlantic Council при НАТО заявляли, что Москва будет вынуждена принять мирные условия, продиктованные Западом, после серии сокрушительных ударов на поле боя [12]. В Королевском институте международных отношений (Chatham House) эпизодический успех Украины в Курской области рассматривался как доказательство её победы [15]. Однако в последние месяцы подобные статьи стали появляться значительно реже. Издание Financial Times после встречи лидеров США и России на Аляске в августе 2025 года опубликовало материал под заголовком «Трамп

играет на руку Путину», а Wall Street Journal отмечает, что президента России ждет триумфом [14; 16].

На Украине же интенсивная информационная кампания против России продолжается. В настоящее время Украинские СМИ по словам Эрика Потоцкого, редактора словацкой газеты Postoj, нацелена на два уровня. Внутри страны она пытается поддерживать дисциплину и боевой дух армии, публикуя информацию о якобы российских военных преступлениях, а также об уничтоженной военной технике [17].

Телевидение при этом остаётся одним из ключевых инструментов пропагандистского воздействия. С момента начала Специальной военной операции на Украине была запущена трансляция общенационального информационного телемарафона «Єдині новини» («Единые новости»). Производством контента занимаются три крупнейших частных медиахолдинга страны – 1+1 Media, StarLightMedia и Inter Media Group. Каждый из них обеспечивает непрерывное вещание в течение шестичасового временного интервала, что позволяет формировать единое централизованное информационное пространство и поддерживать согласованный медианарратив.

Стоит отметить, что анализ медиаконтента, выпущенного в период с марта 2022 года по декабрь 2025 года, показал активное использование украинскими телеканалами широкого спектра манипулятивных приёмов. Одной из наиболее распространённых стратегий «мягкой силы» является стереотипизация образов посредством жёсткого противопоставления категорий «герой» и «враг». Украинские военные неизменно изображаются как символы стойкости и патриотизма, тогда как противник описывается исключительно негативно – через лексемы «оккупант», «рашист», «террорист». Например, в выпусках длительностью около 15 минут слово «оккупант» употребляется от 8 до 14 раз, а в эфире от 4 апреля 2022 года термин «рашист» прозвучал 12 раз.

Формирование образа врага – важнейшая задача украинских СМИ. Данный тип манипуляции используется украинскими средствами массовой информации на протяжении длительного времени. Еще на начальном этапе конфликта, на востоке Украины «... когда речь шла о представителях ЛДНР, вместо фактически правильного термина «ополченцы» в обиход корреспондентов вошли слова «боевики», «сепаратисты», «террористы», «диверсанты», «наемники», что является типичным примером дисфемистической замены номината для создания отрицательной эмоциональнооценочной реакции и формирования образа врага. Начиная с апреля 2014 г. наиболее часто использовалась лексема «боевики». В каждом выпуске новостей это слово употреблялось от 7 до 15 раз» [1, с. 96].

При этом информационная война направлена не только против России, но и затрагивает её ближайших стратегических партнёров. Так, в выпуске от 9 января 2025 года в новостном материале был высмеян лидер Белоруссии Александр Лукашенко, что свидетельствует о расширении целей информационного давления.

Терминология в новостных выпусках украинских телеканалов также претерпевает целенаправленные изменения. Понятие «Специальная военная операция» систематически заменяется формулировкой «российско-украинская война».

Кроме того, в новостных материалах отчётливо прослеживаются приёмы дробления информации и селективного отбора фактов. Сообщения о боевых действиях, гуманитарной ситуации и международных реакциях подаются фрагментарно, без логической последовательности и причинно-следственных связей. Так, в выпуске от 25 февраля 2022 года полностью отсутствовал блок международных новостей, что создаёт у аудитории эффект информационного вакуума.

Особое внимание заслуживает практика временного смещения информации. Значительная часть новостных сообщений выходит с заметным опозданием либо исключает сведения, не соответствующие доминирующему нарративу. В частности, 20 мая 2022 года, несмотря на официальное заявление российской стороны о полном контроле над Мариуполем, в эфире украинского общенационального информационного марафона не была отражена информация о завершении боевых действий.

Дезинформация также является заметным элементом медиаконтента. Характерным примером служит новостной сюжет от 5 апреля 2022 года, посвящённый инциденту в Буче. После освобождения города российскими войсками в конце марта 2022 года украинские источники начали активно заявлять о массовом уничтожении мирного населения российскими подразделениями. Однако ВС РФ покинули населённый пункт 30 марта, а первые сообщения и фотографии появились лишь спустя четыре дня, что вызывает сомнения в их достоверности. На опубликованных видео не наблюдалось признаков гниения или загрязнений, несмотря на потепление до +16 °C и осадки. Также остаётся неясным, почему тела погибших не были захоронены родственниками или близкими, учитывая, что оставлять их на улицах более трёх недель ради создания контента для СМИ выглядело бы крайне сомнительно.

Впоследствии выяснилось, что после вывода российских войск украинские формирования расправлялись с людьми, подозреваемыми в сотрудничестве с российскими военными, представляя их как жертв российской агрессии. Такая информационная акция имела целью отвлечь внимание от случаев жестокого обращения с российскими пленными и гражданскими лицами в других населённых пунктах, например, в Мариуполе.

Телемарафон «Єдині новини» («Единые новости») не раз подвергался критике за излишнюю пропаганду. Так, в январе 2024 года газета The New York Times опубликовала статью под заголовком «It's State Propaganda': Ukrainians Shun TV News as War Drags on» (Это государственная пропаганда': украинцы избегают теленовостей, поскольку война затягивается) [5; 9]. В материале утверждается, что критики телемарафона обвиняют программу в искажении реальности войны, умалчивании о событиях на фронте и ослаблении поддержки Украины со стороны Запада. В результате телемарафон стал объектом насмешек, рассматриваемым скорее как рупор правительства, чем как объективный источник информации.

В апреле 2024 года Госдепартамент США в отчёте о нарушении прав человека констатировал, что телемарафон обеспечил беспрецедентный уровень контроля украинских властей над телевизионными новостями. В документе отмечалось неучастие в проекте телеканалов, связанных с оппозиционными партиями. Кроме того, ряд СМИ и отдельных

журналистов подвергся санкциям, поскольку правительство Украины рассматривало их деятельность как угрозу национальной безопасности. Некоторые критики телемарафона были включены в «чёрные списки» новостных программ и становились объектами негативных кампаний в социальных сетях.

В октябре 2024 года Европейская комиссия выразила обеспокоенность по поводу объективности телемарафона и его финансирования украинским государством. Комиссия призвала восстановить работу всех вещательных компаний в довоенном формате. В ответ украинское правительство заявило, что не прекратит поддержку телемарафона до окончания действия военного положения.

Безусловно, в рамках данной статьи невозможно охватить весь поток медиаконтента и все аспекты информационной войны, происходящей в современных условиях. Тем не менее, уже можно сделать ряд важных выводов. Информационная война выступает одним из ключевых инструментов современного глобального противоборства, где основное воздействие сосредоточено на общественном сознании, формировании образов «друга» и «врага» и контроле над интерпретацией событий. Примеры украинского медиапространства, включая телемарафон «Єдині новини» («Единые новости»), демонстрируют системное использование разнообразных манипулятивных приёмов: стереотипизация образов, селективный отбор фактов, терминологические подмены и дезинформация, направленные на формирование заданного нарратива и управление восприятием аудитории. Кроме того, информационное противоборство затрагивает не только Россию, но и её ближайших союзников, что подчёркивает стратегическую роль медиапространства как инструмента давления и контроля в условиях современных гибридных конфликтов. В целом, анализ медиаконтента свидетельствует о том, что информационная война сегодня является полноценной и крайне значимой сферой соперничества между государствами.

### Литература

1. Болдырев С.М. Манипулятивные технологии телевизионного новостного дискурса украинских СМИ в 2014–2022 гг. // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2024. № 1. С. 96-98.
2. Зинган М.В. Эволюция понятий и представлений об информационных войнах // Политконсультант. 2025. Т. 5. № 2. С. 1-8.
3. Информационная война вокруг специальной военной операции // ВЦИОМ. <https://clck.ru/3TDcNm>
4. Марин Е.Б., Шевченко А.В. Грубая сила и мягкая сила в международных отношениях // Вестник Восточно-Сибирской открытой академии. 2025. № 57.
5. Панарин И.Н. Информационная война и власть // Право и информатизация общества. 2002. № 2002. С. 216-220.
6. Сапарбаева А.А., Абдуллаева Р.И. Информационная война в современном мире: сущность, методы и риски // Открытый журнал евразийских исследований. 2025. № 4. С. 39-46.

7. Харрасов Ф.Ф., Иванцова Г.А. Молодёжь и информационная война: формирование идеологического иммунитета как фактор национальной безопасности // Право и государство: теория и практика. 2025. № 7. С. 115-117.
8. Denning D. Information Warfare and Security. Reading, MA: Addison-Wesley, 1999. 522 p. <https://clck.ru/3TDcS5>
9. It's State Propaganda': Ukrainians Shun TV News as War Drags on // The New York Times. 03.01.2024. <https://clck.ru/3TDcZR>
10. Nye J.S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: PublicAffairs, 2004. 206 p. <https://clck.ru/3TDcd8>
11. Rona T. Weapon Systems and Information War. Seattle, WA: Boeing Aerospace Co., 1976. 50 p. <https://clck.ru/3TDceB>
12. Russia's war against the West will continue until Putin tastes defeat // Atlantic Council. 04.02.2025. <https://clck.ru/3TDcfy>
13. Russia's war for Ukraine could be headed toward stalemate // The Washington Post. 22.03.2022. <https://clck.ru/3TDchy>
14. Trump 'plays into Putin's hands' // Financial Times. 21.08.2025. <https://clck.ru/3TDcin>
15. Ukraine's gamble in Kursk restores belief it can beat Russia – it requires a Western response // Chatham House. 19.08.2025. <https://clck.ru/3TDcpd>
16. Putin Returns to Moscow With Air of Triumph After Summit // The Wall Street Journal. 16.08.2025. <https://clck.ru/3TDcqZ>
17. Konzervatívny výber. Ako ukrajinská vojnová propaganda valcuje tú ruskú (+ podcast) // Postoj. 24.03.2022. <https://clck.ru/3TDctC>

© Марценюк Ю.А., 2026



**Минасян Е.В.**

Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева  
г. Астрахань, Россия

## **МЕДИАПРОЕКТЫ В ПОПУЛЯРИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ КОРЕЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ В РОССИИ**

В последние годы современная корейская культура заняла заметное место в медиапространстве, став одним из наиболее ярких примеров глобального культурного влияния. Распространение К-поп, популярность корейских дорам, интерес к корейской моде, косметике и языку формируют устойчивый спрос на контент, связанный с Южной Кореей, особенно среди молодежной аудитории.

Медиапроект представляет собой целенаправленно организованную форму создания и распространения контента в рамках определённой концепции, объединяющей формат, платформу и аудиторию. В отличие от разовой публикации или отдельного медиаматериала, медиапроект предполагает системность, регулярность и стратегическую направленность. Он может существовать в цифровой или офлайн-среде и включать различные форматы – видео, подкасты, текстовые публикации, мероприятия, образовательные программы. Ключевой характеристикой медиапроекта является наличие общей идеи и устойчивой аудитории, с которой выстраивается постоянное взаимодействие. В контексте продвижения современной корейской культуры медиапроектом можно считать любой структурированный формат – от тематического подкаста и фестиваля до языковых курсов или онлайн-сообщества, – если он выполняет функцию системного культурного распространения и формирования сообщества вокруг определённого культурного явления [1, с. 4919].

Одним из ключевых инструментов популяризации корейской культуры в России становятся медиапроекты – специализированные формы коммуникации, включающие видеоблоги, подкасты, сообщества ВКонтакте, онлайн-платформы, фан-сообщества. Они создают пространство вовлечения, где аудитория становится активным участником культурного процесса. Именно через такие медиапроекты происходит формирование устойчивых сообществ, трансляция эстетики и ценностей корейской культуры, а также адаптация зарубежного контента под российский культурный контекст.

Исследования показывают, что корейская культура в России – явление по большей части молодежное. По данным Mediascope, почти половина подростков России проявляет интерес к корейскому контенту, включая музыку, сериалы и аниме [6]. Именно молодежь и фан-комьюнити становятся двигателями распространения корейских медиа, создавая сообщества, обмениваясь контентом, создавая фан-страницы, обсуждения и челленджи. Они же стоят за популярностью локальных медиапроектов о корейской культуре, формируя вокруг неё собственную среду. Такая активность особенно заметна в соцсетях, где фанаты делятся реакциями, переводами и обзорами, создавая не просто контент, а сообщество вокруг интереса [5, с. 296-300].

Целевая аудитория медиапроектов формируется преимущественно из молодёжи в возрасте от 14 до 30 лет. Именно эта возрастная группа наиболее активно потребляет контент,

быстро реагирует на новые тренды и включается в онлайн-коммуникацию. Подростки чаще приходят в корейскую культуру через музыку и визуальные образы К-рор, клипы и социальные сети, тогда как студенты и молодые специалисты постепенно начинают интересоваться более глубокими аспектами, изучением языка, историей страны, кинематографом и возможностями образовательных программ.

Фанаты не просто потребляют контент в социальных сетях, многие начинают изучать корейский язык, следить за трендами в моде, участвовать в танцевальных и косплей-мероприятиях. Это показывает, как культурный продукт становится причиной для глубинного вовлечения, а не только для поверхностного увлечения музыкой или сериалом. Одним из популярных медиапроектов, участвующих в продвижении современной корейской культуры в России, являются подкасты. Этот формат отличается особой подачей материала и более неформальным стилем коммуникации с аудиторией.

Подкасты о К-рор, дорамах и корейском образе жизни представлены на российских платформах, включая Яндекс Музыку, а также видеoverсии выпусков, которые публикуются на RuTube. Одним из наиболее известных русскоязычных примеров является подкаст «Всё k-рор», в котором ведущая рассматривает не только музыкальные группы, но и истории артистов, взаимоотношения внутри индустрии и влияние К-рор на слушателей. В выпусках также поднимаются темы обучения корейскому языку и жизни в Корее, обсуждаются сериалы и традиции, а также проводятся интервью с фанатами и экспертами.

Важной частью медиапроектов становятся видеоролики на платформе RuTube. Videоблоги строятся вокруг личности автора и его коммуникации с подписчиками, блогеры не просто транслируют информацию о К-рор или дорамах, а создают формат дружеского обсуждения, в котором зритель воспринимает контент как часть сообщества. На таких каналах популярны рубрики реакций на музыкальные клипы и выступления айдолов, обзоры новых дорам и корейских телепроектов, разборы новостей индустрии, а также видеоролики о жизни в Корее и культурных различиях.

На RuTube представлены видеoverсии русскоязычных проектов о К-рор и корейской медиаиндустрии, которые публикуют обсуждения камбэков, интервью с фанатами и разборы корейских культурных явлений. Видеоплатформа становится медиaprостранством, где продвижение культуры осуществляется через эмоциональную вовлеченность и визуальную динамику.

Особенность RuTube как медиаплощадки проявляется также в том, что контент здесь часто ориентирован на более широкую аудиторию, включая тех, кто только начинает знакомство с корейской культурой. Поэтому многие авторы вводят образовательные элементы, объясняют значения корейских слов, особенности музыкальной индустрии или контекст сюжетов дорам.

Отдельное место в продвижении современной корейской культуры в России занимают сообщества социальной сети ВКонтакте. Эта платформа остается одной из ключевых для молодежной аудитории и активно используется фан-сообществами как пространство постоянного обмена информацией и визуальным контентом

Специфика сообществ ВКонтакте заключается в том, что контент создается не только администраторами, но и самими участниками через комментарии, обсуждения, репосты и фанатские публикации. В результате формируется интерактивная среда, где корейская культура воспринимается как часть ежедневной цифровой жизни аудитории.

Среди наиболее распространённых форматов можно выделить сообщества с новостями К-поп-индустрии, например крупные фан-паблики, посвящённые BTS, BLACKPINK или Stray Kids, где публикуются обновления о релизах, концертах и событиях. Также популярны группы с рекомендациями дорам, подборками сериалов и обсуждением сюжетов, что превращает просмотр в коллективный культурный опыт. Существуют блоги и паблики, ориентированные на корейскую эстетику и стиль жизни, визуальные подборки моды, косметики и еды. Именно эстетический контент является одной из причин эффективности визуальной составляющей формата [2, с. 116-136].

Особое место в системе медиапроектов занимают офлайн-фестивали и танцевальные соревнования по К-поп танцам. Эти мероприятия представляют собой не просто развлекательные события, а полноценные культурные медиапроекты, которые объединяют музыку, визуальную эстетику, фан-сообщества и элементы массовой коммуникации.

Фестивали создают пространство непосредственного участия, где аудитория становится активным участником культурного процесса. В рамках К-поп фестивалей проводятся танцевальные конкурсы, кавер-выступления, тематические ярмарки, фотозоны и интерактивные площадки. Особенно популярны соревнования среди танцевальных команд, которые воспроизводят хореографии известных корейских групп, превращая фан-культуру в форму сценического искусства [8, с. 56-63]. Одним из наиболее ярких примеров является фестиваль Asia Dance Festival в Москве. За последние годы он вырос до масштабного события, которое собирает большое количество участников и зрителей со всей страны. Проект постепенно расширился и вышел на международный уровень. Фестиваль сотрудничает с корейскими партнёрами, приглашает профессиональных гостей и становится частью культурного обмена между Россией и Южной Кореей. ADF демонстрирует, как локальный фан-проект может перерасти в значимый медиапроект.

Важно отметить, что подобные фестивали не ограничиваются только столицей. Сегодня мероприятия, посвящённые К-поп и корейской культуре, существуют практически в каждом городе России. Региональные фестивали и конкурсы создают локальные фан-сообщества, поддерживают интерес молодежи к корейской музыке и визуальной культуре, а также способствуют распространению корейской волны на уровне повседневной культурной жизни.

Еще одним направлением в медиапроектах становятся курсы корейского языка. В отличие от развлекательных форматов подкастов, блогов или фестивалей, языковое обучение представляет собой более устойчивую форму культурного взаимодействия. Через изучение языка аудитория получает возможность глубже погрузиться в корейскую культуру, понимать оригинальные тексты песен, диалоги дорам и особенности национального менталитета.

В России существует система официальных образовательных проектов, поддерживаемых корейскими государственными и культурными организациями. Наиболее

значимым примером является Корейский культурный центр в Москве, который регулярно проводит курсы корейского языка, а также культурные мероприятия, лекции и тематические программы. Также важную роль играет «Институт короля Седжона» – международная сеть центров по изучению корейского языка, представленная в разных городах России. Эти учреждения выполняют функцию культурной дипломатии и формируют официальный канал распространения корейского языка и культуры за рубежом [3, с. 175-180].

Помимо официальных центров, в России активно развиваются частные курсы корейского языка, которые часто ориентированы на молодежную аудиторию и используют более современные форматы. Такие школы предлагают обучение онлайн, разговорные клубы, занятия с носителями языка и программы, адаптированные под интересы фанатов корейской культуры. Частные проекты отличаются тем, что они часто строят обучение вокруг медиаконтента, разбор песен К-поп, диалогов из дорам, изучение актуальной лексики и разговорных выражений. Это делает язык ближе к повседневному употреблению и усиливает мотивацию студентов, поскольку обучение напрямую связано с культурными интересами. Коммерческие курсы активно продвигаются через социальные сети, блогеров и социальные сети [4, с. 649-652].

Мотивация интереса к корейской культуре связана не только с развлекательным аспектом. Для большей части аудитории она становится способом самовыражения и культурной идентификации. Эстетика, музыкальные образы, сюжетные линии дорам и ценностные ориентиры создают ощущение причастности к глобальному культурному пространству. Интерес к медийному контенту нередко трансформируется в образовательную траекторию – изучение корейского языка, участие в культурных программах, планирование туристических поездок.

Таким образом, медиапроекты, направленные на продвижение современной корейской культуры в России, представляют собой многослойную и динамично развивающуюся систему культурной коммуникации. Их специфика заключается в разнообразии форматов и платформ, через которые корейская волна становится частью российского медиапространства. Подкасты, видеоканалы на RuTube, сообщества ВКонтакте, офлайн-фестивали К-поп и образовательные курсы корейского языка формируют целостную медиасреду, где культура распространяется не только через информацию, но и через вовлечённость аудитории [7, с. 16-22].

Особенностью данных медиапроектов является их ориентация на молодежные фан-сообщества, эмоциональное восприятие и интерактивные формы участия. В отличие от традиционных рекламных механизмов, продвижение корейской культуры чаще строится на вовлеченности в контент, коллективном опыте и доверительной коммуникации внутри сообществ. Именно поэтому такие проекты воспринимаются не как внешняя реклама, а как пространство культурной принадлежности и совместного переживания.

Развитие медиапроектов показывает, что корейская культура в России выходит за рамки цифрового потребления и становится частью офлайн-жизни, через фестивали, танцевальные конкурсы, культурные центры и языковые программы. Это свидетельствует о формировании

устойчивого культурного феномена, который объединяет развлекательные, образовательные и социальные аспекты.

Медиапроекты играют ключевую роль в популяризации современной корейской культуры в России, создавая новые формы межкультурного взаимодействия и подтверждая значимость цифровой среды в распространении глобальных культурных трендов.

### Литература

1. Дерябина Г.Г., Трубникова Н.В. Российский рекламный рынок: цифровые трансформации и проблемы менеджмента // Креативная экономика. 2021. Т. 15. № 12. С. 4919-4926.
2. Кашина М.А. Популярность к-рор культуры в России: благо или зло? Кейс BTS // Управленческое консультирование. 2023. № 8. С. 116-136.
3. Кузина Л.Б., Кузина Н.В. Российские фандомы к-рор как молодежные сообщества, обеспечивающие психологическую помощь, формирующие ценностные предпочтения, стратегии социализации подростков и юношества // Пользовательский контент в современной коммуникации: Сборник материалов I Международной научно-практической конференции (г. Челябинск, 22–23 апреля 2021 год). Челябинск, 2021. С. 175-180.
4. Наврузов М.А. Развитие культурной экономики корейская волна – как главный фактор роста корейской культуры // Экономика и социум. 2020. № 12-2. С. 649-652.
5. Лазуткина Е.В. Медиаосвещение регионального культурного наследия в цифровой среде: опыт исследовательских студенческих проектов // MEDIAОбразование: цифровая среда в условиях вынужденной метаморфозы. Сборник материалов VII Международной научно-практической конференции. Челябинск, 2022. С. 296-300.
6. Пикулева М. Российская аудитория корейского контента // Mediascope. <https://clck.ru/3RsYsV>
7. Смирнова О.В., Денисова Г.В., Бобылёва М.А. Корейская волна: стратегия продвижения южнокорейского бренда в российском медиадискурсе // МедиаАльманах. 2023. № 5. С. 16–22.
8. Сысоева Е.Ю., Стадник Е.Г. Государственная и Университетская политика в сфере физической активности студентов республики Корея // Известия ТулГУ. Физическая культура. Спорт. 2026. № 1. С. 56-63.

© Минасян Е.В., 2026



Степень К.А.

Нижневартковский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

## АРХИТИПИЧЕСКИЕ МОТИВЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

Архетипы являются фундаментальными символическими структурами человеческого сознания, присутствующими практически во всех культурах и эпохах. «...очень схожие образы присущи мифологиям разных народов, культура которых исторически не связана. Эти образы относятся к категории общечеловеческих...» [1, с. 125].

Открытый в XX веке психиатром Карлом Юнгом термин «архетип» отражает глубинные переживания и культурные коды, переданные из поколения в поколение.

Юнг подразумевал под архетипами некие универсальные поведенческие модели и символы, которые сформировались в сознании человечества в результате его хронологического развития. Именно этим он обосновывал схожесть сюжетов мифов многих народов мира и практически идентичный набор характеристик архетипических образов: Мать, Герой, Плут и другие. Понятие архетипа было введено для обозначения универсальных мотивов, символов, первообразов, которые имеются в коллективном бессознательном и реализуются в сновидениях и мифотворчестве. Архетипические образы обнаруживаются в фольклоре, мифах, ритуалах [9, с. 15].

Изначально вошедшие в обиход как психологические понятия, архетипы быстро адаптировались в других науках. Архетипические мотивы активно используются не только в мифологии, художественной литературе и других видах искусства, но и в средствах массовой информации. Особенно применимы они в сатирической журналистике: их привлекательность обусловлена тем, что они понятны и привлекательны, типичны и привычны, «...аудитория относится к ним доверительно, так как они являются врожденными понятиями. С помощью эмоций архетипы могут вызвать глубинные переживания у каждого человека, это придает журналистскому материалу дополнительную убедительность; затрачивая минимум времени доносят много смысла» [2, с. 2]. Особо часто архетипы используются журналистами при написании текстов «сухих» новостей. Так, «удачное введение архетипа в медиапроизведение способно насытить экспрессией даже сугубо информационные жанры текста» [5, с. 112]. В «сухих» новостных текстах, как правило, присутствует яркий заголовок, призванный придать всему тексту определенную экспрессивную окраску. К примеру, «Ямальская медсестра спасла жизнь пенсионерке во время перелета», «Король умер: почему айфон больше не нужен» [6; 12]. В первом случае автор использовал архетипический образ Спасителя как культурного символа, приходящего на помощь в кризисных ситуациях. Этот образ воплощает духовную чистоту, надежду на выход из критической ситуации, веру в спасение. Второй образ относится к категории центральных мужских образов и воплощает в себе мудрость, ответственность, зрелость взглядов и сформированность убеждений, он определяет стратегическое развитие, именно поэтому в заголовке мы видим умелое использование отсутствия логической взаимосвязи между событиями, но вместе с этим наблюдаем и повышенное внимание аудитории: а как смерть короля может быть связана с айфоном?

Современная журналистика регулярно обращается к архетипическим мотивам, используя их в качестве инструмента коммуникации, позволяющего повысить значимость и убедительность материалов. Архетипы способны вызывать у читателей определенные, запрограммированные журналистом, чувства и эмоции. Ведь именно ответная реакция, эмпатия по большому счету важны для того, чтобы читатель стал следить за творчеством конкретного журналиста или заинтересовался определенной темой. Свойство архетипов формировать в сознании читателей эмоциональный отклик придает журналистским материалам наглядность, и позволяет проще и нагляднее донести до аудитории глубокий смысл текста.

Существует множество архетипов, которые представлены различными персонажами и ситуациями, включая Героя, Жертву, Путешественника, Врага, Любящего и других. Каждый из них обладает уникальной способностью вызывать специфическое отношение аудитории, активируя внутренние механизмы идентификации и сопереживания. Мы же рассмотрим некоторые ключевые архетипы и подходы к их применению в современной журналистике.

Одним из центральных архетипов, используемых в журналистике, является Герой. Его образ основан на способности преодолеть препятствия и достичь цели, несмотря на трудности и опасности. Как правило, Герой наделен силой, он отважен, готов всегда прийти на помощь, он надежен. Этот архетип используют в журналистских текстах героической тематики (СВО, Росгвардия, Полиция и т.п.), но особенно популярен он в спортивных репортажах и очерках о выдающихся людях. Одним из ярких примеров героя в современной журналистике является статья о российском спортсмене Александре Большунове «Победа Большунова в последний день Олимпиады-2026. Не помешала даже поломка инвентаря» [8]. Известно, что выступать российским спортсменам на зимней Олимпиаде 2026 по решению Международной федерации лыжного спорта и сноуборда было запрещено. Но проявить свой характер, бойцовский дух – необходимое требование для формирования личности выдающегося спортсмена. Большунов завоевывает золото на родине, участвуя 22 февраля в Сахалинском лыжном марафоне, посвященном памяти И.П. Фархутдинова. Во время соревнований у лыжника сломалась палка, заменить ее было невозможно, и более километра спортсмен шел по трассе с непригодным инвентарем, при этом не сбавляя ход. Эта история подчеркивает типичный сценарий спортивного героизма: герой сталкивается с трудностями, но находит способ преодолеть их и достигает своей цели. Данный архетип широко используется в журналистике для привлечения внимания читателей и формирования положительного образа победителя.

Другим популярным архетипом выступает образ Жертвы. Данный образ нередко встречается в криминальных отчетах, социальных расследованиях и текстах, посвященных проблеме правозащиты. Через этот архетип журналисты выражают сострадание и подчеркивают необходимость защиты тех, кто оказался в уязвимом положении. Репортажи о пострадавших от насилия, болезней или экономических проблем привлекают значительное внимание общественности и способствуют созданию давления на власти с целью решения обозначенных проблем. Примером использования архетипа жертвы в журналистике может служить материал «Мать двоих детей после смерти мужа на СВО обвинили в мошенничестве»,

опубликованный на портале РЕН ТВ [7]. В данном материале описана история женщины, которую по случаю обвиняют в мошенничестве. Журналист подробно описывает эмоциональное состояние пострадавшей, приводя цитаты, раскрывающие её переживания и страх за будущее. Благодаря этому возникает эффект сопереживания, что способствует привлечению общественного внимания к проблемам финансового мошенничества и необходимости повышения осведомленности населения о методах самозащиты.

Значимый архетип – Пророк, олицетворяющий фигуру мудрости и прозрения будущего, что делает его ключевым в аналитической журналистике. Он воплощает авторитет предвидения, активируя у аудитории доверие к инсайтам и ощущение значимости грядущих перемен. Современная журналистика часто прибегает к услугам известных ученых, экономистов, политиков и общественных деятелей, чьи высказывания приобретают характер пророчеств. Такие материалы структурированы как откровения: от предупреждения угроз до видения утопий. Архетип создает нарратив ожидания, где читатель ощущает себя частью исторического поворота, повышая лояльность к изданию. Яркий пример подобного формата – публикация в News.ru интервью с метеорологом Александром Сергеевым, который высказывается относительно ожидаемой динамики погодных условий весной 2026 года. [10]. Подобный подход создаёт атмосферу ожидания перемен.

Архетип Путешественника (или Исследователя). Он воплощает стремление к открытиям, свободе и новым горизонтам, что делает его мощным инструментом в нарративной журналистике. Он символизирует выход за пределы привычного, поиск аутентичности и личностный рост, активируя у аудитории жажду приключений и захватывающих эмоций в моменте «здесь и сейчас». Журналисты используют этот архетип для создания динамичных историй о личных трансформациях и преодолении границ, вызывая чувство приключения и эмпатии. Через нарративы о дорогах, вызовах и озарениях материалы приобретают ритм квеста, где читатель сопереживает герою, идентифицируясь с его путем. Такая структура эффективна в тревел-репортажах и фичерах, усиливая вовлеченность визуалами пейзажей и внутренними монологами. Архетип подчеркивает универсальную тему самопознания, превращая факты в метафору жизненного путешествия. Например, блог «Жизнь в дороге» Григория Кубатьяна. Он российский путешественник и журналист, постоянный автор журналов «Эхо планеты» и «GEO», в которых опубликовал серии репортажей о жизни путешественника [11, с. 132].

Архетип Врага. Он представляет собой антагониста, как воплощение угрозы, усиливая драму и мобилизуя читателя на сторону «Героя». В журналистике он активирует инстинкт самосохранения, создавая бинарный нарратив «мы против них», где оппонент лишается человечности. Чаще всего он применяется в расследовательских материалах и политической публицистике для демонизации оппонентов, что усиливает эмоциональное воздействие через лексику агрессии («агрессор», «тиран») и визуалы (маски, тени). Такой подход повышает кликабельность, но рискует поляризацией, блокируя нюансы. В американских медиа Китай изображается как тоталитарный экспансионист, крадущий технологии и угрожающий глобальному порядку» [3].

Архетип Любящего. Он связан с темой любви – родительской, дружеской, но в особенности романтической, воплощая стремление к гармонии и эмоциональной близости. В журналистике он активизирует глубокие инстинкты принадлежности, делая материалы трогательными, которые в свою очередь вызывают эмпатию у аудитории. Этот архетип фокусируется на близости, принадлежности и эмоциональной связи, помогая журналистам строить трогательные истории о человеческих отношениях. Журналисты подчеркивают жертвенность (например, отказ от карьеры ради семьи) и единение, противопоставляя их хаосу внешнего мира. Такой нарратив усиливает вовлеченность: читатели идентифицируют себя с персонажами, что повышает вирусность контента. Он особенно эффективен в фичерах и социальных репортажах, где подчеркивается жертвенность и единение. Например, проект Пятого канала, девиз которого: «Завтра будет поздно. Помогите сейчас!». На протяжении уже многих лет на канале проходит акция «День добрых дел», где журналисты рассказывают историю ребёнка, остро нуждающегося в лечении. Такой нарратив усиливает эмоциональную вовлеченность зрителей, превращая новости в призыв к солидарности [4].

Но существуют риски чрезмерного использования архетипов. К таким рискам можно отнести манипуляции аудиторией. Поскольку архетипы активируют универсальные эмоциональные паттерны, обходя критическое мышление читателя, это может привести к поляризации мнений, когда архетип Врага, к примеру, усиливает ненависть к оппонентам, провоцируя агрессию или дискриминацию. А в освещении российско-украинского конфликта западные СМИ демонизировали Россию как «империю зла», что способствовало санкциям и росту русофобии. Упрощение реальности, такой же большой риск, как и манипуляции. Архетипы склонны к стереотипизации, искажая сложные события в бинарные нарративы «герой против злодея», что снижает объективность и способствует фейкам. Риск усиливается в пропаганде, где архетип Любящего, к примеру, может идеализировать «свою» сторону, игнорируя нюансы.

Важным риском можно считать потерю журналистской этики. Чрезмерное использование архетипов размывает грань между фактами и мифологией, нарушая принцип беспристрастности и вызывая одержимость у аудитории. Это особенно опасно в публицистике, где архетипы формируют политические мифы. Пример: героизация политиков в предвыборных кампаниях, как образ «утописта» в либеральных СМИ провоцирует разочарование при реальных провалах.

Для минимизации рисков журналистам рекомендуется внедрять «архетипический аудит» текстов: балансировать положительные и отрицательные архетипы, избегать стереотипов и декларировать нарративные приемы в редакционной политике. Необходимы этические кодексы, интегрирующие юнгианский анализ, как в проектах Российского союза журналистов. Осознанное использование архетипов сохранит доверие аудитории, превратив их из манипулятивного инструмента в средство глубокого диалога.

Таким образом, использование архетипов представляет собой мощный инструмент в арсенале современного журналиста. Правильное применение архетипических структур способно значительно усилить эмоциональное воздействие текста, сделать сообщение

привлекательным и запоминающимся. Вместе с тем возникает риск упрощенного восприятия реальности и манипулирования чувствами читателей. Профессиональная ответственность журналиста заключается в осознанном подходе к выбору архетипических моделей и создании сбалансированных, адекватных повествований. Правильно подобранные архетипы способны преобразовать сухие факты в яркие, глубокие истории, заставляющие публику задумываться, испытывать эмпатию и действовать. Именно поэтому знание основ психологии восприятия и умение применять архетипические структуры являются важными аспектами профессионального мастерства каждого журналиста.

### Литература

1. Белькова А.Е., Рымарева Е.Н. Интеграция этнокультурного компонента в языковой и литературное образование Югры // Мир науки, культуры, образования. 2025. № 1(110). С. 123-125
2. Выжанова Д.О. Архетипичные образы в отечественной сатирической журналистике // Региональная журналистика: от истории к современности: материалы VII Всероссийской научно-практической конференции (г. Тамбов, 29 мая 2018 года). Тамбов, 2018. С. 1-3.
3. Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. Российские СМИ: как создается образ оврага. Статьи разных лет. Чебоксары: ИД «Среда», 2019. 316 с.
4. День добрых дел // Пятый канал. <https://clck.ru/3TEZnx>
5. Ерофеева И.В. Архетип как средство репрезентации национальных ценностей в журналистике // Вестник Вятского государственного университета. 2009. Т. 2 № 2. С. 111-115.
6. Король умер: почему айфон больше не нужен? // Mobile.review. <https://clck.ru/3S4uH3>
7. Мать двоих детей после смерти мужа на СВО обвинили в мошенничестве // Ren TV. <https://clck.ru/3S4nTZ>
8. Победа Большунова в последний день Олимпиады-2026 // Sportbox.ru. <https://clck.ru/3S4nvk>
9. Рымарева Е.Н. Архетип дороги и его воплощение в романе Е.Д. Айпина «Ханты, или звезда утренней зари» // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2019. № 4(38), С. 15-19
10. Синоптик рассказал, когда в Москву придет весна // News.ru. <https://clck.ru/3S4orb>
11. Штейман М.С., Покачалова А.В. Тенденции развития и функционирования трэвел-журналистики в информационном поле российских СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Т. 8. № 1. С. 129-146.
12. Ямальская медсестра спасла жизнь пенсионерке во время перелета // RT на русском. <https://clck.ru/3TEZrm>

© Степень К.А., 2026



**Тарсаков И.Ю.**

Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева  
г. Астрахань, Россия

## **ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКСПЕРТНОСТИ РЕСТАВРАТОРОВ МЕБЕЛИ В ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ**

В эпоху цифровизации общественного пространства эксперты разных сфер получают новые каналы для общения с аудиторией. Цифровая публичность – это расширенное онлайн-пространство коммуникации, где роли авторитетов не предопределены традиционными институтами. В этих условиях медиакоммуникации «открывают доступ к информации и практике вне цензуры институционально закрепленных авторитетов». Важным аспектом этого процесса является и то, что медиaproстранство функционирует как самостоятельный социальный институт, формирующий институциональные рамки информационной политики, медиаграмотности и цифрового неравенства – этот институциональный аспект подробно анализируется в недавнем исследовании Никитина, Никитиной и Морозовой [6, с. 161]. Изучение медиатизации экспертного знания становится актуальным, поскольку традиционные механизмы формирования и передачи компетенций существенно меняются. Цель исследования – проанализировать, как цифровая публичность трансформирует экспертность реставраторов мебели. Задачи включают обзор теоретических подходов к медиатизации знаний и экспертности, а также кейс-анализ медийных практик реставраторов мебели. Теоретической базой служат исследования медиатизации, цифровой публичности и экспертности. Эмпирическую базу исследования составили материалы цифровых медиапрактик реставраторов мебели, включая сайты мастерских и публикации в социальных сетях, а также научные исследования в области медиатизации и цифровых коммуникаций. Теоретико-эмпирическую основу анализа составили работы Е.И. Кузнецовой, Л.А. Логуновой и П.А. Лебедева, Е.В. Лазуткиной, В.С. Баженова, А.А. Никитина, Т.И. Никитиной и Г.В. Морозовой, посвященные медиатизации, трансформации коммуникаций и функционированию медиaproстранства в цифровой среде. Использование данных источников позволило проанализировать особенности формирования публичной экспертности реставраторов мебели в условиях цифровой коммуникации. Методологическая база исследования включает применение системно-аналитического подхода, метода контент-анализа цифровых публикаций реставраторов мебели, а также сравнительного анализа медиапрактик различных реставрационных мастерских. Использование данных методов позволило выявить особенности представления профессионального знания в цифровой среде и сделать обоснованные выводы о трансформации экспертности в условиях цифровой публичности. Под экспертом здесь понимается лицо, «обладающее теоретическими и/или практическими знаниями выше среднего» и высокими достижениями в своей области, считающееся авторитетом большинством людей. Особое внимание уделено тому, как реставраторы мебели используют соцсети и блоги для презентации своих навыков и формирования профессиональной идентичности. Концепт медиатизации описывает исторический процесс встраивания медиа в различные социальные институты. В современных

обществах новые медиа «открыли доступ к информации и практике вне цензуры институционально закрепленных авторитетов». Это значит, что ранее закрытые экспертные сообщества начинают взаимодействовать с широкой аудиторией через блоги, сайты, видео и подкасты [2]. В результате образуются новые, нетрадиционные каналы передачи знаний. То есть традиционный экспертный статус может оказаться подрываемым медиаформатом, где важна способность создавать сенсацию и налаживать связь с аудиторией. В цифровой среде понятие «экспертность» приобретает новые оттенки. Л. Логунова и П. Лебедев описывают феномен «digital-celebrity», где экспертность – это «уникальные знания или опыт», благодаря которым человек обретает авторитетность в своей области [3, с. 512-523]. Одновременно формируются и «квази-эксперты» без традиционного образования, которые демонстрируют свой практический опыт в режиме «делай как я». Таким образом, цифровые платформы позволяют выделиться даже тем, кто не прошел формальную подготовку, лишь за счет личного портфолио кейсов. Ключевым становится привлечение аудитории эмоциональным сторителлингом. Лидеры мнений аккумулируют «уникальные навыки» и «уникальную экспертизу», вплетая их в ежедневный рассказ о себе, что формирует и актуализирует их экспертный авторитет (социальный капитал). Иными словами, реставратор, помимо профессиональных умений, должен уметь «продавать» эти умения через захватывающий контент. Однако в цифровой публичности в числе особенностей – быстрая и эмоциональная реакция аудитории. Так, исследования показывают, что в онлайн-пространстве «реакции более быстры, эмоциональны. Эмоции и реакции доминируют над фактами» [1, с. 175-184]. Следовательно, эксперту в медиа важно быть убедительным и доступным, иначе теряется доверие.

Рассмотрим четыре примера медиапрактик реставраторов мебели. Первый – профессиональная мастерская, активно ведущая собственные цифровые ресурсы «Возрождение Мебели». Компания публикует на сайте разделы «Портфолио», «Этапы работы», «Прайс-лист» и детальные карточки услуг (перетяжка, реставрация, изготовление корпусной и мягкой мебели на заказ). В публичных разделах представлены фотографии работ «до/после», перечень используемых материалов, контактные данные и ссылки на каталоги тканей. Сайт подчёркивает сочетание «традиционного мастерства с современным оборудованием» и указывает способы связи (телефон, мессенджеры). Медиапрактика «Возрождение Мебели» демонстрирует стратегию «профессиональной прозрачности»: публичное портфолио и технические заметки по этапам позволяют клиенту провести первичную верификацию компетенции до контакта с мастером. Такая подача уменьшает информационную асимметрию между заказчиком и исполнителем, повышает доверие и стимулирует привлечение клиентов без крупных рекламных затрат. В терминах медиатизации это пример выноса экспертности из мастерской в формат верифицируемого цифрового нарратива (портфолио как «визуальная верификация»). Для региональных мастерских модель выглядит эффективной: структурированный сайт, портфолио и ясные контактные точки дают конкурентное преимущество при низких маркетинговых затратах. Однако важно, чтобы публичные материалы сохраняли связь к профессиональным стандартам – указывать

применённые материалы, тесты (где уместно) и предостережения по самостоятельным вмешательствам; это уменьшит риски неправильного DIY-поведения у аудитории.

Второй пример – сообщество DIY-энтузиастов. Telegram-канал «Реставрация & Переделка мебели» публикует лучшие «народные» кейсы реставрации, присланные участниками группы. В каждом посте авторы детально рассказывают о своей работе: показывают исходные повреждения, описывают очистку древесины, подбор краски и финишную отделку. Например, один подписчик поделился ремонтом старых стульев: «Основание зачистил, тонировал морилкой, покрывал маслом с воском. На спинки приклеил поролон... Чехлы из мебельного велюра». Эти посты не формальны, а именно повествовательные: автор описывает личный опыт («решила сделать их мягкими, простят меня любители дерева») и иллюстрирует процесс фотографиями. В рамках такой практики любой увлечённый пользователь становится экспертом для своей аудитории – он демонстрирует «уникальную экспертизу» своего хобби и выстраивает вокруг этого доверительный контакт. Доступность такого контента вводит в массы реставрационные знания: подписчики видят не только готовый результат, но и «кухню» работы, что повышает общий уровень информированности. С другой стороны, именно здесь проявляется риск «квази-экспертизы»: многие советы носят непроверенный или ситуативный характер, их нельзя сразу приравнивать к профессиональным стандартам. Тем не менее такие площадки иллюстрируют, как цифровая публичность расширяет поле экспертизы, позволяя нетрадиционным голосам заявлять о себе.

Третий пример – Alter Ego Home. Студия публикует на сайте подробные описания реставрационных услуг, сопровождающие продажи консультациями реставратора и материалами о методах работ; на блоге и в интервью реставраторы объясняют, почему реставрация стоит дорого и какие шаги при этом выполняются (диагностика, выбор материалов, этапы работ). Публичные материалы содержат технические детали, фото «до/после» и профессиональные разъяснения для заказчика, а не только эмоциональные «кейс-истории». Эта медиапрактика иллюстрирует стратегию «профессиональной прозрачности»: контент ориентирован на подтверждение квалификации (подробные описания методов, интервью с ведущим реставратором) и на превенцию ошибок у клиентов (консультация до покупки). В отличие от DIY-сообществ, здесь медийный контент служит не только привлечению клиентов, но и поддержанию профессионального стандарта: объяснения содержат технические термины и ссылки на методики, что повышает барьер для «квази-экспертизы» и помогает клиенту отличить научную/профессиональную реставрацию от косметического ремонта. Модель Alter Ego Home показывает, что институциональная медиаприсутствие способно компенсировать угрозы, присущие цифровой публичности: профессиональные студии используют медиа для легитимации (включая пред-продажную экспертизу) и для образовательной работы с аудиторией. Это снижает риск неверных DIY-решений и одновременно укрепляет рынок премиальной реставрации, где клиент готов платить за гарантии и документированную технологию.

Четвёртый пример – «Мастерская Хронотоп» сочетает реставрацию антиквариата и винтажной мебели с образовательными инициативами: публикации в соцсетях, обучение (курсы «Вторая жизнь вещей»), показ техники реставрации в виде небольших роликов и мастер-классов. В публичных материалах мастерской видна ставка на объяснительную практику (показы этапов работы, демонстрация инструментов и методов), а не только на «до/после». «Мастерская Хронотоп» – это пример «гибридной» медиапрактики, где организация одновременно выполняет функции: коммерческой мастерской (заказы, реставрация под ключ) и образовательной площадки (платные/бесплатные курсы); медиаплатформы для популяризации ремесла (Telegram-канал, где публикуются посты о технологиях реставрации). Такая интеграция укрепляет профессиональное признание и создаёт высокий порог доверия у клиентов: публикации сопровождаются демонстрацией методик и процессуальной последовательности, что уменьшает эффект «кликбейта» и повышает ценность контента как обучающего.

Цифровая медиатизация радикально меняет природу экспертности в реставрационной сфере. Реставраторы должны обладать не только глубокими ремесленными знаниями, но и медиакомпетентностями – умением рассказывать о своей работе и выстраивать эмпатичную коммуникацию с аудиторией [5, с. 45–58]. Иначе их мастерство может остаться незамеченным или вытесненным «новыми производителями знаний» из числа медиаперсон. С другой стороны, публичные активности дают реставраторам новые возможности: популяризация ремесла, профессиональная самореклама и даже образовательная миссия (показ техники работы, советов по уходу за мебелью). Важно учитывать, что онлайн-платформы быстро стимулируют эмоциональный отклик, где «эмоции и реакции доминируют над фактами» [4, с. 583–586]. Поэтому специалисты должны балансировать между «зрелищностью» контента и научной точностью. Рекомендуются строить личный бренд через уникальный контент (видео мастер-классы, тематические публикации, кейс-стори), опираться на свою квалификацию и авторитет, но при этом быть открытыми и доступными для широкой публики. Это позволит сохранить доверие к традиционной экспертизе и избежать искажения информации при цифровом распространении. В итоге, цифровая публичность заставляет профессионалов реставрации стать и наставниками, и рассказчиками: экспертность здесь проявляется через комбинацию ремесленных навыков и медиапрактик, что в свою очередь формирует новую профессиональную идентичность реставратора как «медиа-деятели» помимо мастера по дереву. Цифровая публичность не только меняет каналы доступа к профессиональному знанию реставраторов мебели, но и перестраивает саму структуру экспертности, превращая её в гибрид компетенций – технической, коммуникационной и образовательной – где легитимация достигается сочетанием документируемой методологии (фотодокументация этапов, перечни материалов, верификационные блоки) и умения выстраивать доверительный нарратив в медиа; это значит, что реставратор XXI века вынужден одновременно быть ремесленником и медиапрактиком, способным переводить сложные методические процедуры в мультимодальные форматы, понятные и проверяемые аудиторией, не теряя при этом профессиональной точности (концептуальные основания таких сдвигов подтверждаются

современной теорией цифровой публичности и исследованиями медиатизации публичных сфер). На практике это проявляется в трёх взаимосвязанных трендах: во-первых, институциональные и региональные мастерские выходят в интернет с «портфолио-прозрачностью», где разделы «этапы работы», прайс-листы и фото «до/после» служат первичной верификацией и снижают информационную асимметрию между заказчиком и исполнителем – пример такой платформенной стратегии демонстрирует деятельность «Возрождение Мебели», у которой в публичных разделах сайта комбинируются каталог тканей, этапы работ и портфолио, что дает клиенту инструменты оценки качества без личного визита; во-вторых, профессиональные студии укрепляют роль экспертизы через образовательные продукты и методические материалы, что повышает барьер для «квази-экспертов» и формирует рынок премиальной реставрации (этот путь иллюстрирует модель Alter Ego Home с её блогом, курсами и подробными описаниями реставрационных процедур). В-третьих, активное распространение DIY-практик через мессенджер-каналы и сообщества расширяет доступ к знаниям и стимулирует интерес к реставрации, но одновременно порождает риски распространения упрощённых и потенциально вредных инструкций, что требует от профессионального сообщества механизмов модерации и публичной критики методик. Теоретически такие трансформации соответствуют общим сдвигам в понимании публичной экспертности и «персонализации» знаний в цифровой среде, когда алгоритмическая видимость и способность вызывать эмоциональный отклик становятся важными компонентами профессионального авторитета. Конкретно для практики реставрации это означает следующее прикладное решение: публичные кейсы должны содержать обязательный верификационный минимум – описание исходного состояния предмета, пошаговую технологию вмешательства, точные указания на использованные материалы (марки/тип), ориентировочные сроки и условия гарантии – такой формат позволяет сохранить научно-профессиональную прозрачность при одновременной привлекательности контента; верификационные блоки уже успешно применяют региональные мастерские и крупные ателье, демонстрируя как коммерческую эффективность, так и вклад в профессиональную просвещённость рынка. Более того, интеграция образовательных продуктов (глубокие мини-курсы, платные закрытые образовательные модули) служит одновременно инструментом монетизации экспертности и фильтром качества для аудитории, уменьшая негативные эффекты «поп-реставрации» и повышая общий уровень методологической грамотности в секторе; такие гибридные модели, где коммерческая деятельность сочетается с просветительской миссией, демонстрируют и семейная «Мастерская Хронотоп», которая сочетает реставрацию с образовательными активностями и публичными показами техники. При этом сохранение профессиональных стандартов требует координации на уровне профессиональных объединений: единого медиакодекса публикаций (чёткие пометки «реставрация» vs «рестайлинг», правила раскрытия замены аутентичных материалов, обязательные предупреждения о границах DIY-вмешательств), рекомендаций по верификации и форматов для публичных отчётов – такие институциональные меры снизят риски ущерба культурной ценности и помогут аудитории отличать академически



обоснованную реставрацию от косметических или маркетинговых вмешательств. С научной точки зрения дальнейшие исследования должны следовать кросс-платформенной парадигме (комплексный анализ контента на Telegram/«ВКонтакте»/YouTube/сайтах мастерских), дополняемой долговременными измерениями влияния DIY-инструкций на число неудачных вмешательств и структурными интервью с реставраторами о временных и ресурсных издержках медиапроизводства; только сочетание эмпирических глубоких данных и качественных этнографических исследований позволит адекватно оценить, как именно медийная видимость, образовательная активность и коммерческие цели влияют на долгосрочное состояние профессиональных стандартов и материальных ценностей. В заключение отметим, что цифровая публичность открывает уникальные возможности для возрождения интереса к реставрации и для укрепления практико-дискурсивных сообществ, однако её плодотворное использование возможно лишь при сознательной профессиональной дисциплине, сочетании прозрачности, образовательной ответственности и институциональной регуляции, и тем самым реставратор будущего станет не просто мастером по дереву или ткани, но и ответственным медиапрактиком, который сохраняет и транслирует ценности материального наследия в эпоху быстрой цифровой коммуникации.

### Литература

1. Баженов В.С. Методы оценки эффективности использования технологий интернет-коммуникаций // Прогрессивная экономика. 2024. № 9. С. 175-184.
2. Кузнецова Е.И. Медиатизация: эффекты медиареальности // Общество: философия, история, культура. 2021. № 6(86). С. 1-2.
3. Логунова Л.А., Лебедев П.А. Digital-celebrity как феномен цифровой культуры // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2021. Т. 21. № 3. С. 512-523.
4. Лазуткина Е.В. Трансформация коммуникационной модели социальных сетей // Язык и коммуникация в контексте культуры: материалы международной научно-практической конференции. Ростов-на-Дону, 2024. С. 583-586.
5. Машакин А.И., Сильвестрова М.В., Круглякова Е.А. Цифровые технологии в подготовке реставраторов мебели // Горизонты художественного образования и искусств. 2025. С. 45-58.
6. Никитин А.А., Никитина Т.И., Морозова Г.В. Медиапространство как социальный институт: динамика, противоречия и вызовы цифровой эпохи // Международный научно-исследовательский журнал. 2025. № 11. С. 161.

© Тарсаков И.Ю., 2026

Цзяо Юйтун

Казанский (Приволжский) федеральный университет  
г. Казань, Россия

## ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ЖУРНАЛИСТСКОМ ОБЩЕНИИ: ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И СТРАТЕГИИ ИХ РЕШЕНИЯ

Искусственный интеллект (ИИ), как ключевая технология, движущая сила Четвертой промышленной революции, оказывает большое влияние на развитие человеческого общества. В эпоху новых медиа ИИ стремительно развивается, и его практическое применение становится все более массовым. ИИ играет решающую роль в производстве и распространении новостей, повышая их эффективность, но также порождает множество этических проблем. В данной статье на основе анализа тенденций развития ИИ в эпоху новых медиа исследуется его применение в процессе распространения новостей, анализируются возникающие при этом этические риски и предлагаются соответствующие контрмеры, направленные на обеспечение эффективного развития журналистики в эпоху новых медиа.

Развитие искусственного интеллекта прошло через стадии становления, рефлексии, практического применения, спада и стабильного развития, а в эпоху новых медиа оно стремительно набирает обороты, человеческое общество вступает на эру всеобщей взаимосвязи объектов и процессов. Появление чат-бота ChatGPT, основанного на технологии обработки естественного языка, кардинально продвинуло развитие человеко-машинного взаимодействия: он не только способен вести естественный и плавный диалог с людьми, но и вместе с новейшими языковыми моделями, такими как Deepseek и YandexGPT, способен имитировать уникальный творческий стиль профессиональных журналистов, изучив небольшое количество образцов, и реализовать стилизованное создание медиаконтента новых медиа [3, с. 63]. В настоящее время разработаны специализированные нейросети для журналистики (например, NewsGPT Pro), которые могут комплексно выполнять генерацию новостей, анализ трендов, фактчекинг и структуризацию текстов [3, с. 63] – это ярко демонстрирует ключевой тренд развития искусственного интеллекта: переход от универсальных инструментов к специализированным решениям для отдельных отраслей. В практике глобальной индустрии новых медиа практическое применение искусственного интеллекта стало обыденностью: крупные западные медиакомпании мирового уровня, такие как Axel Springer, Reuters, The New York Times, The Wall Street Journal и другие, либо организуют автоматическое производство новостей с помощью ИИ, либо используют искусственный интеллект для распознавания эмоций читателей по мимике, оценки уровня осведомленности аудитории в различных областях и реализации персонализированных рекомендаций контента.

Российские медиа, включая деловые газеты «Ведомости» и «Коммерсантъ», «Российскую газету» и информационное агентство «РИА Новости», также активно интегрируют технологии ИИ в свою деятельность – для анализа бизнес-трендов, создания новостных материалов, распознавания речи и автоматического текстового транскрибирования [3, с. 63]. Кроме того, благодаря технологии виртуальной реальности (VR) люди могут

преодолевать пространственно-временные ограничения, наблюдать и испытывать явления, к которым трудно получить доступ в повседневной жизни. Искусственный интеллект, собирая и анализируя большие данные, реализует персонализированные рекомендации, что способствует повышению эффективности работы платформ новых медиа и улучшению пользовательского опыта. С постоянным прогрессом науки и техники искусственный интеллект будет все более совершенствоваться, и в будущем он глубоко интегрируется во все отрасли экономики и социальной жизни, принося новую энергию в развитие общества.

Как отмечает Д.В. Неренц в своей работе, «тема применения искусственного интеллекта и его последствия все более актуальна» [6, с. 187]. В эпоху новых медиа ИИ широко используется в журналистском общении: он обеспечивает автоматическую генерацию новостей и статей, написание сценариев для видео и подкастов, адаптацию контента под разные аудитории [9, с. 73], быстро обрабатывает большие данные и генерирует репортажи, существенно повышая эффективность новостного производства. Журналисты используют ИИ для оперативного сбора и анализа информации, кроме того, он глубоко интегрировался во все этапы создания новостей, расширяя возможности контент-создания. Современные языковые модели (ChatGPT, Deepseek, YandexGPT и др.) обладают способностью воспроизводить индивидуальный стиль профессиональных журналистов – достаточно загрузить в модель небольшое количество примеров его текстов [5, с. 85], что делает применение ИИ в журналистике более профессиональным и персонализированным. ИИ повышает производительность новостного производства благодаря автоматической обработке материалов, точному анализу данных и генерации стилизованного контента, однако журналисты сталкиваются с техническими и этическими вызовами, возникающими при его использовании.

Искусственный интеллект использует алгоритмы для анализа поведения пользователей, их интересов и других данных, чтобы давать точные рекомендации контента и услуг. Исследование Neil Thurman из Амстердамского университета подтверждает, что «основанный на прошлом поведении пользователя при потреблении контента, считался немного лучшим способом получения новостей, чем отбор, осуществляемый редакторами и журналистами» [10, с. 455]. Эта функция способствует трансформации новостной индустрии из массовой коммуникации в фрагментированную и персонализированную, точно попадая в интересы пользователей и значительно повышая их удовлетворенность, лояльность к платформе и удержание аудитории [9, с. 73]. С развитием технологий точность интеллектуальных персонализированных рекомендаций постоянно повышается – это открывает новые возможности для развития новостной отрасли, но одновременно создает актуальные проблемы: защита конфиденциальности пользователей и формирование информационных пузырей, которые требуют решения. Средства массовой информации должны разумно использовать эту функцию, оптимизируя обслуживание пользователей и активно отвечая на связанные вызовы.

Интеллектуальные помощники, такие как ChatGPT, основанные на технологии обработки естественного языка, обеспечивают естественный и плавный диалог. Они быстро

понимают потребности пользователя, предоставляют точную информацию и персонализированные услуги, значительно повышая эффективность взаимодействия и удовлетворенность пользователей. В сфере СМИ искусственный интеллект поддерживает взаимодействие на социальных платформах, помогая пользователям оперативно получать новости и информацию. Социальные чат-боты, голосовые помощники и другие инструменты постоянно самообучаются и совершенствуются, улучшая пользовательский опыт и эффективность работы платформ. В будущем, с развитием технологий, инструменты взаимодействия в социальных сетях станут еще более интеллектуальными.

По мере развития искусственного интеллекта расширяются сферы применения виртуальных технологий AR и VR, что привело к появлению иммерсивной коммуникации. Она ориентирована на человека и обеспечивает постоянное и повсеместное распространение информации. «При помощи иммерсивных технологий турист может «путешествовать» как в пространстве (посетить удаленные, подчас недостижимые, локации), так и во времени (увидеть прошлое, настоящее и возможное прогнозируемое будущее одной и той же дестинации)» [8, с. 101]. С помощью виртуальных технологий медиа-сотрудники воссоздают новостные и культурные сцены, позволяя пользователям получить иммерсивный опыт от первого лица и стимулируя инновационное развитие журналистики.

Ярким примером является опыт российских СМИ. РИА Новости стало первым российским медиа, которое системно применяет иммерсивные форматы. Его VR-проект «Гордость Улыба. VR-легенды Чувашии» с помощью виртуальных технологий оживляет образы народных легенд, обеспечивает взаимодействие пользователя с виртуальным персонажем и погружает в уникальную культуру чувашского народа (<https://clck.ru/3TF37w>).

Подобные инновационные форматы на основе виртуальных технологий обогащают способы подачи новостей и значительно повышают вовлеченность и удовлетворенность аудитории.

Журналистский профессионализм основывается на объективности и достоверности [1, с. 424], однако контент, генерируемый технологией AIGC, не обладает достаточной глубиной и новаторством, что приводит к снижению качества новостей и подрыву журналистских принципов. По сравнению с традиционным производством новостей, AIGC опирается на данные и алгоритмы, лишая материал субъективного суждения и независимого анализа журналистов. Как отмечают С.И. Симакова и А.С. Жилкин, «подчеркивается, что автоматически генерируемые тексты часто страдают поверхностностью, отсутствием авторского стиля и эмоциональной выразительности» [7, с. 192]. Кроме того, в AIGC отсутствует развитая система проверки, что затрудняет обеспечение объективности новостей. По мнению С.С. Бодруновой и К.Р. Нигматуллиной, «машинные алгоритмы способны фиксировать структуру данных, но не заменяют человеческую интерпретацию» [2, с. 17]. Контент лишен гуманистической составляющей, не учитывает эмоциональные потребности аудитории и не способен вызвать сопереживание, что в долгосрочной перспективе негативно сказывается на развитии журналистики.

В эпоху новых медиа недостатки алгоритмов искусственного интеллекта приводят к расширению масштабов распространения фейковых новостей. По сравнению с достоверными новостями фейковые материалы благодаря гиперболизированному содержанию привлекают пользователей гораздо сильнее. Ярким примером служит дипфейк с бывшим президентом США Бараком Обамой, созданный актером и режиссером Джорданом Пилом: минутный видеоролик собрал более 4,8 млн просмотров, на в нем Обама якобы использует нецензурную лексику в адрес Дональда Трампа, хотя речь была имитирована Пилом. Как отмечает Е.А. Литаш-Сорокина: «Люди, сами того не понимая, становятся разносчиками ложных сведений, «расшаривая» и комментируя дипфейки» [4, с. 42].

Информационный кокон – это явление, при котором сфера информации, потребляемой человеком, закономерно определяется его интересами, в результате чего его мировоззрение замыкается в ограниченном пространстве, подобном шелковому кокону. Широкое применение механизмов персонализированных рекомендаций приводит к тому, что медиаплатформы предлагают контент в соответствии с поведенческими привычками пользователей. К тому же люди склонны селективно воспринимать информацию, соответствующую их собственным взглядам, что ведет к сужению кругозора и отсутствию глубокого мышления. Развитие интернета усугубило проблему информационных коконов. Механизмы взаимодействия на медиаплатформах усиливают связи внутри группы; под влиянием групповых эмоций и группового мышления люди приводят свои суждения и модель поведения в соответствие с позицией сообщества [11, с. 133]. Подобная групповая психология ослабляет способность критически оценивать информацию: люди охотнее воспринимают сообщения, поддерживаемые их группой, и отвергают информацию, противоречащую групповым установкам, что в итоге приводит к явлению интернетной групповой поляризации.

Алгоритмы и модели искусственного интеллекта функционируют как «черные ящики». Только повышая прозрачность данных алгоритмов и моделей, пользователи смогут понять их реальные механизмы и принципы работы, что позволит им корректнее оценивать объективность, справедливость и достоверность новостного контента, создаваемого с помощью ИИ. Кроме того, в связи с постоянным развитием интернета пользователи все чаще оказываются в «информационном коконе» при потреблении онлайн-контента. Это обусловлено слишком узким кругом получаемой информации, а персонализированные рекомендации на основе ИИ способствуют углублению данного явления. Соответствующие органы могут смягчить эту проблему за счет оптимизации цифровых технологий персонализированных рекомендаций, обеспечивая пользователям доступ к разнообразной информации. Более того, как отмечается в научных исследованиях: «Постоянное совершенствование ИИ-инструментов, таких как системы факт-чекинга и анализа достоверности информации, поможет минимизировать риски, связанные с дезинформацией и манипуляциями» [9, с. 80]. В условиях массового применения ИИ в сфере распространения новостей возрастает значимость защиты личной конфиденциальности пользователей, что превращает данную проблему в критически важную. Компетентные органы должны усилить



разработку технологий защиты конфиденциальности, таких как анонимизация данных и методы шифрования, в целях надежной защиты прав пользователей.

В эпоху интеллектуальных средств массовой информации журналисты должны сохранять преданность профессии, следовать своим первоначальным принципам и повышать уровень медиаграмотности. Развитие журналистики должно носить человеческий характер. Сталкиваясь с недостатками искусственного интеллекта, журналисты должны усиливать контроль за контентом. При использовании ИИ в сборе информации, анализе данных и создании новостных материалов, особенно в глубинных репортажах и профессиональных комментариях по узкоспециальным темам, журналисты обязаны проводить тщательную проверку фактов для обеспечения качества и достоверности новостей. Одновременно журналисты должны повышать правовую грамотность и осведомленность о потенциальных рисках, знать и соблюдать действующие нормативно-правовые акты, уважать конфиденциальность граждан в ходе новостных репортажей и не допускать нарушения законных прав и интересов других лиц. Кроме того, журналисты должны постоянно совершенствовать свою профессиональную компетентность, чтобы соответствовать вызовам эпохи искусственного интеллекта.

В связи с отсутствием четких правовых ограничений широкое применение искусственного интеллекта в журналистике породило ряд этических проблем. Как отмечает В.А. Абилюкенова: «Этическое кодифицирование в российской журналистике всегда очень сильно отставало от журналистской практики» [1, с. 423–424]. При решении данной проблемы государственные ведомства не могут ограничиваться применением существующих правовых норм; им необходимо дополнительно уточнить журналистские этические стандарты с учетом специфики журналистской отрасли. Государственным ведомствам следует совершенствовать соответствующие законы и нормативные акты, включая положения о неприкосновенности частной жизни, безопасности данных и алгоритмической справедливости. Также государственным ведомствам необходимо усилить надзор и контроль за применением технологий искусственного интеллекта в журналистике, своевременно пресекая и устраняя допускаемые нарушения. Кроме того, им следует усилить механизмы правовой ответственности и четко определить правовые последствия за нарушения журналистских норм и этических принципов.

В эпоху новых медиа применение искусственного интеллекта (ИИ) в сфере распространения новостей носит двойственный характер: с одной стороны, оно обеспечивает высокую эффективность и точность, с другой – порождает многочисленные этические проблемы.

В эпоху новых медиа применение искусственного интеллекта (ИИ) в сфере распространения новостей носит двойственный характер: с одной стороны, оно открывает новые возможности, с другой – порождает серьезные вызовы.

Возникновение информационных коконов, нарушение журналистской этики, а также проблемы конфиденциальности и безопасности данных создают серьезные угрозы для устойчивого развития новостной индустрии, социальной гармонии и стабильности. Однако,

укрепляя журналистское этическое образование, оптимизируя алгоритмические разработки, усиливая защиту конфиденциальности данных и обеспечивая баланс между технологическими инновациями и государственным регулированием, мы можем рассчитывать на решение указанных проблем.

В перспективе, благодаря совместным усилиям всех заинтересованных сторон, искусственный интеллект, несомненно, будет играть более значимую позитивную роль в распространении новостей, достигнув гармоничного сочетания технологического прогресса и этических принципов. Это позволит предоставлять обществу качественные и достоверные новостные услуги, последовательно способствуя позитивному развитию и прогрессу общества.

### Литература

1. Абилюкенова В.А. Искусственный интеллект в медиа и журналистике: этический аспект // Цифровая журналистика: технологии, смыслы и особенности творческой деятельности: материалы II Международной научно-практической конференции (г. Екатеринбург, 26–29 марта 2025 года). Екатеринбург, 2025. С. 423-425.
2. Бодрунова С.С., Нигматуллина К.Р. Искусственный интеллект в медиасфере: направления исследования, профессиональные противоречия и новые риски // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2025. № 5. С. 3-22. <https://doi.org/10.55959/msu.vestnik.journ.5.2025.322>
3. Виноградова К.Е., Мельник Г.С. Искусственный интеллект в журналистике: современные тенденции в подготовке медиаспециалистов // Вопросы медиабизнеса. 2025. Т. 4. № 4. С. 60–70. <https://doi.org/10.65324/imb006>
4. Литаш-Сорокина Е.А. Искусственный интеллект и дипфейки: вызовы и перспективы // Государственная служба. 2025. № 3 (155). С. 37-50.
5. Мишункина М.Н., Орлова Е.С. Проблемы и тренды развития интерактивных методов работы с читателями в цифровой среде // Вопросы медиабизнеса. 2025. Т. 4. № 2. С. 82-91.
6. Неренц Д.В. Специфика применения искусственного интеллекта в современном медиапространстве // Litera. 2024. № 8. С. 186-198. <https://doi.org/10.25136/2409-8698.2024.8.44025>
7. Симакова С.И., Жилкин А.С. Искусственный интеллект в журналистике: влияние на качество текстов // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2025. № 4 (58). С. 190-202. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2025-58-4-190-202>
8. Таранова Ю.В. Формирование имиджа территорий с помощью иммерсивных медиапроектов // Российская школа связей с общественностью. 2024. № 32. С. 93-104. <https://doi.org/10.24412/2949-2513-2023-32-93-104>
9. Шафир Т.В., Токарский Д.Е. Интеграция искусственного интеллекта в процессы создания медиаконтента // Вопросы медиабизнеса. 2025. Т. 4. № 2. С. 71-81. <https://doi.org/10.24412/3034-1930-2025-0190>

10. Thurman, N., Moeller, J., Helberger, N., & Trilling, D. (2019). My Friends, Editors, Algorithms, and I: Examining audience attitudes to news selection // Digital Journalism. 2019. № 7(4). P. 447-469. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1493936>
11. 张瀚予, 丁怡宁, 郭思琪. 信息茧房效应下用户群体极化形成机理研究[J]. 图书与情报. 2024. № 03. С. 132-144.

© Цяо Юйтун, 2026

## ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Афанасьев К.А., Бух М.А., Яланецкий Е.Ю.  
Нижневартовский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

### СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРОИЗВОДСТВА НАСТОЛЬНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ИГР В ХАНТЫ-МАНСИЙСКОМ АВТОНОМНОМ ОКРУГЕ

Вопросы диверсификации экономики регионов сырьевой специализации приобретают особую актуальность в условиях глобальной энергетической трансформации и волатильности мировых рынков. Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, являясь ключевым нефтедобывающим регионом России, сталкивается с необходимостью поиска альтернативных направлений развития, способных обеспечить устойчивый рост и занятость населения в долгосрочной перспективе. Одним из таких направлений выступает креативная экономика и малое инновационное предпринимательство в социально значимых сферах, включая образование и производство интеллектуальных продуктов для детей и молодёжи. В этом контексте именно образовательные инициативы приобретают ключевое значение, поскольку они формируют человеческий капитал – основу конкурентоспособности любого региона в долгосрочной перспективе. Локальные задачи региона невозможно решить без инвестиций в человеческий капитал, и именно образование выступает тем механизмом, который формирует у молодёжи компетенции, необходимые для устойчивого развития территории [2, с. 358].

Теоретической основой исследования послужили труды в области инновационного предпринимательства. В работе использованы методы системного анализа, сравнительный метод, финансовое моделирование, а также анкетный опрос для выявления потребностей целевой аудитории. Данный методологический подход позволяет комплексно оценить как коммерческий, так и социальный эффект от реализации проекта.

Цель данной статьи – выявление и анализ компонентов социально-экономического потенциала производства настольно-образовательных игр в ХМАО-Югре на основе разработки и финансового моделирования конкретного стартап-проекта.

Рынок образовательных продуктов для молодёжи в регионе характеризуется рядом особенностей. С одной стороны, отмечается высокий спрос со стороны образовательных учреждений на интерактивные методики обучения, соответствующие новым образовательным стандартам. С другой стороны, предложение ограничено либо устаревшими разработками, либо дорогостоящими зарубежными аналогами, не адаптированными к российской специфике. Проведённый авторами опрос 23 преподавателей экономических дисциплин и общественности в школах и колледжах Нижневартовска показал, что 78% респондентов испытывают потребность в качественных игровых материалах для уроков, при этом 87%

отметили отсутствие доступных отечественных продуктов. Это подтверждает наличие неудовлетворённого рыночного спроса.

Проект «Экономика в коробке» представляет собой настольную игру, моделирующую ключевые экономические процессы: управление личными финансами, предпринимательскую деятельность, инвестирование. Игра рассчитана на возрастную группу 14–22 года и может использоваться как в учебном процессе (уроки обществознания, экономики, внеурочная деятельность), так и в семейном досуге. Конкурентные преимущества продукта включают:

- возможность интеграции в учебные программы;
- адаптацию игровых механик к российским реалиям;
- более низкую цену по сравнению с импортными аналогами при сохранении высокого полиграфического качества.

Сравнительный анализ существующих на рынке продуктов показывает, что прямые аналоги, сочетающие образовательную глубину и увлекательный игровой процесс, отсутствуют. Классическая «Монополия» не формирует системных экономических знаний, а сложные симуляторы, такие как «Cashflow», требуют высокой вовлечённости и не адаптированы под российскую специфику. Таким образом, проект занимает свободную рыночную нишу.

Также важно отметить, что в отличие от массовых игр, где успех во многом зависит от случайности, в игре «Экономика в коробке» используются механики, моделирующие реальные экономические закономерности. Это позволяет формировать у игроков системное понимание финансово-экономических процессов.

Ключевым принципом организации производства является аутсорсинг. Команда проекта сосредоточена на разработке контента, дизайна, маркетинга и продаж, тогда как печать и изготовление компонентов осуществляются сторонними подрядчиками. Это позволяет минимизировать стартовые инвестиции и операционные риски [3, с. 57]. На основе анализа предложений нескольких типографий (Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Шанхай) выбран новосибирский партнёр как оптимальный по соотношению цены, качества и логистической доступности для Нижневартовска. Производственный цикл включает этапы создания цифровых макетов, прототипирования, тестирования с фокус-группами, печати тиража и финальной приёмки.

Процесс контроля качества включает несколько ступеней. На этапе предпечатной подготовки проверяется соответствие макетов техническим требованиям типографии. После печати тестовой партии проводится выборочная проверка игровых компонентов на соответствие эталонным образцам. Особое внимание уделяется качеству полиграфии и прочности материалов, так как игра предполагает многократное использование. Данный подход позволяет минимизировать риск выпуска продукции с дефектами.

Организационная структура на начальном этапе включает трёх соучредителей-студентов с разделением функциональных ролей: руководитель проекта (общее управление, финансы, стратегия), геймдизайнер-разработчик (игровая механика, контент), маркетолог (продвижение, продажи). Научный руководитель осуществляет консультационную



поддержку. Для управления задачами используется Agile-подход с двухнедельными спринтами и регулярными совещаниями в онлайн-формате [5, с. 83].

Такая структура позволяет гибко реагировать на изменения рыночной ситуации и оперативно вносить коррективы в продукт на основе обратной связи от потребителей. В условиях ограниченных ресурсов студенческого стартапа данный подход является наиболее эффективным, так как минимизирует накладные расходы и обеспечивает высокую вовлечённость всех участников команды.

Помимо прямых экономических выгод, проект обладает значительным потенциалом воздействия на региональное развитие, который может быть структурирован по следующим направлениям.

1. Игра способствует формированию у молодёжи ключевых компетенций, востребованных в современной экономике: финансовая грамотность, критическое мышление, навыки принятия решений, коммуникация и кооперация. Массовое использование игры в образовательных учреждениях региона может повысить общий уровень финансовой культуры населения, что в долгосрочной перспективе положительно скажется на экономическом поведении граждан, росте сбережений и инвестиционной активности.

2. Участие студентов в создании реального бизнес-проекта демонстрирует возможность самореализации в родном регионе. Успешный кейс «Экономика в коробке» может стать примером для других молодых людей, стимулируя их к предпринимательской деятельности и снижая миграционные настроения. Кроме того, в процессе работы над проектом его участники приобретают практические навыки управления, маркетинга, финансового планирования, что повышает их конкурентоспособность на рынке труда и создаёт кадровый резерв для региональной экономики.

3. Создание качественного отечественного образовательного продукта снижает зависимость от импортных аналогов, экономит бюджетные средства образовательных учреждений и способствует развитию местных производственных мощностей (типографий, дизайн-студий). При масштабировании проекта возможна организация полного цикла производства на базе региональных предприятий, что создаст дополнительные рабочие места.

4. Помимо прямых налоговых поступлений, проект генерирует косвенные бюджетные эффекты за счёт экономии средств образовательных учреждений при приобретении более доступного отечественного продукта по сравнению с импортными аналогами (разница в цене может достигать 1 500–2 000 руб. на единицу).

Таким образом, социально-экономический эффект проекта проявляется на нескольких уровнях: индивидуальном (развитие компетенций), институциональном (экономия бюджетных средств, поддержка местных производителей) и системном (формирование предпринимательской культуры, снижение оттока молодёжи). Комплексный характер этих эффектов повышает значимость проекта для региона.

Для оценки коммерческой состоятельности проекта была разработана финансовая модель, основанная на консервативных прогнозах [4, с. 489]. Первоначальные инвестиции составляют 150 000 рублей и планируются к покрытию за счёт грантовых средств. Объём

первого тиража – 700 экземпляров, что соответствует прогнозируемому спросу на первый год реализации. Ценовая стратегия дифференцирована: для образовательных учреждений (B2B-сегмент) цена установлена на уровне 1 990 руб., для розничных покупателей (B2C-сегмент) – 2 990 руб. Прогнозируемая структура продаж: 300 единиц в B2B-сегменте, 400 единиц в B2C-сегменте. Выручка за первый год составит 1 793 000 руб. Операционные затраты подразделяются на переменные (производственная себестоимость и упаковка с доставкой – 980 руб. на единицу) и постоянные (маркетинг – 200 000 руб., аренда складских помещений или услуги фулфилмента – 60 000 руб., административные расходы – 48 000 руб., бухгалтерское сопровождение – 36 000 руб., резервный фонд – 50 000 руб.). Совокупные переменные затраты на тираж составляют 686 000 руб., постоянные затраты – 394 000 руб. При применении упрощённой системы налогообложения (УСН, 6% от доходов) чистая прибыль за первый год достигнет 605 420 руб. Срок окупаемости первоначальных инвестиций – 7 месяцев. Точка безубыточности соответствует реализации 300 экземпляров игры, что составляет 43% от планового объёма и является легко достижимым показателем. Налоговые отчисления в бюджет региона составят около 107 тыс. рублей.

Как и любой предпринимательский проект, создание настольно-образовательной игры сопряжено с определёнными рисками. Производственные риски связаны с возможным браком в типографии или срывом сроков поставки; для их минимизации планируется тщательный отбор подрядчика, закрепление ответственности в договоре и резервирование времени на исправление возможных недостатков. Рыночные риски выражаются в недостаточном спросе или появлении новых конкурентов; снижению этих рисков способствует глубокая предварительная валидация продукта через тестирование прототипов, гибкая ценовая политика и диверсификация каналов сбыта. Финансовые риски (рост себестоимости, кассовые разрывы) оцениваются как низкие благодаря консервативному планированию и созданию резервного фонда. Организационные риски, связанные с возможными конфликтами в команде или выбытием участников, минимизируются за счёт чёткого распределения ролей, фиксации договорённостей и привлечения наставника из числа опытных преподавателей. Структурированный анализ рисков можно увидеть в таблице, представленной ниже.

Таблица

**Анализ рисков проекта «Экономика в коробке» [1, с. 79]**

| Группа рисков    | Вид риска                               | Вероятность | Меры минимизации                                                                                                |
|------------------|-----------------------------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Производственные | Брак в типографии, срыв сроков поставки | Средняя     | Выбор надёжного подрядчика, закрепление ответственности в договоре, резервирование времени на исправление брака |
| Рыночные         | Низкий спрос, появление конкурентов     | Средняя     | Глубокое тестирование прототипов, гибкая ценовая политика, диверсификация каналов сбыта                         |
| Финансовые       | Рост себестоимости, кассовые разрывы    | Низкая      | Консервативное финансовое планирование, создание резервного фонда                                               |
| Организационные  | Конфликты в команде, выбытие участников | Средняя     | Чёткое распределение ролей, фиксация договорённостей, привлечение наставника                                    |

Системный подход к управлению рисками, включающий их идентификацию, оценку и разработку мер реагирования, позволяет повысить устойчивость проекта к воздействию неблагоприятных факторов. Регулярный мониторинг рисков и своевременная корректировка планов являются неотъемлемой частью проектного управления

Важно отметить, что в рамках проектного управления будет проводиться ежемесячный анализ ключевых показателей: объём продаж, стоимость привлечения клиента, уровень удовлетворённости потребителей. Это позволит оперативно выявлять отклонения от плана и принимать корректирующие меры до того, как они приведут к серьёзным последствиям [6, с. 92].

Для максимизации положительного воздействия проекта на региональное развитие предлагаются следующие меры:

1. Включение игры в региональный реестр рекомендованных учебных пособий, что упростит процедуру закупок образовательными учреждениями за счёт бюджетных средств.
2. Организация обучающих семинаров и мастер-классов для педагогов по методике использования игры на уроках и во внеурочной деятельности.
3. Разработка дополнительных тематических модулей (например, «Основы инвестирования», «Финансовая безопасность») и создание цифровой версии игры для расширения аудитории.
4. Тиражирование опыта проекта в другие муниципалитеты ХМАО-Югры и соседние регионы через участие в образовательных форумах и выставках.

Реализация данных рекомендаций позволит не только укрепить позиции конкретного проекта, но и сформировать в регионе благоприятную среду для развития студенческого предпринимательства в сфере образовательных технологий. Это будет способствовать достижению целей, обозначенных в стратегии социально-экономического развития ХМАО-Югры, в части диверсификации экономики и развития человеческого капитала.

Проведённое исследование показывает, что производство настольно-образовательных игр в ХМАО-Югре обладает значительным, многоаспектным социально-экономическим потенциалом. На примере стартап-проекта «Экономика в коробке» доказано, что студенческие предпринимательские инициативы способны не только генерировать коммерческий эффект (окупаемость 7 месяцев, чистая прибыль свыше 600 тыс. рублей в первый год), но и создавать долгосрочные социальные блага: развивать человеческий капитал, формировать предпринимательскую культуру, снижать отток молодёжи, укреплять региональную инновационную экосистему. Поддержка таких проектов на региональном уровне должна рассматриваться как стратегическая инвестиция в устойчивое развитие территории, обеспечивающая её конкурентоспособность в условиях экономики знаний.

### Литература

1. Амирханова Л.Р., Бикметов Е.Ю., Бронников М.А., Зиннуров У.Г. Обоснование применения методических инструментов риск-менеджмента в управлении стартапами // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2019. № 3. С. 76-91.

2. Галынчик Т.А., Данилова С.В., Агеев Я.Д. Реализация программы «Стартап как диплом» в системе высшего образования // Концепт. 2025. № 5. С. 353-367.
3. Джефф С. Scrum. Революционный метод управления проектами. М., 2025. 186 с.
4. Кузьмин И.А. Методика экономической оценки стартапов // Московский экономический журнал. 2021. № 3. С. 486-494.
5. Рис Э. Бизнес с нуля: Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели. М., 2022. 254 с.
6. Тиль П., Мастерс Б. От нуля к единице: как создать стартап, который изменит будущее. М., 2022. 256 с.

© Афанасьев К.А., Бух М.А., Яланецкий Е.Ю., 2026

**Булгаков И.И., Попова Т.В.**

Владимирский юридический институт  
Федеральной службы исполнения наказаний (ВЮИ ФСИН России)  
г. Владимир, Россия

## **АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ ЦЕНТРАЛЬНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 13.05.2000 № 849 «О полномочном представителе Президента Российской Федерации в федеральном округе» субъекты Российской Федерации были объединены в восемь федеральных округов. Такое административно-территориальное деление на макрорегионы имеет целью обеспечение реализации Президентом Российской Федерации своих конституционных полномочий, повышения эффективности деятельности федеральных органов государственной власти и совершенствования системы контроля за исполнением их решений. Различие ресурсного потенциала субъектов России обуславливает значительную дифференциацию в социально-экономическом развитии регионов. Выделение макрорегионов позволяет проводить агрегированный анализ и применять системный подход к управлению экономическим развитием как в рамках федеральных округов, так и национального хозяйства в целом, сглаживая межрегиональные диспропорции.

В данной работе рассмотрены тенденции развития регионов Центрального федерального округа (далее - ЦФО) на основе анализа социальных и экономических показателей. Регионы ЦФО имеют исторически сложившееся выгодное экономико-географическое положение. ЦФО является одним из самых развитых федеральных округов страны по объему суммарного валового регионального продукта, стоимости основных промышленно-производственных фондов, численности занятых в экономике, научно-техническому потенциалу, развитости производственной и социальной инфраструктуры. На долю округа приходится 26,9% населения, 27,5% численности занятых в экономике страны, свыше 35% от общего объема валового внутреннего продукта [6]. При этом вклад субъектов, входящих в ЦФО, неравнозначен.

Одним из ключевых факторов, определяющим уровень развития региональной экономики, является наличие человеческого потенциала. В связи с этим для целей сравнительного анализа и выявления проблемных аспектов социально-экономического развития ЦФО разделим регионы, входящие в его состав, на три группы в зависимости от численности населения: группа субъектов, численность населения которых не превышает 1 млн человек (Ивановская, Костромская, Орловская, Смоленская, Тамбовская области), группа субъектов с численностью населения от 1 до 2 млн человек (Белгородская, Брянская, Владимирская, Калужская, Курская, Липецкая, Рязанская, Тверская, Тульская, Ярославская области) и группа субъектов с численностью населения более 2 млн человек (Воронежская и Московская области, а так же город федерального значения Москва). Такой количественный подход позволит систематизировать и определить общие тенденции развития разных по уровню развития регионов внутри ЦФО.



В таблицах 1–3 представлены данные некоторых показателей, характеризующих демографическое состояние, уровень экономической деятельности региона и уровень жизни населения. В качестве информационной базы исследования были использованы статистические данные сборников «Регионы России. Социально-экономические показатели» и «Социально-экономическое положение Центрального федерального округа в январе-сентябре 2025 года» [6; 8].

Таблица 1

**Демографические показатели регионов ЦФО (составлено авторами)**

| Субъект ЦФО                                                     | Численность населения, тыс. чел. (на 01.01.2024) | Темп роста (снижения) численности населения, 2024 г. | Суммарный коэффициент рождаемости (среднее число детей на 1 женщину), 2024 г. |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| Регионы с численностью населения менее 1 млн. чел. (1 группа)   |                                                  |                                                      |                                                                               |
| Ивановская область                                              | 905,9                                            | 99,0                                                 | 1,306                                                                         |
| Костромская область                                             | 566,3                                            | 99,0                                                 | 1,472                                                                         |
| Орловская область                                               | 692,5                                            | 98,9                                                 | 1,176                                                                         |
| Смоленская область                                              | 864,0                                            | 99,0                                                 | 1,043                                                                         |
| Тамбовская область                                              | 956,3                                            | 99,0                                                 | 1,157                                                                         |
| Регионы с численностью населения от 1 до 2 млн. чел. (2 группа) |                                                  |                                                      |                                                                               |
| Белгородская область                                            | 1 500,7                                          | 99,1                                                 | 1,074                                                                         |
| Брянская область                                                | 1 142,4                                          | 99,1                                                 | 1,132                                                                         |
| Владимирская область                                            | 1 309,9                                          | 98,8                                                 | 1,139                                                                         |
| Калужская область                                               | 1 068,4                                          | 99,8                                                 | 1,334                                                                         |
| Курская область                                                 | 1 060,9                                          | 99,4                                                 | 1,236                                                                         |
| Липецкая область                                                | 1 116,3                                          | 99,1                                                 | 1,173                                                                         |
| Рязанская область                                               | 1 082,2                                          | 99,4                                                 | 1,119                                                                         |
| Тверская область                                                | 1 199,7                                          | 99,1                                                 | 1,253                                                                         |
| Тульская область                                                | 1 471,1                                          | 99,3                                                 | 1,128                                                                         |
| Ярославская область                                             | 1 187,6                                          | 99,4                                                 | 1,275                                                                         |
| Регионы с численностью населения более 2 млн. чел. (3 группа)   |                                                  |                                                      |                                                                               |
| Воронежская область                                             | 2 273,4                                          | 99,5                                                 | 1,212                                                                         |
| Московская область                                              | 8 651,3                                          | 100,7                                                | 1,341                                                                         |
| г. Москва                                                       | 13 149,8                                         | 100,3                                                | 1,461                                                                         |

Демографическая ситуация в ЦФО неблагоприятная, как и в целом по стране. Наблюдается интенсивная депопуляция. Во всех регионах фактический показатель суммарного коэффициента рождаемости ниже предельно допустимого значения 2,15, что свидетельствует об отсутствии простого замещения поколений [1, с. 19]. Критическая демографическая ситуация является причиной сложившегося в настоящее время дефицита трудовых ресурсов [5, с. 219], который сдерживает расширение совокупного предложения и затрудняет устойчивое развитие экономики регионов. Задачи в краткосрочном периоде связаны с поиском резервов роста трудовых ресурсов. Традиционным источником является использование трудовых международных и внутренних мигрантов. Наибольший приток наблюдается в Москву и Московскую область, что позволяет данным регионам компенсировать естественную убыль населения. При этом внутренняя миграция молодежи еще более усугубляет демографическую ситуацию в окружающих Московскую агломерацию регионах, ограничивая не только их развитие, но и округа в целом [2, с. 380, с. 390].

Таблица 2

**Показатели валового регионального продукта регионов (далее – ВРП) ЦФО на 2023 г.  
(составлено авторами)**

| Субъект ЦФО                                                            | ВРП, млрд руб | ВРП на душу населения, тыс. руб. |
|------------------------------------------------------------------------|---------------|----------------------------------|
| <b>Регионы с численностью населения менее 1 млн. чел. (1 группа)</b>   |               |                                  |
| Ивановская область                                                     | 435           | 478,1                            |
| Костромская область                                                    | 316           | 555,3                            |
| Орловская область                                                      | 399           | 572,6                            |
| Смоленская область                                                     | 557           | 640,8                            |
| Тамбовская область                                                     | 523           | 543,7                            |
| <b>Регионы с численностью населения от 1 до 2 млн. чел. (2 группа)</b> |               |                                  |
| Белгородская область                                                   | 1 341         | 889,8                            |
| Брянская область                                                       | 627           | 546,4                            |
| Владимирская область                                                   | 893           | 678,0                            |
| Калужская область                                                      | 792           | 740,7                            |
| Курская область                                                        | 748           | 702,7                            |
| Липецкая область                                                       | 950           | 847,5                            |
| Рязанская область                                                      | 693           | 638,1                            |
| Тверская область                                                       | 751           | 622,9                            |
| Тульская область                                                       | 1 149         | 778,4                            |
| Ярославская область                                                    | 850           | 713,4                            |
| <b>Регионы с численностью населения более 2 млн. чел. (3 группа)</b>   |               |                                  |
| Воронежская область                                                    | 1 494         | 655,6                            |
| Московская область                                                     | 9 245         | 1072,2                           |
| г. Москва                                                              | 32 339        | 2463,6                           |

Валовой региональный продукт представляет собой обобщающий показатель экономической деятельности региона, характеризующий процесс производства товаров, работ, услуг для конечного потребления. Регионы 1 группы в индивидуальном разрезе демонстрируют низкий абсолютный объем созданного ВРП (от 399 до 557 млрд руб.), регионы 3 группы – самый высокий. Среди лидеров Москва и Московская область, размер ВРП которых в несколько раз превышает ВРП остальных регионов ЦФО. Высокие темпы экономического развития Москвы исследователи объясняют высоким уровнем концентрации ресурсов, включая высококвалифицированные кадры, высокие технологии, значительную часть финансов страны [3, с. 175]. Самая крупная по числу регионов 2 группа создает 16% валового продукта ЦФО, при этом в разрезе регионов абсолютное значение ВРП находится в диапазоне от 627 до 1341 млрд руб. Белгородская и Тульская области незначительно отстают от Воронежской области, входящей в 3 группу. Как показывают исследования в подавляющем большинстве регионов России корреляционная связь между численностью населения и ВРП слабая [7, с. 65]. В современных условиях рост экономики определяется в большей степени интенсивными факторами, чем экстенсивными. Объем ВРП выше в тех регионах, где поддерживается развитие отраслей с высокой добавленной стоимостью на основе использования человеческого капитала и привлечения инвестиций, где более высокая производительность труда за счет внедрения новой техники и технологий. В связи с этим более наглядным является показатель ВРП, рассчитанный на душу населения. В каждой группе существуют регионы с отклоняющимся показателем от среднегруппового значения. Так, в целом регионы 1 группы имеют более низкий уровень ВРП на душу населения по

сравнению с другими группами за исключением Смоленской области. Во второй группе таким исключением является Брянская область, экономика которой находится под влиянием негативных внешних факторов, в 3 группе – Воронежская область, уступая по данному показателю целому ряду регионов 2 группы. ВРП в совокупности с другими показателя также может служить индикатором уровня жизни населения региона.

Таблица 3

**Показатели уровня жизни населения регионов ЦФО (составлено авторами)**

| Субъект ЦФО                                          | Среднедушевые денежные доходы населения, тыс. руб. |               | Темп роста реальных денежных доходов населения, 2024 г. | Численность населения с денежными доходами ниже границы бедности, % 2024 г. | Коэф. фондов, раз 2024 г. | Структура денежных доходов населения, 2024 г. |                                           |                    |
|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|---------------|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------|
|                                                      | 2024 г.                                            | 3 кв. 2025 г. |                                                         |                                                                             |                           | Заработная плата                              | Доход от предпринимательской деятельности | Социальные выплаты |
| Регионы с численностью населения менее 1 млн. чел.   |                                                    |               |                                                         |                                                                             |                           |                                               |                                           |                    |
| Ивановская область                                   | 47,9                                               | 49,4          | 106,2                                                   | 8                                                                           | 11,2                      | 55,4                                          | 7,1                                       | 21,2               |
| Костромская область                                  | 51,1                                               | 51,7          | 106,7                                                   | 7,9                                                                         | 11,5                      | 58,7                                          | 10,9                                      | 23,6               |
| Орловская область                                    | 54,8                                               | 59,8          | 114,4                                                   | 6,9                                                                         | 13,5                      | 57,5                                          | 13,2                                      | 20,6               |
| Смоленская область                                   | 52,4                                               | 56,5          | 111,9                                                   | 8,1                                                                         | 13,8                      | 54,4                                          | 4,9                                       | 21,2               |
| Тамбовская область                                   | 46,4                                               | 49,8          | 108,2                                                   | 7,9                                                                         | 11,4                      | 51,3                                          | 7,9                                       | 21,5               |
| Регионы с численностью населения от 1 до 2 млн. чел. |                                                    |               |                                                         |                                                                             |                           |                                               |                                           |                    |
| Белгородская область                                 | 56,8                                               | 58,6          | 110,3                                                   | 4,4                                                                         | 12,7                      | 51,9                                          | 8,6                                       | 18,6               |
| Брянская область                                     | 48,5                                               | 51,4          | 108,5                                                   | 9,1                                                                         | 11,8                      | 44,8                                          | 8,2                                       | 22,2               |
| Владимирская область                                 | 46,3                                               | 51,0          | 109,1                                                   | 7,4                                                                         | 9,9                       | 63,7                                          | 5,8                                       | 22,3               |
| Калужская область                                    | 52,7                                               | 53,2          | 108,7                                                   | 5,8                                                                         | 10,1                      | 65,3                                          | 5,7                                       | 18,7               |
| Курская область                                      | 50,6                                               | 54,4          | 106,0                                                   | 6,3                                                                         | 11,6                      | 54,9                                          | 9,8                                       | 20,2               |
| Липецкая область                                     | 53,8                                               | 57,7          | 108,6                                                   | 5,9                                                                         | 13,2                      | 53,7                                          | 11,3                                      | 19,0               |
| Рязанская область                                    | 47,5                                               | 50,8          | 109,6                                                   | 9,3                                                                         | 12,3                      | 60,9                                          | 4,4                                       | 21,9               |
| Тверская область                                     | 49,1                                               | 52,3          | 109,6                                                   | 6,9                                                                         | 10,3                      | 57,8                                          | 4,6                                       | 21,3               |
| Тульская область                                     | 51,9                                               | 57,8          | 112,4                                                   | 6,4                                                                         | 11,4                      | 64,8                                          | 5,2                                       | 22,0               |
| Ярославская область                                  | 54,0                                               | 57,1          | 106,5                                                   | 6,5                                                                         | 12,4                      | 61,9                                          | 6,5                                       | 20,5               |
| Регионы с численностью населения более 2 млн. чел.   |                                                    |               |                                                         |                                                                             |                           |                                               |                                           |                    |
| Воронежская область                                  | 53,4                                               | 58,3          | 108,6                                                   | 5,4                                                                         | 14,0                      | 49,0                                          | 6,6                                       | 17,9               |
| Московская область                                   | 77,4                                               | 87,9          | 111,6                                                   | 4,9                                                                         | 12,7                      | 54,8                                          | 6,1                                       | 11,5               |
| г. Москва                                            | 143,2                                              | 152,7         | 112,9                                                   | 4,0                                                                         | 19,2                      | 66,4                                          | 4,3                                       | 8,8                |

Социальные последствия проводимой в регионе экономической политики находят отражение в показателях уровня жизни населения. Реальные денежные доходы населения регионов ЦФО в 2024 г. выросли темпами 8,5–9,5%. Более высокие темпы роста зафиксированы в Орловской, Смоленской, Тульской и Московской областях, а также в Москве. В структуре доходов населения преобладает заработная плата. Доходы от предпринимательской деятельности составляют в среднем не более 6,4%. Наиболее благоприятные условия для развития малого бизнеса созданы в Орловской, Липецкой и

Костромской областях. Среднедушевые денежные доходы в 2025 г. продолжают расти. Средний темп роста составляет 7%. При этом в Костромской и Калужской областях доходы увеличились не более чем на 1 %, при росте цен и тарифов на 10% [8, с. 28]. По денежному доходу на душу населения регионы 1 и 2 групп не имеют значительной дифференциации, разрыв составляет в пределах 10 тыс. руб. Самые низкие доходы в Ивановской и Тамбовской областях. При этом во всех регионах наблюдается высокая степень социального расслоения на богатых и бедных, что характеризует коэффициент фондов, значение которого по всем регионам выше порогового значения (8 раз) [1, с. 19]. Это подтверждает несформированность среднего класса в российском обществе. Наибольшая доля населения с денежными доходами ниже границы бедности проживает в регионах 1 группы. Данная категория нуждается в государственной поддержке. Как следствие - высока доля социальных выплат в структуре доходов населения указанных регионов. В Брянской, Владимирской и Рязанской областях из 2 группы регионов уровень бедности превышает общероссийский показатель (7,2%). Превышение порогового значения (7%) создает угрозу и повышает социальную напряженность в регионе [1, с. 19]. Население г. Москвы и Московской области имеет высокий уровень материального достатка, а, следовательно, данные регионы остаются привлекательными как для временной трудовой миграции, так и постоянного проживания.

Характеризуя уровень жизни регионов следует дополнить анализ показателем обеспеченности населения жильем. Жилищное строительство развивается медленными темпами в регионах 1 группы, несмотря на то, что в Костромской и Тамбовской областях самый высокий удельный вес семей, нуждающихся в улучшении жилищных условий. Самые высокие темпы ввода в действие жилых домов и обеспеченности нуждающихся семей в регионах 3 группы [6, с. 253, с. 708].

Таким образом, проведенный анализ подтверждает, что субъекты, входящие в состав ЦФО значительно дифференцированы по уровню социально-экономического развития. Классификация регионов по численности населения позволяет выявить общие тенденции, характерные для регионов каждой группы. Самая малая по количеству субъектов 3 группа отличается высоким уровнем экономического развития и благосостояния населения. Самая большая 2 группа выделяется относительно устойчивыми темпами роста экономики и социальной сферы. Уступают по основным социально-экономическим показателям регионы 1 группы. При этом в каждой группе существуют регионы с отклоняющимися показателями. В ходе дальнейшего исследования требуется проведение факторного анализа, позволяющего выявить причины отрицательных тенденций и осуществить поиск резервов для их устранения.

Исследованию факторов (детерминант), оказывающих определяющее влияние на существующую конфигурацию социально-экономического развития регионов ЦФО посвящена в частности работа Лисовой Е.В. [4, с. 456].

Таким образом, в целях улучшения положения отстающих регионов возникает необходимость в повышении эффективности управленческой деятельности органов государственной власти субъектов во взаимодействии с федеральными органами государственной власти по разработке и реализации государственной стратегии развития

регионов на основе межрегионального обмена опытом наиболее успешных субъектов ЦФО в ключевых сферах.

### Литература

1. Глазьев С.Ю. Создание системы обеспечения экономической безопасности и управления развитием России // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2015. № 4. С. 12-26.
2. Дружинин П.В. Миграция населения в Московскую агломерацию как ограничение развития регионов ЦФО // Экономика региона. 2025. Т. 21(2). С. 380-393. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2025-2-9>
3. Зотиков Н.З. Последствия централизации ресурсов в Центральном федеральном округе для других регионов Российской Федерации // Вестник университета. 2025. № 2. С. 173-187.
4. Лисова Е.В. Детерминанты социально-экономического развития регионов Центрального федерального округа России // Московский экономический журнал. 2025. № 5. С. 454-471.
5. Попова Т.В. Дефицит рабочей силы как угроза экономической безопасности России // Исторический опыт мировых цивилизаций и Россия: материалы XII Международной научно-практической конференции (г. Владимир, 7–8 декабря 2023 года). Владимир, 2024. С. 217-223.
6. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2025: Р32 Статистический сборник / Росстат. М., 2025. 1035 с.
7. Ростовцев А.И. Взаимозависимость численности населения и ВРП в динамике развития регионов России // Народонаселение. 2024. Т. 27. № 3. С. 62-72. <https://doi.org/10.24412/1561-7785-2024-3- 62-72>
8. Социально-экономическое положение Центрального федерального округа в январе-сентябре 2025 года. Статистический сборник / Росстат. М., 2025. 63 с.

© Булгаков И.И., Попова Т.В., 2026



**Иванова А.С.**

Нижневартовский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

## **ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОМ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «АНФАС»)**

В условиях трансформации экономики, характеризующейся высокой волатильностью рыночной конъюнктуры, и изменения потребительского поведения вопросы эффективного управления сбытом готовой продукции приобретают особую значимость для устойчивого развития региональных товаропроизводителей. В современной экономической науке сбыт рассматривается не просто как завершающая стадия хозяйственной деятельности, а как ключевой интегрирующий элемент, связывающий производителя с конечным потребителем и обеспечивающий обратную связь для адаптации производственных программ. Как справедливо отмечают классики теории маркетинга, именно сбытовая политика определяет конечную эффективность всех предшествующих усилий по производству товара, поскольку в ней материализуется оценка потребителем потребительной стоимости продукта. Эффективная система сбыта позволяет не только увеличивать выручку, но и укреплять конкурентные позиции предприятия на региональном рынке, способствуя социально-экономическому развитию территории [5, с. 50].

Целью исследования является анализ системы сбыта готовой продукции ООО «Анфас» (пивоваренный завод «До встречи») и выявление проблем, сдерживающих её эффективность, а также разработка научно обоснованных рекомендаций по совершенствованию сбытовой деятельности в контексте современных рыночных реалий.

Методами исследования выступили анализ финансово-экономических показателей, ABC-анализ ассортимента, оценка конкурентоспособности на основе сравнительного бенчмаркинга, анализ каналов сбыта, включенное наблюдение и сбор первичной информации, что в совокупности позволило обеспечить комплексный и системный подход к изучению объекта исследования.

ООО «Анфас» – ведущий производитель напитков в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре. Предприятие основано в 1988 году, выпускает пиво, квас, газированные напитки и питьевую воду. Номенклатура насчитывает 31 наименование, что позволяет удовлетворять широкий спектр потребительских предпочтений и обеспечивает определенную устойчивость в условиях рыночных колебаний [3].

Анализ динамики основных экономических показателей за 2024–2025 гг. (таблица 1) свидетельствует о неоднозначных тенденциях: при росте выручки на 3,35% наблюдается опережающий рост себестоимости (5,37%), что привело к сокращению чистой прибыли на 25,29% и снижению рентабельности продаж до уровня 3%. Данная динамика отражает общие макроэкономические тренды роста затратности производства, характерные для современного этапа развития российской экономики, и сигнализирует о необходимости оптимизации бизнес-процессов, в первую очередь – в сфере товародвижения.

Таблица 1

**Динамика основных экономических показателей ООО «Анфас» [4]**

| Показатель                   | 2024 г. | 2025 г. | Абсолютное отклонение | Темп прироста, % |
|------------------------------|---------|---------|-----------------------|------------------|
| Выручка, тыс. руб.           | 282 789 | 292 266 | 9 477                 | 3,35             |
| Себестоимость, тыс. руб.     | 267 822 | 282 191 | 14 369                | 5,37             |
| Прибыль от продаж, тыс. руб. | 14 967  | 10 075  | -4 892                | -32,69           |
| Чистая прибыль, тыс. руб.    | 11 787  | 8 806   | -2 981                | -25,29           |
| Рентабельность продаж, %     | 4       | 3       | -1,16                 | -27,71           |

Ухудшение финансовых результатов требует углублённого анализа сбытовой деятельности, поскольку именно реализация продукции завершает операционный цикл и формирует конечный финансовый результат, являясь наиболее уязвимым звеном в цепочке создания стоимости в периоды экономической нестабильности.

Анализ ассортимента и ABC-анализ. Для оценки вклада отдельных товарных групп в выручку проведён ABC-анализ – метод классификации ресурсов по степени их важности, основанный на принципе Парето [2, с. 122], который позволяет оптимизировать ассортиментную политику с минимальными временными затратами. Результаты представлены в таблице 2.

Таблица 2

**ABC-анализ товарного ассортимента ООО «Анфас» за 2025 г.  
[составлено автором на основе внутренней документации ООО «Анфас»]**

| Продукция                           | Выручка, руб. | Доля, % | Нарастающий итог, % | Группа |
|-------------------------------------|---------------|---------|---------------------|--------|
| Пиво                                | 113 855 311   | 46,66   | 46,66               | А      |
| Вода (газ./негаз.)                  | 78 945 489    | 32,35   | 79,02               | В      |
| Напитки безалкогольные газированные | 33 646 225    | 13,79   | 92,80               | С      |
| Квас                                | 17 557 072    | 7,20    | 100,00              | С      |
| Итого                               | 244 004 097   | 100,00  | -                   | -      |

Группа А (пиво) обеспечивает почти половину выручки и требует особого внимания при управлении запасами и продвижении. Группа В (вода) также значима и формирует треть доходов, а группы С (газированные напитки и квас) вносят меньший вклад, но важны для поддержания широты ассортимента и удовлетворения сопутствующего спроса. Дифференцированный подход к управлению этими группами позволит оптимизировать складские запасы и снизить издержки хранения, высвобождая оборотные средства.

Оценка конкурентоспособности. Конкурентоспособность предприятия – способность прибыльно производить и реализовывать продукцию по цене не выше и качеству не хуже, чем у конкурентов [7], что в условиях ограниченности регионального рынка становится фактором выживаемости бизнеса. На региональном рынке питьевой воды основными конкурентами ООО «Анфас» выступают местные производители. Результаты сравнительной оценки представлены в таблице 3.

Таблица 3

**Оценка конкурентоспособности производителей воды в г. Нижневартовске  
(по 10-балльной шкале) [составлено автором на основе наблюдения]**

| Критерий                    | ООО «Анфас» | ООО «СПЗ» | ООО «Северная вода» | ООО «Северная вода» |
|-----------------------------|-------------|-----------|---------------------|---------------------|
| Доступные цены              | 10          | 10        | 9                   | 9                   |
| Полнота информации о товаре | 9           | 10        | 8                   | 7                   |
| Широкий ассортимент         | 10          | 10        | 6                   | 6                   |
| Качество товара             | 10          | 8         | 8                   | 8                   |
| Итого                       | 39          | 38        | 31                  | 30                  |

ООО «Анфас» лидирует по доступности цен, широте ассортимента и качеству, но уступает конкурентам в полноте информации о товаре. Данный фактор в современной маркетинговой парадигме рассматривается как критический, поскольку информационная асимметрия может снижать потребительскую лояльность даже при высоком качестве продукта. Улучшение информирования потребителей, в том числе за счет современных маркетинговых коммуникаций и цифровых инструментов, может повысить привлекательность продукции и укрепить лояльность целевой аудитории.

Анализ каналов сбыта. Каналы сбыта классифицируются по числу посредников [6, с. 490], и их выбор определяет скорость товародвижения и уровень контроля над процессом реализации. ООО «Анфас» использует два типа каналов:

- нулевой (прямой) – реализация напрямую потребителям (ООО «РН-ГРП», ПАО «СибурТюменьГаз», ФГБОУ «НВГУ» и др.);
- одноуровневый – через розничные магазины («До встречи», «Лента», «Перекресток», «Берег», «Шихан»).

Комбинирование каналов позволяет охватывать разные сегменты рынка: прямые продажи обеспечивают крупные корпоративные заказы и стабильность, розница – доступность для массового потребителя и поддержание узнаваемости бренда.

Анализ потенциальных потребителей. Методом наблюдения в трёх торговых точках (магазин «До встречи», «Берег», «Лента») выявлена возрастная структура покупателей (таблица 4). Данные наблюдения позволяют сегментировать рынок и адаптировать мерчандайзинг и коммуникационную политику под специфику конкретной торговой сети.

Таблица 4

**Возрастная структура потребителей продукции ООО «Анфас»  
[составлено автором на основе наблюдения]**

| Возрастная группа | «До встречи», % | «Берег», % | «Лента», % |
|-------------------|-----------------|------------|------------|
| Взрослые люди     | 50              | 45         | 35         |
| Молодежь          | 10              | 35         | 30         |
| Пожилые люди      | 40              | 20         | 35         |

Магазин «До встречи» привлекает преимущественно покупателей среднего и пожилого возраста, тогда как «Берег» популярен среди молодёжи. В «Ленте» представленность

возрастных групп относительно равномерна. На основе наблюдений и анализа корпоративных клиентов составлен обобщенный портрет потребителя:

- демография: мужчины и женщины экономически активного возраста (18-60 лет);
- уровень дохода: средний и выше среднего, что позволяет делать регулярные покупки;
- поведенческие характеристики: для корпоративных клиентов приоритетны своевременность поставок и стабильное качество воды; для розничных – органолептические свойства (вкус), ценовая доступность и широта выбора в точке продаж.

Выводы и рекомендации. Проведённый комплексный анализ показал, что система сбыта ООО «Анфас», несмотря на лидерские позиции по ряду параметров, имеет ряд системных недостатков, сдерживающих её эффективность и препятствующих росту финансовых показателей. К числу таких проблем, имеющих как операционный, так и стратегический характер, относятся:

- отсутствие формализованной системы ключевых показателей эффективности (KPI), что затрудняет объективную оценку работы сбытовых подразделений и мотивацию персонала, не позволяя реализовать концепцию управления по целям;
- недостаточное использование аналитических методов прогнозирования спроса (преобладание оперативных заявок над статистическим анализом временных рядов), что в условиях сезонности спроса на напитки ведет к упущенной выгоде;
- пассивное управление складскими запасами, приводящее к затовариванию и рискам списания продукции с истекшим сроком годности, что увеличивает логистические издержки;
- фрагментарность сбора обратной связи от потребителей, что снижает возможность быстрой адаптации продукта под меняющиеся запросы рынка и противоречит клиентоориентированному подходу;
- слабая диверсификация каналов сбыта, выражающаяся в недостаточном развитии прямых продаж и практически полном отсутствии электронной коммерции, что ограничивает рыночный охват.

Для повышения эффективности сбытовой деятельности и нивелирования выявленных проблем рекомендуется реализовать следующий комплекс мер, базирующийся на принципах стратегического маркетинга и логистики:

1. Внедрить систему KPI для отдела продаж (выполнение плана по объему и маржинальности, оборачиваемость дебиторской задолженности, коэффициент удержания клиентов и доля новых клиентов).
2. Использовать статистические методы прогнозирования спроса с учётом сезонности и праздничных факторов, что позволит оптимизировать производственный план.
3. Применять результаты ABC-анализа для дифференцированного управления запасами, уделяя приоритетное внимание обеспечению бесперебойного наличия групп А и В и оптимизируя страховые запасы по группе С для минимизации затрат на хранение.

4. Создать единую базу обратной связи с потребителями (CRM-систему) для выявления системных проблем и оперативного реагирования на рекламации, что повысит качество обслуживания.

5. Активно развивать прямые продажи и присутствие в онлайн-каналах, включая маркетплейсы и собственный интернет-магазин с функцией доставки, параллельно укрепляя партнёрство с ключевыми розничными сетями через совместные программы продвижения.

Реализация этих мер позволит не только улучшить финансовые показатели предприятия и повысить рентабельность продаж за счет снижения издержек и роста оборачиваемости, но и укрепить его вклад в социально-экономическое развитие региона за счёт увеличения налоговых поступлений, создания новых рабочих мест и повышения качества обслуживания населения. Усиление региональной направленности сбыта – расширение присутствия в муниципальных образованиях округа, участие в ярмарках местных производителей, взаимодействие с администрацией города в рамках программ поддержки малого и среднего предпринимательства [1, с. 2192] – также будет способствовать росту узнаваемости бренда и лояльности потребителей. Предложенные рекомендации могут быть масштабированы и на другие предприятия пищевой промышленности региона, что определяет практическую значимость проведенного исследования.

### Литература

1. Волкова И.А., Галынчик Т.А., Данилова С.В. Векторы поддержки малого и среднего инновационного предпринимательства региона // Вопросы инновационной экономики. 2023. Т. 13. № 4. С. 2187-2200.
2. Капралов А.С. ABC-анализ как инструмент оптимизации внутренних бизнес-процессов современной организации в России // Экономика, право, общество сегодня: сборник статей X Международной научно-практической конференции. Петрозаводск, 2024. С. 122-126.
3. О компании / До встречи. <https://clck.ru/3TF4X5>
4. Ресурс БФО. <https://clck.ru/3TF4Z6>
5. Татаркин А.И., Андреева Е.Л., Ратнер А.В. Региональные аспекты адаптации промышленных предприятий к новым экономическим условиям // Экономика региона. 2025. Т. 21. № 1. С. 42-56.
6. Тюленева Т.И., Курашова Е.А. Анализ ассортимента товаров предприятий малого бизнеса // Московский экономический журнал. 2023. Т. 8. № 3. С. 488-496.
7. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции». <https://clck.ru/3TF4Ua>

© Иванова А.С., 2026



**Илькаева В.Н.**Нижневартовский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА  
В МАГАЗИНЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

В условиях динамично меняющегося рынка и нарастающей конкуренции формирование оптимального ассортимента становится критически важным для увеличения прибыли и повышения уровня удовлетворенности клиентов.

Объектом исследования является ООО «Альфа-М» (магазин «Красное&Белое»).

Предметом исследования выступают методологические подходы анализа формирования ассортимента товаров.

Ассортимент товаров представляет собой одну из ключевых категорий в экономической теории и практике управления предприятием, поскольку он непосредственно связан с удовлетворением потребностей рынка и обеспечением конкурентоспособности хозяйствующего субъекта [1, с. 168]

Сущность товарного ассортимента раскрывается через его определение как набора товаров, сформированного на основе тех или иных общих характеристик. Ассортимент товаров – это совокупность продукции, объединенная по одному или нескольким признакам, что подчеркивает его системный характер. Товарный ассортимент представляет собой список товаров, которые производит и (или) реализует предприятие [4, с. 31].

Ассортимент – это группа товаров, связанных между собой либо схожестью их функционирования, либо ориентацией на одни и те же группы потребителей, либо реализацией через одинаковые каналы сбыта или в рамках единого ценового диапазона. Этот подход к объяснению понятия термина подчеркивает маркетинговую направленность ассортимента, где ключевым фактором выступает потребительская ценность.

Ассортимент должен быть гибким, чтобы своевременно реагировать на запросы потребителей, и в то же время устойчивым, чтобы обеспечивать стабильность продаж и доходов предприятия [5, с. 249].

Среди множества методик, используемых для анализа ассортимента, особое место занимает ABC-анализ, который классифицирует товары на основе их вклада в общую прибыль компании [2, с. 1504]. Этот метод выделяет три категории: группа А включает товары, обеспечивающие основную долю дохода, группа В охватывает позиции со средним вкладом, а группа С состоит из наименее прибыльных товаров [3, с. 279].

Для оценки формирования ассортимента товаров проведем ABC-анализ ассортимента магазина «Красное&Белое» ООО «Альфа-М». Для этого воспользуемся таблицей 1.

Таблица 1

**ABC-анализ ассортимента магазина «Красное&Белое» [составлено автором]**

| Наименование товарной группы | Выручка, тыс. руб. | Доля в общей выручке, %. | Совокупный процент, %. | Группа |
|------------------------------|--------------------|--------------------------|------------------------|--------|
| Водка                        | 98 911 071, 24     | 15,5                     | 15,5                   | А      |
| Коньяк и бренди              | 62 660 612, 78     | 9,8                      | 25,3                   | А      |

|                        |                |     |      |   |
|------------------------|----------------|-----|------|---|
| Пиво                   | 61 381 824, 64 | 9,6 | 34,9 | A |
| Соки и нектары         | 56 905 966, 71 | 8,9 | 43,8 | A |
| Вино                   | 52 486 108, 66 | 8,2 | 52   | A |
| Энергетические напитки | 41 560 611     | 6,5 | 58,5 | A |
| Сигареты               | 41 560 611     | 6,5 | 65   | A |
| Вода                   | 38 363 640, 48 | 6   | 71   | A |
| Шоколад                | 35 806 064, 45 | 5,6 | 76,6 | A |
| Консервы               | 22 378 790, 28 | 3,5 | 80,1 | B |
| Бакалея                | 22 378 790, 28 | 3,5 | 83,6 | B |
| Сыры, колбасы, мясо    | 22 378 790, 28 | 3,5 | 87,1 | B |
| Товары для животных    | 22 378 790, 28 | 3,5 | 90,6 | B |
| Товары для детей       | 22 378 790, 28 | 3,5 | 94,1 | B |
| Товары для дома        | 22 378 790, 28 | 3,5 | 97,6 | C |
| Печенье                | 15 345 456, 20 | 2,4 | 100  | C |

Анализируя данные ABC-анализа ассортимента ООО «Альфа-М» «Красное&Белое», представленные в таблице 1, можно сделать следующие выводы:

1. Значительную долю выручки обеспечивают высоколиквидные товары группы A (водка, коньяк и бренди, пиво, соки и нектары, вино, энергетические напитки, сигареты, вода, шоколад), составляющие порядка 76,6% совокупной выручки. Эти товары являются приоритетными для организации и требуют особого внимания в части контроля запасов, ценообразования и продвижения.

2. Товары средней ликвидности группы B (консервы, бакалея, сыро-колбасно-мясная группа, товары для животных, товары для детей) приносят относительно небольшую долю выручки (примерно 17,5%), но важны для формирования полного ассортимента и привлечения различных сегментов покупателей.

3. Менее значимые товары группы C (товары для дома, печенье) обладают низкой ликвидностью и минимальной долей в выручке (менее 6%). Их роль заключается преимущественно в расширении ассортимента и удовлетворении специфических запросов отдельных покупателей.

На рисунке 1 представлена гистограмма с расчетом доли каждой товарной группы, совокупного процента.

На основании результатов ABC-анализа ассортимента ООО «Альфа-М» также можно сделать вывод о том, что формирование ассортимента товаров организовано рационально и эффективно.

Анализ структуры ассортимента продукции ООО «Альфа-М» «Красное&Белое» играет важную роль в оценке конкурентоспособности компании и ее способности удовлетворять запросы потребителей. Следует рассмотреть групповые характеристики ассортимента, включающие широту, полноту, степень новизны и устойчивость товаров.

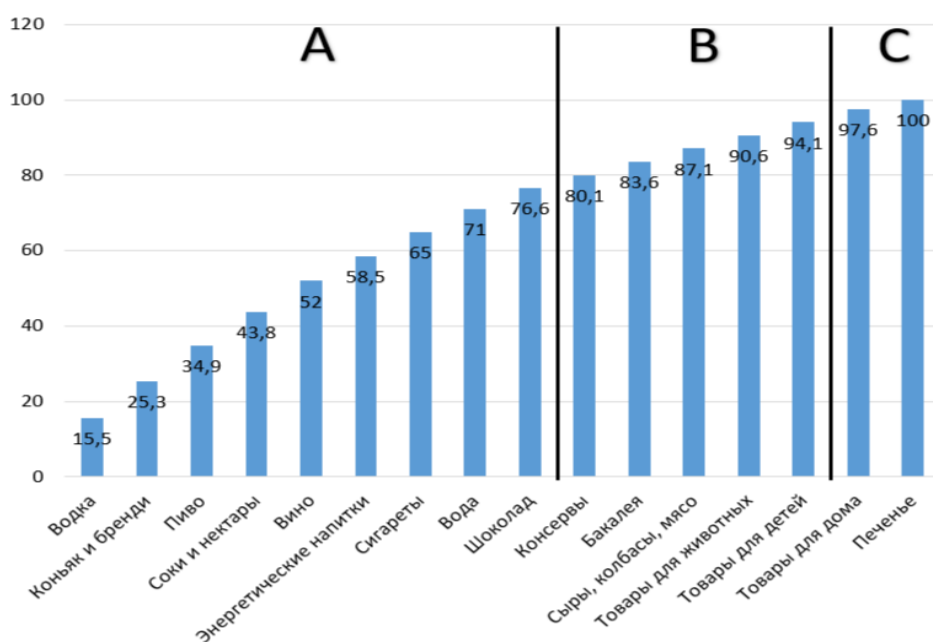


Рис. Расчет совокупного процента для ABC-анализа [составлено автором]

Коэффициент широты ассортимента (Кш) характеризует количество товарных категорий, подкатегорий или отдельных наименований товаров в товарной группе. Его формула выглядит следующим образом:

$$Кш = \frac{Qф}{Qс} \quad (1)$$

где Кш – коэффициент широты ассортимента;

Qф – фактическое количество товарных групп, имеющих в наличии в магазине;

Qс – базовое количество товарных групп, реализуемых сетью в целом.

Для вычисления коэффициента широты ассортимента воспользуемся формулой расчета коэффициента широты ассортимента (1) и таблицей 2.

Таблица 2

Широта ассортимента магазина «Красное&Белое» [составлено автором]

| Наименование товарной группы | Наличие товарной группы в сети | Наличие товарной группы в магазине |
|------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|
| Водка                        | +                              | +                                  |
| Коньяк и бренди              | +                              | +                                  |
| Пиво                         | +                              | +                                  |
| Соки и нектары               | +                              | +                                  |
| Вино                         | +                              | +                                  |
| Энергетические напитки       | +                              | +                                  |
| Сигареты                     | +                              | +                                  |
| Вода                         | +                              | +                                  |
| Шоколад                      | +                              | +                                  |
| Консервы                     | +                              | +                                  |
| Бакалея                      | +                              | +                                  |
| Сыры, колбасы, мясо          | +                              | +                                  |
| Товары для животных          | +                              | +                                  |
| Товары для детей             | +                              | +                                  |
| Товары для дома              | +                              | +                                  |
| Печенье                      | +                              | +                                  |

Рассчитаем коэффициент широты ассортимента ( $K_{ш}$ ).

$$K_{ш} = \frac{16}{16} = 1$$

Таким образом, коэффициент широты ассортимента составляет 100%, групповая широта считается достаточной, поскольку охватывает всю долю потенциальных потребностей покупателей. Это позволяет магазину предложить широкий выбор товаров внутри каждой товарной группы, удовлетворяя разнообразные предпочтения потребителей.

Коэффициент полноты ассортимента ( $K_{п}$ ) показывает способность набора товаров (изделий) однородной группы или категории удовлетворять одинаковые потребности покупателей на рынке, его можно определить по формуле:

$$K_{п} = \frac{Q_{ф}}{Q_{п}} \quad (2)$$

где  $K_{п}$  – коэффициент полноты ассортимента;

$Q_{ф}$  – фактическое количество разновидностей товаров в момент обследования, либо проверки в группе;

$Q_{п}$  – базовое количество разновидностей товаров, предусмотренное ассортиментным перечнем в данной группе.

По внутренним данным предприятия на 2025 год, в магазинах сети «Красное & Белое» представлено около 1900 наименований товаров.

Для вычисления коэффициента полноты ассортимента воспользуемся формулой расчета коэффициента полноты ассортимента (2) и таблицей 3.

Таблица 3

**Полнота ассортимента магазина «Красное&Белое» [составлено автором]**

| Фактическое количество разновидностей товаров | Количество разновидностей товаров, предусмотренное ассортиментным перечнем | Полнота ассортимента |
|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| 1870                                          | 1900                                                                       | 1870/1900=0,98       |

Таким образом, полнота ассортимента составляет 98%, что говорит о том, что ассортимент наполнен достаточно хорошо, но есть потенциал для расширения.

Степень новизны ассортимента является важным аспектом, так как она определяет, насколько продукция соответствует современным трендам и ожиданиям потребителей. Коэффициент новизны ассортимента ( $K_{н}$ ) можно определить по формуле:

$$K_{н} = \frac{Q_{н}}{Q_{о}} \quad (3)$$

где  $K_{н}$  – коэффициент новизны ассортимента;

$Q_{н}$  – количество новых товаров,

$Q_{о}$  – общее количество товаров.

Для вычисления коэффициента новизны ассортимента воспользуемся формулой расчета коэффициента новизны ассортимента (3) и таблицей 4.

Таблица 4

**Новизна ассортимента магазина «Красное&Белое» [составлено автором]**

| Количество новых товаров | Общее количество товаров | Коэффициент новизны ассортимента |
|--------------------------|--------------------------|----------------------------------|
| 360                      | 1870                     | $360/1870=0,19$                  |

Таким образом, коэффициент новизны ассортимента составляет всего 19%, что говорит о низкой доле новых товаров в ассортименте предприятия.

Анализ текущего ассортимента демонстрирует необходимость для компании акцентировать внимание не только на основных продуктах, но и на новинках, способствующих привлечению интереса покупателей. В частности, в праздничные периоды или особые события целесообразно внедрять специализированные акции и уникальные предложения.

Основным ориентиром в процессе формирования ассортимента выступает принцип наиболее полного соответствия ассортимента ожиданиям населения. В отличие от традиционных подходов, где акцент может делаться на максимизацию прибыли через высокую маржу, «Красное&Белое» выстраивает свою стратегию на основе низкой наценки и высокого товарооборота.

В магазинах сети используется формат самообслуживания, что требует продуманной выкладки товаров для удобства покупателей. Продукция размещается таким образом, чтобы обеспечить ее максимальную обозримость и доступность, при этом учитываются особенности потребительского поведения. Однако наблюдается ограниченное пространство на складах и чрезмерное наполнение торгового зала, которые создают препятствия для свободного перемещения покупателей, что, в свою очередь, повышает риск повреждения продукции и ускоряет амортизацию оборудования. Все эти обстоятельства негативно влияют на комфорт покупателей, увеличивают нагрузку на сотрудников и приводят к финансовым потерям из-за порчи товаров. Для решения этой проблемы магазин может внедрить более точные методы планирования закупок, основанные на прогнозировании спроса с учетом сезонных факторов и долгосрочных тенденций. Детальный анализ структуры ассортимента и вклада в общую прибыль торговой организации каждой категории позволит выявить позиции, которые обеспечивают наибольшую долю дохода, и те, что остаются невостребованными. Это даст возможность сосредоточить усилия на товарах с высокой оборачиваемостью, сократив присутствие продукции, которая занимает место на полках, но не приносит значительного вклада в выручку.

Отсутствие закупок у местных поставщиков, что создаёт повышенную зависимость предприятия от федеральных поставщиков, влечёт за собой рост рисков в сфере логистики и сужает предлагаемый ассортимент. Отказываясь от возможности сотрудничества с локальными поставщиками, ООО «Альфа-М» лишается доступа к уникальным товарам, которые востребованы среди потребителей, готовых платить более высокую цену за продукцию местного производства, отличающуюся качеством и свежестью. Для решения этой проблемы магазину следует рассмотреть возможность сотрудничества с местными производителями и поставщиками.



В коммерческой деятельности магазина «Красное&Белое» ООО «Альфа-М» наблюдается низкая доля новых товаров в ассортименте товаров, что, в свою очередь, не способствует увеличению постоянных покупателей, а также повышению конкурентоспособности торгового предприятия, это снижает общую выручку торговой компании. Для решения этой проблемы магазину следует регулярно увеличивать количество новых товарных групп и завозить новые товарные позиции.

Таким образом, совершенствование формирования ассортимента товаров в магазине «Красное&Белое» ООО «Альфа-М» требует комплексного подхода. Углубленный анализ спроса, рационализация запасов, адаптация к рыночным трендам, усиление работы с поставщиками, снижение издержек, внедрение в ассортимент новинок, детальный анализ структуры имеющегося ассортимента и учет внешних факторов – все эти меры в совокупности способны повысить эффективность ассортимента и улучшить финансовые показатели компании.

### Литература

1. Кожухова О.И. Совершенствование формирования ассортимента потребительских товаров розничного магазина // Проблемы конкурентоспособности потребительских товаров и продуктов питания: сборник научных статей, материалы Международной научно-практической конференции (г. Курск, 12 апреля 2019 года). Курск, 2019. С. 168-171.
2. Коровкина Е.А. Оптимальный выбор поставщиков материальных ресурсов на основе метода ABC-анализа // Экономика и социум. 2025. № 6-2(133). С. 1503-1506.
3. Мороз Н.Ю., Сидорчукова Е.В., Репина П.В., Такмазян Л.А. Оценка ассортимента продажи алкогольной продукции // Вестник Академии знаний. 2024. № 4(63). С. 278-282.
4. Шаронова Д.В. Формирование товарной политики предприятий // Научные записки академии. 2024. № 2. С. 28-32.
5. Xabibullaev A. Chakana savdo korxonalariga ta'sir etuvchi omillar tahlili // Iqtisodiy Taraqqiyot va Tahlil. 2024. № 6. P. 248-255.

© Илькаева В.Н., 2026

Князева А.М.

Национальный исследовательский университет «МЭИ»  
г. Москва, Россия

## TMS КАК ИНСТРУМЕНТ ПРЕОДОЛЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИЗОЛЯЦИИ РЕГИОНОВ: СНИЖЕНИЕ ИЗДЕРЖЕК И ПОВЫШЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

В наше время в России одним из ключевых факторов конкурентоспособности современной экономики является логистическая эффективность предприятий. Однако наблюдается сильное отставание большинства регионов от городов с развитой логистической инфраструктурой, что является проблемой, которую остро иллюстрируют высокие транспортные издержки, снижение рентабельности бизнеса, отток инвестиций [8, с. 3].

По официальным данным, транспортная составляющая в цене конечной продукции в отдалённых частях России может достигать 50%, когда как в центральном федеральном округе этот показатель сохраняется на уровне 10–15% в среднем, что отмечается в транспортной стратегии Российской Федерации до 2030 года [7]. Например, средняя доля транспортных издержек в конечной стоимости готового изделия на Дальнем Востоке на уровне не ниже 20%. Если же говорить о транспортных издержках в материальных затратах в целом, то показатели ещё более неутешительны для Дальнего Востока и Сибири. На рисунке это показано наглядно. Наиболее высокие доли издержек у Ямало-Ненецкого и Чукотского автономных округов, что связано со сложностью доставки грузов в эти точки страны и их труднодоступностью, которая, кроме всего прочего, гарантирует низкую загрузку обратных рейсов, делая направление менее привлекательным для перевозчика.

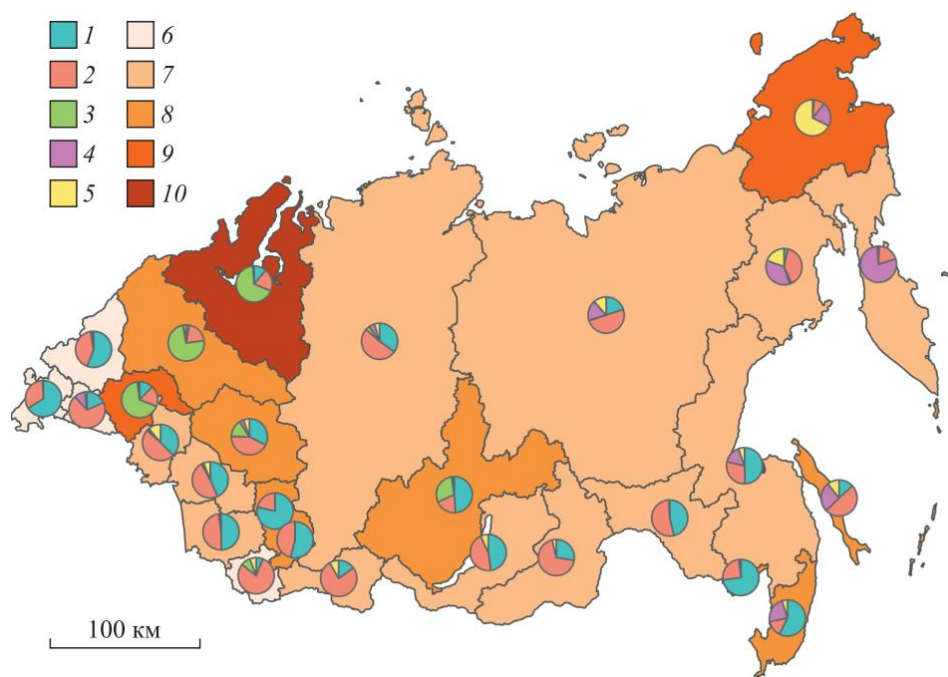


Рис. Доля транспортных издержек в структуре материальных затрат Сибири и Дальнего Востока и распределение издержек по видам транспорта, где 1 – железнодорожный, 2 – автомобильный, 3 – трубопроводный, 4 – водный, 5 – прочие. Доли затрат (%): 6 – 0-5, 7 – 5-10, 8 – 10-20, 9 – 20-30, 10 – 30-40 [1, с. 20].

Несмотря на устойчивый спрос на логистические услуги за последнее десятилетие постепенное снижение рентабельности бизнеса на фоне высокой себестоимости перевозки привело к банкротству большого количества юридических лиц, зарегистрированных в России в категории «деятельность грузового автомобильного транспорта и услуги по перевозкам». По данным Rusprofile, на 2025 год из 458,2 тыс. юридических лиц с подходящим под описанную деятельность ОКВЭД около 6,7 тыс. находятся в процессе ликвидации [8]. Это количество в 2026 году может увеличиться, так как инвестиционная привлекательность неуклонно снижается. Объясняется такой прогноз тем, что банки и крупные инвесторы не готовы финансировать в проекты региональной логистики, предвидя высокие риски. В таких случаях обычно запрашивают серьёзный залог, обеспечить который небольшие региональные предприятия не в силах.

Решить представленную проблему можно модернизировав технологическую инфраструктуру регионов. По данным Сбер.Про, только 25–30 объектов логистической инфраструктуры в регионах автоматизированы, оснащены WMS-системами складского управления и терминалами сбора данных RFID [3]. В большинстве случаев, компании «из глубинки» отдают предпочтение ручному или полуавтоматическому управлению, считая это более простым вариантом, не требующим больших вложений и высокой квалификации специалистов. Такой подход только усиливает отставание от общих логистических трендов.

Учитывая все факторы, затормаживающие развитие региональной логистики, подходящим вариантом могут стать TMS-системы, Transport Management System, – программный инструмент управления, автоматизирующий процессы планирования поставок, анализа перевозок, составления отчётов. Помимо прочего, введу современных трендов, немаловажно снижение углеродного следа за счёт контроля за перевозками наземным транспортом. Главным же преимуществом считается оптимизация работы логистических компаний и снижение операционных издержек.

Для региональных компаний TMS-система может подойти по следующему ряду признаков:

1. У большинства из них есть собственный автопарк, управление которым вручную отнимает много временных, человеческих и сопутствующих финансовых ресурсов;
2. Сеть логистических маршрутов разветвлена и из-за недостаточного количества перевозчиков в регионах работа ведётся на износ, в день количество доставок на одно транспортное средство может достигать 30-40 и требует составление наиболее оптимальных маршрутов, сделать это вручную с необходимой точностью практически невозможно;
3. Клиентам обычно важна точность выполнения сроков поставки, она является определяющим фактором при выборе компании – для сохранения конкуренции необходимо отслеживать время в пути, время простоев, сделать это безошибочно возможно лишь автоматизировав процессы слежения;
4. Региональным организациям требуется основа для снижения логистических издержек и повышения прозрачности процессов, TMS решает эти проблемы, стоя при этом

недорого в сравнении с издержками, которые могла бы понести компания, нанимая дополнительное количество сотрудников при том же уровне автоматизации.

Что касается видов Transport Management System, их существует несколько и подбирая нужную систему стоит опираться на индивидуальные характеристики организации. Всего можно выделить 3 типа систем:

1. Локальные (корпоративные, On-Premise) – подразумевают полную перестройку IT-инфраструктуры компании, изначально настраиваются вручную, учитывая специфику ведения бизнеса, загружается исходная информация о маршрутах, товарах, необходимые форма накладных. Такое решение обеспечивает полный контроль над системой и данными.

2. Облачные (SaaS) – основное преимущество программы в том, что она обеспечивает взаимосвязь с провайдерами и их неограниченный доступ к информации, может работать в веб-версии, требует меньших затрат при запуске. Однако это решение не подходит для крупных компаний, так как настроить «под себя» и автоматизировать многогранные логистические процессы с её помощью невозможно.

3. Гибридные – сочетают в себе преимущества как облачных, так и локальных систем, они могут не управлять полностью всеми процессами, но работать с загруженными данными в IT-инфраструктуре компании, а не в веб-версии. Также к такому типу решений относятся TMS, созданные специально под логистику конкретной отрасли, например, фармацевтических компаний или пищевой промышленности [6, с. 61].

При внедрении любого решения стоит учитывать особенности существующей системы и её окружение. Автоматизация логистических процессов сильно зависит от масштаба, который охватывает компания, и её собственного размера. Обычно в любом из субъектов РФ есть одна или две крупных компании-перевозчика и около пяти-семи компаний, которые подходят под категорию МСБ (малый и средний бизнес). Для первой категории наиболее подходят корпоративные TMS-системы, охватывающие весь цикл транспортной логистики: начиная от контроля количества принятых заказов до обработки отзывов конечных получателей, они обычно интегрируются с ERP и WMS системами (управления ресурсами и складами соответственно). Для второй группы компаний правильным решением будет внедрение автоматизации посредством облачного SaaS-решения, концепция которого идентична TMS, но не требует установки программ и датчиков, воспользоваться моделью можно через браузер [4, с. 123].

Если рассматривать результат, к которому приведёт автоматизация, то, в первую очередь, стоит обратить внимание на экономический эффект. По аналитическим данным консалтинговой фирмы ARC бизнес в России экономит около 7% на логистических затратах, что, согласно показателям среднего уровня прибыли наиболее успешных логистических компаний регионов, повысит общий уровень прибыли компании на 1–2% [9]. Также можно говорить о сокращении затрат на оплату труда благодаря «замене» значительного числа сотрудников системой: трудозатраты сократятся на 20-40% благодаря автоматизации таких рутинных задач, как сравнение коммерческих предложений, расчёт тарифов на перевозки,

формирование отчётов требуемой формы, сверка результатов с плановыми показателями, составление прогнозов на будущие периоды.

В качестве примера применения можно рассматривать российскую онлайн-компанию «ВсеИнструменты.ру», которая в 2023 году автоматизировала свои процессы, внедрив TMS. Согласно отчётности о результатах внедрения технологии, доля ручных операций в логистике сократилась до 10% (до внедрения показатель составлял 90%) [3]. Время администрирования заказов сократилось в 10 раз, благодаря автоматическому внесению информации в систему. Благодаря исключению «человеческого фактора», количество ошибок сократилось в среднем на 25–70%. Также фиксируется рост своевременности доставок, показатель при использовании системы составляет около 3–10%.

Стоит отметить и формирование экстерналии для всего региона, в который внедряется автоматизация. Для отдельной компании эффект, безусловно, велик, но для всего региона внедрение TMS-систем означает формирование качественно новой среды для развития региональной экономики. Отток инвестиций, с которым связывают низкие экономические показатели компаний отдалённых субъектов, объясняется недоверием большинства инвесторов из-за «непрозрачности» процессов и показателей организации. Предложенная система полностью решает эту проблему. Если добиться автоматизации большого числа компаний, то имеет место формирование цифрового логистического профиля региона, на который и ориентируются потенциальные спонсоры. Предоставленная в профиле информация точна и достоверна, она избавляет от необходимости ориентироваться и усреднённую статистику и значительно уменьшает инвестиционные риски. Таким образом, Transport Management System способна привлечь крупный капитал к региону, на который нацелено её внедрение.

Кроме того, развитие автоматизированных логистических систем способствует объединению десятков или даже сотен логистических компаний, что повышает не только цифровизацию регионов, но и общий уровень цифрового развития страны. За счёт этого сообщения систем увеличивается конкурентоспособность крупных компаний, а предприятия, которые не в силах сопротивляться, вытесняются с рынка. В конечном счёте, формируется сильный и разнообразный логистический рынок.

Говоря о российском рынке логистических компаний, не стоит забывать и о принципах устойчивого развития, к следованию которым стремится любая компания, желающая сохранить и укрепить свои позиции на рынке. В общую концепцию принципов закладывается охрана окружающей среды. Вклад транспорта в глобальные выбросы CO<sub>2</sub> очень большой: на них приходится около 7% всех мировых выбросов. К избыточным выбросам обычно ведёт неэффективное планирование маршрутов, порожние пробеги, на предотвращение которых и нацелена TMS-система.

Главный принцип устойчивого развития звучит так: «Нельзя предотвратить то, что невозможно измерить». TMS же могут с точностью определить количество выбросов, которое приходится на каждую перевозку. После несложного обучения, система даже сможет генерировать специальные экологические отчёты для регуляторов [2, с. 23].



Несмотря на очевидные преимущества внедрения TMS-систем в регионах, существуют некоторые барьеры, препятствующие работы системы в некоторых частях страны. Одним из основных является недостаток квалифицированных кадров, умеющих работать с такими технологиями. Вследствие этого, помимо недешёвой стоимости внедрения системы и покупки необходимого для неё программного обеспечения, требуются затраты и на переобучение персонала. Однако эта проблема со временем решается сама собой, по мере внедрения в высших учебных заведениях дополнительного цифрового обучения в рамках цифровых кафедр и инновационных образовательных программ. Так же решается и препятствие, которое можно именовать неким консервативным бизнес-мышлением, то есть недоверием предпринимателей в регионах к новым технологиям.

Положительной стороной регионального развития является вовлечённость в процесс властей, в последние годы стимулирующих цифровизацию с помощью законодательных инициатив. С 2025 года реализуется национальный проект «Экономика данных и цифровая трансформация государства», поддерживающий цифровые решения в стране и нацеленный на их максимизацию.

Проведённый анализ позволяет с уверенностью говорить о том, что логистическая изоляция регионов – довольно серьёзная проблема, но назвать её нерешаемой нельзя. Географическое положение, безусловно, изменить невозможно, но можно поменять подход к управлению, преодолев существующие проблемы высокой себестоимости перевозок, порожнего пробега и оттока инвестиций. TMS-технологии предоставляют конкретный набор инструментов, подходящий для любой логистической компании. С их помощью возможно полностью изменить подход к управлению, повысить прозрачность информации и продемонстрировать партнёрам, инвесторам и клиентам, что компания открыта, эффективна и скрывать ей нечего.

### Литература

1. Бабурин В.Л., Сеницын Н.А. Транспортно-энергетические издержки экономики регионов Сибири и Дальнего Востока // География и природные ресурсы. 2022. № 4. С. 18-26.
2. Бадараева Р.В., Олзоева В.А. Эволюция концепции устойчивого развития и её влияния на современные бизнес-модели: от теоретических основ к стратегической необходимости // Инновационный менеджмент и экономическая устойчивость в условиях цифровизации: Материалы Национальной научно-практической конференции ВСГУТУ, посвященная 100-летию первого ректора ВСГУТУ Д.Ш. Фролова (г. Улан-Удэ, 7-11 апреля 2025 года). Улан-Удэ, 2025. С. 21-25.
3. ВсеИнструменты.ру: сайт. <https://clck.ru/3TfTy4>
4. Загуменнов Ф. А. Особенности развития и продвижения SaaS-платформ // Проблемы и перспективы развития промышленности в России: Материалы VIII Международной научно-практической конференции «Экономика промышленности в условиях ограничений» (Москва, 24 ноября 2020 года). М., 2021. С. 121-127.
5. Сбер.Про: сайт. <https://clck.ru/3TfU2F>

6. Сивов А.А., Сумманен А.В., Решеткина И.А. Применение систем автоматизированного транспортного планирования (TMS-системы) для организации перевозочного процесса транспортной торговли // Системный анализ и логистика. 2024. № 2(40). С. 58-64.
7. Совет Безопасности Российской Федерации: официальный сайт. <https://clck.ru/3TfUAv>
8. Стариков А.А. Проблемы и перспективы развития транспортно-логистической инфраструктуры в Российской Федерации // Российский экономический интернет-журнал 2022. № 4(29). С. 1-8.
9. ARC: сайт. <https://clck.ru/3TfUDQ>
10. Rusprofile: сервис для проверки и анализа контрагентов: сайт. <https://clck.ru/3TfUJJ>

© Князева А.М., 2026

## ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ СБЫТА ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ

Эффективный сбыт готовой продукции играет ключевую роль в успешном функционировании производственных компаний. В условиях современной рыночной экономики, характеризующейся усилением конкуренции, анализ процессов сбыта становится важнейшим инструментом менеджмента. Это позволяет быстро адаптироваться к изменениям рынка и принимать взвешенные управленческие решения.

Объектом исследования является ООО «Доркомплект». Предметом исследования выступают методологические подходы анализа ассортимента готовой продукции.

Сбыт предполагает реализацию произведённых товаров и услуг, тогда как управление сбытом включает комплекс мероприятий, направленных на организацию и контроль процесса продаж для достижения поставленных целей [5, с. 61].

Сбыт готовой продукции – это завершающая стадия процесса производства, заключающаяся в передаче произведенных товаров конечному покупателю или посреднику для дальнейшей реализации. Главная цель сбыта – превратить готовую продукцию в денежные средства, компенсируя издержки производства и генерируя прибыль [4, с. 95]. Правильно выбранные каналы сбыта играют важнейшую роль в успешной реализации продукции предприятия. Они влияют на скорость поступления товаров к потребителям, уровень удовлетворенности покупателей и общую финансовую стабильность компании.

Канал сбыта – это путь, по которому движутся товары от производителя к потребителю. Канал сбыта представляет собой основное звено в системе сбыта продукции, характеризующееся особенностями функционирования и условиями деятельности компании в сфере товародвижения [2, с. 1140].

Существует четыре базовых типа канала распределения товара – нулевой, одноуровневый, двухуровневый и трехуровневый (рис. 1).

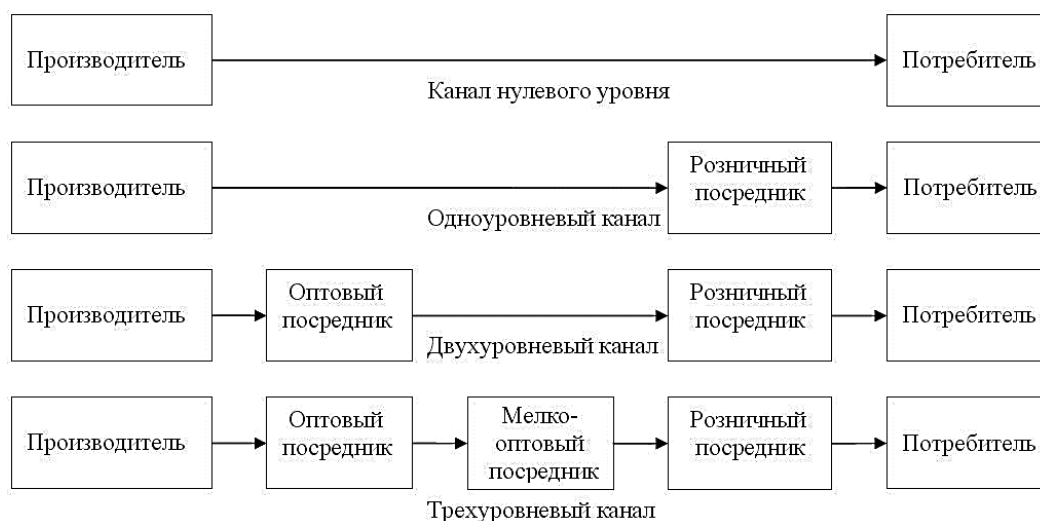


Рис. 1. Каналы распределения продуктов и услуг

Для эффективного управления сбытом важно применять методы анализа, среди которых распространён ABC-анализ, разделяющий товары на три группы (А, В, С) по доле в обороте. Группа А включает самые прибыльные товары, на которые приходится около 80% доходов. Это позволяет концентрировать ресурсы на высокодоходных продуктах и перераспределять усилия с менее рентабельных позиций [3, с. 97].

Дополнительно полезна матрица BCG, оценивающая товары по двум критериям: темп роста рынка и доля рынка. Выделяются четыре категории продукции:

- «Звезды» – лидеры растущих рынков, требуют инвестиций для удержания лидерства.
- «Дойные коровы» – стабильные и прибыльные товары, дающие средства для развития других направлений.
- «Трудные дети» – небольшие игроки быстрорастущего рынка, нуждающиеся в инвестициях для превращения в «звёзды».
- «Собаки» – низкоэффективные товары в зрелых рынках, часто подлежат ликвидации.

Эти инструменты помогают компании рационально распределять ресурсы и оптимизировать ассортимент.

Анализ структуры ассортимента представляет собой систематический подход к оценке товарного предложения магазина, позволяющий выявить потенциал для роста продаж и разработать рекомендации по улучшению ассортимента. Цель ABC-анализа ассортимента – классифицировать товары по степени их важности для компании на основе вклада в выручку (табл. 1).

Таблица 1

**Исходные данные для ABC-анализа**

| Товарная группа   | Объем продаж, млн руб. (2024 г.) | Доля в выручке (%) |
|-------------------|----------------------------------|--------------------|
| Дизельное топливо | 5,0                              | 26,32%             |
| Бензин            | 4,0                              | 21,05%             |
| Цемент            | 3,0                              | 15,79%             |
| Щебень            | 2,5                              | 13,16%             |
| Кирпич            | 2,0                              | 10,53%             |
| Арматура          | 1,5                              | 7,89%              |
| Песок             | 1,0                              | 5,26%              |
| Итого             | 19,0                             | 100%               |

В таблице 1 изложены исходные данные для проведения ABC-анализа, включающие объем продаж и долю в выручке по каждой товарной группе за 2024 год, что позволит определить приоритетные категории продукции. На основании представленных данных можно сделать вывод, что дизельное топливо, бензин, цемент и щебень формируют основную часть выручки (более 75%), что указывает на их ключевое значение в ассортиментной структуре компании.

Далее представлена гистограмма (рис. 2) с расчетом доли каждой товарной группы, накопительного итога. На основе этих данных можно сформировать категории ABC, а также стратегию управления запасами, закупками и логистикой, уделяя наибольшее внимание группам А и В.

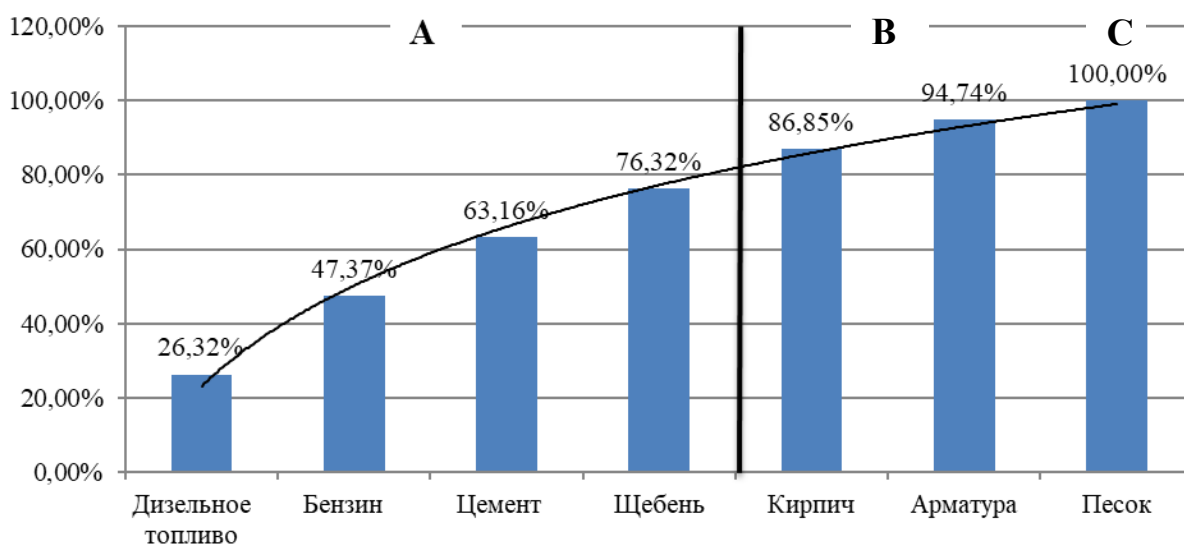


Рис. 2. Расчет накопительной доли для ABC-анализа» [составлено автором]

На основании проведенного ABC-анализа товарных групп можно сделать следующие выводы:

1. Группа А (ключевые товары, 80% эффекта) – включает дизельное топливо (26,32%), бензин (21,05%), цемент (15,79%) и щебень (13,16%). Эти товары обеспечивают 76,32% накопительной доли и являются наиболее значимыми для бизнеса. Требуют повышенного внимания в управлении запасами, закупках и логистике.

2. Группа В (второстепенные товары, 15% эффекта) – включает кирпич (10,53%) и арматуру (7,89%). Их совокупная доля составляет 18,42%, а накопительная – 94,74%. Эти товары важны, но не критичны. Управление ими может быть более гибким, с умеренным контролем.

3. Группа С (наименее значимые, 5% эффекта) – включает только песок (5,26%). Его доля минимальна, а накопительная достигает 100%. Данная группа требует наименьших ресурсов в управлении, возможны упрощенные схемы заказа и хранения.

В таблице 2 показаны итоги ABC-анализа, включающие распределение товарных групп по категориям А, В и С в зависимости от их вклада в выручку, а также рекомендации по управлению ассортиментом и запасами.

Таблица 2

#### Выводы по ABC-анализу

| Наименование    | Группа А                                                                                                                    | Группа В                                                                                                  | Группа С                                                          |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| Процент выручки | 76,32                                                                                                                       | 18,42                                                                                                     | 5,26                                                              |
| Товарная группа | Дизельное топливо, бензин, цемент, щебень                                                                                   | Кирпич, арматура                                                                                          | Песок                                                             |
| Рекомендации    | 1) увеличить запасы, контролировать цены;<br>2) активно продвигать (скидки, реклама);<br>3) мониторить спрос и поставщиков. | 1) оптимизировать закупки (например, договоры с локальными производителями); 2) проверить рентабельность. | 1) сократить ассортимент или заменить на более прибыльные товары. |



Проведенный анализ показал, что группа А обеспечивает более 76% выручки, что требует повышенного внимания к управлению запасами и маркетингу, тогда как группа С (5,26%) может быть сокращена или пересмотрена в пользу более прибыльных позиций. Оптимизация ассортимента на основе ABC-анализа позволит повысить эффективность товарного портфеля компании.

Цель BCG-матрицы – оценить перспективность товаров по двум критериям: относительная доля рынка (лидер или аутсайдер) и темп роста рынка (высокий или низкий) [1, с. 120].

В таблице 3 описаны исходные данные для построения BCG-матрицы, включающие показатели относительной доли рынка и темпа роста рынка по каждой товарной группе, что позволит классифицировать продукты в соответствии с их рыночной позицией и перспективами развития.

Таблица 3

#### Исходные данные для анализа BCG-матрицы

| Товарная группа   | Относительная доля рынка | Темп роста рынка |
|-------------------|--------------------------|------------------|
| Дизельное топливо | Высокая                  | Низкий           |
| Бензин            | Высокая                  | Средний          |
| Цемент            | Средняя                  | Высокий          |
| Щебень            | Средняя                  | Средний          |
| Кирпич            | Низкая                   | Низкий           |
| Арматура          | Низкая                   | Средний          |
| Песок             | Низкая                   | Низкий           |

На основании представленных данных можно сделать предварительный вывод о том, что дизельное топливо и бензин обладают наиболее устойчивыми рыночными позициями, в то время как цемент демонстрирует высокий потенциал роста, что требует дальнейшего детального анализа для определения оптимальных стратегий управления продуктами.

В таблице 4 отображены позиции товаров в BCG-матрице с обоснованием распределения по квадрантам.

Таблица 4

#### Результаты BCG-матрицы

| Товарная группа   | Позиция в BCG-матрице | Обоснование                                                             |
|-------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Дизельное топливо | Дойная корова         | Лидер рынка, но рост низкий (зрелый рынок). Дает стабильную прибыль.    |
| Бензин            | Звезда                | Лидер рынка с потенциалом роста (спрос на АИ-95/98). Нужны инвестиции.  |
| Цемент            | Вопросительные знаки  | Средняя доля, но высокий рост (строительный бум). Риск, но перспектива. |
| Щебень            | Вопросительные знаки  | Средняя доля + умеренный рост. Возможно развитие.                       |
| Кирпич            | Собака                | Низкая доля и рост. Неэффективен.                                       |
| Арматура          | Собака                | Низкая доля, несмотря на средний рост.                                  |
| Песок             | Собака                | Незначительный вклад.                                                   |

Анализ BCG-матрицы показал, что дизель и бензин («Дойные коровы», «Звезды»). Цемент и щебень нуждаются в инвестициях («Вопросительные знаки»), а кирпич, арматура и песок неэффективны и могут подлежать оптимизации или выводу («Собаки»).

На рисунке 3 видно распределение всех товарных групп ООО «Доркомплект» по указанным категориям.

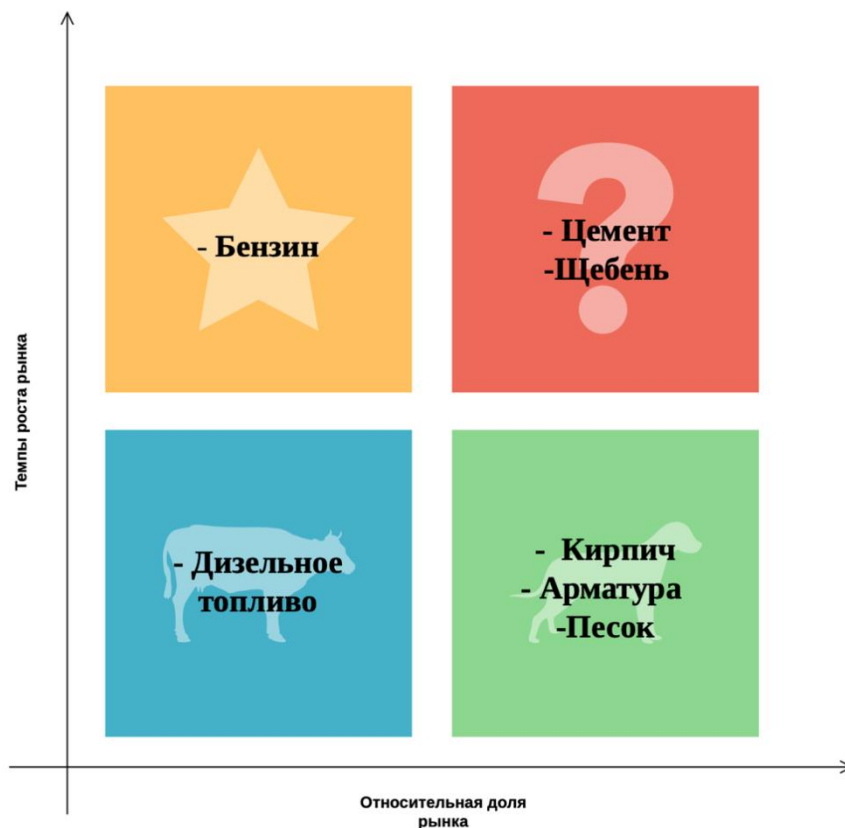


Рис. 3. Визуализация BCG-матрицы товарных групп ООО «Доркомплект», 2024 г.  
[составлено автором]

Выводы по BCG-матрице:

1. Инвестировать в «Звезды» (бензин): Увеличить маркетинг и дистрибуцию.
2. Монетизировать «Дойных коров» (дизельное топливо): Использовать прибыль для развития других направлений.
3. Анализировать «Вопросительные знаки» (цемент, щебень):
  - 3.1. Если рост подтвердится – перевести в «Звезды».
  - 3.2. Если нет – сократить.
4. Убрать «Собак» (кирпич, арматура, песок): Заменить на более перспективные товары.

Таким образом, анализ ассортимента готовой продукции ООО «Доркомплект» выявил ключевые товарные группы, формирующие основную выручку компании, такие как дизельное топливо (26,32%), бензин (21,05%) и цемент (15,79%). При этом менее значимые позиции, например песок (5,26%) и кирпич (10,53%), требуют пересмотра ассортиментной политики. Результаты ABC-анализа и BCG-матрицы позволили классифицировать товары по степени их важности и перспективности, что дает компании возможность оптимизировать управление

запасами, сосредоточиться на продвижении прибыльных направлений и разработать стратегию развития для менее востребованных позиций.

### Литература

1. Войткевич Н.И. Проектирование системы каналов распределения продукции // Российское предпринимательство. 2008. № 4-2. С. 118-122.
2. Костикова В.О. Обзор каналов распределения и систем сбыта продукции // Экономика и социум. 2016. № 6-1(25). С. 1138-1145.
3. Салманова В.В. Методический подход к формированию каналов распределения продукции и оценке их эффективности // Вестник ТГУ. 2009. № 12. С. 96-99.
4. Толстяков Р.Р., Ву Куи Вуй Факторы внешней среды, влияющие на методы построения маркетинговых каналов распределения // Актуальные вопросы экономических наук. 2013. № 32. С. 90-97.
5. Шкурко П.А., Филимонова Е.С. Управление каналами сбыта // Актуальные вопросы экономических наук. 2016. № 54. С. 59-62.

© Полякова А.Г., 2026

**Самсонов Р.К.**

Нижневартовский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

## **ДОКУМЕНТАЦИЯ КАК КОМПОНЕНТ ЦЕННОСТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЛЯ БИЗНЕСА: РИСКИ УСТАРЕВАНИЯ И ПУТИ УСТРАНЕНИЯ**

Современная практика разработки программного обеспечения – особенно в модели Software-as-a-Service (SaaS) для бизнес-сегмента – закрепила переход от относительно закрытого программного продукта к сервису, который развивается на протяжении всего периода эксплуатации [5, с. 203]. Для заказчика это означает, что ценность создаётся не в момент поставки, а в непрерывном улучшении функциональности, интерфейсов, интеграционных возможностей и эксплуатационных характеристик. В такой логике электронная пользовательская и техническая документация становится частью цифрового решения и влияет на его воспринимаемое качество наравне с функциональностью.

Для корпоративных клиентов требования к документации, как правило, существенно выше, чем в массовом сегменте. Полнота, точность и актуальность пользовательских руководств, технических спецификаций, архитектурных описаний, правил интеграции и спецификаций API напрямую определяют, сможет ли организация принять решение о внедрении, провести пилотирование, пройти внутренние процедуры информационной безопасности и аудита, а затем поддерживать решение в рамках своей ИТ-инфраструктуры. Иначе говоря, документация к продуктам для бизнеса – это не только средство обучения пользователей, но и инструмент управляемого внедрения и эксплуатации.

Однако на практике развитие продукта и сопровождение документации часто оказываются разнесёнными по времени и по ответственности. Документы нередко создаются как разовый результат под релиз, когда продукт выводится на рынок или когда готовится крупное обновление. Между тем облачный сервис развивается непрерывно: изменения появляются в небольших итерациях, функциональность уточняется, интерфейсы и API эволюционируют, а интеграционные сценарии усложняются. Если обновление документации не встроено в эту динамику, сведения в электронных материалах начинают отставать от реального поведения системы: часть изменений фиксируется выборочно, часть остаётся только в рабочих обсуждениях, а часть не отражается вовсе. Со временем формируется устойчивый разрыв между тем, как система работает, и тем, как она описана. Для бизнес-клиента это означает рост неопределённости и рисков, для поставщика – увеличение нагрузки на поддержку и затраты на сопровождение, а в более широком смысле – снижение доверия и потери в коммерческой эффективности (рисунок).

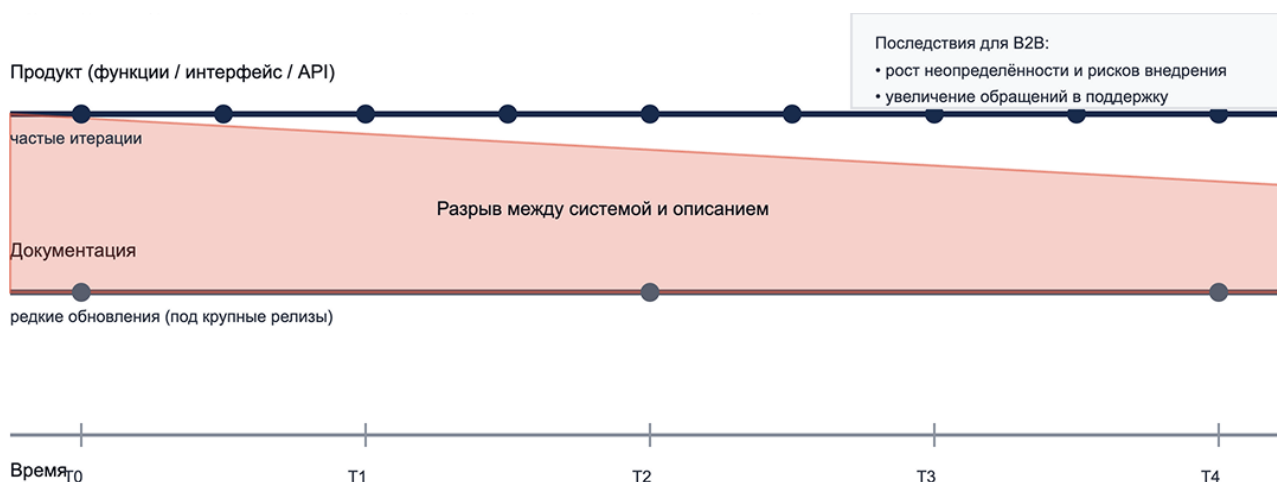


**Рис. Разрыв между разработкой ПО и поддержкой документации**

В связи с этим цель настоящего исследования состоит в том, чтобы проанализировать причины рассогласования электронной документации с функциональностью SaaS-решений для бизнеса и предложить рекомендации по совершенствованию бизнес-процесса, обеспечивающего синхронное обновление документов одновременно с изменениями программного обеспечения.

Постановка проблемы естественным образом связана с понятием жизненного цикла программного обеспечения. Жизненный цикл ПО – это период времени, который начинается, когда программный продукт только задумывается, и заканчивается, когда программное обеспечение больше не доступно для использования [1, с. 285]. Для облачных продуктов для бизнеса данное определение приобретает практическую специфику: ключевым становится не факт завершения проекта, а способность сервиса поддерживать непрерывную ценность при постоянных изменениях. Это, в частности, делает принципиально важными документированные и гибкие API, позволяющие интегрировать продукт с разнообразными информационными системами заказчика. Одновременно архитектура решения должна быть рассчитана на масштабируемость и соответствовать повышенным требованиям информационной безопасности, поскольку корпоративные внедрения предъявляют строгие требования к управлению доступами, изоляции данных и контролю изменений.

Типичный жизненный цикл облачных сервисов для бизнеса характеризуется регулярной поставкой обновлений, заметной частотой изменений интерфейсов и API, изменениями в моделях лицензирования и развитием интеграций с внешними системами. В такой среде даже небольшие корректировки могут приводить к рассогласованию между продуктом и его описанием, если документирование не является обязательной частью процесса изменений.

Особенность корпоративного контекста заключается в том, что сопроводительные документы – инструкции, технические требования, материалы по безопасности и соответствию, эксплуатационная документация для ИТ-подразделений и команд разработки – выступают формализованным источником знаний, на который опираются управленческие и технические решения [4, с. 90].



В B2C-сегменте часть недостатков информации действительно может сглаживаться за счёт более интуитивно понятного интерфейса, однако для бизнеса такая компенсация обычно недостаточна из-за сложности интеграций и регламентов [6, с. 1].

На уровне организации работы с документами во многих компаниях сохраняется традиционная схема: при выводе решения на рынок готовится базовый комплект пользовательских и технических материалов:

- руководства;
- архитектурные описания;
- интеграционные схемы;
- требования к инфраструктуре и безопасности.

Далее продукт развивается итеративно, но контур документации часто остаётся слабосвязанным с процессами разработки, тестирования и поставки. В результате сведения о новых возможностях и изменениях рассредоточиваются по разным носителям: частично попадают в примечания к релизам, частично – во внутренние базы знаний или презентационные материалы, а значительная часть закрепляется в переписке и обсуждениях. Такая децентрализованная фиксация знаний закономерно ведёт к накоплению расхождений и снижает прикладную ценность документов: пользователю и интегратору становится сложнее определить, какая версия описания актуальна и на что можно опираться в работе.

Причины устаревания документации в данном контексте обычно формируются на пересечении организационных и технологических факторов. Наиболее существенным является отсутствие жёсткой связи между изменениями в продукте и обязательством обновления соответствующих материалов: изменения поставляются, но обновление документации не рассматривается как необходимый элемент результата. Далее, ответственность за сопровождение документов нередко распределена неопределённо: не закреплены конкретные роли и контрольные точки, в которых проверяется актуальность и полнота материалов.

Дополнительные сложности создаёт разнесение кода и документации по разным системам без единого источника достоверности и без сквозной навигации между требованиями, реализацией и описанием.

Наконец, ручной характер согласования и публикации делает процесс медленным и зависимым от инициативы отдельных участников; это повышает вероятность того, что документирование будет «отложено» или пропущено в рамках очередного цикла выпуска. Ситуацию усугубляет культурный аспект: документацию иногда рассматривают как вторичный артефакт по отношению к коду, хотя в бизнес-контуре она является частью ценности для клиента [3, с. 248].

Для корпоративного заказчика несоответствие документации имеет прямые прикладные последствия. Недостаток надёжных инструкций затрудняет проведение внутренних проверок и повышает риск нарушений процедур, включая требования безопасности. Устаревшие материалы увеличивают количество обращений в поддержку и, соответственно, стоимость сопровождения – как для поставщика, так и для клиента. Ошибки в спецификациях API,

интеграционных схемах и требованиях к инфраструктуре приводят к задержкам интеграционных проектов и удорожанию внедрения.

Кроме того, качество документации влияет на восприятие зрелости процесса разработки и управления продуктом: в конкурентной ситуации оно может стать критерием выбора альтернативного решения, даже если функционально продукты близки. Таким образом, вопрос актуальности документов выходит за рамки удобства и становится фактором коммерческой устойчивости и рыночной позиции SaaS-решения.

Логика оптимизации в данной области сводится к синхронизации документирования с жизненным циклом разработки. На практике это требует одновременно двух типов изменений. С организационной стороны необходимо формализовать роли, контрольные точки и критерии готовности результата; с технологической – выстроить единый контур хранения, версионирования, проверки и публикации, чтобы документация обновлялась не «после выпуска», а вместе с ним. Важным условием является согласование версий документации с версиями продукта, включая возможность параллельного ведения нескольких актуальных ветвей, если поддерживаются разные релизы. Существенную роль играет интеграция инструментов подготовки и контроля документации в CI/CD (Continuous Integration/Continuous Delivery), поскольку именно там сегодня концентрируются механизмы управления качеством и поставкой изменений.

Реализация этих принципов обычно начинается с уточнения критериев завершённости задач: результатом считается не только прохождение тестов и поставка кода, но и обновление релевантных разделов пользовательской и технической документации, интеграционных схем и требований к конфигурации. Далее процесс может поддерживаться через систему управления работами: для новой функциональности создаются связанные задачи на документирование, что делает трудозатраты видимыми и управляемыми.

В организационном плане важно участие технических писателей и бизнес-аналитиков в планировании спринтов и релизов, чтобы документирование не выпадало из планирования и оценок. Наконец, контур CI/CD может использоваться для автоматизированной сборки, проверки и публикации документации одновременно с развёртыванием новой версии продукта; в качестве проверок, как правило, рассматриваются валидация ссылок, контроль формата и соблюдение структуры.

С технологической точки зрения одним из наиболее результативных подходов выступает концепция docs-as-code: документация хранится в системе контроля версий рядом с исходным кодом. Docs as Code – это подход, при котором к документации относятся почти так же, как к исходному коду. Идея в том, что технические тексты не существуют отдельно в каком-то изолированном хранилище, а создаются и поддерживаются с использованием тех же привычных для разработки практик и инструментов. Документацию хранят в системе контроля версий, правки вносят через единый процесс (например, через pull request), изменения проходят ревью, при необходимости ведутся ветки под разные версии продукта, а перед публикацией можно автоматически проверять формат и корректность ссылок. В результате документация становится более управляемой и проще синхронизируется с

изменениями в программном обеспечении [2, с. 60]. Это позволяет применять к документам те же практики, что и к программным артефактам:

- контроль версий;
- ревью;
- ветвление;
- автоматизированные проверки корректности ссылок и формата.

За счёт этого повышается прозрачность изменений и упрощается согласование версий продукта и документации. Дополнительный эффект даёт стандартизация и шаблонизация технических материалов – прежде всего спецификаций API, операционных правил и журналов изменений, – поскольку она ускоряет подготовку документов, облегчает обучение новых сотрудников и обеспечивает единообразие представления информации.

Частичная автоматизация генерации документации (например, на основе OpenAPI для API или данных системы контроля версий для журнала изменений) снижает ручную нагрузку и уменьшает вероятность расхождений.

Не менее значимым является и способ представления документации заказчику. Для B2B-контекста более оправданы специализированные порталы, которые обеспечивают поиск, фильтрацию по версиям и модулям, а также разграничение прав доступа по ролям (например, администратор, интегратор, конечный пользователь). Такой формат повышает управляемость распространения информации и снижает риск ошибочного использования материалов, особенно в условиях параллельной поддержки нескольких версий продукта.

Наконец, устойчивость процесса невозможна без операционного контура. На уровне продукта или продуктовой линейки должна быть закреплена роль владельца документации, отвечающего за её целостность и актуальность. Регулярные формализованные аудиты позволяют выявлять расхождения с текущей функциональностью, дублирование и проблемы доступности материалов для ключевых пользовательских ролей. В результате документирование перестаёт быть разовой активностью и превращается в поддерживаемую функцию управления качеством продукта.

Таким образом, в условиях непрерывного развития облачных продуктов для бизнеса электронная документация становится компонентом ценностного предложения. Статичный подход к её созданию формирует прямые коммерческие риски и снижает доверие заказчиков. Оптимизация предполагает интеграцию документирования в жизненный цикл разработки, формализацию ответственности, внедрение современных инструментальных практик (включая docs-as-code) и регулярный контроль качества. Реализация этих подходов позволяет выстроить непрерывный процесс обновления пользовательской и технической документации, что снижает совокупные затраты на поддержку и повышает устойчивость SaaS-решения на рынке.

## Литература

1. Вайтекунайте П.Ю., Серебренников Р.А., Храмов В.В. Международные стандарты и жизненные циклы программного обеспечения // Решетневские чтения: Материалы XXV

Международной научно-практической конференции, посвященной памяти генерального конструктора ракетно-космических систем академика М.Ф. Решетнева. В 2-х частях. 2021. С. 285-286.

2. Васильняк Н.Ю. Анализ процесса создания технической документации на основе подхода Docs as Code // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2024. № 12-3(99). С. 60-62.

3. Гизатулин К.С., Громова В.А. Документирование информационных продуктов // Молодежь. Наука. Инновации. 2022. Т. 1. С. 246-248.

4. Крупенин Д.С. Адаптация модели жизненного цикла цифровых продуктов для промышленных предприятий: матрица принятия решений для управления B2B и внутренними инициативами // International Journal of Open Information Technologies. 2025. № 11. С. 83-104.

5. Пигарев В.А., Шагина Е.А. Особенности продвижения SaaS-сервисов на B2B рынках СНГ, Европы и США // Global and Regional Research. 2020. Т. 2. № 2. С. 203-208.

6. Khan V.-J., Kalligas K., Sigalas D.D., Sintoris C.A B2C Bias for the B2B World: A Case Study of Employees' and Customers' UX of a B2B e-commerce Site // Extended Abstracts of the 2022 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI EA '22). New York: Association for Computing Machinery, 2022. Article 24. С. 1-7.

© Самсонов Р.К., 2026

**Филиппова В.И.**

Нижневартровский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ В РЕСТОРАНЕ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ**

В условиях высокой конкуренции на рынке общественного питания и растущих требований потребителей к качеству сервиса, эффективное торговое обслуживание становится ключевым фактором формирования лояльности клиентов и повышения прибыльности заведения.

Объектом исследования является ООО «Региональная сеть предприятий питания» (ресторан «Вкусно – и точка»). Предметом исследования выступают методологические подходы к анализу и совершенствованию торгового обслуживания покупателей.

Торговое обслуживание в ресторане быстрого питания представляет собой комплекс мероприятий, направленных на быстрое и качественное предоставление услуг клиентам. Данный процесс характеризуется стандартизацией операций, высоким уровнем автоматизации и строгим контролем качества продукции [3, с. 41]. Эффективность торгового обслуживания напрямую влияет на экономические показатели предприятия: прибыль, рентабельность и товарооборот [4, с. 1505].

Сущность торгового обслуживания раскрывается через его определение как системы, объединяющей технологические процессы, трудовые ресурсы и стандарты сервиса для удовлетворения потребностей рынка [5, с. 281]. Торговое обслуживание – это совокупность действий персонала и технических средств по доведению товаров до потребителя, что подчеркивает его комплексный характер. Важным аспектом является его динамичность: он должен быть гибким, чтобы своевременно реагировать на изменение потребительских предпочтений (например, рост спроса на здоровое питание), и в то же время устойчивым, чтобы обеспечивать стабильность продаж [2, с. 172].

Существует несколько методических подходов к анализу ассортимента товаров, рассмотрим их на рисунке.



**Рис. Методические подходы к анализу ассортимента товаров [составлено автором]**

**Качественный анализ** заключается в оценке удовлетворенности потребителей, уникальности сервиса и новизны предложений. Инструменты: SWOT-анализ, метод «Тайный покупатель», опросы.



**Количественный анализ** заключается в оценке числовых показателей: структура ассортимента (коэффициенты широты, полноты, новизны), скорость обслуживания, пропускная способность.

**Функциональный анализ** заключается в оценке эффективности организации процессов: расположение зон заказа и выдачи, работа каналов продаж (зал, авто, доставка).

**Финансово-экономический анализ** заключается в оценке вклада ассортимента в выручку, прибыль и рентабельность. Инструменты: ABC-анализ, анализ KPI.

Среди множества методик, используемых для анализа, особое место занимает ABC-анализ, который классифицирует товары на основе их вклада в общую прибыль компании [1, с. 66]. Группа А включает товары, обеспечивающие основную долю дохода, группа В – позиции со средним вкладом, группа С – наименее прибыльные товары.

Также важную роль играет SWOT-анализ, который позволяет выделить внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие бизнеса (сильные и слабые стороны, возможности и угрозы). Основная цель SWOT-анализа – определение факторов успеха и рисков для разработки эффективной стратегии развития.

Таким образом, методические подходы к анализу торгового обслуживания представляют собой комплексный инструментарий, ориентированный на решение конкретных задач – от повышения прибыльности до оптимизации логистики.

Анализ деятельности ООО «СПП» («Вкусно – и точка») играет важную роль в оценке его конкурентоспособности. Прежде всего, следует рассмотреть групповые характеристики ассортимента, включающие широту, полноту и степень новизны товаров.

Коэффициент широты ассортимента (Кш) характеризует количество товарных категорий, подкатегорий или отдельных наименований товаров в товарной группе. Его формула выглядит следующим образом:

$$K_{ш} = \frac{Q_{ф}}{Q_{с}} \quad (1)$$

где Кш – коэффициент широты ассортимента;

Qф – фактическое количество товарных групп, имеющих в наличии в магазине;

Qс – базовое количество товарных групп, реализуемых сетью в целом.

Для вычисления коэффициента широты ассортимента воспользуемся формулой расчета коэффициента широты ассортимента (1) и таблицей 1.

Таблица 1

**Широта ассортимента ООО «СПП» Вкусно – и точка [составлено автором]**

| Наименование группы          | Наличие товарной группы в сети | Наличие товарной группы в ресторане |
|------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|
| Сеты и пары                  | +                              | +                                   |
| Напитки                      | +                              | +                                   |
| Комбо обед                   | +                              | +                                   |
| Бургеры и роллы              | +                              | +                                   |
| Картофель, стартеры и салаты | +                              | +                                   |
| Кафе                         | +                              | –                                   |
| Завтрак                      | +                              | +                                   |
| Кидз комбо                   | +                              | +                                   |

|                     |   |   |
|---------------------|---|---|
| Десерты             | + | + |
| Соусы               | + | + |
| Сеты менее 600 ккал | + | + |

Рассчитаем коэффициент широты ассортимента (Кш):  $Kш = \frac{10}{11} = 0,91$ .

Таким образом, коэффициент широты ассортимента составляет 91%, групповая широта считается достаточной для заведения общественного питания формата fast food.

Коэффициент полноты ассортимента (Кп) показывает способность набора товаров (изделий) однородной группы или категории удовлетворять одинаковые потребности покупателей на рынке, его можно определить по формуле:

$$Kп = \frac{Qф}{Qп} \quad (2)$$

где Кп – коэффициент полноты ассортимента;

Qф – фактическое количество разновидностей товаров в момент обследования, либо проверки в группе;

Qп – базовое количество разновидностей товаров, предусмотренное ассортиментным перечнем в данной группе.

Для вычисления коэффициента полноты ассортимента воспользуемся формулой расчета коэффициента полноты ассортимента (2) и таблицей 2.

Таблица 2

**Полнота ассортимента магазина ООО «СПШ» Вкусно – и Точка [составлено автором]**

| Товарная группа | Фактическое количество разновидностей товаров | Количество разновидностей товаров, предусмотренное ассортиментным перечнем | Полнота ассортимента | Средняя полнота ассортимента |
|-----------------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|----------------------|------------------------------|
| Бургеры         | 21                                            | 21                                                                         | 21/21=1              | 3,43/4=0,86                  |
| Картофель фри   | 4                                             | 4                                                                          | 4/4=1                |                              |
| Напитки         | 24                                            | 24                                                                         | 24/24=1              |                              |
| Десерты         | 16                                            | 37                                                                         | 16/37=0,43           |                              |

Таким образом, средняя полнота ассортимента составляет 86%, что говорит о том, что ассортимент наполнен достаточно хорошо, но есть потенциал для расширения.

Степень новизны ассортимента является важным аспектом, так как она определяет, насколько продукция соответствует современным трендам и ожиданиям потребителей. Коэффициент новизны ассортимента (Кн) можно определить по формуле:

$$Kн = \frac{Qн}{Qо} \quad (3)$$

где Кн – коэффициент новизны ассортимента;

Qн – количество новых товаров,

Qо – общее количество товаров.

Для вычисления коэффициента новизны ассортимента воспользуемся формулой расчета коэффициента новизны ассортимента (3) и таблицей 3.

Таблица 3

**Новизна ассортимента магазина ООО «СПП» Вкусно – и Точка [составлено автором]**

| Количество новых товаров | Общее количество товаров | Коэффициент новизны ассортимента |
|--------------------------|--------------------------|----------------------------------|
| 8                        | 194                      | $8/194=0,04$                     |

Таким образом, коэффициент новизны ассортимента составляет всего 4%, что говорит о низкой доле новых товаров в ассортименте предприятия. Это подтверждает необходимость для компании акцентировать внимание на новинках, особенно в контексте растущего спроса на здоровое питание.

Анализ текущего ассортимента показывает, что компания должна уделять внимание не только основным продуктам, но и новинкам, которые могут привлечь внимание покупателей.

Рассмотрим классический SWOT-анализ применительно к формированию ассортимента и системы обслуживания ООО «СПП». В результате анализа выделим внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие бизнеса (таблица 4).

Таблица 4

**SWOT-анализ ассортиментной политики ООО «СПП» Вкусно – и Точка [составлено автором]**

| S (Strengths) – Сильные стороны                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | W (Weaknesses) – Слабые стороны                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– Наличие низкокалорийного меню</li> <li>– «Вкусно – и точка» унаследовала значительную узнаваемость от McDonald's, что облегчает продвижение продукции.</li> <li>– Ценовая политика ориентирована на широкий круг потребителей.</li> <li>– Демократичная ценовая политика.</li> <li>– Эффективная логистическая система.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Ограниченность низкокалорийного меню</li> <li>– Восприятие как «бюджетный» вариант, может отталкивать клиентов, ищущих более премиальный опыт.</li> <li>– Потеря некоторых позиций из меню McDonald's может вызывать у постоянных клиентов недовольство из-за потери любимых продуктов.</li> </ul> |
| W (Weaknesses) – Возможности                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | T (Threats) – Угрозы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– Эффективная логистика</li> <li>– Маркетинговая активность</li> <li>– Развитие цифровых технологий</li> <li>– Партнёрства и коллаборации.</li> <li>– Открытие новых филиалов</li> </ul>                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Высокий уровень конкуренции</li> <li>– Недостаточное внимание к здоровью потребителей</li> <li>– Повышение цен на продукты питания</li> <li>– Изменение потребительских предпочтений</li> </ul>                                                                                                    |

**Сильные стороны сети «Вкусно – и точка»**

**Преимущество бренда:** Стартовые позиции компании оказались сильны благодаря многолетнему присутствию предшественника на рынке. Узнаваемость формата и наработанная годами лояльность аудитории позволили минимизировать затраты на первичное продвижение и обеспечить мгновенное узнавание обновленной сети.

**Ценовая доступность:** Ориентация на средний ценовой сегмент обеспечивает стабильный потребительский спрос. Низкий порог входа для клиента способствует высокой проходимости и формированию устойчивого потока посетителей.

**Оптимизация поставок:** Отлаженные логистические цепочки гарантируют ритмичность работы кухонь. Своевременное снабжение свежим сырьем нивелирует риски простоев и позволяет удерживать планку качества блюд на стабильном уровне.

**Слабые стороны (Зоны роста)**

**Дефицит «здорового» меню:** Суженный ассортимент в категории низкокалорийных позиций может стать препятствием для привлечения аудитории, следящей за рационом. Отсутствие диверсификации в этой нише ограничивает потенциал расширения клиентской базы.

**Имиджевые издержки:** Инерция восприятия бренда как наследия «дешевого» фастфуда формирует определенные стереотипы у аудитории. Это осложняет позиционирование сети в более высоких ценовых или качественных нишах и снижает воспринимаемую ценность продукта.

**Ностальгический фактор:** Исключение из меню позиций, составлявших «золотой фонд» предшествующей сети, спровоцировало волну недовольства среди консервативной части посетителей. Подобные изменения могут негативно сказаться на частоте визитов старых гостей.

#### Рыночные возможности

**Логистика как конкурентное преимущество:** Надежность системы снабжения выступает фундаментом для поддержания качества продукции и бесперебойной работы точек.

**Коммуникационная стратегия:** Интенсивное продвижение в digital-среде, таргетированные акции и активность в социальных сетях работают на формирование позитивного образа и привлечение молодой аудитории.

**Цифровизация процессов:** Развитие онлайн-каналов заказа и автоматизация сервисов повышают лояльность технологически подкованной аудитории и оптимизируют внутренние процессы.

**Кросс-отраслевое взаимодействие:** Коллаборации со спортивными организациями и производителями продуктов способствуют расширению границ восприятия бренда и выходу на смежные рынки.

**Экспансия:** Открытие новых точек в регионах позволяет нарастить долю рынка за счет географического охвата.

#### Внешние угрозы

**Конкурентная среда:** Давление со стороны ведущих игроков рынка (Burger King, Ростикс) диктует необходимость перманентных инноваций и гибкости ценовой политики. Стагнация в этом вопросе грозит потерей позиций.

**Макроэкономические риски:** Волатильность цен на сырье и продовольственная инфляция напрямую давят на маржинальность бизнеса, требуя постоянного мониторинга и адаптации себестоимости.

**Трансформация предпочтений:** Глобальный тренд на здоровое питание создает вызов для традиционных форматов быстрого обслуживания. Игнорирование запроса на ЗОЖ может привести к оттоку аудитории.

**Вывод:** Анализ показывает, что «Вкусно – и точка» обладает прочным фундаментом для роста, базирующимся на узнаваемости формата и маркетинговой активности. Однако для удержания лидерства требуется корректировка курса в сторону расширения диетического сегмента и преодоления устоявшихся стереотипов о «низком» качестве фастфуда. Ключевым

условием сохранения устойчивости остается мониторинг конкурентной среды и адаптация к экономическим колебаниям.

Для оценки рациональности формирования категорий товаров проведем ABC-анализ, используя данные таблицы 5. Для расчета доли в обороте используется формула:

$$\text{Доля в обороте} = \frac{\text{Выручка по товару за период}}{\text{Общая выручка компании}} \times 100\%, \quad (4)$$

Таблица 5

**ABC-анализ ассортимента товаров ООО «СПП» Вкусно – и Точка [составлено автором]**

| Наименование группы товаров | Количество, шт. | Цена за единицу, руб. | Выручка, руб. | Доля в обороте, %. | Совокупный процент, %. | Группа |
|-----------------------------|-----------------|-----------------------|---------------|--------------------|------------------------|--------|
| Бургеры (Гранд чизбургер)   | 4032            | 218                   | 878976        | 24                 | 24                     | А      |
| Картофель фри               | 3765            | 98                    | 368970        | 10,1               | 34,1                   | А      |
| Напитки (Добрый кола)       | 3118            | 116                   | 361688        | 9,9                | 44                     | А      |
| Десерты (Пирожок вишневый)  | 2017            | 101                   | 203717        | 5,5                | 49,5                   | А      |
| Итого                       |                 |                       | 3641351       |                    |                        |        |

Анализируя данные ABC-анализа, представленные в таблице 4, можно сделать вывод, что ключевые категории (бургеры, картофель, напитки, десерты) входят в группу А и обеспечивают около 50% совокупной выручки от рассмотренных позиций. Эти товары являются приоритетными и требуют особого внимания в части контроля запасов и качества.

Таким образом, формирование торгового обслуживания в ООО «СПП» представляет собой комплексный процесс, основанный на стандартизации и строгом контроле качества. Однако в коммерческой деятельности наблюдается низкая доля новых товаров в ассортименте (4%), что не способствует привлечению новых и удержанию существующих покупателей, особенно следующих трендам здорового образа жизни. Отсутствие гибкости в обновлении меню и ограниченность низкокалорийного сегмента могут приводить к потере потенциальной прибыли.

На основании проведенного анализа предложены следующие направления совершенствования процесса торгового обслуживания в ресторане «Вкусно – и точка»:

1. Расширение низкокалорийного и диетического меню. Текущий ассортимент таких блюд ограничен. Рекомендуется ввести новые позиции: веганские бургеры, легкие салаты с натуральными заправками, полезные закуски с низким содержанием калорий. Это позволит привлечь аудиторию, следящую за питанием, и повысить коэффициент новизны.

2. Оптимизация ассортимента на основе регулярного анализа спроса. Необходимо исключать непопулярные позиции (например, в категории «Десерты») и вводить новинки, соответствующие актуальным трендам. Повышение коэффициента новизны с 4% хотя бы до 15–20% позволит повысить интерес покупателей.

3. Развитие цифровых каналов и партнерств. Расширение зон покрытия доставки через агрегаторы («Яндекс.Еда», Купер) до 23:45, а также запуск совместных рекламных акций позволит привлечь дополнительный трафик.



4. Усиление маркетинговой активности и коллаборации с местными производителями. Сотрудничество с локальными фермерскими хозяйствами для поставки свежих продуктов позволит дифференцировать предложение и укрепить имидж социально ответственного бренда.

Таким образом, совершенствование процесса торгового обслуживания в ООО «СПП» требует комплексного подхода. Углубленный анализ спроса, рационализация ассортимента (повышение полноты и новизны), адаптация к рыночным трендам (здоровое питание) и усиление работы с цифровыми каналами – все эти меры в совокупности способны повысить эффективность обслуживания, улучшить финансовые показатели и укрепить позиции компании на высококонкурентном рынке быстрого питания.

### Литература

1. Болотнова Е.А., Олейник А.Н., Матвеева А.А., Никитенко С.В. Анализ ассортимента и структуры продукции // Вестник Академии знаний. 2023. №1 (54). С. 64-68.
2. Виноградова Т.Г. Конкурентоспособность: методы и оценка // Известия СПбГАУ. 2019. № 43. С. 169-175.
3. Гутникова О.Н., Павлуненко Л.Е. Классификация услуг, оказываемых предприятиями торговой сферы // Молодой ученый. 2020. № 4(73). С. 38-47.
4. Коровкина Е.А. Оптимальный выбор поставщиков материальных ресурсов на основе метода ABC-анализа // Экономика и социум. 2025. № 6-2(133). С. 1503-1506.
5. Мороз Н.Ю., Сидорчукова Е.В., Репина П.В., Такмазян Л.А. Оценка ассортимента продажи алкогольной продукции // Вестник Академии знаний. 2024. № 4(63). С. 278-282.

© Филиппова В.И., 2026

**Шамко А.А.**Нижневартовский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

## **СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ОПТИМИЗАЦИИ РАБОЧИХ МЕСТ В IT-КОМПАНИИ**

В современной экономике, характеризующейся переходом к цифровым бизнес-моделям, человеческий капитал перестал рассматриваться как вспомогательный ресурс и превратился в ключевой стратегический актив, определяющий конкурентоспособность и устойчивость организации. Для компаний IT-сектора, где основным средством производства выступает интеллектуальный труд сотрудников, эффективная организация рабочих мест становится не просто вопросом операционного комфорта, а фундаментальным фактором конкурентоспособности, напрямую влияющим на производительность, качество разработки, инновационную активность и удержание талантов [3, с. 177].

Согласно статье 209 Трудового кодекса Российской Федерации, рабочим местом признается место, где работник должен находиться или куда ему необходимо прибыть в связи с его работой и которое прямо или косвенно находится под контролем работодателя. При этом каждый работник имеет право на рабочее место, соответствующее государственным нормативным требованиям охраны труда и условиям, предусмотренным коллективным договором [5].

В своем историческом развитии концепция оптимизации рабочих мест прошла путь от научной организации труда Ф. Тейлора, нацеленной на максимизацию операционной эффективности, до современного понимания, где фокус смещается с контроля над процессом на управление результатом и создание среды, способствующей генерации знаний. Как справедливо отмечают исследователи, в экономике знаний оптимизация рабочего места представляет собой процесс его интеллектуализации, нацеленный на расширение креативной составляющей труда при передаче рутинных функций технологическим платформам [1, с. 23].

Целью работы является разработка и обоснование стратегического плана оптимизации рабочих мест в ООО «СИБИНТЕК» – компании, специализирующейся на разработке программного обеспечения для промышленного сектора.

В ходе комплексного обследования 85 рабочих мест IT-отдела в 2024 году с использованием инструментальных методов оценки параметров рабочей среды и анкетирования сотрудников (охват 92% персонала) были получены следующие результаты (табл. 1).

Таблица 1

### **Оценка соответствия рабочих мест эргономическим стандартам**

| Параметр                  | Нормативный документ | Соответствие, % |
|---------------------------|----------------------|-----------------|
| Высота монитора           | ГОСТ Р 50923-96      | 65              |
| Освещенность рабочей зоны | СНиП 23-05-95        | 45              |
| Уровень шума              | СанПиН 2.2.4.3359-16 | 85              |
| Эргономичность кресла     | ГОСТ Р ИСО 9241-5    | 35              |
| Температурный режим       | СанПиН 2.2.4.3359-16 | 70              |

Полученные данные свидетельствуют о критическом состоянии эргономики рабочих мест: лишь 12% рабочих мест полностью соответствуют требованиям, 43% имеют частичное соответствие, 35% требуют срочного улучшения, а 10% не соответствуют даже базовым требованиям безопасности. Наиболее проблемными зонами являются эргономичность кресел (35% соответствия) и освещенность рабочих зон (45% соответствия), что создает прямые риски для здоровья сотрудников.

Анализ динамики технической оснащенности за период 2022-2024 гг. демонстрирует положительную тенденцию: доля рабочих мест, оснащенных современными мониторами, выросла с 60% до 95%; SSD-накопителями – с 70% до 100%; оперативной памятью – с 55% до 98%. Однако оснащение специализированным эргономичным оборудованием (клавиатуры, мыши, подставки) значительно отстает, достигнув лишь 80% при целевом ориентире 100%.

Оценка бизнес-процесса управления рабочими местами выявила системные проблемы (табл. 2).

Таблица 2

### KPI бизнес-процесса оценки рабочих мест

| Показатель                                  | 2025 г. | Норматив | Отклонение |
|---------------------------------------------|---------|----------|------------|
| Время обработки заявки (дни)                | 12,3    | ≤7       | +5,3       |
| Выполнено улучшений в срок (%)              | 72      | ≥90      | -18        |
| Удовлетворенность сотрудников процессом (%) | 63      | ≥80      | -17        |

Сравнительный анализ с отраслевыми стандартами показал существенное отставание компании от лидеров рынка: затраты на рабочее место составляют 92,7 тыс. руб./год против 145,3 тыс. руб. у лидеров (отставание 36,2%); доля эргономичных рабочих мест – 35% против 82% (отставание 47%); производительность труда – индекс 108 против 142 (отставание 24%).

Таблица 3

### Анализ внутренней и внешней среды (SWOT-анализ) процесса управления эргономикой

| Сильные стороны (Strengths)                                                                                                                                                                                                                                                | Слабые стороны (Weaknesses)                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– положительная динамика инвестиций в оборудование;</li> <li>– высокое качество компьютерной техники;</li> <li>– наличие формализованного процесса оценки;</li> <li>– рост удовлетворенности качеством техники;</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>– критически низкие показатели эргономики (35%);</li> <li>– длительный цикл внедрения улучшений (12,3 дня);</li> <li>– недостаточное освещение (45%);</li> <li>– низкая удовлетворенность эргономикой мебели (55%);</li> <li>– отсутствие системы превентивного обслуживания;</li> </ul> |
| Возможности (Opportunities)                                                                                                                                                                                                                                                | Угрозы (Threats)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– появление новых эргономичных решений;</li> <li>– снижение стоимости специализированного оборудования;</li> <li>– развитие стандартов гибких рабочих мест;</li> <li>– государственные программы поддержки модернизации;</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– усиление конкуренции за IT-специалистов;</li> <li>– рост стоимости оборудования;</li> <li>– ужесточение законодательства по охране труда;</li> <li>– повышение ожиданий сотрудников;</li> </ul>                                                                                        |

Проведенный SWOT-анализ позволил идентифицировать ключевые факторы внутренней и внешней среды.

Матрица соответствия рабочих мест стратегическим целям компании показала, что средний индекс соответствия составляет 52%, при этом особо критическая ситуация сложилась в области снижения текучести кадров (4 балла из 10) и улучшения качества продукции (4 балла из 10).

Выявленные системные проблемы требуют не точечных улучшений, а комплексного программно-целевого подхода. Сравнительный анализ подходов демонстрирует преимущества стратегической программы: комплексный охват проблем (85–90% против 20–30%), эффект на производительность (15–25% против 5–8%), ROI (200–300% против 120–150%).

На основе анализа разработана стратегическая программа, включающая три взаимосвязанных направления.

Направление 1. Технологическая модернизация. Внедрение стандартов эргономики премиум-класса: закупка кресел с ортопедической поддержкой, оснащение столами с электроприводом, модернизация технического оснащения (мониторы 27"+ с защитой зрения, SSD-накопители, оперативная память  $\geq 32$  ГБ), оптимизация условий труда (модернизация освещения, установка систем климат-контроля). Бюджет – 26,5 млн руб.

Направление 2. Развитие гибкой рабочей среды. Внедрение гибкого графика работы, организация коворкинг-зон и пространств для коллаборации, развитие системы удаленной работы (оснащение портативной техникой, внедрение облачных решений). Бюджет – 8,0 млн руб.

Направление 3. Интеграция в стратегический контроллинг. Разработка системы KPI для оценки рабочих мест, автоматизация процесса оценки и улучшения (CRM для управления заявками, мобильное приложение, дашборды), внедрение системы превентивного обслуживания. Бюджет – 4,5 млн руб.

Общий бюджет программы – 35 млн руб. Интегрированный календарный план реализации предусматривает четыре этапа: подготовительный (Q4 2024), основной (Q1–Q3 2025), внедренческий (Q4 2025), эксплуатационный (2026).

Расчет экономической эффективности базируется на прогнозе изменения ключевых показателей деятельности компании [2, с. 48].

Таблица 4

#### Прогноз изменения ключевых показателей эффективности

| Показатель                              | 2023<br>(факт) | 2024<br>(факт) | 2025<br>(факт) | 2026<br>(цель) | Прирост 2023–<br>2026, % |
|-----------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------------------|
| Производительность труда<br>(индекс)    | 94,5           | 108            | 121,5          | 135            | +42,9                    |
| Текучесть кадров, %                     | 20,05          | 16,7           | 13,35          | 10,0           | –50,1                    |
| Удовлетворенность рабочим<br>местом, %  | 65,5           | 72             | 78,5           | 85             | +29,8                    |
| Количество ошибок на 1000 строк<br>кода | 4,45           | 3,8            | 3,15           | 2,5            | –43,8                    |
| Время обработки заявок, дней            | 15,95          | 12,3           | 8,65           | 5,0            | –68,7                    |

Экономический эффект от реализации программы складывается из следующих компонентов (табл. 5).

Расчет показателей эффективности инвестиций был проведен с помощью методик Помулева А.А. [4, с. 61]

Таблица 5

**Расчет экономического эффекта**

| Статья экономии/дохода                                 | Годовой эффект, тыс. руб. |
|--------------------------------------------------------|---------------------------|
| Снижение затрат на найм (за счет уменьшения текучести) | 4 200                     |
| Рост производительности                                | 15 800                    |
| Снижение затрат на больничные                          | 850                       |
| Уменьшение количества ошибок                           | 3 500                     |
| Итого эффект                                           | 24 350                    |

Расчет показателей эффективности инвестиций : общие инвестиции – 35 000 тыс. руб.; годовой экономический эффект – 24 350 тыс. руб.; срок окупаемости – 1,44 года; ROI за трехлетний период – 209%.

Помимо количественных показателей, программа обеспечит значительные качественные улучшения:

- укрепление employer brand и повышение привлекательности для талантов;
- рост инновационного потенциала за счет создания условий для творческой работы;
- улучшение корпоративной культуры через внедрение современных подходов к организации труда.

Анализ рисков реализации программы позволил идентифицировать ключевые угрозы: превышение бюджета (вероятность 40%, влияние высокое) – мероприятия по минимизации включают резерв 10% и жесткий контроль затрат; сопротивление сотрудников (вероятность 60%, влияние среднее) – коммуникационная кампания, вовлечение лидеров мнений; срыв сроков поставок (вероятность 35%, влияние высокое) – диверсификация поставщиков, страховые запасы.

Для успешной реализации программы разработана организационная структура управления, включающая руководителя программы, функциональных руководителей и рабочие группы. Применение матрицы ответственности RACI обеспечивает четкое распределение ролей и ответственности. Система мониторинга включает еженедельные оперативные совещания, ежемесячные отчеты, квартальные стратегические обзоры.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сформулировать следующие основные выводы:

Современное состояние организации рабочих мест в ООО «СИБИНТЕК» характеризуется системными проблемами: критическим отставанием по эргономическим параметрам (35% соответствия), неэффективным процессом управления (цикл улучшений 12,3 дня), недостаточным соответствием стратегическим целям компании (средний индекс соответствия 52%).

Разработанная стратегическая программа оптимизации рабочих мест, включающая технологическую модернизацию, развитие гибкой рабочей среды и интеграцию в



стратегический контроллинг, обеспечивает комплексное решение выявленных проблем с общим бюджетом 35 млн руб.

Экономическая эффективность программы подтверждена расчетами: срок окупаемости составляет 1,44 года, ROI за трехлетний период достигает 209%, совокупный экономический эффект оценивается в 73,05 млн руб.

Реализация программы позволит достичь значимых стратегических результатов: повышение производительности труда на 25%, снижение текучести кадров на 40%, рост удовлетворенности сотрудников на 18%, сокращение количества ошибок в разработке на 34%.

Внедрение разработанной программы в ООО «СИБИНТЕК» позволит не только решить текущие операционные проблемы, но и создать прочную основу для долгосрочного развития, укрепления конкурентных позиций на рынке IT-услуг в условиях цифровой трансформации экономики.

### Литература

1. Антипов Р.Д., Соклакова И.В. Совершенствование организации труда персонала организации // Вестник Академии управления и производства. 2023. № 2. С. 20-28.
2. Борисова О.В. Формирование и развитие подходов к оценке экономической эффективности // Финансы. 2025. № 2. С. 43-50 .
3. Коржова О.С., Стуken Т.Ю., Лапина Т.А. Влияние цифровизации бизнес-процессов предприятий на производительность труда персонала и занятость населения в российской федерации // Экономика труда. 2023. №1. С. 171-180.
4. Помулев А.А. Методические аспекты оценки эффективности инвестиционных проектов с государственным участием // Экономика. Налоги. Право. 2023. № 4. С. 52-64.
5. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 29.12.2025, с изм. от 06.02.2026). <https://clck.ru/3TJNym>

© Шамко А.А., 2026

**Шарафутдинова Ю.М.**

Нижневартовский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БРЕНДА**

В современном мире, где рынок постоянно трансформируется, а конкуренция неуклонно растет, без глубокого анализа конкурентоспособности невозможно представить себе эффективное стратегическое планирование для любого бренда. Он позволяет не только сохранить свои позиции на рынке, но и обеспечить долгосрочный рост и развитие компании.

Объектом исследования является ООО «Мави Джинс». Предметом исследования выступают методологические подходы анализа конкурентоспособности.

Понятия «конкуренция» и «конкурентоспособность» тесно связаны: одно порождает другое. Важно понимать, что они действуют в определенные моменты времени и на конкретных рынках.

По мнению И.М. Лифица – соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке – это конкуренция. Она обязывает фирмы создавать конкурентоспособный товар или предоставлять конкурентоспособную услугу [3, с. 15].

И.А. Горбашко оценил движущие силы конкуренции. К ним относятся:

- Интернет, онлайн-торговля;
- реинжиниринг бизнес-процессов;
- интеграция инновационных цифровых решений;
- растущая глобализация рынка, отрасли;
- внедрение передовых технологий производства и know-how;
- изменение тенденций развития целевого рынка (отрасли);
- вывод на рынок новых товаров и услуг;
- изменение контингента покупателей;
- приход на рынок крупных компаний;
- инновационный маркетинг;
- рост стандартизации товаров;
- рост персонализации товаров;
- изменения в затратах и прибыли;
- изменение общественных ценностей и образа жизни;
- изменения в законодательстве и государственной политике;
- приход на рынок венчурных компаний;
- реализация концепции стратегического партнёрства;
- реструктуризация компаний;
- снижение неопределенности и рисков для бизнеса [1, с. 14].

При этом Ю.Н. Соловьева, под конкурентоспособностью товара представляет собой совокупность качественных и ценовых характеристик, обеспечивающих ему превосходство на рынке относительно аналогичных продуктов конкурентов в плане удовлетворения конкретных потребностей. Конкурентоспособный товар соответствует требованиям конкурентного рынка и ожиданиям покупателей, превосходя аналогичные товары, представленные на этом рынке. Конкурентоспособность выступает ключевым критерием оценки целесообразности выхода фирмы на конкретный товарный рынок [4, с. 17].

Существует большое количество подходов к оценке конкурентной позиции в зависимости от имеющейся информации, способа проведения оценки, возможностей по принятию управленческих решений и иных критериев, которые имеют отношения к деятельности торгового предприятия.

При современном уровне развития общества проблема выживания организации в среднесрочной перспективе обязывает думать о создании эффективной торговой марки, которая будет символизировать деятельность компании в будущем. Одним из главных методов решения задачи повышения конкурентоспособности является создание и управление брендом. Бренды и торговые марки – это многомерные и адаптивные «социокультурные гибриды», которые используют виртуальные миры для взаимодействия с аудиторией, создания уникального опыта и укрепления эмоциональной связи с потребителями [2, с. 74].

В настоящее время существует множество методик оценки конкурентоспособности предприятия, основанных на расчете показателей конкурентоспособности, выставления экспертных оценок, матричные способы, учитывающие влияние различных внутренних и внешних факторов, а также характеризующиеся своей спецификой оценки для определенного круга лиц, таких как инвесторы, акционеры, владельцы компании и т. д.

Проведем SWOT-анализ деятельности ООО «Мави Джинс». Он позволяет комплексно оценить внутреннюю и внешнюю среду предприятия, выявив его сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы. Рассмотрим этот метод применительно к ассортиментной политике магазина одежды «Мави Джинс».

В результате анализа выделим внутренние и внешние факторы, которые влияют на развитие бизнеса:

- Strengths – сильные стороны, которые отличают компанию от конкурентов.
- Weaknesses – недостатки или слабые стороны компании.
- Opportunities – внешние факторы и события, которые создают возможности для развития компании.
- Threats – внешние угрозы для бизнеса, которые не зависят от действий компании [5, с. 278-289].

К сильным сторонам ассортиментной политики можно отнести следующие ее характеристики:

- Широкий ассортимент классических моделей: традиционный подход обеспечивает стабильную клиентуру, ориентированную на проверенную временем продукцию высокого качества. Это создает надежную основу бизнеса, привлекая консервативных покупателей.

– Наличие сопутствующих товаров: предоставляя покупателям выбор рубашек, курток и аксессуаров, магазин усиливает лояльность клиентов, предлагая комплексные решения и возможность собрать комплект одежды целиком.

К слабым сторонам ассортиментной политики можно отнести следующие ее характеристики:

– Специализация на классическом направлении: ассортимент магазина характеризуется значительным преобладанием традиционных моделей джинсовой одежды, таких как прямые и слегка облегающие джинсы, что создаёт чёткое позиционирование классического сегмента рынка. Однако подобный подход сдерживает проникновение на молодые рынки и не соответствует современным тенденциям моды. Молодёжная аудитория проявляет повышенный интерес к оригинальным моделям, экспериментальным тканям и особым видам кроя, в связи с чем ослабевает привлекательность предлагаемого ассортимента для указанной возрастной группы.

– Недостаточный учет сезонных колебаний спроса: наблюдаемая сезонная неизменность ассортимента демонстрирует низкую восприимчивость к колебаниям спроса, вызванным климатическими изменениями. Поскольку значительная часть ассортимента сохраняется на протяжении года без существенных перемен, отсутствует стимул для регулярного посещения точки продаж, снижается частота совершения покупок, что негативно сказывается на финансовых результатах.

– Гендерная асимметрия ассортимента: несмотря на формально заявленную ориентацию на оба пола, женская половина ассортимента существенно уступает мужской по уровню уникальности и насыщенности предложениями. Женщины сталкиваются с ограниченным выбором моделей, идентичным мужским образцам, что лишает их желания совершать покупку и снижает воспринимаемую ценность торгового предложения.

– Игнорирование сегмента детской одежды: игнорирование детского рынка становится серьёзным упущением для предприятия. Дети представляют отдельную группу потребителей с особыми требованиями к размерам, цвету и дизайну одежды. Их родители, испытывая потребность в качественной детской одежде, вынуждены искать альтернативные каналы снабжения, уменьшая потенциальную базу покупателей.

– Недостаточность оптимального сортамента по параметрам антропометрии: значительный процент потребителей испытывает трудности с подбором подходящей одежды из-за отсутствия широкого спектра вариантов размеров и типов телосложения. Представленные стандартные размеры (S-M-L-XL) ограничены и игнорируют потребности людей с нестандартными параметрами тела, что уменьшает долю потенциальных покупателей и вызывает негативную реакцию на уровне сарафанного радио.

– Информационная недостаточность коммуникативных каналов: продуктивное взаимодействие с аудиторией невозможно без предоставления исчерпывающей информации о товаре. Современный потребитель нуждается в подробностях состава тканей, рекомендациях по уходу, правилах носки и прочих аспектах, касающихся приобретаемого

товара. Низкий уровень информационного сопровождения снижает уверенность покупателя и способствует отказу от сделки ввиду сомнений в целесообразности покупки.

Результаты SWOT-анализа представлены в таблице 1.

Таблица 1

**SWOT-анализ ООО «Мави Джинс» [составлено автором]**

| S (Strengths) – Сильные стороны                                                                                                                                                                                                                                                                                            | W (Weaknesses) – Слабые стороны                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– широкий ассортимент классических моделей;</li> <li>– наличие сопутствующих товаров</li> </ul>                                                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>– преобладание традиционного ассортимента;</li> <li>– отсутствие учета сезонных изменений;</li> <li>– ограниченность женской коллекции;</li> <li>– игнорирование детской категории;</li> <li>– недостаточная вариативность размеров;</li> <li>– низкий уровень информирования</li> </ul> |
| O (Opportunities) – Возможности                                                                                                                                                                                                                                                                                            | T (Threats) – Угрозы                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– расширение молодежного направления;</li> <li>– адаптация ассортимента к сезону;</li> <li>– развитие женского ассортимента;</li> <li>– выход на детский рынок;</li> <li>– оптимизация размера и форматов одежды;</li> <li>– повышение качества информационной поддержки</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– рост конкуренции;</li> <li>– потеря лояльности клиентов;</li> <li>– конкуренты усиливаются на молодежном рынке;</li> <li>– изменение вкусовых предпочтений покупателей</li> </ul>                                                                                                      |

Проведённый анализ позволил установить главную проблему текущей ассортиментной политики ООО «Мави Джинс», мешающую полноценному развитию конкурентоспособности. Проблема – несоответствие ассортимента актуальным требованиям российского рынка, связанным с особенностями местной покупательской аудитории и условиями торговли в России.

Прямыми конкурентами торгового предприятия «Мави Джинс» выступают следующие ритейлеры: «Colin's», «JST». Данные компании занимают аналогичную рыночную нишу и предлагают схожий ассортимент товаров, что обуславливает высокую степень конкурентной борьбы между ними.

В свою очередь, компания «Глория Джинс» классифицируется как непрямой конкурент, поскольку, работают в меньшей ценовой категории, специализируется на товарах из альтернативного ассортимента, что создает определенный буфер между компаниями в конкурентной среде.

Для глубокого понимания маркетинговых стратегий и оценки конкурентной позиции брендов на современном рынке проведем анализ по модели 7P, включающей семь ключевых элементов маркетинга: товар (Product), цена (Price), место продаж (Place), продвижение (Promotion), люди (People), процессы (Process) и вещественные доказательства (Physical evidence). В таблице представлены характеристики четырех известных брендов – Мави Джинс, Colin's, JST и Глория Джинс – по каждому из этих элементов. На основе сравнительного анализа мы сможем выявить особенности их маркетинговых стратегий, определить сильные и слабые стороны, а также оценить их конкурентные преимущества и позиции на рынке. Результаты 7P-анализа представлены в таблице 2.



Таблица 2

**7P-анализ ООО «Мави Джинс» [составлено автором]**

| Элемент 7P                                      | Мави Джинс                                 | Colin's                | JST                      | Глория Джинс                    |
|-------------------------------------------------|--------------------------------------------|------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| Product (товар)                                 | Джинсы премиум-класса                      | Массовый рынок, джинсы | Молодежный стиль, кэжуал | Одежда в стиле streetwear       |
| Price (цена)                                    | Средне-высокая                             | Средняя                | Средняя                  | Средне-низкая                   |
| Place (место)                                   | ТЦ                                         | ТЦ                     | ТЦ                       | ТЦ, онлайн платформы            |
| Promotion (продвижение)                         | Официальный сайт, продажа на маркетплейсах | Скидки, реклама в ТЦ   | TikTok                   | Вирусный маркетинг, инфлюенсеры |
| People (люди)                                   | Обученный персонал                         | Стандартный персонал   | Молодая команда          | Обученный персонал              |
| Process (процесс)                               | Стандартизированные                        | Упрощённые процессы    | Гибкие процессы          | Минимальные процессы            |
| Physical evidence (вещественные доказательства) | Фирменный стиль, упаковка                  | Этикетки, лейблы       | Яркий мерч, лого         | Минималистичный стиль           |

Из анализа таблицы 2, сравнение брендов «Мави Джинс», «Colin's», «JST» и «Глория Джинс» видно, что каждая торговая марка использует разные маркетинговые подходы, занимая свою позицию на рынке. Выявлена проблема в конкурентоспособности «Мави Джинс»: слабая активность в рекламе и маркетинге, практически полное отсутствие промо-кампаний, что снижает узнаваемость и интерес для широкой аудитории. В то время как конкуренты, бренды «JST» и «Глория Джинс», активно применяют новейшие маркетинговые стратегии и онлайн-платформы для раскрутки, активно работая с молодой аудиторией и добиваясь значительного уровня взаимодействия. Магазин «Colin's», который также как и «Мави» является турецким брендом, предпочитает классические методы привлечения клиентов и доступные цены, что помогает ему стабильно удерживаться на рынке розничной торговли одежды.

Таким образом, несмотря на сильные стороны в продукте и сервисе, «Мави Джинс» теряет конкурентные преимущества из-за недостаточного маркетингового продвижения, что может негативно сказаться на его позиции в долгосрочной перспективе.

Для более глубокого понимания конкурентной позиции ООО «Мави Джинс» в сравнении с основными игроками рынка – Colin's, JST и «Глория Джинс» – также проведён и PEST-анализ. В таблице отражены ключевые политические, экономические, социальные и технологические факторы, которые влияют на деятельность каждой компании и формируют их сильные и слабые стороны на рынке.

PEST-анализ, отражающий ключевые внешние факторы, влияющие на конкурентную позицию ООО «Мави Джинс» и его основных конкурентов, представлен в таблице 3.

Таблица 3

**PEST -анализ ООО «Мави Джинс» [составлено автором]**

| Факторы         | МАВИ                                                                                                    | Colin's                                                                      | JST                                                                             | Глория Джинс                                                                |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| Политические    | Жесткие требования к сертификации продукции, влияние санкций на импорт                                  | Жесткие требования к сертификации продукции, влияние санкций на импорт       | Стабильные отношения с поставщиками, адаптация к местным нормативам             | Активное сотрудничество с государственными программами поддержки бизнеса    |
| Экономические   | Высокая себестоимость продукции и, как следствие, высокая цена для конечного потребителя                | Гибкие ценовые стратегии, частые акции и скидки делают продукцию доступнее   | Цены выше среднего, но благодаря широкому ассортименту и имиджу сохраняют спрос | Эффективное управление затратами позволяет держать конкурентоспособные цены |
| Социальные      | Ориентация на узкий сегмент покупателей с высоким уровнем дохода, ограниченная работа с массовым рынком | Активное вовлечение молодежи и массового потребителя через соцсети и тренды  | Широкий охват разных возрастных и социальных групп                              | Высокая узнаваемость среди широкой аудитории, включая средний класс         |
| Технологические | Недостаточное внедрение цифровых технологий для оптимизации производства и маркетинга                   | Использование современных CRM и онлайн-платформ, улучшение клиентского опыта | Внедрение автоматизации снижает издержки                                        | Развитая онлайн-платформа и мобильное приложение для удобства покупателей   |

Проведенный PEST-анализ выявил, что для компании «Мави Джинс» внешние факторы имеют значительное влияние. В частности, влияние санкций на импорт, негативно сказываются на ценовой политике компании и создают трудности в налаживании поставок из Турции. Тем временем конкуренты оперативно адаптируются к экономическим изменениям в стране, внедряя гибкие ценовые стратегии, современные технологии и широкое вовлечение разных социальных групп. Это создаёт дополнительные сложности для «Мави Джинс» в сохранении и усилении своей конкурентной позиции на рынке розничной торговли.

Проблема высокой стоимости продукции, выявленная в ходе анализа, отталкивает потенциальных покупателей, что в сравнении с конкурентами, которые предлагают более лояльные цены, снижает конкурентоспособность «Мави Джинс».

Предложены следующие направления совершенствования конкурентоспособности ООО «Мави Джинс». Прежде всего, необходимо усилить маркетинговую стратегию, активнее использовать локальные рекламные инструменты, реклама в ТЦ (наружная реклама), а также

продвижение в соцсетях. Это поможет эффективнее взаимодействовать с целевой аудиторией и увеличить узнаваемость бренда.

Для того, чтобы повысить привлекательность товаров турецкого бренда «Мави Джинс» необходимо пересмотреть ассортиментную политику. Важна локализация ассортимента, с акцентом на местные модные тренды, климатические условия и культурные предпочтения.

Кроме того, важным является также оптимизация процесса производства с целью обеспечения доступности продукции по цене, без ущерба для качества. Перенос части производств ближе к регионам сбыта поможет существенно снизить транспортные расходы и упростить контроль качества. Создание дополнительного распределительного центра в России предоставит возможность не только оптимизировать логистические процессы, но и оперативно реагировать на колебания спроса, что особенно актуально для отечественного рынка.

В рамках управления ценой следует пересмотреть структуру издержек и рассмотреть альтернативные закупочные пути для материалов и комплектующих непосредственно в России, что позволит сократить транспортные и складские расходы. Периодические скидки и акции также будут способствовать поддержанию интереса покупателей и увеличению объемов продаж.

Внедрение представленных предложений будет способствовать усилению рыночных позиций компании «Мави Джинс», увеличит уровень известности её торговой марки и обеспечит лидирующие позиции в розничной торговле одеждой.

### Литература

1. Горбашко Е.А., Максимцева И.А. Управление конкурентоспособностью. М.: Изд-во Юрайт, 2026. 427 с.
2. Гольцева О.С., Положенцева И.В., Полянская О.А., Суховерский А.Г. Бренды и торговые марки как многомерные и адаптивные «социокультурные гибриды» в условиях глобализации и цифровизации // Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. 2026. № 1. С. 76-80.
3. Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг. М.: Изд-во Юрайт, 2024. 408 с.
4. Соловьева Ю.Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг. М.: Изд-во Юрайт, 2026. 139 с.
5. Tyukhtenko N., Makarenko S., Oliinyk N., & Portugal E. Innovative Approaches to Enterprise Competitiveness Assessment // Marketing and Management of Innovations. 2021. № 1. P. 278-289.

© Шарафутдинова Ю.М., 2026

## СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЛИЧНОСТИ

**Бегменко Я.Р.**

Нижневартовский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

### ОБ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ СОЦИАЛЬНО-БЫТОВОЙ РЕАБИЛИТАЦИИ МОЛОДЫХ ИНВАЛИДОВ

По официальным данным, на 31 декабря 2024 года, в России насчитывалось 11 122 693 человека с инвалидностью. По сравнению с 2023 годом количество людей с инвалидностью увеличилось на 81 829 человек [2].

На международном уровне Конвенция ООН «О правах инвалидов» провозглашает главный принцип деятельности государств – вовлечение всех инвалидов в полноценную жизнь наравне с другими членами общества. Документ рассматривает инвалидность не с точки зрения медицины, благотворительности или зависимости, а как вопрос прав человека, имеющего инвалидность, и пути решения его проблем [3].

Тема людей со статусом инвалидности является крайне актуальной в современном обществе. Инвалиды сталкиваются с различными проблемами, такими как доступность к образованию, занятости, здравоохранению, а также социальной и психологической поддержке. Одной из основных задач социальной работы является помощь инвалидам в их социальной адаптации и интеграции в общество [1].

С учетом демографических изменений и увеличения числа людей с ограниченными возможностями, вопросы инвалидности становятся все более важными и требуют внимания со стороны общества и государства. Социальные работники играют важную роль в оказании помощи инвалидам, предоставлении им доступа к социальным услугам, защите их прав и обеспечении равенства возможностей. Для оказания качественной помощи, необходимо создания более эффективной и доступной системы социально-бытовой реабилитации инвалидов, которая бы учитывала современные достижения науки и практики, то есть внедрение инновационных технологий.

Таким образом, своевременность постановки вопроса об использовании инновационных технологий социально-бытовой реабилитации молодых инвалидов заключается в том, что в современном обществе одним из важнейших направлений социальной политики является обеспечение равных возможностей для всех категорий граждан, в том числе для молодых людей с инвалидностью. Молодые инвалиды сталкиваются с множеством препятствий, которые ограничивают их самостоятельность, социальное участие и качество жизни. Проблема тем более актуальна, что развитие государства напрямую связано с молодым поколением, которое через некоторое время станет формировать новые экономические, национальные, ценностные, культурные условия в своей стране, регионе, мире [5].

Таким образом, использование инновационных технологий социально-бытовой реабилитации молодых инвалидов является востребованным направлением, обеспечивающим комплексный подход к решению проблем молодых инвалидов и способствующим их полноценной жизни в обществе. Практическое применение передовых технологий в реабилитации молодых инвалидов – это не только гуманитарная задача, но и важный шаг к построению инклюзивного общества.

Тема использования инновационных технологий социально-бытовой реабилитации молодых инвалидов в реабилитационных центрах, несмотря на существенный объем исследований, остается недостаточно разработанной в ряде ключевых аспектов.

Теоретические основы инновационных технологий социально-бытовой реабилитации, как в отечественных, так и в зарубежных исследованиях, рассматривают различные подходы к определению понятия, факторы успешности адаптации и модели реабилитации. Однако, недостаточно исследований посвящено комплексному изучению применения этих технологий в реабилитационных центрах как целостной системе, а не изолированно.

Большинство работ фокусируется на описании отдельных методов и техник, таких как обучение навыкам самообслуживания или использованию технических средств, но не анализируют их взаимодействие в условиях реабилитационного центра. Важной проблемой является ограниченное количество исследований, оценивающих долгосрочные эффекты социально-бытовой реабилитации, а также недостаточное внимание к потребностям различных групп молодых инвалидов, что подчеркивает необходимость разработки индивидуально адаптированных программ.

Таким образом, тема остается перспективной для дальнейшей научной разработки, особенно в контексте комплексного применения инновационных технологий в реабилитационных центрах, оценки долгосрочных результатов и адаптации программ под индивидуальные потребности молодых инвалидов.

В настоящее время ведется множество научных исследований, посвященных адаптации и интеграции инвалидов в общество, влиянию социальной работы на повышение их качества жизни. Существуют научные публикации, диссертации, конференции и положительные изменения в социальной практике, связанные с этой темой.

С целью изучения практического опыта реализации технологии социально-бытовой реабилитации молодых инвалидов было проведено исследование на базе бюджетного учреждения Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Нижневартровский многопрофильный реабилитационный центр».

Задачи исследования на этапе констатирующего эксперимента:

1. Изучить содержание, формы и методы социально-бытовой реабилитации молодых инвалидов.
2. Выявить возможные проблемы реализации технологии социально-бытовой реабилитации молодых инвалидов.



Методы исследования: теоретические (анализ научной литературы, анализ нормативно-правовых документов), в эмпирической части исследования были использованы практические методы: беседа, анкетирование, эксперимент (констатирующий).

Характеристика участников констатирующего этапа эксперимента: молодые инвалиды, посещающие учреждение, признанные нуждающимися в социальном обслуживании БУ ХМАО-Югры «Нижневартровский многопрофильный реабилитационный центр для инвалидов». Всего 16 человек в возрасте от 18 до 35 лет: 1 инвалид I группы, 5 человек, со статусом инвалидности II группы, 10 человек, относящихся к инвалидам III группы. Из них:

- соотношение мужчин и женщин: 9 мужчин / 7 женщин;
- трудоустроены: 9 человек (56%), не трудоустроены: 7 человек (44%) – из них 4 учатся, 3 получают социальную поддержку и проходят переобучение;
- семейное положение: 6 человек в браке (включая гражданский), 10 – не состоят в браке;
- основные нозологии: заболевания нервной системы, опорно-двигательного аппарата, психические расстройства, врождённые патологии, хронические соматические заболевания.

В данном учреждении социального обслуживания населения функционирует комплексная программа реабилитации и абилитации детей подросткового возраста, молодых инвалидов с множественными нарушениями «ЗНАЮ! УМЕЮ! МОГУ!», направленная реализацию технологии социально-бытовой реабилитации молодых инвалидов, которая включает следующие мероприятия комплексного учебно-тематического плана по направлениям реабилитации: педагогическая коррекция; медицинская реабилитация; психологическая коррекция; профессиональная ориентация; взаимодействие с семьями [4].

В целях исследования проблем молодых инвалидов была проведена серия индивидуальных и групповых бесед с участниками экспериментального исследования. Цель бесед – выявить реальные потребности, трудности в повседневной жизни, уровень удовлетворённости существующими услугами и готовность к участию в инновационных программах социально-бытовой реабилитации.

Анализ ответов позволил выделить ключевые темы, ставшие основой для разработки анкеты:

1. Недостаток навыков самообслуживания – особенно среди тех, кто долгое время находился на попечении семьи.
2. Сложности с использованием бытовой техники – из-за отсутствия адаптации (например, сложные панели управления, неудобные ручки).
3. Недостаточная доступность информации – многие не знали о существовании программ цифровой грамотности или поддержки в трудоустройстве.
4. Желание обучаться, но нехватка мотивации и поддержки – особенно у лиц с психическими расстройствами и когнитивными нарушениями.
5. Высокая заинтересованность в технологиях – голосовое управление, «умный дом», мобильные приложения с поддержкой ИИ.

6. Проблемы с транспортом, жильём и общественными пространствами – несмотря на наличие пандусов, реальная доступность часто нарушена.

На основе этих данных была разработана анкета для оценки потребностей в социально-бытовой реабилитации, включающая следующие блоки:

- Уровень самостоятельности в быту (самообслуживание, приготовление еды, уборка, пользование техникой)
- Опыт участия в реабилитационных программах
- Отношение к инновационным технологиям (VR, голосовые помощники, симуляторы)
- Готовность к участию в новых программах реабилитации

Основные выводы из бесед и анкетирования:

#### 1. Уровень самостоятельности в быту

- Большинство участников (12 из 16, или 75%) оценили себя как частично самостоятельные в повседневной жизни.
- Полностью самостоятельные: 4 человека (25%) – все трудоустроены, не имеют тяжёлых двигательных нарушений, в основном с диагнозами из категории хронических соматических или лёгких нервных заболеваний.
- Требуют помощи в отдельных действиях: 9 человек (56%) – чаще всего при приготовлении еды, уборке или использовании бытовой техники. Особенно затруднительно использование плиты, стиральной машины, микроволновки.
- Практически полностью зависимые: 3 человека (19%) – с тяжёлыми нарушениями опорно-двигательного аппарата и врождёнными патологиями.



Рис. 1. Уровень самостоятельности в быту (n = 16)

#### 2. Опыт участия в реабилитационных программах

- ✓ Проходили реабилитацию ранее: 11 человек (69%) – в основном физическую (ЛФК, массаж, физиотерапия).

✓ Участие в социальной или профессиональной реабилитации: только 4 человека (25%) – из них двое проходили курсы переобучения, один – психологическую поддержку, один – программу адаптации к труду.

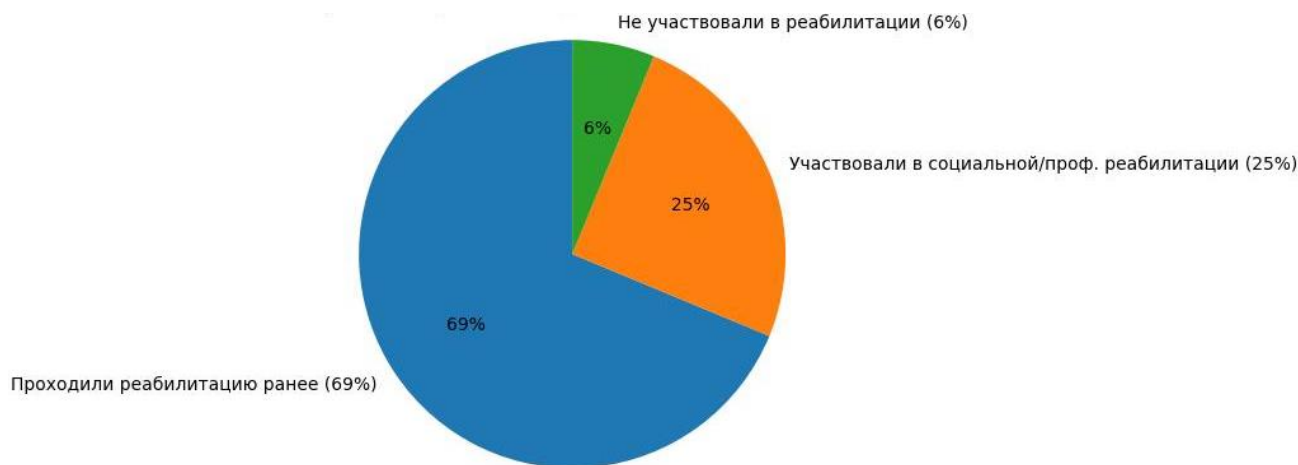


Рис. 2. Опыт участия в реабилитационных программах (n = 16)

### 3. Отношение к инновационным технологиям

- Голосовые помощники (например, Алиса): 10 человек (62%) – 6 уже используют, 4 хотели бы попробовать. Основные цели: напоминания, управление светом, включать музыку, звонить родным.
- Пользование интернетом через голосовые команды: интересно 9 участникам.
- VR-симуляторы и реабилитационные игры: 7 человек (44%) – в основном мужчины младше 40 лет. Считают, что это может помочь в мотивации к занятиям и восстановлению движений.
- Смарт-устройства (умный дом): 8 человек (50%) – заинтересованы в автоматизации освещения, отопления, сигнализации.
- Опасения и барьеры: 6 человек (37,5%) – боятся сложности настройки, 4 – не доверяют безопасности данных.

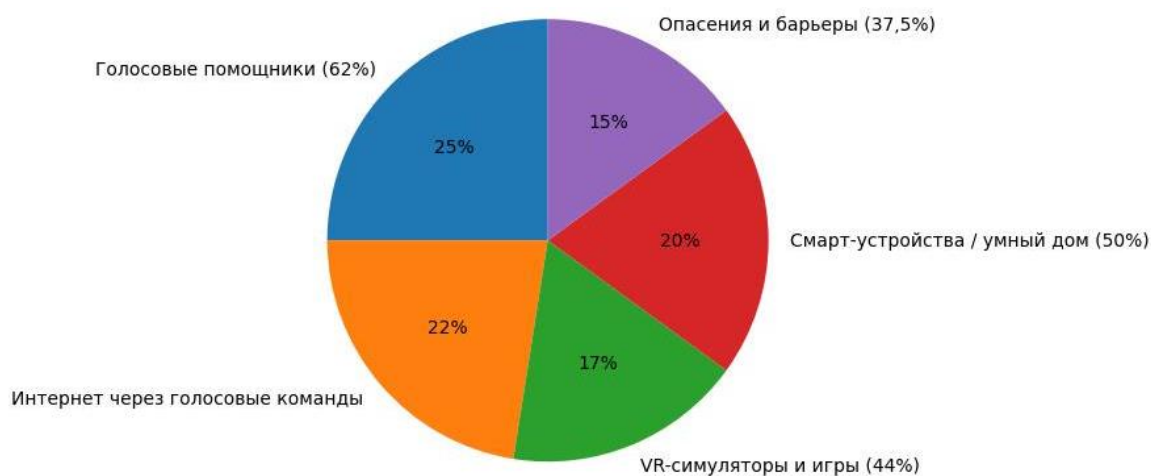


Рис. 3. Интерес к цифровым и вспомогательным технологиям (n = 16)

#### 4. Готовность к участию в новых программах реабилитации

- Готовы участвовать: 14 человек (87,5%) – особенно те, кто не трудоустроен и не участвовал ранее в реабилитации.
- Барьеры для участия: отсутствие транспорта (5 человек), необходимость сопровождения (4), боязнь не справиться (3), нехватка информации (6).



**Рис. 4. Готовность к участию в новых программах реабилитации**

Таким образом, беседа и анкетирование стали важным этапом в проведении констатирующего этапа эксперимента, что позволило перейти от формальных данных к глубинному пониманию реальных запросов целевой группы и обеспечило практическую значимость исследования.

Можно сделать вывод, что на современном этапе развития общества информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) и цифровая среда становятся неотъемлемой частью эффективной социальной, образовательной и реабилитационной работы с людьми с инвалидностью.

На основе анализа данных, полученных в ходе анкетирования молодых инвалидов, были выявлены и систематизированы ключевые проблемы, с которыми они сталкиваются в повседневной жизни:

1. Недостаточный уровень цифровой грамотности (способность эффективно и безопасно использовать цифровые технологии для поиска, оценки, создания и обмена информацией) и недостаточное использование вспомогательных технологий, то есть дефицит практических навыков и цифровой грамотности. Причиной может являться отсутствие доступных обучающих программ, недостаток мотивации и поддержки, а также низкий уровень компьютерной подготовки.

2. Недостаточное вовлечение в социальные и профессиональные реабилитационные программы. Причиной данной проблемы может являться ограниченный доступ к информации о реабилитационных возможностях. Большинство опрошенных не знали о существовании программ профессиональной адаптации или возможностях получения технических средств реабилитации. В силу ограниченного жизненного опыта, социальной изолированности и отсутствия навыков цифровой грамотности, люди с инвалидностью часто

не знают, где и как можно получить помощь. Помимо этого, причиной может быть недостаточная гибкость реабилитационных программ, возможно стоит добавить элементы дистанционного сопровождения и поддержки, а также внедрить программы по адаптации жилья и выдаче современных технических средств реабилитации.

Исходя из вышеперечисленного, получается, что люди с ограниченными возможностями здоровья не вовлечены в цифровое пространство учреждения: отсутствуют адаптированные онлайн-курсы, сервисы обратной связи, цифровые реабилитационные тренажеры.

Также в условиях модернизации социальной работы требуется активное внедрение инклюзивных подходов, особую актуальность приобретает задача эффективного информирования лиц с инвалидностью о существующих мерах поддержки, социальных услугах и возможностях реабилитации.

Таким образом, в ходе экспериментального исследования были выявлены существенные проблемы, которые могут стать точками роста и улучшить применение инновационных технологий социально-бытовой реабилитации с молодыми инвалидами в БУ ХМАО-Югры «Нижневартовский многопрофильный реабилитационный центр для инвалидов».

### Литература

1. Бегидова Т.П. Социально-правовые и законодательные основы социальной работы с инвалидами. М.: Юрайт, 2024. 98 с.
2. ЕМИСС. Государственная статистика. Численность инвалидов по группам инвалидности по субъектам Российской Федерации. <https://clck.ru/3TfVsp>
3. Конвенция о правах инвалидов от 13 декабря 2006 г. <https://clck.ru/3TfWLs>
4. Нижневартовский многопрофильный реабилитационный центр для инвалидов: Официальный сайт бюджетного учреждения ХМАО – Югры. <https://clck.ru/3TfVuH>
5. Сакаева Е.С., Бауэр Е.А. Проблемы включения студентов-инвалидов в образовательное пространство вуза // Формы и методы социальной работы в различных сферах жизнедеятельности: Материалы XIV Международной научно-практической конференции, посвященной 80-летию Победы в Великой Отечественной войне, 100-летию со дня рождения первого ректора ВСТИ Д.Ш. Фролова и 30-летию подготовки социальных работников во ВСГУТУ. В 2-х томах. Улан-Удэ, 2025. С. 190-191.

© Бегменко Я.Р., 2026



**Гембух И.С.**

Томский государственный педагогический университет  
г. Томск, Россия

## **НАСТАВНИЧЕСТВО В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ И ЛИЧНОСТНОГО РАЗВИТИЯ ПЕДАГОГОВ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

С позиции управления образовательной организацией одной из острых тем остается текучесть кадров среди молодых специалистов. Эмпирические данные подтверждают, что первые годы работы связаны с повышенной нагрузкой на психику, отсутствием отработанных алгоритмов действий и необходимостью быстрого вхождения в должность [8, с. 149]. В этой связи наставничество рассматривается администрацией ДОУ как действенный способ сокращения адаптационного периода.

Современная наука трактует наставничество как механизм направленной трансляции опыта, без которого сложно представить полноценное формирование профессиональной идентичности педагога. Исследователи обращают внимание: там, где наставничество приобретает системные черты, заметно снижается уровень профессиональной тревожности и возрастает внутренняя мотивация специалистов [1, с. 17].

Актуальность работы продиктована управленческой потребностью – разработать такую систему наставничества, которая станет действенным инструментом кадровой политики и будет способствовать закреплению педагогов в профессии [2, с. 22].

С управленческой точки зрения именно молодые педагоги составляют зону кадровой нестабильности. Отсутствие опыта, высокая эмоциональная нагрузка и трудности интеграции в педагогический коллектив нередко становятся причинами увольнения на первом-втором году работы [4, с. 177]. Целенаправленно выстроенная система наставничества позволяет минимизировать действие этих факторов, повысить лояльность сотрудника и обеспечить его закрепление в учреждении.

Почему при наличии утвержденных программ, методических рекомендаций и даже закреплённых приказом наставников реальная помощь молодым педагогам зачастую отсутствует? Наблюдения показывают, что основная проблема кроется в самом подходе к организации наставничества. Оно воспринимается как мероприятие, которое нужно провести, а не как процесс, который нужно выстроить. Отсюда – формальное закрепление пар, формальные планы, формальные отчеты и, как следствие, нулевой результат для молодого специалиста [6, с. 87].

Кроме того, наставничество часто рассматривается вне связи с другими управленческими процессами: подбором кадров, адаптацией, оценкой персонала, развитием кадрового резерва. Оно существует само по себе, как изолированная «активность», а не как часть целостной системы кадрового менеджмента. Пока наставничество не будет встроено в эту систему, оно обречено оставаться формальностью.

В этой ситуации становится очевидной необходимость смены оптики: рассматривать наставничество не как набор разрозненных мероприятий, а как управленческий механизм, который можно и нужно проектировать, внедрять и оценивать. Именно такой подход позволит

преодолеть формализм и превратить наставничество в реально работающий инструмент профессионализации педагогов.

Цель настоящей работы заключается в теоретическом обосновании и конструировании модели наставничества, рассматриваемой в качестве механизма управления процессом профессионализации педагогов дошкольных организаций.

Задачи исследования:

1. Осуществить анализ теоретических источников по проблеме наставничества в контексте дошкольного образования.
2. Раскрыть содержание функций наставничества как элемента управленческой деятельности.
3. Обозначить организационно-педагогические условия эффективной реализации наставнической практики.
4. Определить стратегию эмпирической проверки разработанной модели.

Методологическая база исследования

Теоретико-методологическую основу составили взаимодополняющие методы. Анализ и систематизация научной литературы позволили обобщить существующие подходы к наставничеству и выделить его ключевые функции. Изучение практики наставничества в ДООУ дало возможность выявить типичные затруднения и условия эффективности. Метод моделирования, опирающийся на концепции управленческого цикла и кадрового менеджмента, обеспечил разработку авторской модели наставничества как управленческого механизма.

Теоретический базис и содержательное наполнение модели наставничества

Современные исследователи сходятся во мнении, что профессиональное становление педагога не может быть сведено исключительно к накоплению знаний и отработке практических навыков. Это целостный процесс, затрагивающий когнитивную, деятельностьную и личностную сферы специалиста. Именно поэтому наставничество сегодня определяется как социально-педагогическая технология, обеспечивающая комплексное сопровождение данного процесса [4, с. 175]. В рамках этой технологии решаются задачи не только методической поддержки, но и развития профессиональной самостоятельности, формирования готовности к принятию решений в нестандартных ситуациях. Наставник помогает молодому педагогу пройти путь от исполнителя, действующего по образцу, к субъекту, способному к рефлексии и проектированию собственной педагогической деятельности.

Особое место в исследованиях занимает вопрос о психолого-педагогическом ресурсе наставничества. Под ним понимается совокупность факторов и условий, обеспечивающих формирование профессионального сознания и самосознания молодого педагога [4, с. 177]. Взаимодействуя с наставником, начинающий специалист не просто усваивает образцы деятельности – он «врастает» в профессию, принимает ее нормы и ценности как собственные. Профессиональная ответственность в этом контексте выступает не как внешнее требование, а как внутреннее качество личности, сформированное в процессе ценностно-ориентированного

общения. Таким образом, наставничество выполняет важнейшую функцию профессиональной социализации, без которой невозможно полноценное вхождение педагога в профессиональное сообщество.

В структуре управления профессионализацией педагогических работников ДОУ целесообразно выделить четыре базовые группы функций наставничества: организационную, методическую, социальную и контрольно-оценочную. Их комплексная реализация обеспечивает решение управленческих задач и встраивание молодого специалиста в профессионально-корпоративную среду учреждения [3, с. 85].

Организационная функция предполагает упорядочивание и координацию деятельности начинающего педагога. В рамках данной функции наставник транслирует требования внутреннего распорядка, распределяет профессиональные задачи исходя из уровня подготовленности подопечного, формирует предпосылки для последовательного профессионального продвижения и проектирования индивидуального образовательного маршрута [2, с. 26].

Методическая функция ориентирована на адресную поддержку в процессе овладения современными педагогическими техниками, методами и приемами. Наставник оказывает консультационную помощь по вопросам проектирования образовательного процесса, проведения развивающих занятий, отслеживания образовательных результатов, что в совокупности содействует наращиванию профессиональной компетентности и совершенствованию качества педагогической практики [1, с. 17].

Социальная функция направлена на включение молодого специалиста в систему профессиональных коммуникаций и становление его педагогической идентичности. Деятельность наставника в этом контексте связана с трансляцией корпоративных норм и ценностей, созданием доверительных межличностных отношений, поддержанием психологического благополучия и мотивационной устойчивости, развитием навыков командного взаимодействия и чувства сопричастности [8, с. 743].

Контрольно-оценочная функция охватывает систематическое отслеживание динамики профессионального развития, анализ результатов деятельности и своевременную коррекцию индивидуального плана. Наставник фиксирует успехи и выявляет дефициты, предоставляет обратную связь, определяет зоны ближайшего профессионального развития и способы преодоления затруднений, формируя основу для непрерывного профессионального совершенствования [8, с. 745].

Опираясь на выделенные функциональные характеристики и теоретические положения, нами сконструирована модель наставничества, реализуемая в логике управленческого цикла (рис.).



**Рис. Схема модели наставничества как управленческого механизма (составлено автором)**

Предлагаемая модель выстроена как циклически организованный процесс, последовательно разворачивающийся от этапа диагностики к этапам планирования, реализации и рефлексивно-оценочному этапу.

Диагностический этап ориентирован на выявление спектра профессиональных затруднений и образовательных запросов начинающего педагога, определение уровня владения компетенциями, оценку мотивационных установок и степени готовности к профессиональной деятельности. Параллельно решается задача анализа наставнического ресурса организации: оценивается готовность опытных сотрудников к выполнению наставнических функций, проводится их мотивационная и методическая подготовка, формируются диады «наставник – молодой педагог» на основе профессиональной направленности и межличностной совместимости [5, с. 122].

Этап планирования предусматривает совместное проектирование индивидуальной программы профессионального становления педагога. В содержании программы фиксируются целевые ориентиры и задачи наставнической деятельности, ожидаемые результаты, определяются форматы взаимодействия (консультативные встречи, взаимопосещения занятий, совместный педагогический анализ, мастер-классы и пр.), а также показатели и временные интервалы оценивания эффективности [7, с. 210].

Реализационный этап аккумулирует непосредственную наставническую деятельность и охватывает выполнение всего комплекса ранее обозначенных функций. Организационная составляющая проявляется в упорядочивании деятельности молодого педагога, его включении в образовательную среду и систему внутриорганизационных отношений. Методическая поддержка выражается в трансляции профессионального опыта, освоении эффективных педагогических практик и технологий. Социальная направленность обеспечивает интеграцию педагога в коллектив, формирование его профессионального самосознания и лояльности. Контрольный компонент предполагает оперативный мониторинг результатов, систематическую обратную связь и при необходимости корректировку профессиональных действий [8, с. 744].

Рефлексивно-оценочный этап выступает завершающей фазой управленческого цикла. Содержание данного этапа составляет анализ степени достижения запланированных

результатов, совместная рефлексия успешных практик и возникших затруднений, осмысление профессиональных дефицитов и точек роста. Полученные оценочные данные выступают базой для уточнения индивидуальной траектории профессионального развития и определяют содержательное наполнение последующего цикла наставнического сопровождения, обеспечивая тем самым восходящий характер профессионализации [3, с. 89].

Спроектированная модель носит проектно-ориентированный характер и нацелена на внедрение в деятельность конкретных дошкольных образовательных организаций. В настоящее время инициирована подготовительная работа, направленная на апробацию модели в условиях действующего ДООУ. Предполагается, что реализация модели будет осуществляться в соответствии с описанными этапами, а полученные эмпирические данные позволят верифицировать ее результативность в аспектах сокращения адаптационного периода, повышения профессиональной устойчивости и качества образовательной деятельности [9, с. 149].

#### Выводы

Проведенное теоретическое исследование позволяет констатировать, что наставничество в дошкольном образовании располагает существенным управленческим ресурсом, обеспечивающим решение задач профессионализации педагогических кадров, и нуждается в реализации как целостная, институционально оформленная практика. Достижение результативности наставнической деятельности сопряжено с комплексной и сбалансированной реализацией организационной, методической, социальной и контрольно-оценочной функций. Эффективное развертывание системы наставничества требует соблюдения совокупности организационно-управленческих условий: применение системного подхода, осуществление процедур отбора и подготовки компетентных наставников, создание диагностического и мониторингового инструментария, обеспечение ресурсной и мотивационной поддержки со стороны администрации ДООУ. Разработанная модель, имеющая проектный характер, может быть востребована руководителями дошкольных организаций в качестве инструмента кадрового менеджмента, ориентированного на оптимизацию адаптационных процессов, повышение уровня профессиональной компетентности и укрепление корпоративной культуры. Перспектива дальнейшей работы связана с эмпирической апробацией представленной модели и оценкой ее влияния на динамику профессионального развития педагогов.

Таким образом, наставничество выступает значимым фактором, детерминирующим успешность профессионального и личностного становления педагогов дошкольного образования. Его реализация предполагает выстраивание управленческого сопровождения, формализацию планирования и регулярную оценочную деятельность. Применение системной логики в организации наставнической деятельности открывает возможности для повышения кадровой стабильности и совершенствования качества образовательного процесса в ДООУ.



## Литература

1. Афонькина Ю.А. Наставничество в ДОУ: технологии эффективного взаимодействия // Дошкольная педагогика. 2021. № 8. С. 14-19.
2. Богославец Л.Г., Давыдова О.И. Кадровый менеджмент в ДОУ // Управление дошкольным образовательным учреждением. 2023. № 2. С. 22-28.
3. Богославец Л.Г., Майер А.А. Внутрифирменное повышение квалификации специалистов дошкольного образовательного учреждения // Детский сад: теория и практика. 2012. № 4. С. 85-91.
4. Задорина О.С. Педагогические проблемы подготовки студентов в магистратуре // Вестник Тюменского государственного университета. 2015. Т. 1. № 1(1). С. 175-182.
5. Игнатьева Е.В., Базарнова Н.Д. Сравнительный анализ содержательно-технологического аспекта реализации наставничества над молодыми педагогами в России и США // Проблемы современного педагогического образования. 2023. № 80-4. С. 121-123.
6. Кларин М.В., Масютина Н.М. Наставничество в образовании: современная теория и практика. М.: Академия, 2021. 288 с.
7. Митина Л.М., Маркова А.К., Климова Е.А. Профессиональное развитие педагога: психолого-педагогические аспекты. СПб.: Речь, 2020. 254 с.
8. Фролова О.А., Хорошилова Л.М. Профилактика профессионального выгорания педагогов дошкольной образовательной организации // Психология и педагогика XXI века: актуальные вопросы, достижения и инновации: Сб. статей III Всероссийской студенческой научно-практической конференции с междунар. участием, Орехово-Зуево, 19 мая 2022 г. Орехово-Зуево: Государственный гуманитарно-технологический университет, 2022. С. 743-746.
9. Чернякова Н.С. Оценка как необходимый элемент обучения // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2015. № 9-2. С. 148-150.

© Гембух И.С., 2026

**Кимасова О.Р.**

Волгоградский государственный социально-педагогический университет  
г. Волгоград, Россия

## **ОБОБЩЕНИЕ ОПЫТА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЙ «РАЗГОВОРЫ О ВАЖНОМ» В АСПЕКТЕ РАЗВИТИЯ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ ПОДРОСТКОВ В КОЛЛЕКТИВЕ**

Цифровая среда трансформирует общение подростков: расширяя связи, она одновременно обедняет глубокое взаимодействие и усиливает агрессию, обостряя проблему их одиночества. Государственная политика Российской Федерации, отраженная в основополагающих нормативных документах, направлена на формирование гармоничной личности и конструктивного общения в коллективе подростков. В частности, Указ Президента РФ от 07.05.2024 N 309 «О национальных целях развития Российской Федерации», ставит цель: «Развитие человеческого потенциала, реализация талантов и способностей каждого человека» (<https://clck.ru/3TJiJR>). В рамках этой цели одной из задач является: «Воспитание гармонично развитой и социально ответственной личности на основе духовно-нравственных ценностей народов Российской Федерации, исторических и национально-культурных традиций» (<https://clck.ru/3TJiJR>).

Исследования межличностных отношений подростков обширны, однако, на современном этапе развития педагогической практики обнаруживается ряд существенных пробелов. Вопрос о конкретных психолого-педагогических механизмах организации курса «Разговоры о важном» как эффективного инструмента формирования доверительных отношений и снижения конфликтов в подростковом коллективе остается открытым. Это и составляет ключевое противоречие и социальный запрос на данное исследование.

Тема межличностных отношений в коллективе у подростков в последние два десятилетия привлекала пристальное внимание исследователей. Природа общения, его возрастные и индивидуальные особенности и изменения стали предметом изучения педагогов, социологов, психологов, и др. Особое внимание исследователи уделяют изучению уникальных аспектов межличностных связей у подростков, а также процессам их становления и эволюции.

В последнее время образовательные организации уделяют пристальное внимание формированию межличностных отношений в среде подростков. От характера, особенностей, успешности межличностного взаимодействия зависит самочувствие, психическое здоровье, продуктивность учебной и профессиональной деятельности, степень самореализации подростков.

Проведенный анализ понятия «межличностные отношения» позволил выделить его сущностные характеристики. С.Ю. Гаджиева в своей работе подчёркивает, что межличностные отношения – это «целостная система индивидуальных, избирательных и осознанных связей личности с различными аспектами действительности, формирующаяся на протяжении всей жизни человека» [1, с. 296].

А.В. Морозов раскрывает термин следующим образом: это «субъективно переживаемые взаимосвязи между людьми, которые объективно проявляются в характере и способах

взаимного влияния людей друг на друга в процессе совместной деятельности и общения» [3, с. 86]. В его работе подчеркивается, что именно эффективная организация взаимодействия подростков, обеспечит процесс социализации, благоприятный климат, совместимость и стабильность в коллективе [2], Через общение с ровесниками подросток формирует самооценку, систему ценностей, социальный статус и поведенческие модели, что оказывает прямое влияние на его психическое здоровье, учебную мотивацию и будущую профессиональную и личностную успешность.

Т.А. Мусхаджиева отводит ключевую роль учителю в формировании и развитии гуманных, уважительных, доверительных отношений между подростками. Именно его личностные и профессиональные качества могут «способствовать созданию эмоционально благополучного фона в образовательной среде, мотивацию обучающихся к получению знаний, личностное развитие школьника и коллектива в целом» [4, с. 7].

Ф.В. Хугаева в своей работе делает акцент на содержательном аспекте организации межличностных отношений подростков. Объединяющим началом формирования открытости и взаимопонимания между обучающимися ученый считает привитие им основ национальной культуры, параллельно вводя их в контекст общемировых культурных и нравственных ценностей [5, с. 160].

В этом процессе важным инструментом может стать внеурочный курс занятий 'Разговоры о важном', направленный на воспитание личности, обладающей развитым чувством эмпатии и уважения к чужому мнению, а также способной к гармоничному взаимодействию со сверстниками в коллективе. Именно в подростковом возрасте в межличностных отношениях ценится отзывчивость, открытость, умение хранить тайны, Через общение с ровесниками подросток формирует самооценку, систему ценностей, социальный статус и поведенческие модели, что оказывает прямое влияние на его психическое здоровье, учебную мотивацию и будущую профессиональную и личностную успешность. Именно в системе межличностных отношений со сверстниками подросток решает ключевые для этого этапа задачи: формирование самооценки, усвоение социальных норм, самоопределение и поиск своей идентичности.

Введенный в рамках внеучебной деятельности цикл «Разговоры о важном» должен стать эффективным инструментом для решения этих задач. В соответствии с ФГОС общего образования, одной из ключевых задач данного курса является формирование универсальных учебных действий, которые необходимы для полноценного межличностного взаимодействия подростков (<https://clck.ru/3TJiX8>). Работа в малых группах над общим заданием в рамках курса формирует коммуникативные УУД по организации совместной деятельности. Познавательные УУД (напр., умение устанавливать причинно-следственные связи) помогают подросткам соотнести личный опыт с общественными и историческими процессами. В этом контексте внеурочный курс приобретает значительный педагогический потенциал. На занятиях «Разговоры о важном» подростки обсуждают темы, которые касаются лично каждого. Эти разговоры часто затрагивают настоящие, глубокие чувства.

В рамках исследования был проведен анализ всех предложенных к проведению занятий «Разговоры о важном», который помог установить, что потенциал содержания для формирования межличностных отношений крайне неравномерен и сильно зависит от методической проработки и позиции педагога. Было тщательно проанализировано 34 темы «Разговоров о важном», для решения исследовательских задач, они были разделены на четыре тематических блока с целью анализа содержания в аспекте формирования межличностных отношений подростков.

Таблица 1

**Анализ занятий  
«Разговоры о важном» для формирования межличностных отношений подростков**

| I. Темы, способствующие развитию межличностных отношений                                                                                                                            | II. Темы, связанные с профессиями                                                                             | III. Темы с косвенным влиянием через ценностный контекст                                                               | IV. Темы с минимальным прямым влиянием на межличностные отношения:                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| сведение глубоких тем к упрощённым поучениям единые сценарии для всей страны                                                                                                        | отдает приоритет социальной ответственности и профессиональным качествам в ущерб личностным аспектам общения; | слабо учитывают эмоционально-личностные «боли» подростков (конфликты, одиночество, любовь, дружба, принятие в группе); | потенциал данных тем для формирования межличностных отношений крайне неравномерен и сильно зависит от методической проработки и позиции педагога; |
| темы о совести, уважении, конфликтах требуют высокой степени доверия, из-за отсутствия безопасной атмосферы обсуждение может превратиться в неосознанное говорение правильных вещей | недостаточно уделено внимание практикам равноправного общения.                                                | темы не воспитывают друга или партнера. не формируют отношения человека со сверстником, сидящим за соседней партой.    |                                                                                                                                                   |

По результатам анализа, выявлены недоработки в содержании занятий в блоке I, темы которого должны способствовать развитию межличностных отношений детей. Например, сведение глубоких тем к упрощённым поучениям («надо уважать старших»); единые сценарии для всей страны не учитывают региональную специфику, конкретную ситуацию в классе, а также уровень развития конкретного детского коллектива; темы о совести, уважении, конфликтах требуют высокой степени доверия, из-за отсутствия безопасной атмосферы обсуждение может превратиться в неосознанное говорение правильных вещей, и как следствие этого, - откровенные высказывания могут использоваться против ребёнка впоследствии.

На основании вышеизложенного, нами были предложены современные формы и методы формирования межличностных отношений в коллективе подростков. Акцент данных форм и методов формирования межличностных отношений у подростков смещен с информирования на проживание и практику отношений.

Таблица 2

**Эффективные формы и методы для реализации потенциала «Разговоров о важном»**

| Требования ФГОС                      | Формы и методы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Пример                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Формирование уважительного отношения | «Аквариум»: предполагает обсуждение проблемной ситуации в кругу, где часть участников активно дискутирует, а остальные наблюдают и позже высказывают мнение. Несколько учеников выбирают тему дискуссии по сложному вопросу (напр., о границах личного пространства), остальные наблюдают и анализируют аргументы и манеру общения.<br>Метод «Шести шляп мышления»: Анализ ситуации с разных позиций (эмоции, критика, оптимизм, факты), что учит видеть многогранность любой точки зрения. | Тема «О городах России»: Не просто рассказ о культурах, а «Аквариум» на тему «Какой поступок представителя другой культуры может быть неверно истолкован и как этого избежать?».                                                                                                                              |
| Ведение диалога и взаимопонимание    | «Медиативный круг»: Структурированный диалог, где говорящий держит предмет (символ слова), а остальные активно слушают. Правила: говорить от себя («Я-высказывание»), не перебивать, стремиться понять. «Перевернутый» диалог: Ученики получают задание защитить точку зрения, противоположную их собственной.                                                                                                                                                                              | Тема «Закон и справедливость»: «Медиативный круг» для обсуждения реального школьного конфликта с поиском справедливого, по мнению всех сторон, решения.                                                                                                                                                       |
| Осознание связи личности и общества  | «Линия жизни ценности»: помощь участникам осмыслить ценность взаимопомощи через призму личного опыта, семейной истории и исторических событий; показать преемственность ценностей и их роль в развитии общества. Ученики исследуют, как какая-либо ценность (напр., взаимопомощь) проявлялась в их жизни, жизни их семьи, истории страны.                                                                                                                                                   | Тема «Ценности, которые нас объединяют»: «Социальные пробы» – взять интервью у родителей и сверстников на тему «Что для вас значит “взаимовыручка”?». После сбора интервью у родителей и сверстников можно организовать ряд мероприятий для анализа, осмысления и практического применения полученных данных. |

Таким образом, программа «Разговоры о важном» при целенаправленной методической работе и содержательном обогащении может стать эффективным инструментом формирования коммуникативной культуры подростков и создания благоприятного психологического климата в школьных коллективах.

Практическая значимость этой работы заключается в научно-методическом обеспечении педагогической деятельности по формированию зрелых межличностных отношений в подростковой среде в рамках внеурочной деятельности. Исследование позволило выявить значительный, но нереализованный в полной мере педагогический потенциал программы «Разговоры о важном» в контексте развития межличностных отношений в подростковом коллективе.



## Литература

1. Гаджиева С.Ю. Особенности формирования межличностных отношений молодежи как важная педагогическая проблема // Вестник университета. 2015. № 5. С. 294-296. EDN UCWKYB.
2. Морозов А.В. Гармонизация межличностных отношений в малой группе посредством управления конфликтным взаимодействием // Молодежь и будущее: профессиональная и личностная самореализация: материалы XIII Международной научно-практической конференции (г. Владимир, 28–29 марта 2024 года). Владимир, 2024. С. 26-29. EDN CENVPH.
3. Морозов А.В. Деловая психология: курс лекций. СПб.: Союз, 2000. 576 с.
4. Мухаджиева Т.А. Природа и сущность межличностных отношений между субъектами педагогической деятельности // Вестник Мининского университета. 2022. № 4(41).
5. Хугаева Ф.В. Педагогические условия формирования культуры межнационального общения в поликультурном образовании. Владикавказ, 2021. 279 с.

© Кимасова О.Р., 2026

**Муратова А.А.**

Педагогический институт Владимирского государственного университета  
им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых  
г. Владимир, Россия

## **ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ ПОДРОСТКОВ В УСЛОВИЯХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ**

На фоне угасания дворовой культуры и смещения фокуса общения на цифровую среду, школа, стала для подростков значимым местом, где межличностное общение сохраняется и продолжает развиваться. Однако, наличие живого и постоянного общения в школе не может гарантировать уровень его качества и успешности. Подростки могут активно взаимодействовать, но делать это деструктивно. Это может проявляться в конфликтах, неумении слышать друг друга, скрытности, застенчивости. В таких условиях возникает потребность научиться грамотно выстраивать коммуникацию, понимать собеседника и адекватно доносить свои мысли. В данной ситуации важно развитие навыка – коммуникативной компетентности. От того, насколько сильно будет развит этот навык у подростков, будет зависеть их будущий успех в учебе, отношениях с людьми и будущим уровнем жизни.

Коммуникативная компетентность представляет из себя сложное, интегративное понятие. Она не просто связана с «умением общаться», а еще и с психологической готовностью к преодолению трудностей в процессе межличностного взаимодействия. В коммуникативной компетентности важно определить готовность субъекта осознать, различить и ассоциировать проблему с ранее пережитыми трудностями в личном опыте прошлого взаимодействия. А также, выявить способность человека активизировать собственные личностные ресурсы, чтобы конструктивно разрешить негативные эффекты, возникшие в процессе общения [1].

По определению Л.А. Петровской, коммуникативная компетентность – это способность к эффективному взаимодействию, которая включает в себя способность слышать и понимать желания собеседника, умение четко и ясно доносить собственные мысли [6, с. 216].

Важно понимать различия между общением и коммуникативной компетентностью. В отличие от общения, коммуникативная компетентность предполагает наличие определенных навыков и способности уместно их применять в зависимости от текущей ситуации, целей и особенностей собеседника. При этом общение, как социальное явление, является лишь процессом взаимодействия и не обязательно включает в себя использование конструктивных средств для повышения эффективности взаимодействия [5].

Интимно-личностное общение – ведущая деятельность в подростковом возрасте. Подростки тянутся к общению со сверстниками, ищут понимания и поддержки в этом кругу. Поэтому, подростковый возраст можно выделить как сенситивный период для формирования коммуникативной компетентности [2, с. 226].

Выделяют виды компетентности, которые входят в коммуникативную компетентность:

1) компетентность перцептивной коммуникации связана с восприятием подростком собеседника. Он учиться слышать и понимать чужие мысли, делать выводы и выделять значимость собственной и чужой позиции;

2) компетентность интерактивной коммуникации связана с умением сотрудничать, налаживать отношения с собеседником, определить собственную позицию в группе;

3) коммуникативно-речевая компетентность отвечает за то, насколько ясно и точно подросток способен излагать собственные мысли и использовать речь как инструмент для присвоения новых знаний полученных через общение [1].

Также, в коммуникативную компетентность входят навыки, которые необходимы для конструктивного способа ведения диалога: эмпатия, активное слушание, умение работать в команде, речевые навыки, невербальная коммуникация. Эмпатия и понимание выражаются в способности поставить себя на место другого человека, умение проявить сочувствие, понять цели и выраженные особенности собеседника, которые важны для конструктивного взаимодействия. Активное слушание – умение слушать и слышать собеседника, считывать его внутреннее эмоциональное состояние и тонкие изменения в интонации. Умение работать в команде и включаться в общественное мнение сильно упрощает процесс коммуникации и позволяет эффективно сотрудничать с другими людьми, решать насущные задачи. Речевые навыки – главный инструмент взаимодействия. Это умение четко доносить свою мысль и точку зрения до собеседника, умение задавать вопросы, аргументировать собственную позицию и вести конструктивную дискуссию. Невербальная коммуникация – активное использование и считывание невербальных сигналов, мимики, жестов и интонаций в голосе. Знание принципов невербальной коммуникации можно научиться подстройке и калибровке. [3].

В структуре коммуникативной компетентности, предложенной Л.А. Петровской, принято выделять три взаимосвязанных компонента:

1) Когнитивный компонент позволяет предвидеть реакцию оппонента на конкретное поведение. Он включает в себя индивидуальные знания о самом себе, как активном участнике межличностного взаимодействия.

2) Поведенческий компонент – это адекватное использование вербальных и невербальных средств коммуникации, как инструментов для эффективного взаимодействия.

3) Эмоциональный компонент включает в себя эмпатическое слушание, отзывчивость, чувствительность к переживаниям и эмоциям окружающих, способность к состраданию [6].

Соответственно, сформированность коммуникативной компетентности в поведении подростка будет отражаться отчетливо. Коммуникативно компетентный подросток будет легко и устанавливать и поддерживать контакт со сверстниками и взрослыми, владеть техниками эмпатичного и активного слушания, будет ярко выражать свои чувства и потребности без излишней агрессии и обвинений в сторону собеседников, будет уметь активно договариваться, искать компромиссы и эффективно работать в команде, будет способен к распознаванию невербальных сигналов, подстройке и калибровке.

При этом, дефицит коммуникативной компетентности будет приводить лишь к конфликтам, замкнутости подростка, неумении слышать окружающих, эгоцентризме, обидчивости и неспособности отстоять собственную позицию. Такой подросток по своей натуре будет либо избегать общения, что негативно скажется на его жизни, либо сводить все общение к деструктивным ссорам провоцируя конфликты и не понимая, почему его не понимают и не поддерживают сверстники и ближайшее окружение [3].

Таким образом, уровень сформированности коммуникативной компетентности будет напрямую влиять на характер и результативность взаимодействия подростка с окружающими его людьми. От уровня зависит, станет ли общение источником для роста и развития личности или препятствием в виде постоянных ссор и конфликтов.

Описанные теоретические положения позволяют сделать вывод о важности сформированности коммуникативной компетентности среди подростков. Для определения уровня сформированности коммуникативной компетентности среди подростков было проведено эмпирическое исследование на базе одной из школ г. Владимира. В исследовании участвовали 29 учащихся 7 «В» класса в возрасте 12-13 лет. Для диагностики была выбрана методика «Тест коммуникативных умений» Л. Михельсона в адаптации Ю.З. Гильбуха [4]. Результаты диагностики представлены графически на рисунке 1.

Анализ результатов диагностики сформированности коммуникативной компетентности позволил выявить следующее распределение уровней. Высокий уровень коммуникативной компетентности выявлен у 10% участников (3 человека), уровень выше среднего наблюдается у 10% опрошенных (3 человека), средний уровень – 21% опрошенных (6 человек), уровень ниже среднего зафиксирован у 28% участников (8 человек) и самая высокая по своему количеству группа участников имеет низкий уровень сформированности коммуникативной компетентности – 31% (9 человек).

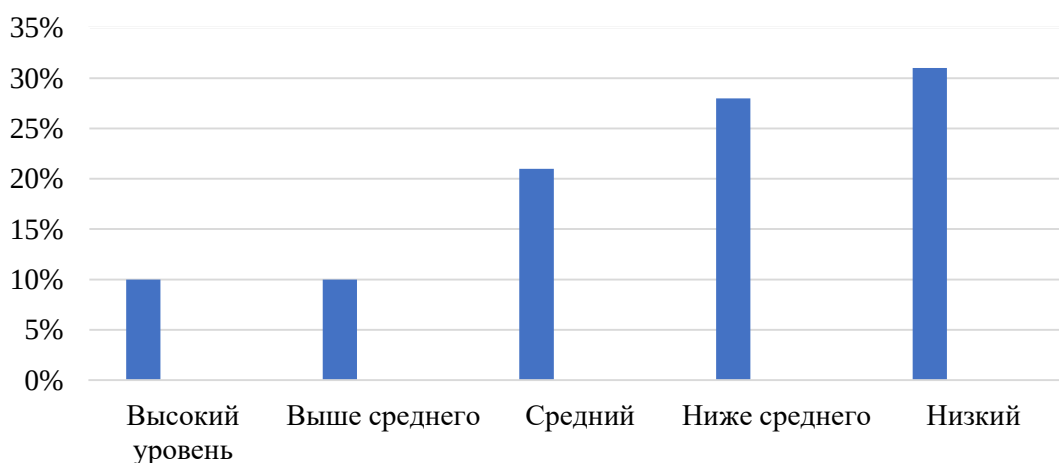


**Рис. Уровень сформированности коммуникативной компетентности по результатам методики «Тест коммуникативных умений Михельсона» (адаптация Ю.З. Гильбуха) (составлено автором)**

Таким образом, у большего процента опрошенных (59%) уровень коммуникативной компетентности либо не сформирован совсем (низкий уровень), либо сформирован частично

(уровень ниже среднего). Респонденты с данными показателями демонстрируют значительные и выраженные трудности в сфере общения, что проявляется в неумении вести конструктивный диалог, отвечать и делать комплименты другим людям, устанавливать контакты и поддерживать уже имеющиеся связи с людьми.

У 21% опрошенных наблюдается средний уровень сформированности коммуникативной компетентности. Они имеют базовые коммуникативные навыки, могут поддержать светскую беседу, знают правила хорошего тона, могут отвечать на развернутые вопросы и вести простой диалог. Однако, этих знаний недостаточно для того, чтобы решить более трудные коммуникативные задачи. Например, они не смогут эффективно выйти из конфликтной ситуации, аргументированно и без обвинений доказать собственную позицию и точку зрения, оказать сочувствие и поддержку собеседнику. Участники, у которых выявлен средний уровень сформированности коммуникативной компетентности нуждаются в будущем развитии этих навыков и совершенствовании своих коммуникативных способностей.

Высокий уровень и уровень выше среднего сформированности коммуникативной компетентности выявлен у 20% опрошенных. Эта группа респондентов демонстрирует свободное владение навыками конструктивного ведения диалога. Они часто выступают инициаторами общения, могут поддержать диалог, способны адекватно воспринимать критику, умеют самостоятельно формулировать критику таким образом, чтобы она не была воспринята как личной оскорбление, а как возможность доработать результат труда. Самое главное, что эта группа участников может собственными силами выстраивать эффективное взаимодействие. Они могут выступать «ресурсной группой» способной поддерживать конструктивный климат внутри учебного коллектива.

Соответственно, результаты диагностики свидетельствуют о системной проблеме: у большего процента опрошенных коммуникативная компетентность сформирована недостаточно. Это вступает решающим фактором, затрудняющим их повседневное общения, создает неблагоприятную почву для различных недосказанностей и недопониманий, что лишь провоцирует деструктивные конфликты и ссоры. Полученные данные демонстрируют необходимость планомерной работы по развитию коммуникативной компетентности у учащихся данного класса.

Рекомендации педагогу-психологу по повышению уровня сформированности коммуникативной компетентности в подростковом коллективе:

1) Проведение цикла тренинговых занятий направленных на изучение основ эффективного общения. Занятия помогут участникам научиться слушать и слышать друг друга, научиться технике «Я-высказываний», конструктивному формулированию критики и комплиментов другим участникам группы.

2) Провести дифференцированную работу. Для участников с низким уровнем сформированности коммуникативной компетентности организовать малые группы поддержки (по 3–4 человека), где будут выполняться совместные задания с последующей рефлексией и обсуждением процесса и результата взаимодействия, использование метода видеотренинга, где будет записываться короткий диалог и в последствии анализироваться внутри малой



группы, а также важны индивидуальные консультации с разрешением и отработкой поведения и реагирования в конкретных ситуациях. Для участников со средним уровнем сформированности коммуникативной компетентности выделить время для перехода от базовых навыков к разрешению сложных коммуникативных задач. Данного результата можно добиться с помощью организации дискуссий, анализа конкретных кейсов, и подключения роли помощника ведущего в тренинговой работе. Для участников с высоким уровнем сформированности коммуникативной компетентности – включение в школьную службу медиации. Это поможет им закрепить полученные навыки, поможет поделиться собственным опытом и послужит отличным вариантом для развития личностного лидерского потенциала.

3) Организовать работу с педагогическим коллективом. Провести серию семинаров для учителей направленную на создание на уроках положительной коммуникативной среды. Показать эффективные способы как формулировать замечания ученикам не унижая их личности, как организовать работу в парах, чтобы оба участника были активно включены в работу, как реагировать на конфликты среди участников коллектива, научить поощрять не только верные ответы, но и попытку формулирования ответа на вопрос.

4) Организовать взаимодействие с родителями. Провести родительское собрание, в обобщенном виде обсудить результаты диагностики и дать практические советы о том как обсуждать с ребенком его школьные конфликты и говорить о чувствах. А также, для родителей у которых дети показали низкие результаты сформированности коммуникативной компетентности провести индивидуальную консультацию. Дать рекомендации по поддержке ребенка и созданию доверительной атмосферы внутри семьи.

Таким образом, коммуникативная компетентность – важный навык в жизни каждого человека, а в особенности для подростков, которые только входят во взрослую жизнь, налаживают первые отношения, ищут себя. Вовремя сформированная коммуникативная компетентность будет положительно сказываться на качество жизни подростка. Результаты эмпирического исследования с использованием методики Михельсона в адаптации Ю.З. Гильбуха на выборке учащихся одного из класса (29 человек) показали, что у большей части респондентов уровень коммуникативной компетентности либо не сформирован, либо находится на уровне «ниже среднего». Лишь у 10% респондентов уровень коммуникативной компетентности сформирован. Полученные данные свидетельствуют о необходимости планомерной и системно-организованной работы педагога-психолога, которая будет включать в себя тренинговые занятия, дифференцированный подход к учащимся, а также просвещение педагогов и родителей по вопросам развития коммуникативных навыков у подростков.

### Литература

1. Варданян Ю.В., Савинова Т.В., Чаткина С.Н. Исследование коммуникативной компетентности и самоконтроля в общении подростков // Педагогика и психология образования. 2023. № 4.
2. Выготский Л.С. Педология подростка психологическое и социальное развитие ребенка. СПб.: Питер, 2021. 226 с.

3. Истомина С.В. Развитие коммуникативных умений у подростков посредством тренинговой работы // Вестник ШГПУ. 2021. № 2.
4. Методика «Тест коммуникативных умений Михельсона» (адаптация Ю.З. Гильбуха) <https://clck.ru/3Qhmf7>
5. Мухина Т.К., Кузьмина Е.А. Формирование коммуникативной компетентности подростков в средней общеобразовательной школе // МНИЖ. 2024. № 4.
6. Петровская Л.А. Компетентность в общении: социально-психологический тренинг. 2021. 216 с.

© Муратова А.А., 2026

Смальева Е.А.

Алтайский государственный педагогический университет  
г. Барнаул, Россия

## ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОРИЕНТИРЫ СЕЛЬСКИХ СТАРШЕКЛАССНИКОВ

Эффективность профориентационной деятельности в России на всех уровнях не может быть обеспечена без решения ряда ключевых проблем в этой области [7, с. 243]. Профессиональное самоопределение старшеклассников относится к числу ключевых проблем социализации молодежи. Особую актуальность данная проблематика приобретает применительно к сельским школьникам, проживающим в аграрных регионах. Алтайский край, являясь одним из ведущих аграрных регионов России, остро нуждается в притоке квалифицированных кадров в сельское хозяйство и социальную сферу села. В этой связи понимание профессиональных ориентиров сельских старшеклассников становится необходимым условием эффективной профориентационной работы.

Современная молодежь в процессе образовательной и профессиональной деятельности все чаще сталкивается с проблемой дальнейшего выбора, будь то выбор направления следующего уровня образования или же смена сферы деятельности [2, с. 120]. Сложность профессионального самоопределения сельских старшеклассников обусловлена необходимостью преодоления кадрового дефицита в аграрном секторе сельской местности. Предлагая учащимся общие знания основных образовательных дисциплин, зачастую школы формируют нереалистичный взгляд будущих абитуриентов, ограничивающий их в выборе подходящей для комфортного трудоустройства профессии [5, с. 96]. Однако ситуация осложняется территориальной удаленностью от крупных образовательных центров. В эпоху цифровизации и трансформации рынка труда процесс выбора будущей профессии носит специфический характер, обусловленный экономическими факторами.

Школьная профориентация в современной России переживает период активного подъема, вызванный обострением кадровых потребностей экономики, усилением общественного внимания к профориентации детей и молодежи, включением ранней профориентации в число государственных приоритетов [6, с. 14]. Однако выбор жизненного пути сельской молодежи осложнен ограниченностью образовательных ресурсов и рынка вакансий, наличии профориентационных мероприятий в населенном пункте. Территориальная удаленность от крупных индустриальных городов создает трудности для знакомства с новыми профессиями, что создает ограниченность для планирования будущей специальности. Профессиональные ориентиры обычно складываются под влиянием как семьи и школы, так и информационных ресурсов, что ведет к изменениям в рынке труда. Цифровизация образования пытается сократить разрыв между городским и сельским образованием, предоставляя доступ к он-лайн платформам и виртуальным программам, но вопрос проведения интернета в некоторые поселки Алтайского края остается нерешенным.

Важным аспектом, влияющим на профессиональный выбор сельских школьников, является активная профориентационная деятельность высших учебных заведений. В современных условиях функционирования системы высшего образования

профориентационная работа является одним из основных направлений деятельности педагогического вуза [3, с. 24]. Профориентационная деятельность Института филологии и межкультурной коммуникации Алтайского государственного педагогического университета реализуется через проекты, такие как «Школа словесности», реализуемая на площадке университета, так и ее мобильный формат – «Выездная школа словесности», для старшеклассников сельских школ Алтайского края [1, с. 25]. Такая форма взаимодействия позволяет преодолеть территориальную удаленность сельских образовательных учреждений, обеспечивая школьникам доступ к качественной подготовке к поступлению в вуз. Наполнение программы выездной «Школы словесности» носит комплексный характер. Преподаватели Алтайского государственного педагогического университета предоставляют школьникам возможность консультации по подготовке к ЕГЭ по предметам: русский язык, литература и обществознание. Также ведущие проводят интерактивные мероприятия, в их числе – блиц-интервью по знаковым местам Алтайского края, мастер-класс «Почему литература математике – сестра?» и работа лаборатории лингвиста-эксперта «Как защитить свой бренд?». Студенты Института филологии и межкультурной коммуникации принимают активное участие в проведении мероприятий выездной «Школы словесности», в институте функционирует профориентационное студенческое объединение. Таким образом, вуз помогает выпускникам сельских школ выбрать будущую специальность, в соответствии с их личными интересами.

Цель исследования состоит в анализе профессиональных предпочтений, влияющих на карьерное самоопределение старшеклассников, проживающих в сельской местности. В рамках данной работы ставились задачи:

1. Выявить специфику профессиональных интересов старшеклассников.
2. Определить степень их информированности о существующих направлениях обучения.
3. Отметить интерес к педагогической специальности.
4. Проанализировать миграционные установки сельской молодежи и выявить ключевые критерии выбора образовательной организации.

Для достижения поставленной цели в январе 2026 года было проведено анкетирование школьников Повалихинской СОШ Первомайского района Алтайского края. Выбор данной образовательной организации обусловлен высокой экономической значимостью для края. В селе Повалиха функционирует крупный комбинат зернопереработки, входящий в структуру холдинга «Алтайские закрома». Предприятие специализируется на переработке ржи, гороха, ячменя, а также на производстве комбикормов для сельскохозяйственных животных. Наличие агропромышленного предприятия в поселке, где было проведено анкетирование, создает профориентационный контекст, определяя направленность рынка труда и потенциальный выбор специальности школьниками.

Опрос был организован в цифровом формате на платформе «Яндекс Формы», в нем приняли участие 40 учащихся 10-11 классов. Выбор дистанционного инструмента был обусловлен необходимостью обеспечения анонимности и быстрого сбора информации из

удаленных сельских районов. Тестируемый, при прохождении исследования, спокоен, открыт, настроен на сотрудничество и не испытывает дискомфорт [4, с. 159]. Анкетирование включало следующие вопросы:

1. Каковы Ваши планы на дальнейшее образование?
2. Какое направление подготовки Вам наиболее интересно?
3. Какие методы профориентации Вы считаете наиболее полезными для себя?
4. Где планируете жить и учиться после завершения обучения в школе?
5. Какие факторы являются для Вас самыми важными при выборе места будущей учебы?

Большинство, участвовавших в он-лайн анкетировании составляют учащиеся 10-го класса (60%), оставшаяся часть приходится и на 11 класс (40%), для которых вопрос выбора дальнейшего пути становится все более актуальным. Такое распределение позволяет заблаговременно выявить профессиональные склонности десятиклассников, чтобы к одиннадцатому классу школьники могли точно определить свою дальнейшую профессию. В выборке преобладают респонденты женского пола (73%) против мужского пола (27%), что необходимо учитывать при составлении программы профориентационной работы, делая акцент на гуманитарных и творческих направлениях, которые вызывают больший интерес у девушек, но не следует забывать о предпочтениях юношей.

Наибольшая часть опрошенных (44%) планирует получать высшее образование, что свидетельствует о высоких амбициях старшеклассников Первомайского района. Вместе с этим, значительная часть учащихся (33%) пока не определилась со своими дальнейшими планами, что подчеркивает актуальность профориентационной работы. Около четверти школьников (24%) рассматривают вариант получения среднего профессионального образования. В связи с этим в программу профориентационной работы следует включить информационный блок, посвященный Колледжу Алтайского государственного педагогического университета. Презентация программ колледжа демонстрирует старшеклассникам возможности профессиональной подготовки, предлагая альтернативные пути получения педагогического образования.

Наиболее популярными направлениями будущей профессиональной деятельности являются дизайн (31%) и технические специальности (26%). Это указывает на интерес учащихся к инновационным сферам. Менее выраженный интерес наблюдается к естественно-научному (13%) и педагогическому (10%) направлениям. Низкий престиж к педагогической специальности среди сельских школьников обусловлен с ее восприятием, как малооплачиваемой профессии на фоне цифровых индустрий. Учитывая выявленный недостаточный интерес к данной специальности, важна активная профориентационная работа педагогических вузов и колледжей и, безусловно, актуальна активная роль учителей школы в ориентации учащихся на выбор педагогической профессии.

По мнению сельских школьников, наиболее полезными методами профориентации являются дни открытых дверей в вузах и колледжах (22%) и встречи и дискуссии со студентами (18%). Данные показатели свидетельствуют о потребности учащихся в прямом



контакте с представителями образовательных учреждений. Особое значение приобретает общение со студентами, близкими по возрасту к целевой аудитории, что обеспечивает субъект-субъектные отношения и повышает доверие к информации. Живое общение позволяет школьникам задать интересующие вопросы и получить реалистичное представление о студенческой жизни. Дни открытых дверей позволяют абитуриентам лично познакомиться с учебным заведением. Меньшее предпочтение отдается презентациям учебных заведений (12%), консультациям преподавателей вузов по подготовке к ЕГЭ (10%), олимпиадам и конкурсам (8%). Это показывает, что академические методы менее востребованы и интересны сельской молодежи по сравнению с интерактивными формами работы.

Изучение территориальных аспектов выявило ряд проблем. Почти половина участвующих в анкетировании школьников (43%) пока не задумывалась о месте будущей учебы, что указывает на актуальность системности профориентационной работы. Значительная часть (47%) планирует переехать в город в своем регионе, школьники ориентированы на переезд в краевую столицу – город Барнаул. Минимальное число учащихся (10%) намерено остаться в своем районе. Такие результаты анкетирования показывают, что при разработке мероприятий выездной «Школы словесности» нужно учитывать экономическую ситуацию района, которая не может предоставить сельской молодежи перспектив для реализации в желаемой профессии.

Для школьников наиболее важным фактором при выборе места будущей учебы является наличие бюджетных мест (44%), что указывает на значимость финансового аспекта для семей из сельской местности. В условиях ограниченности семейного бюджета возможность получения бесплатного образования становится решающим условием. Наличие общежития и условия проживания также актуально (20%), это указывает на необходимость предоставления бытовых условий для учебного процесса. Близость учебного заведения к дому (16%) и высокий уровень образования (17%) являются менее значимыми, но всё же важными факторами.

Значительное число учащихся старших классов еще не определились со своим дальнейшим профессиональным выбором, что подтверждает важность профориентационной работы. Учитывая результаты проведенного анкетирования, участникам вузовской профориентационной группы при работе с учащимися общеобразовательных школ следует акцентировать внимание на наличии бюджетных мест, поскольку это ключевой фактор принятия решения для большинства старшеклассников сельского района. В анкетах школьников отмечается готовность к переезду для получения образования, что также необходимо учитывать при представлении информации об учебных заведениях. При проведении профориентационных мероприятий акцент должен быть смещен с общих описаний специальностей на конкретные преимущества Алтайского государственного педагогического университета: конкретное количество бюджетных мест на каждую специальность, условия и размер стипендии, размещение корпусов университета в Барнауле. Необходимо визуализировать условия жизни студента, разработать он-лайн показ общежития

для абитуриентов, так как это является важным аспектом для переезжающих выпускников с сельских районов.

Таким образом, проблема профессионального выбора старшеклассников, проживающих в сельской местности, остается актуальной задачей современного образования. Анкетирование показало главную проблему – дисбаланс между потребностями региона и предпочтениями школьников. Для преодоления этого разрыва профориентационная работа должна быть не только информативной, но и практико-ориентированной. Необходимо внедрять новые форматы в программу «Школы словесности» для того, чтобы старшеклассники могли видеть реальные перспективы построения педагогической карьеры, в том числе в своем регионе.

### Литература

1. Афолина Р.Н., Маркина П.В. Педагогическое наставничество в профориентационной работе со школьниками // Мир науки, культуры образования. 2024. № 3. С. 24-26.
2. Гулюмова М.А., Сичинский Е.П. Реализация региональной системы сопровождения профессионального самоопределения обучающихся Челябинской области // Инновационное развитие профессионального образования. 2022. № 3(35). С. 118-126.
3. Кириллова О.А., Евдокимова В.Е. Профориентационная работа как одно из основных направлений деятельности педагогического вуза // Научное обозрение. Педагогические науки. 2023. № 5. С. 21-25.
4. Ложникова Т.В. Профориентационная работа с обучающимися средней школы через использование современных цифровых технологий // Академическая публицистика. 2022. № 9-2. С. 158-161.
5. Радионова Е.А., Гинзбург И.С., Ермаков И.Н. Профориентационная работа со школьниками в системе инженерного образования // Вестник ЮУрГУ. Серия «Образование. Педагогические науки». 2022. Т. 14, № 2. С. 95-107.
6. Сергеев И.С. Образовательная профориентация и школьная профориентация: совпадение в пространстве, расхождение в смыслах // Инновационная научная современная академическая исследовательская траектория (ИНСАЙТ). 2023. № 3(15). С. 11-48.
7. Соболев Г.Н., Донгаузер Е.В., Гаспарович Е.О. Сетевое взаимодействие как средство профориентационной работы в современных школах // Актуальные проблемы социогуманитарного образования: сборник научных статей. Екатеринбург, 2022. Вып. 5. С. 243-246.

© Смальева Е.А., 2026

Смирнов Е.В., Мозырев Д.П., Андреева Е.Е.  
Уральский государственный педагогический университет  
г. Екатеринбург, Россия

### **САМОРЕАЛИЗАЦИЯ СТАРШЕКЛАССНИКОВ В ШКОЛЬНОМ САМОУПРАВЛЕНИИ (НА ПРИМЕРЕ МАОУ «ШКОЛА № 8» г. ИРБИТА)**

Современные вызовы в российской системе образования актуализируют поиск педагогических механизмов, способствующих не только усвоению знаний, но и успешной социализации, личностному и гражданскому росту учащихся. Данная тема не является тривиальной, поскольку требует к себе умелой реализации системно-деятельностного подхода в образовании со стороны педагога. Школьное самоуправление является мощным средством развития потенциала учащихся, обеспечивая условия для проявления инициативы, формирования ответственности и лидерских качеств [8]. Действительно, современная российская система образования продолжает развивать единое пространство для самореализации школьников в общеобразовательной среде [2]. Педагоги же в этой системе играют ключевую роль, поскольку от их компетенций и профессионализма зависит то, как будут привлечены обучающиеся к формированию школьного ученического самоуправления [1].

Однако, несмотря на признанный потенциал, проблема заключается в недостаточной конкретизации практико-ориентированных механизмов и моделей ученического самоуправления, которые позволяют максимально реализовать его интегративный, воспитательный и развивающий потенциал в условиях конкретной общеобразовательной организации. По мнению авторов, существует дефицит исследований, фокусирующихся на анализе успешных кейсов, где теоретические положения транслируются в управленческие и воспитательные практики. Таким образом, на примере успешного опыта МАОУ «Школа № 8» г. Ирбита Свердловской области предстоит проанализировать, обосновать и детализировать эффективность комплексной модели самоуправления как ключевого механизма личностной и социальной реализации старшеклассников. Эмпирической базой для достижения поставленной цели послужило долгосрочное наблюдение за деятельностью ученического самоуправления и непосредственное участие в нем. Помимо этого, педагогический эксперимент все еще продолжается и имеет уже руководящий характер.

В современной педагогической науке и образовательной практике феномен ученического самоуправления приобретает характер сложного, многоуровневого социально-педагогического института [4]. В контексте нашего исследования ученическое самоуправление определяется как целенаправленная, самостоятельная, совместная и рефлексивная деятельность обучающихся, ориентированная на решение значимых вопросов жизнедеятельности образовательной организации. Данная деятельность основана на принципах коллегиальности, ответственности и осознанной инициативы, что обеспечивает её демократический и развивающий характер. Демократизация жизни коллектива, развитие социальной активности и гражданской позиции, наряду с формированием навыков

самоорганизации, ответственного принятия решений и сотрудничества, составляют основные цели детского самоуправления [5].

Ученическое самоуправление выступает действенным механизмом перевода воспитанника из объекта воспитательных действий в субъекта собственного развития и социального преобразования. Данный институт выступает не просто формой организации досуга, а важнейшим социальным тренажером, где апробируются и присваиваются ключевые компетенции гражданского участия. Развитие школьного самоуправления способствует «становлению субъектной позиции ученика, его способности к самоорганизации и ответственному принятию решений». Участие в решении насущных проблем школы, участие обучающихся в школьном самоуправлении способствует формированию коммуникативных и организаторских способностей, ценностного и требовательного отношения к себе и другим, развивает такие качества, как исполнительность и инициативность [7]. Таким образом, ученическое самоуправление приобретает высокую степень актуальности в современной социальной, культурной, политической и экономической ситуации, так как является одним из средств социализации и становления личности несовершеннолетних [6; 9]. Ключевыми функциями ученического самоуправления, реализуемыми и адаптированными в МАОУ «Школа № 8» г. Ирбита являются:

- Представительная функция, которая обеспечивает легитимное выражение интересов ученического коллектива в органах управления школой. Эта функция реализуется через систему выборов, делегирования полномочий и механизмы обратной связи, формируя у учащихся начальные компетенции политической культуры и представительной демократии.
- Организаторская (проектная) функция, которая воплощается в самостоятельном планировании и проведении общешкольных мероприятий, акций и проектов. Именно в процессе организации реальных дел у школьников развиваются «управленческие способности, навыки прогнозирования, распределения ресурсов и командной работы. Эта деятельность служит практическим тренажером для формирования проектного мышления и организаторских способностей.
- Коммуникативная функция, которая направлена на развитие навыков конструктивного взаимодействия в системе многоуровневых отношений «учащийся – учащийся», «учащийся – педагог», «учащийся – администрация». Ученическое самоуправление создает необходимое пространство для отработки техник ведения переговоров, публичных выступлений, аргументации и поиска компромиссных решений.
- Регулятивная функция, которая проявляется в активном участии учащихся в создании и поддержании благоприятного социально-психологического климата, а также в процедурах разрешения конфликтных ситуаций. Эта функция напрямую связана с формированием безопасной образовательной среды, основанной на принципах справедливости и взаимного уважения.

Структурным ядром ученического самоуправления в МАОУ «Школа № 8» г. Ирбита является уникальная модель «Оранжевая Республика» – действующая уже многие годы система школьной демократии, ориентированная на развитие у старшеклассников

инициативности, лидерства, социальной ответственности и проектной активности. «Оранжевая Республика» – символическое название школьной системы, объединяющее два элемента: оранжевый цвет фасада (визуальный идентификатор школы, ассоциирующийся с энергией, творчеством и открытостью) и слово «Республика» (отражение принципов самоуправления, партнёрства и коллегиальности в организации учебного процесса). Таким образом, название одновременно фиксирует внешнюю отличительную черту школы и её внутреннюю управленческую модель.

В отличие от формально функционирующих органов самоуправления, модель «Оранжевая Республика» представляет собой полноценное пространство ученической гражданской активности, основанное на ежегодных выборах, демократических процедурах, собственной символике, традициях и чётко выстроенной структуре министерств.

Каждый учебный год в школе проходит предвыборная кампания, в ходе которой кандидаты на должность Президента:

- формируют предвыборную программу;
- проводят агитацию в классах;
- участвуют в открытых дебатах;
- представляют свои инициативы и проектные предложения.

Процесс выборов носит открытый характер и включает голосование учащихся, что формирует у школьников основы политической культуры, ответственности за свой выбор, навыки критического анализа программ.

Избранный Президент после инаугурации формирует собственную команду, назначая министров по ключевым направлениям школьной жизни. Каждый министр курирует определённую тематическую сферу. Рассмотрим функционал каждого из министерств.

**Министерство правопорядка и труда.** Министерство формирует у подростков представления о правилах общности, ответственности и социальной солидарности.

В функции министерства входит:

- организация дежурств по школе;
- контроль за соблюдением норм поведения и правил внутреннего распорядка;
- участие в профилактических акциях;
- поддержка дисциплинарной культуры среди учащихся.

**Министерство СМИ.** Работа министерства формирует медиа-компетентности, навыки публичной коммуникации, основ журналистики и медиаторчества.

В функции министерства входит:

- подготовка школьных новостей;
- ведение информационных стендов и школьных социальных сетей;
- освещение школьных мероприятий;
- создание фото- и видеорепортажей.

**Министерство образования.** Министерство способствует формированию познавательной мотивации и культуры учебного сотрудничества.

В функции министерства входит:



- участие в организации предметных недель;
- помощь в проведении олимпиад, викторин, интеллектуальных игр;
- поддержка учеников, испытывающих трудности в обучении (в том числе через систему «равный – равному»);
- развитие образовательных инициатив школьников.

**Министерство культуры.** Деятельность министерства позволяет развивать эмоционально-ценностную сферу школьников, стимулировать творческую самореализацию.

В функции министерства входит:

- организация творческих фестивалей и конкурсов;
- проведение культурных акций и праздников;
- поддержка школьных традиций;
- реализация творческих проектов.

**Министерство спорта и туризма.** Министерство формирует у подростков волевые качества, навыки командной работы и физической культуры.

В функции министерства входит:

- организация спортивных соревнований и массовых мероприятий;
- развитие туристических проектов (походы, экскурсии);
- популяризация здорового образа жизни.

**Волонтёрский отряд.** Волонтёрская деятельность развивает эмпатию, социальную ответственность и гражданскую зрелость старшеклассников.

В функции отряда входит:

- координация добровольческих инициатив;
- участие в городских и школьных акциях;
- взаимодействие с социальными учреждениями;
- организация благотворительных проектов.

Функционирование министерств обеспечивает реальное участие школьников в управлении ключевыми направлениями жизни школы. Это создаёт пространство для формирования важных компетенций:

- проектной и управленческой деятельности;
- коммуникативных навыков и коллективного принятия решений;
- ответственности за порученный участок работы;
- лидерских качеств и самостоятельности.

В отличие от формальных моделей, «Оранжевая Республика» вовлекает в деятельность значительную часть учащихся, включая тех, кто изначально не проявляет лидерских качеств: участие в министерствах создаёт возможность постепенной включённости, становления субъектной позиции и раскрытия личностного потенциала.

В сентябре-октябре 2024 года в МАОУ «Школа № 8» организована и проведена избирательная кампания по выборам Президента школы, органов классного и школьного ученического самоуправления: избран Президент Оранжевой Республики, вице-президент,

сформирован Совет министров. Совет министров руководствуется Уставом Оранжевой Республики. На уровне класса избраны мэры классов, сформированы комитеты образования, культуры, спорта и туризма, СМИ, правопорядка, труда. В каждом комитет избран глава. В социальных сетях созданы группы/беседы для общения и обсуждения школьных событий по направлениям деятельности. Всего в школьном ученическом самоуправлении принимает участие около 185 учащихся.

Активисты классного и школьного самоуправления принимают посильное участие в подготовке и проведении отдельных общешкольных мероприятий, в основном познавательной, досуговой, творческой, спортивной направленности. Следует признать, что не все активы классов и не все члены Совета министров проявляют должную степень ответственности, инициативности, активности. Но при этом, в последние годы участие обучающихся в школьном самоуправлении, желание стать членом классного или школьного актива становится все более осознанным и обусловленным потребностью попробовать свои силы в управленческой, организаторской деятельности. Ученическое самоуправление является «социальной пробой» и ярким проявлением системы наставничества [3].

Теоретико-методологическим фундаментом представленной модели школьного самоуправления выступила теория социального научения Альберта Бандуры, акцентирующая роль наблюдения, моделирования и имитации в процессе приобретения социального опыта. Этот теоретический конструкт получил свое практическое применение через внедрение подхода «Равный-равному» (Peer-to-peer). В рамках деятельности МАОУ «Школа № 8» данный подход реализуется через целенаправленную подготовку старшеклассников, которые затем выступают в роли агентов позитивного влияния среди сверстников.

Эффективность подхода «Равный-равному», как отмечают исследователи, детерминирована особой природой коммуникации в подростковой среде. Психологическая близость, высокий уровень доверия, характерные для взаимодействия сверстников, создают уникальные условия для транслирования социально одобряемых норм и моделей поведения. Подготовленные лидеры-сверстники становятся более доступными и авторитетными образцами для подражания, чем взрослые. Самореализация подростков в самоуправлении наиболее эффективна именно в горизонтальных, «равных» отношениях, где снимается барьер возрастной и статусной дистанции, что способствует открытости и восприимчивости. Таким образом, ученическое самоуправление, основанное на синтезе теории социального научения и технологии «равный-равному», совершает переход из формальной структуры в живой механизм позитивной социализации и личностного роста старшеклассников.

Помимо этого, фундаментальной системой в сфере самоуправления в МАОУ «Школа № 8» стала Школьная служба примирения (ШСП), органически интегрированная в ученический актив. Выбор данного структурного элемента был обусловлен острой необходимостью системного решения проблемы деструктивных межличностных конфликтов и случаев буллинга в школьной среде. Как справедливо отмечают, эффективное самоуправление невозможно без создания механизмов разрешения внутренних противоречий и конфликтов, неизбежно возникающих в любом коллективе [5]. В этом контексте ШСП

представляет собой институционализированный механизм, призванный трансформировать деструктивную энергию конфликта в ресурс для личностного роста и укрепления социальных связей внутри школьного сообщества.

Ролевая структура и кадровое обеспечение ШСП были целенаправленно выстроены для обеспечения её легитимности и эффективности. Роли распределены следующим образом:

- Школьники-медиаторы (ровесники-посредники). Это учащиеся 9-11 классов, прошедшие специализированный курс обучения, включающий не только основы медиативных техник (активное слушание, перефразирование, генерация вариантов решений), но и элементы облегчения групповых процессов, а также базовые знания психологии конфликта и подростковой возрастной психологии. Их статус «ровесника» является ключевым ресурсом, обеспечивающим доступность, доверие и понимание контекста конфликта между учащимися.

- Курирующий педагог-психолог. Данный специалист выполняет комплекс координирующих и обеспечивающих функций: осуществляет методическую поддержку (актуализация технологий, разбор сложных случаев), проводит регулярные консультации деятельности юных медиаторов, направленную на профилактику эмоционального выгорания и рефлексия профессионального опыта, а также обеспечивает организационно-ресурсную базу деятельности службы (ведение документации, предоставление помещений, взаимодействие с администрацией) [9].

Нормативно-этический фундамент деятельности ШСП составляют три строгих принципа, соблюдение которых является условием её эффективности и доверия к ней со стороны школьного сообщества:

- Принцип добровольности: все участники процесса (стороны конфликта, медиатор) включаются в него исключительно по собственной воле, что гарантирует их мотивацию к поиску решения.
- Принцип конфиденциальности: вся информация, озвученная в ходе медиации, не подлежит разглашению, что создает безопасное пространство для откровенного диалога.
- Принцип нейтральности медиатора: медиатор не занимает сторону одного из участников, не оценивает их действия, а фокусируется на организации конструктивного диалога и поиске компромиссного решения сторонами самостоятельно.

Систематическая работа ШСП на этих принципах вносит непосредственный вклад в формирование новой культуры коммуникации внутри школы. Она способствует замещению моделей агрессивного противостояния и пассивного избегания на культуру диалога, основанную на взаимном признании, развитии эмпатии как способности понимать чувства другого, и взаимном уважении прав и границ каждой личности. Таким образом, ШСП, интегрированная в самоуправление, выполняет не только утилитарную задачу разрешения инцидентов, но и масштабную воспитательную функцию по формированию психологически безопасной и гуманистической среды, что является фундаментом для реализации всех остальных функций ученического самоуправления.

Включение старшеклассников в систему ученического самоуправления представляет собой не организационно-педагогическое мероприятие, а комплексный развивающий процесс, оказывающий многомерное положительное влияние на их личностное становление. Это влияние носит накопительный характер и затрагивает когнитивную, эмоционально-волевою и ценностно-смысловую сферы личности. Особую значимость данный процесс приобретает в отношении учащихся с признаками девиантного поведения или изначально низкой социальной активностью, для которых традиционные формы воспитательного воздействия часто оказываются малоэффективными. Ученическое самоуправление предлагает им альтернативный, основанный на реальном действии и признании, путь интеграции в позитивную социальную среду. Систематическое участие в самоуправлении способствует формированию адекватной самооценки, критического мышления и развитых навыков социального взаимодействия, выступая, таким образом, в роли мощного института позитивной социализации.

Проведенный анализ и обобщение опыта, накопленного в МАОУ «Школа № 8» г. Ирбита, позволяют сделать обоснованный вывод о том, что грамотно спроектированная, структурно и содержательно продуманная модель ученического самоуправления представляет собой не формальный административный конструкт, а высокоэффективный педагогический механизм комплексной личностной и социальной реализации старшеклассников. Ключевым фактором успешности данной модели является ее синергетическая природа, достигаемая за счет органичной интеграции двух взаимодополняющих компонентов: инновационной структурной единицы в виде Школьной службы примирения (ШСП) и современной содержательной технологии «равный-равному» (Peer-to-peer). Фундаментальным условием достижения описанных результатов выступает последовательное преодоление инерционного, формального подхода к организации ученического самоуправления. Основной проблемой зачастую является его декоративность и оторванность от реальных интересов и потребностей самих учащихся. Успех модели, реализованной в МАОУ «Школа № 8», напрямую связан с радикальным отходом от этой практики. Содержательное наполнение деятельности самоуправления реальными, лично и социально-значимыми для старшеклассников задачами (от регулирования острых конфликтов до реализации профилактических программ и социальных проектов) является основным залогом его эффективности.

Таким образом, представленная модель подтверждает свой статус не просто как одного из элементов воспитательной работы, а как одного из ключевых инструментов современного гуманистического и личностно-ориентированного воспитания. Она демонстрирует потенциал ученического самоуправления в качестве действенного социально-педагогического института, способного ответить на вызовы времени, подготовив не просто успешного ученика, но активного, ответственного и рефлексирующего гражданина, готового к созидательной деятельности в сложном, динамичном мире.

## Литература

1. Артамонова Е.И., Гринберг В.В. Педагогическая поддержка ученического самоуправления в общеобразовательной организации // Педагогическое образование и наука. 2024. № 3. С. 25-33. <https://doi.org/10.56163/2072-2524-2024-3-25-34>. EDN HUNBY
2. Дорохова Т.С., Комарицын Д.О. Просвещение как средство профессионального самоопределения подростков в учреждениях предпрофессионального образования в первой четверти XX века // Актуальность историко-педагогического просвещения для развития отечественной педагогики и системы российского образования: Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции – XXXVIII сессии Научного совета по проблемам истории образования и педагогической науки при отделении философии образования и теоретической педагогики РАО (г. Иваново, 25–27 сентября 2025 года). Иваново, 2025. С. 76-80. EDN RCTGWG
3. Исакулова С.Г., Булатбаева А.А., Нураева Б.Т., Бисембай Р.А., Бисенбаева Р.Н. Школьное самоуправление как средство развития потенциала учащихся // Международный научно-исследовательский журнал. 2024. № 4(142). <https://doi.org/10.23670/IRJ.2024.142.134>. EDN BEJWAF
4. Меньшов Д.А. Детское самоуправление в условиях образовательных трансформаций // Перспективные направления исследований в области наук об образовании: Сборник научных трудов I Международной научной конференции аспирантов, посвященной 155-летию Тверского государственного университета (г. Тверь, 04 апреля 2025 года). Тверь, 2025. С. 96-103. EDN EKNCEU
5. Ощепкова М.С. Ученическое самоуправление как фактор социализации личности // Актуальные проблемы социогуманитарного образования: Сборник статей. Выпуск 6. Екатеринбург, 2023. С. 285-292. EDN PJTREY
6. Павлова Л.Н., Ногина А.А. Самоуправление ученического коллектива как проблема практики педагогического управления // Международный научно-исследовательский журнал. 2021. № 12-3(114). С. 85-89. <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.114.12.091>. EDN KCXNGF
7. Савва К.М. Организация детского самоуправления в условиях социально-реабилитационного центра для несовершеннолетних // Социализация детей и подростков в условиях реабилитационного центра: опыт, достижения, проблемы: Сборник трудов Международной научно-практической конференции (г. Нижний Тагил, 11 ноября 2022 года). Екатеринбург, 2022. С. 56-62. EDN RDIMEU
8. Хафизова К.Р., Шрамко Н.В. Роль школьного самоуправления в воспитании гражданской ответственности старшеклассников // Вестник социально-гуманитарного образования и науки. 2020. № 2. С. 64-69. EDN XFCNHV
9. Шкуров А.Ю. Проблемы подготовки членов школьных управляющих советов // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2023. Т. 42, № 3. С. 474-485. <https://doi.org/10.52575/2712-7451-2023-42-3-474-485>. EDN LHXIWA



**Сокольникова Н.Р.**

Владимирский государственный университет  
им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых  
г. Владимир, Россия

## **УРОВЕНЬ ВОСПИТАННОСТИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СКЛОННОСТИ К ВИКТИМБЛЕЙМИНГУ У ДЕТЕЙ-СИРОТ В СТАРШЕМ ПОДРОСТКОВОМ ВОЗРАСТЕ**

В современных условиях особую значимость приобретает изучение факторов, которые влияют на формирование личностных установок и социального поведения детей, оставшихся без попечения родителей. Одним из важных аспектов данного процесса является воспитанность, отражающая уровень нравственного и социального развития личности. Для детей-сирот старшего подросткового возраста процесс формирования воспитанности осложняется дефицитом эмоционально поддерживающих отношений, недостатком позитивных примеров поведения и ограниченными возможностями личностной самореализации. Эти обстоятельства часто приводят к искажению восприятия социальных взаимодействий и формированию виктимных установок, что выражается в склонности перекладывать ответственность за собственные трудности на других. В данном контексте необходимо акцентировать внимание на таком феномене, как виктимблейминг, который трактуется как склонность обвинять жертву в произошедших с ней неблагоприятных событиях. У детей-сирот подобные установки часто проявляются как в отношении себя, так и по отношению к другим. Наличие виктимблейминга препятствует становлению ответственной жизненной позиции, снижает уровень эмпатии и затрудняет процесс успешной социализации.

Актуальность исследования определяется необходимостью выявления психолого-педагогических условий, способствующих снижению виктимных проявлений у подростков, находящихся в интернатных учреждениях. Особую значимость приобретает изучение роли воспитанности как личностного качества, влияющего на восприятие социальных ситуаций, особенно в условиях повышенного внимания общества к проблемам адаптации детей-сирот. Для лучшего раскрытия связи между уровнем воспитанности и склонностью к виктимблеймингу у детей-сирот старшего подросткового возраста необходимо рассмотреть основные понятия: старший подростковый возраст, виктимблейминг, дети-сироты, воспитанность.

Старший подростковый возраст – возрастная группа, которая отличается наибольшей склонностью к виктимблеймингу. Согласно классической возрастной концепции Д.Б. Эльконина старший подростковый возраст следует рассматривать как завершающий этап подростничества, в котором ведущей становится деятельность, направленная на профессиональное и социальное самоопределение, формирование «чувства взрослости» и перестройка мотивационно-ценностной сферы на этом этапе обуславливают специфический способ реагирования на социальную агрессию и обвинение [8].

Трансформация социальных ролей и усиление значимости мнения окружения в старшем подростковом возрасте создают почву для практик обвинительного поведения – виктимблейминга. Это явление понимается как феномен, при котором на жертву агрессии или

насилия со стороны общества переносится ответственность за произошедшее, что может проявляться в осуждении поведения, внешности или образа жизни пострадавших и, тем самым, усугублять их положение. При этом виктимблейминг следует рассматривать не только как индивидуальную оценку, но и как социальный механизм стигматизации и рационализации насилия: через обвинение жертвы общество снижает необходимость собственной реакции и перераспределяет ответственность на пострадавшего, что усиливает его изоляцию и закрепляет деструктивные социальные нормы – положение, имеющее прямое значение для анализа буллинга как формы агрессии в подростковой среде [2].

После анализа виктимблейминга необходимо отдельное рассмотрение феномена буллинга как самостоятельной, но тесно связанной с виктимблеймингом формы агрессивного поведения в подростковой среде. С поведенческой точки зрения буллинг определяется как систематическое, преднамеренное и повторяющееся причинение вреда одному или нескольким участникам при наличии дисбаланса сил, что проявляется в устойчивых актах насилия – вербального, физического или психологического характера, направленных на подрыв благополучия жертвы и её социальной позиции. С социально-психологической позиции буллинг предстает как процесс, подпитываемый групповыми нормами и ролями, он воспроизводится и закрепляется через межличностные отношения, динамику власти в коллективе и механизмы коллективной идентификации, в результате чего пострадавший оказывается маргинализированным и лишённым адекватных механизмов защиты.

Возрастные особенности подростков и механизмы виктимблейминга приобретают особую значимость в отношении лиц, лишённых устойчивой родительской поддержки: потеря опеки, ограничение или лишение родительских прав усиливают риск социальной изоляции. Хуснутдинова М. С. определяет детей-сирот как социальную категорию несовершеннолетних, требующих государственной поддержки в связи с отсутствием родительского попечения по различным причинам, а правово-социальный аспект позволяет связать феномен уязвимости с необходимостью целенаправленных коррекционных и профилактических мер [7]. С правово-социальной точки зрения дети-сироты представляют собой совокупность несовершеннолетних лиц (до 18 лет), лишённых регулярного родительского попечения вследствие смерти, лишения или ограничения родительских прав либо иных обстоятельств; данная категория характеризуется повышенным уровнем социально-психологического и материального риска и является объектом специализированной социальной и правовой поддержки, что обосновывает дальнейшее обращение к исследованию воспитанности как потенциального фактора защиты или уязвимости.

Характеристики воспитанности выступают потенциальными модераторами реакции подростка на виктимблейминг: низкий уровень воспитанности может способствовать как повышенной уязвимости к обвинению, так и формированию поведения, провоцирующего стигматизацию, тогда как высокий уровень воспитанности способен смягчать последствия стигматизации и содействовать адаптивным стратегиям сопротивления.

Формирование воспитанности осуществляется под воздействием системы факторов: микросреда, к которой относится семья и ближайшие родственники, мезосреда, которая

включает в себя школу, одноклассников, сверстников и макросреда, включающая социально-культурные нормы, государственную политику и медиа. Кроме перечисленных факторов необходимо выделить институциональную среду: интернатные учреждения, приюты, замещающие семьи. Стил воспитания в семье, а также эмоциональная доступность взрослых закладывает первичные эмоциональные эталоны, модели привязанности, уровень саморегуляции и нравственную мотивацию ребенка. Компетентность педагогов, организация школьного коллектива задают формальные и неформальные нормы, представляют опыт коллективной деятельности, дают модели социального взаимодействия, а также влияют на усвоение социальных норм. Важнейшим источником норм и ролей в подростковом возрасте являются сверстники, они влияют на формирование поведенческих моделей, коммуникативных стратегий, самоидентификацию. Специфическим набором факторов риска обладают интернаты и детские дома. Дефицит индивидуальной поддержки, недостаток возможностей для устойчивых привязанностей, частая смена воспитателей формируют дефицитарный социальный опыт и снижает качество эмоциональной привязанности [4].

Необходимо отметить важность индивидуально-психологических особенностей ребенка такие, как эмоциональная устойчивость, уровень интеллектуального развития, темперамент, а также история привязанности. Защитные поведенческие стратегии, к которым можно отнести замкнутость и агрессию, чаще формируются у детей, которые пережили неблагоприятный опыт или травму, из чего следует необходимость воспитательного воздействия с целенаправленным обучением социальным навыкам. Риски девиантной социализации усиливают или наоборот смягчают социально-экономические условия и культурно-нормативный контекст. К таким условиям относят уровень благосостояния, доступ к качественной образовательной и медицинской помощи, религиозные и этнические традиции, ценностные ориентации общества [6].

Существует трехуровневая модель воспитанности, которая используется в педагогической практике, она включает низкий, средний, высокий уровни воспитанности, для каждого из которых соответствует набор признаков, определяющих особенности каждого уровня. Низкий уровень воспитанности характеризуется слабой внутренней мотивацией к соблюдению норм, низкой ответственностью, ограниченной эмпатией, преобладанием внешней регуляции поведения. Для среднего уровня характерно наличие частичной саморегуляции, хотя поведение в большей степени зависит от контекста и является ситуативным, а также общественная позиция и гражданская активность нестабильны. Готовность к долгосрочному выполнению социальных ролей, активное участие в общественной деятельности, стабильная саморегуляция, высокая ответственность соответствуют высокому уровню воспитанности [5].

Виктимблейминг объясняется системой механизмов: когнитивных, эмоциональных и социокультурных. К первому относится когнитивное искажение «вера в справедливый мир», которое заключается в убежденности человека в том, что мир в целом устроен справедливо и каждый получает то, что заслуживает. В контексте виктимблейминга данное искажение приводит к склонности объяснять произошедшее с жертвой её личными качествами или

поведением. К эмоциональным механизмам относят потребность снизить уровень тревожности, оправдать опасность. К социокультурным механизмам относят стигматизацию, которая представляет собой процесс навешивания на социальную группу устойчивых негативных ярлыков, приводящих к упрощённому и предвзятому восприятию её представителей, а также девальвация группового статуса, которая выражается в снижении социальной значимости и ценности членов данной группы, в результате чего их переживания и права воспринимаются как менее значимые, что способствует оправданию виктимблейминга и ослаблению социальной поддержки.

Институциональные условия воспитания в организациях для детей-сирот создают специфическую социальную среду, в рамках которой формируются основания для развития виктимблейминга как нормы межличностного взаимодействия. Формализованный характер педагогического общения, дефицит эмоционально значимых контактов и высокая сменяемость воспитателей, по мнению А.М. Прихожан и Н.Н. Толстых, приводят к ослаблению внешнего морального контроля и усилению влияния неформальных правил детского коллектива [4]. В подобных условиях объяснение конфликтов и актов насилия всё чаще строится по логике обвинения пострадавшего, что упрощает интерпретацию событий и снимает ответственность с агрессора. Таким образом, виктимблейминг закрепляется как функциональный механизм регуляции конфликтов внутри интернатной среды.

Виктимблейминг является важным элементом субкультуры интернатных учреждений. В подобных сообществах обвинение жертвы выполняет функцию поддержания иерархии и распределения власти между воспитанниками. Старшие подростки транслируют младшим представления о допустимости насилия и ответственности пострадавшего за происходящее, что способствует воспроизводству вторичной виктимизации. Таким образом, виктимблейминг приобретает системный характер и воспринимается как «нормальный» способ объяснения происходящего.

Необходимо выявить роль воспитанности как фактора, влияющего на развитие склонности к виктимблеймингу у детей-сирот старшего подросткового возраста, поэтому была выполнена практическая часть исследования. Эмпирическая база – Благотворительный фонд «НАДЕЖДА» (город Владимир). В исследовании приняли участие 20 воспитанников детских домов в возрасте 15–17 лет. Для диагностики использовался комплекс методик: методика Н.П. Капустина «Уровень воспитанности учащихся» (определение уровня воспитанности) [1], опросник Д. Олвеуса для выявления проявлений буллинга [3] и авторская анкета на склонность к виктимблеймингу (12 ситуаций со шкалой Лайкерта). Применялись теоретические методы (анализ литературы), эмпирические (опрос, тестирование) и математико-статистические (описательная статистика, корреляционный анализ). Организация исследования и набор диагностических инструментов соответствовали задачам проверки гипотезы о существовании связи между воспитанностью и склонностью к обвинительной атрибуции.

Анализ показателей выявил следующее распределение по уровням воспитанности. Результаты диагностики представлены на Рисунке 1. Большинство респондентов – 65%

выборки (13 человек) («низкий уровень» – 55% (11 человек), «ниже среднего» – 10% (2 человека)) – демонстрируют недостаточно сформированные ключевые компоненты воспитанности. 25% испытуемых со средним уровнем (5 человек) усвоили внешние формы корректного поведения и, как правило, следуют установленным правилам в условиях очевидного внешнего контроля (например, в классе или при наблюдении воспитателя), однако их воспитанность ещё не стала устойчивым внутренним качеством. Наименьшую группу составляет 10% участников с уровнем выше среднего (2 человека), обладающие сформированной внутренней позицией, способные к саморегуляции и проявляющие устойчивые нравственные ориентиры даже в сложных обстоятельствах. В выборке не было выявлено подростков с высоким уровнем воспитанности (0 человек). Подростки с низким уровнем воспитанности демонстрируют недостаточную сформированность таких качеств, как дисциплинированность, коллективизм, долг и ответственность. Они чаще проявляют формальные или ситуативные проявления доброты и отзывчивости, что может отражать недостаточную устойчивость социальных навыков и низкую мотивацию к соблюдению норм группы. У подростков со средним и выше средним уровнем воспитанности наблюдалось более ответственное отношение к коллективным задачам, активное участие в общественно-трудовой деятельности и выраженная готовность помогать сверстникам. Методика позволила выявить индивидуальные различия в уровне социально значимых личностных качеств и создать основу для сопоставления с проявлениями буллинга и склонностью к виктимблеймингу.

■ Низкий ■ Ниже среднего ■ Средний ■ Выше среднего ■ Высокий

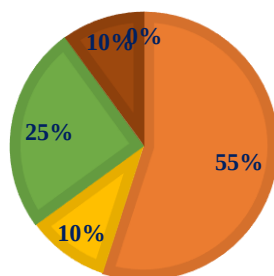


Рис. 1. Результаты диагностики по методике Н.П. Капустина  
«Уровень воспитанности учащихся»

Анализ опросника Д. Олвеуса показал выраженную вариативность в проявлениях прямого буллинга. Результаты диагностики представлены на рисунке 2. 25% респондентов (5 человек) демонстрируют ярко выраженные проявления, что соответствует регулярным и систематическим случаям агрессии, включая физические действия, угрозы и социальную изоляцию сверстников. 50% участников (10 человек) имеют умеренно выраженные показатели, характеризующиеся эпизодическим участием в конфликтах и ограниченным негативным воздействием на сверстников. 25% испытуемых (5 человек) показали слабо выраженные проявления буллинга, отражающие минимальное участие в агрессивных ситуациях и редкие случаи конфликтного поведения. В целом, анализ демонстрирует прямую зависимость между низким уровнем воспитанности и активностью в буллинге, подтверждая, что недостаточная социализация и слабое развитие личностных качеств способствует



проявлению агрессии. Наиболее интенсивные проявления агрессии наблюдались у участников с низким уровнем воспитанности, которые регулярно участвовали в вербальных и физических конфликтах, демонстрировали склонность к насмешкам и игнорированию сверстников. Респонденты с высоким или средним уровнем воспитанности чаще характеризовались минимальным участием в буллинговых ситуациях и большей эмпатией к жертвам. Эти данные подтверждают гипотезу о том, что воспитанность тесно связана с поведением подростков в социальной среде и играет роль фактора, ограничивающего проявления агрессии.

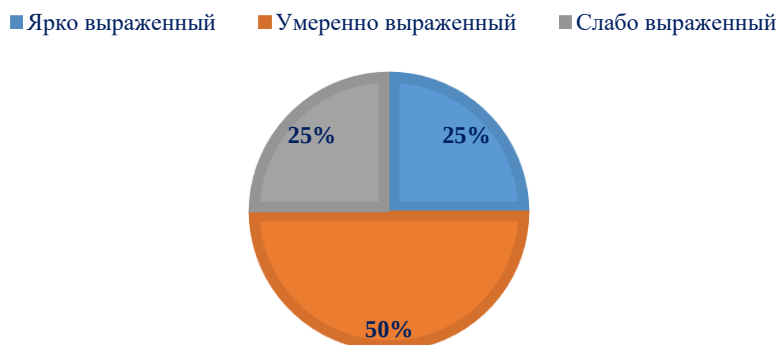


**Рис. 2. Результаты диагностики по методике Д. Олвеуса «Буллинг»**

Результаты авторской анкеты выявили широкий диапазон проявлений склонности к обвинению жертвы. Данные диагностики представлены на рисунке 3. 20% респондентов (4 человека) показали высокий уровень виктимблейминга, что свидетельствует о устойчивой установке перекладывать ответственность за негативные события на пострадавших. 70% участников (14 человек) получили средний уровень, демонстрируя умеренную склонность к обвинительной атрибуции в эпизодических ситуациях, что согласуется с их социальным опытом в коллективе и уровнем воспитанности. 10% респондентов (2 человека) показали низкий уровень, отражающий высокую эмпатию и ответственное отношение к пострадавшим. Анализ показателей по уровням воспитанности показал, что наиболее высокие значения виктимблейминга характерны для подростков с низкой воспитанностью и ярко выраженным участием в прямом буллинге, тогда как участники с уровнем выше среднего воспитанности демонстрируют минимальные показатели виктимблейминга. Авторская анкета выявила, что склонность к обвинению жертвы в негативных ситуациях варьировала от 16 до 46 баллов. Высокие показатели отмечались преимущественно у респондентов с низким уровнем воспитанности и высокой вовлеченностью в прямой буллинг, что указывает на устойчивую установку перекладывать ответственность за негативные события на пострадавшего. У подростков со средним уровнем воспитанности показатели виктимблейминга находились в диапазоне 20–30 баллов, что соответствует умеренной выраженности склонности к обвинительной атрибуции. Респонденты с уровнем выше среднего воспитанности демонстрируют минимальные значения виктимблейминга, что свидетельствует о высокой эмпатии и ответственности в интерпретации социальных ситуаций. Результаты авторской анкеты подтвердили наличие обратной зависимости между воспитанностью и склонностью к виктимблеймингу и позволили выявить индивидуальные особенности когнитивно-оценочной интерпретации конфликтных ситуаций.

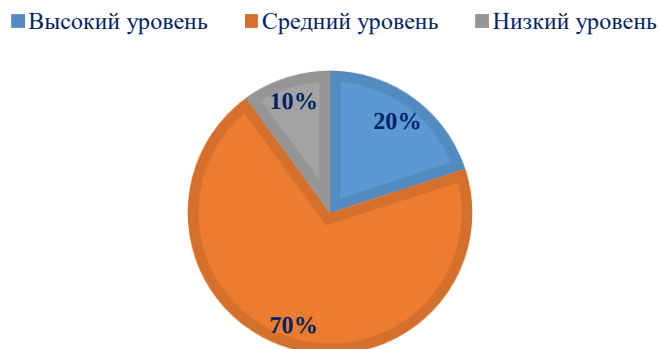


**Рис. 3. Результаты диагностики по авторской анкете на выявление уровня склонности к виктимблеймингу**

Корреляционный анализ подтвердил предполагаемые связи: между уровнем воспитанности и проявлениями прямого буллинга обнаружена значимая отрицательная корреляция ( $r_s = -0,852$ ), а между воспитанностью и склонностью к виктимблеймингу – ещё более выраженная отрицательная связь ( $r_s = -0,888$ ). Эти статистические зависимости свидетельствуют о том, что понижение уровня воспитанности связано с увеличением как агрессивных практик в коллективе, так и склонности к обвинительной атрибуции в отношении жертв. В практическом плане это означает, что работа по повышению воспитанности у воспитанников интернатов должна рассматриваться как один из ключевых путей профилактики виктимблейминга и снижения буллинга.

Полученные данные позволяют сделать несколько прикладных выводов и сформулировать рекомендации для воспитателей, социальных педагогов и сотрудников интернатных учреждений. Во-первых, необходимо системное внедрение программ, направленных на развитие нравственной рефлексии, ответственности и эмпатии: тренинги по развитию эмоционального интеллекта, групповые обсуждения ситуаций, ролевые игры и практики, способствующие развитию способности видеть последствия своих поступков для других. Во-вторых, следует акцентировать внимание на формировании внутренней мотивации к соблюдению норм (не только внешней дисциплины), используя методы наставничества, индивидуальную работу и привлечение устойчивых взрослых-референтов. В-третьих, важно работать со сверстниковыми группами как с источником норм – формировать в коллективе ценности взаимопомощи, уважения и ответственности через коллективные проекты и системы поощрения конструктивного поведения. Кроме того, диагностика уровня воспитанности и склонности к виктимблеймингу должна быть регулярной, чтобы своевременно выявлять риски и корректировать воспитательные воздействия.

Таким образом, проведённое исследование подтверждает вывод о воспитанности как важном личностном ресурсе, снижающем вероятность возникновения обвинительных установок и агрессивных практик в интернатных коллективах старших подростков. Результаты указывают на необходимость целенаправленной коррекционно-воспитательной работы, направленной на повышение уровня нравственной ответственности, саморегуляции и эмпатии у детей-сирот, что в свою очередь может уменьшить распространённость виктимблейминга и улучшить социальную адаптацию выпускников интернатов.

## Литература

1. Капустина Н.П. Методика «Уровень воспитанности учащихся». <https://clck.ru/3TfZcG>
2. Курачинская В.П., Куликова О.А. Виктимблейминг среди студенческой молодёжи // Вестник университета. 2021. № 10. С. 178-186.
3. Опросник Д. Олвеуса для выявления проявлений буллинга. <https://clck.ru/3TfZZF>
4. Прихожан А.М., Толстых Н.Н. Психологические особенности детей-сирот, воспитывающихся в условиях интерната. 2015.
5. Семикопенко И.М., Иванова Т.П. Изучение воспитанности современных школьников // Проблемы педагогики. 2016. № 2(13). С. 40-42.
6. Хвостикова М.С. Агрессивное поведение подростков: особенности и профилактика // Психология личностного взаимодействия в современном обществе: сборник материалов I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (г. Армавир, 12 апреля 2022 г.). Чебоксары, 2022. С. 68–71.
7. Хуснутдинова М.С. Социальная защита детей-сирот // Образование и право. 2022. №8. С. 110-113.
8. Эльконин Д.Б. Периодизация психического развития. // Онлайн-энциклопедия «RU.Wiki». <https://clck.ru/3TKrnj>

© Сокольникова Н.Р., 2026

**Степаненко В.В., Самоходкина Л.Г.**

Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма  
г. Краснодар, Россия

## **ЧЕЛОВЕК В МИРЕ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА**

В современном мире человек оказывается в центре множества изменений, происходящих в социальном, культурном и технологическом контексте. Культура и искусство играют ключевую роль в формировании индивидуальной и коллективной идентичности, а также в развитии общества в целом. Культура включает в себя не только традиции и обычаи, но и разнообразные формы самовыражения, которые помогают людям осмысливать и интерпретировать окружающий мир.

С одной стороны, культура служит связующим звеном между поколениями, передавая знания, ценности и нормы поведения. С другой стороны, она является динамичным процессом, подверженным влиянию глобализации и технологий. Жизнь человека в обществе неразрывно связана с культурой. Её материальные и духовные ценности накапливаются и передаются новому поколению. Без передачи достижений человеческой культуры от одного поколения другому невозможно построить цивилизованное общество [5]. В условиях быстрого изменения культурных парадигм человек становится не просто потребителем культурных продуктов, но и активным участником культурного процесса. Это открывает новые горизонты для самовыражения и взаимодействия с окружающим миром. Человек благодаря культуре вырабатывает нормы поведения сообразно нравственным законам, создает идеалы и развивает чувство прекрасного через различные виды искусства [4].

Искусство, как важная составляющая культуры, представляет собой мощный инструмент для исследования человеческой природы и социальных явлений. Оно может служить средством коммуникации, выражая эмоции, идеи и протесты. Искусство способно вызывать глубокие чувства, способствовать развитию эмпатии и критического мышления, а также объединять людей вокруг общих ценностей и целей [6, с. 157-165].

В то же время, современное общество сталкивается с множеством вызовов: от экономических кризисов до социальных конфликтов. В таких условиях важность культуры и искусства возрастает, так как они могут стать катализаторами изменений и источниками вдохновения для поиска решений сложных проблем. Культурные практики становятся местом для диалога, обмена мнениями и обсуждения актуальных вопросов.

Таким образом, исследование роли человека в контексте культуры и искусства является актуальным и многогранным. Оно требует анализа различных подходов к пониманию этих понятий, а также осознания их значения для личностного и общественного развития.

Для анализа роли человека в культуре и искусстве были использованы следующие методы:

1. Литературный обзор – изучение существующих теорий и концепций, связанных с культурой и искусством.
2. Качественные исследования – интервью и опросы среди представителей различных культурных сообществ.

3. Контент-анализ – исследование произведений искусства (живопись, литература, музыка) для выявления их влияния на общественное сознание.

4. Социологические методы – анализ статистических данных о потреблении культурных продуктов и участии в культурных мероприятиях.

Исследование показало, что человек является активным участником культурного процесса. Он не только потребляет культурные продукты, но и создает их, влияя на развитие искусства и культуры. Основные результаты исследования можно разделить на несколько ключевых аспектов:

1. Идентичность и культура: культура играет важную роль в формировании личной и групповой идентичности [1]. Через участие в культурных практиках (например, праздники, выставки, концерты) человек утверждает свою принадлежность к определенной группе.

2. Влияние искусства на эмоции: искусство воздействует на эмоциональное состояние человека, позволяя ему переживать различные чувства и эмоции. Это может способствовать развитию эмпатии и понимания других людей. Созерцание картин, слушание музыки изменяет психическую саморегуляцию

3. Социальные взаимодействия: культура служит платформой для взаимодействия между людьми. Совместное участие в культурных мероприятиях способствует укреплению социальных связей и созданию сообщества [5].

4. Критическое мышление: искусство побуждает человека к размышлениям о социальных, политических и этических вопросах. Это способствует развитию критического мышления и способности к анализу.

5. Глобализация культуры: в условиях глобализации происходит смешение культурных традиций, что приводит к появлению новых форм искусства. Это создает как возможности, так и вызовы для сохранения культурного наследия [7].

Исследования, проведенные педагогами-психологами с детьми дошкольного возраста в условиях дошкольной образовательной организации выявили, что дети активно участвующие в театрализованной деятельности проявляли более высокий уровень эмпатии по сравнению с детьми, предпочитающими интеллектуальную деятельность. Дети школьного возраста, посещающие студии танцев и музыкальную школу также показали более высокий уровень эмпатии, чем дети, не посещающие студии художественно-эстетической направленности. В.С. Вербовская указывает на то, что в возрасте 5–6 лет дети отзывчивы на участие в театрализованной деятельности, которая, в свою очередь, может стать новым стимулом для развития креативности [2]. Возможности театра многогранны, это и традиционный театр, и пальчиковый, кукольный, театр теней и другие виды. В любом из них дошкольник способен проявлять креативность при условии чуткого руководства со стороны взрослого. Однако, театрализация, как средство проявления креативности детьми дошкольного возраста, используется крайне редко. Обычно она представлена традиционным образом, где дети исполняют заранее прописанные роли, строго следуя сценарию, что в малой степени соответствует задаче развития креативности у детей дошкольного возраста. Формируя, стимулируя и совершенствуя творческую продуктивность, педагог «включает» процессы,



имеющиеся в каждом малыше, но нераскрывающийся из-за определенных ограничений, навязанных окружением. В то же время, подражательность в этом возрасте основа образования и развития интеллекта, саморегуляции, эмпатии, представляющей активной, выборочной позиции и действий, выступающие примером.

Развитие креативности у детей средствами театрализованной деятельности в дошкольной образовательной организации активно используется педагогами - воспитателями, музыкальными работниками, инструкторами по физической культуре. Среди эффективных форм развития креативности средствами театрализованной деятельности можно выделить:

- занятия – «Музыкальные театрализованные игры». Это разнообразные игры-превращения, развивающие способность к перевоплощению: «Представь себя зверушкой», «Я – сказочный герой» такие игровые задания в образах животных и персонажей из сказок с музыкальным сопровождением помогают лучше овладеть детям своим телом и осознать пластические возможности движений; игры на развитие воображения (игры с воображаемыми предметами – мячом, куклой и т. п.); инсценировки знакомых сказок («Колобок», «Репка») под музыкальное сопровождение;

- ритмопластика - упражнения на развитие двигательных способностей, ловкости и подвижности; игры на развитие чувства ритма и координации движений, пластической выразительности и музыкальности; музыкально-пластические импровизации). Для этого на занятиях использовались игры «Каравай», «Угадай животного», «Морская фигура» и другие. Эти игры помогают почувствовать ритм, развивают координацию движений детей, развивают речевое дыхание, разнообразную интонацию, учат передавать позы, создавать образ животного с помощью пластических движений. Например, под музыку дети должны изобразить с помощью пластичных движений различных животных, например, зайца, медведя, волка, корову или других персонажей, которые будут участвовать в театрализованном представлении. Проигрываются этюды на основные эмоции – грусть, радость, гнев, злость, смех и т. д.;

- упражнения на развитие креативности средствами театрализации:

- а) театральная творческая игра «Покажи понятие» (раскрытие творческих возможностей);

- б) театрализованная игра «Зоопарк» (развитие актёрского мастерства и креативности);

- в) упражнение «Развитие креативности» (проявление креативности дошкольниками 5–6 лет);

- г) упражнение «Завяжи шнурок» (развитие творческого интеллекта и креативности);

- д) упражнение «Круги» (измерение свойств интеллектуальной деятельности и креативности);

- е) театрализованная игра «Разговор по телефону» (моделирование ситуаций и способов поведения, развитие умения слушать другого, развитие пространственного мышления, зрительного восприятия; творческого воображения, эмоциональной адекватности, креативности).

- работа над спектаклем:

а) знакомство со сценарием спектакля (знакомство детей с текстом спектакля и обсудить его);

б) разучивание песен (разучить музыкальные партии героев сказки, развивать внимание, чувство ритма, мимику и жесты детей);

в) работа над текстом спектакля (разучивать с детьми текст спектакля, работа над артикуляционным аппаратом, дыханием, голосом, интонацией. Совершенствовать внимание, воображение и память детей);

г) разучивание танцевальных партий (разучивать танцы и музыкальные партии персонажей спектакля, развивать внимание, чувство ритма, мимику и жесты);

д) репетиции эпизодов и генеральная репетиция (репетировать все эпизоды спектакля с использованием декораций, костюмов, музыкального сопровождения).

В психолого-педагогических исследованиях рассматриваются особенности личности дошкольников, школьников, студентов в зависимости от сред, в которых они обучаются. Школа, детский сад, центры дополнительного образования формируют условия развития по направлениям деятельности и содержанию: художественно-эстетическое направление, естественно-научное, техническое, физкультурное и оздоровительное. Педагоги, работающие с детьми, наполняют содержание образования и развития с учетом решения различных задач: развитие креативности, осознанности, самостоятельности, эмпатии, коммуникабельности. Образовательные задачи дополняют содержание образовательной программы специальными знаниями из области математики, физики, музыки, биологии и п.д. Важным компонентом эффективности деятельности становится мотивация. Развитие, проявление, переход от внешней к внутренней, от неустойчивой к устойчивой происходит постепенно под влиянием социальной среды, включающей родителей, сверстников, педагогов, общество и государство. Современные условия развития человека и общества средствами искусства и культуры не должны отходить на второй план. Технические приоритеты современной государственной политики в развитии детей и подростков должны дополняться творчеством и культурой. Л.С. Выготский подчеркивал, что искусство влияет на качества человека не механически, а опосредованно, через создание условий активности этой личности. Механизм влияния искусства на личность включает возникновение отклика на внешний образ красоты, чувства переживания, как внутренней деятельности, приводящее к эстетическому удовольствию и переживанию [3]. Система обучения также включает элемент эстетизации, приводящий к эстетическому переживанию, осознанию образа и действия, завершенности процесса обучения. В процессе развития личности эстетическое удовольствие является сопровождением и условием успешного завершения процесса. Эстетическое удовольствие и красота позволяют процесс обучения и развития дополнить глубокими чувствами, которые будут влиять на формирование представлений, отношений и выводов.

Л.С. Выготский обращал внимание на то, что подлинное искусство не соотносится не с интеллектуальной, не с эмоциональной сферой проявления личности, а соотносится с отношениями между объектами и миром, образами сознания об этом мире, внутренней саморегуляции субъекта на воздействие мира [3].

Человек в мире культуры и искусства занимает активную позицию, влияя на формирование культурных процессов и получая от них значимые для себя переживания. Искусство не только отражает действительность, но и формирует общественные нормы, ценности и идентичности. Важно осознавать свою роль в этом процессе, поскольку культура и искусство могут служить инструментами для изменения общества в лучшую сторону. Культура, концентрируя лучший социальный опыт многих поколений людей, приобретает способность накапливать богатейшие знания о мире и тем самым создавать благоприятные возможности для его познания и освоения. Общество интеллектуально настолько, насколько полно использует знания, содержащиеся в культурном генофонде человечества [4].

Развитие человека средствами культуры целесообразно осуществлять с учетом особенностей влияния на психику человека условий и принципов: создание атмосферы психологической безопасности, в которой, безусловно, принимается ценность каждой личности; принцип безоценочной деятельности – т.е. освобождение от страха делать ошибки (для этого используются задания, в которых не существует неправильных ответов); принцип мягкого соревнования, что побуждает участников деятельности не только к большому количеству идей, но и к их оригинальности.

Таким образом, исследование подтверждает необходимость дальнейшего изучения взаимосвязей между человеком, культурой и искусством. Это позволит глубже понять механизмы формирования идентичности и социальной сплоченности в современном мире.

### Литература

1. Берилова Е.И. Коммуникативные аспекты психологической культуры обучающихся разного возраста // Вызовы современного мира в рамках социально-гуманитарного знания. В поисках альтернативы: Материалы II Всероссийской научно-практической конференции. Ижевск, 2024. С. 84-88.
2. Вербовская В.С. Технология развития эмоциональной отзывчивости в старшем дошкольном возрасте // Журнал научно-педагогических исследований. 2024 № 3. С. 19-25.
3. Выготский Л.С. Психология искусства. Издание третье: Искусство; М., 1986. 879 с.
4. Кривошеев А.Д., Кузнецова М.Н. Искусство как механизм саморегуляции культуры // БМИК. 2016. №5.
5. Пархоменко И.Т., Радугин А.А. Культурология в вопросах и ответах. М.: Центр, 2001. 304 с.
6. Распопова А.С., Босенко Ю.М. Особенности психологической культуры личности педагогов дошкольных образовательных учреждений с разным стажем профессиональной деятельности // Актуальные проблемы правового, экономического и социально-психологического знания: теория и практика: Материалы VII Международной научно-практической конференции. В 3-х томах. Донецк, 2023. С. 157-165.
7. Соколов К.Б. Глобализация: История, современность и искусство. М.: Государственный институт искусствознания, 2012. 444 с.

© Степаненко В.В., Самоходкина Л.Г., 2026

**Таранухина А.С., Задорожная В.В., Сургутскова Г.А.**  
Нижневартковский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

## **КОМПЕТЕНЦИИ ПЕДАГОГОВ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ: ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Обновление профессиональных функций и компетенций педагогов выступает ключевым условием успешного функционирования системы профессионального образования в эпоху стремительной цифровизации экономики и культурных перемен. Необходимость интеграции цифровых технологий и инновационного подхода к обучению диктует необходимость постоянного роста уровня профессионализма преподавателя, владения новыми формами и средствами коммуникации, а также способностью ориентироваться в многообразии информации и культур.

Педагог будущего должен владеть разнообразием компетенций, включающим навыки проектирования образовательных маршрутов, организацию совместной проектной деятельности, консультативную поддержку и координацию сотрудничества внутри коллектива. Инновационные технологии обучения требуют глубокого понимания возможностей цифровой среды, эффективного использования дистанционных форматов и способности взаимодействовать с различными возрастными группами обучающихся.

Современное общество находится на пороге глубоких преобразований, вызванных цифровой революцией, которая перекраивает культурный и экономический ландшафт. Эти сдвиги ставят перед специалистами беспрецедентные задачи, требуя от них совершенно иных профессиональных качеств. «Модернизация высшего образования как следствие вхождения отечественного образовательного пространства в мировое, а также смена образовательной парадигмы требуют осмысления и разработки новых, эффективных моделей, технологий и способов подготовки выпускников, конкурентоспособных на мировом рынке труда, способных успешно адаптироваться в интегрированном, глобализирующемся мире, готовых к непрерывному самообразованию, обладающих высокой потребностью в самореализации и саморазвитии» [7, с. 249]. Это, в свою очередь, является мощным стимулом для пересмотра содержания и методов профессионального образования в России. Данная статья исследует, прежде всего, как обновление профессиональных функций педагога в условиях цифровизации и культурных изменений влияет на развитие системы профессионального образования в стране.

### **Трансформация профессиональных функций педагога под влиянием цифровизации**

Экономика, охваченная цифровой трансформацией, переживает глубокие сдвиги в характере профессионального труда. Исследователи фиксируют качественное преобразование самих профессиональных функций, а не просто автоматизацию отдельных операций. Подобные изменения требуют освоения принципиально новых компетенций [2, с. 181]. Работа в цифровой среде, обработка больших массивов данных, взаимодействие с системами

искусственного интеллекта, координация распределенных команд – эти функции постепенно дополняют привычные профессиональные роли, а иногда полностью их вытесняют.

Культурная трансформация современного мира, выражающаяся в изменении ценностных ориентаций, коммуникативных практик и способов организации совместной деятельности, также накладывает отпечаток на профессиональные функции специалистов. Возрастает значимость таких компетенций, как кросс-культурная коммуникация, эмоциональный интеллект, способность к работе в условиях неопределенности и многообразия [1, с. 40]. Эти изменения носят системный характер и требуют адекватного ответа со стороны системы профессионального образования.

Трансформация профессиональных функций педагогов в условиях цифровизации представляет собой комплексный процесс адаптации образовательных практик к новым технологическим реалиям. Современные образовательные технологии существенно расширяют возможности преподавателей, способствуя переходу от традиционной модели передачи знаний к интерактивному взаимодействию с учащимися. Это проявляется в следующих аспектах:

— Интеграция информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в образовательный процесс позволяет создавать адаптивные учебные программы, учитывать индивидуальные особенности обучающихся и повышать эффективность усвоения материала.

— Формирование цифровых компетенций у педагогов становится обязательным условием успешной педагогической деятельности. Овладение современными технологиями открывает новые перспективы для развития профессионального мастерства и повышения качества образования.

— Интеграция гибридных моделей образования, объединяющих традиционные аудиторные занятия с онлайн-технологиями, способствует повышению адаптивности образовательной системы и расширению доступа к высококачественному обучению для различных социальных групп.

Таким образом, цифровизация формирует новую парадигму педагогического труда, характеризующуюся высоким уровнем информационной культуры, ориентацией на инновационные подходы и постоянством самосовершенствования педагогических кадров.

### **Новые требования к компетенциям современных педагогов**

Трансформация рынка труда, обусловленная становлением цифровой экономики, меняет структуру востребованных компетенций. Узкопрофессиональные знания и практические умения (hard skills) сохраняют свое значение, однако все большую роль играют универсальные надпрофессиональные способности (soft skills) вместе с цифровой грамотностью (digital skills). Исследователи фиксируют: владения отдельными технологическими инструментами уже недостаточно. Современные условия требуют глубокого понимания цифровой среды, позволяющего адаптироваться к постоянному обновлению технологий [3, с. 227]. Профессиональная деятельность учителей всё в большей степени предполагает контакт с англоязычными материалами и коммуникациями [8]. В рамках образовательной программы предусмотрено проведение олимпиад по английскому языку для студентов [5].



Работодатели ожидают от выпускников не только владения профессией, но и готовности постоянно учиться, мыслить критически, проявлять креативность и работать в команде [4]. Эти повышенные требования отражают изменения на рынке труда. Современные работодатели предполагают, что специалист выполняет задачи, выходящие за рамки формальных должностных обязанностей, поэтому подходы к формированию профессиональных компетенций в образовании нуждаются в пересмотре.

Современные тенденции развития образовательной системы предъявляют повышенные требования к профессиональным компетенциям педагогов, обусловленные необходимостью адаптации образовательных процессов к динамичным изменениям социальной среды, цифровизации образования и глобализации академического пространства. Новые компетенции включают владение цифровыми инструментами и технологиями, способность формировать критическое мышление учащихся, развитие междисциплинарных подходов к обучению, формирование коммуникативных навыков, обеспечивающих эффективное взаимодействие с учениками и коллегами, а также умение применять современные методики оценки качества образовательного процесса. Важнейшими аспектами становятся личностная компетентность педагога, включающая эмоциональный интеллект, стрессоустойчивость и способность поддерживать позитивную образовательную среду, способствующую формированию творческой активности обучающихся. Таким образом, современный педагог должен обладать комплексом профессиональных качеств, позволяющих эффективно решать образовательные задачи в условиях стремительно меняющегося мира.

#### **Влияние цифровых технологий на содержание профессионального образования педагогов**

Меняющиеся требования к специалистам и их навыкам обязывают пересмотреть учебные программы. Исследования показывают: образование должно не просто догонять рынок труда, но и опережать его, готовя кадры с компетенциями будущего [1, с. 41].

Развитие цифровых технологий кардинально меняет структуру и содержание профессионального образования педагогов, интегрируя инновационные методы и инструменты, повышающие эффективность учебно-воспитательного процесса. Современные цифровые решения позволяют расширить спектр форматов взаимодействия преподавателей и учеников, внедрить мультимедийные средства передачи знаний и активизировать исследовательские практики.

Для успешного развития образовательной сферы крайне важно, чтобы цифровые технологии стали неотъемлемой частью профессиональных учебных блоков. Они не должны быть лишь дополнительными IT-курсами, а должны быть интегрированы во всю систему подготовки специалистов. Примеры внедрения таких обновленных программ, например, для педагогов-психологов, демонстрируют эффективность модульного подхода. Он обеспечивает гибкость, позволяя оперативно реагировать на новые профессиональные стандарты и запросы работодателей [2, с. 182].

Одним из ключевых примеров трансформации является широкое распространение дистанционных курсов повышения квалификации и электронных учебных материалов.

Педагоги получают доступ к актуальным знаниям и методикам преподавания, что обеспечивает непрерывное профессиональное совершенствование. Так, национальные площадки вроде «Российской электронной школы» предлагают курсы и вебинары, позволяющие учителям развивать цифровой инструментарий, интегрированный в учебный процесс.

Еще одним важным фактором является интеграция облачных сервисов и виртуальных сред обучения. Такие платформы, как Google Classroom или Moodle, позволяют создавать электронные портфолио ученика, организовать групповую работу над проектами и вести мониторинг успеваемости. Это значительно облегчает управление учебным процессом и стимулирует вовлеченность школьников в освоение материала.

Особое внимание уделяется разработке цифровых ресурсов для инклюзивного образования. Специальные программы и приложения помогают адаптировать обучение под потребности детей с ограниченными возможностями здоровья, обеспечивая равный доступ к образованию для всех категорий учащихся. Примеры таких проектов включают мобильные приложения для визуального сопровождения уроков и специализированные игры, развивающие когнитивные способности.

Важным аспектом становится также учет культурной трансформации при проектировании содержания образования. Формирование таких компетенций, как толерантность к неопределенности, способность к диалогу в поликультурной среде, этическая рефлексия последствий профессиональной деятельности, требует включения соответствующих содержательных элементов в программы подготовки специалистов различного профиля [6, с. 47].

Также возрастает роль формирования цифровой грамотности среди учителей. Преподаватели обязаны овладеть основами информационной безопасности, методами защиты персональных данных и принципами безопасной навигации в сети Интернет. Эти знания способствуют созданию благоприятной и защищенной цифровой среды обучения.

Внедрение цифровых технологий в систему педагогического образования открывает перед современными специалистами уникальные возможности для улучшения качества учебной деятельности, организации индивидуальных траекторий обучения и достижения лучших результатов в воспитании нового поколения квалифицированных кадров.

### **Развитие технологий профессионального образования**

Развитие технологий профессионального образования представляет собой длительный исторический процесс, характеризующийся последовательностью этапов внедрения инновационных методик и инструментальных средств. Начальным этапом стала традиционная форма преподавания, основанная преимущественно на лекциях, семинарских занятиях и бумажных источниках информации. Затем последовал переход к применению аудиовизуальных средств, таких как проекторы и телевизоры, позволивших обогатить восприятие теоретической информации студентами посредством наглядных демонстраций.

Следующим значимым этапом стало появление персональных компьютеров и локальных вычислительных сетей, благодаря которым начали создаваться первые электронные учебные

пособия и автоматизированные системы тестирования. Параллельно началось активное внедрение сетевых технологий и интернет-ресурсов, открывших широкие перспективы для дистанционного обучения и создания массовых открытых онлайн-курсов (МООС). Современный этап характеризуется широким использованием мобильных устройств, интеграцией социальных медиа и развитием интерактивных классов, оснащенных сенсорными экранами и системами коллективного доступа. Особое значение приобретает концепция персонализации обучения, поддерживаемая искусственным интеллектом и алгоритмами машинного обучения, ориентированными на индивидуальные особенности каждого учащегося.

Изменение содержания образования неразрывно связано с трансформацией технологий обучения. Цифровизация создает предпосылки для широкого использования новых образовательных технологий, включая электронное обучение, дистанционные образовательные технологии, симуляционные тренажеры, технологии виртуальной и дополненной реальности, геймификацию [9, с. 61].

Инновационный подход к опережающему профессиональному обучению заключается в разработке и применении цифровых платформ. Практика Сибирского политехнического колледжа подтверждает, что цифровая платформа в сочетании с конструктором компетенций дает слушателям уникальную возможность формировать персонализированные образовательные маршруты. Это имеет решающее значение для их быстрой адаптации к постоянно меняющимся условиям рынка труда [10, с. 74]. Данный подход полностью соответствует принципам опережающего обучения, ориентированного на развитие компетенций, которые будут востребованы в перспективе.

Персонализация обучения становится одной из ведущих тенденций развития образовательных технологий. Использование цифровых платформ позволяет учитывать индивидуальные особенности обучающихся, их текущий уровень компетенций и профессиональные дефициты, что повышает эффективность образовательного процесса. Конструктор компетенций, встроенный в цифровую образовательную среду, дает возможность гибко комбинировать модули программ в зависимости от потребностей конкретного слушателя и запросов работодателей [10, с. 76].

#### **Совместная деятельность заинтересованных лиц по обновлению и совершенствованию профессионального образования**

Эффективное обновление содержания и технологий профессионального образования невозможно без тесного взаимодействия всех заинтересованных сторон: образовательных организаций, работодателей, органов государственной власти, профессиональных сообществ. Исследователи подчеркивают необходимость развития механизмов государственно-частного партнерства в сфере профессионального образования, позволяющих оперативно учитывать изменения в требованиях к компетенциям специалистов [3, с. 230].

Профессиональные стандарты здесь очень важны, и их нужно постоянно обновлять, учитывая, как меняется экономика из-за цифровизации. В России уже активно работают над тем, чтобы эти стандарты соответствовали цифровой экономике, и это помогает обновлять

учебные программы. Но эксперты говорят, что экономика меняется быстрее, чем мы успеваем менять правила, поэтому нам нужны более гибкие способы, чтобы образование и рынок труда лучше взаимодействовали [4].

Такая кооперация позволит сформировать эффективную и мобильную систему профессионального образования, своевременно реагирующую на изменения внешней среды и обеспечивающую конкурентоспособность молодых специалистов на современном рынке труда.

### Заключение

В контексте цифровой трансформации экономики и глобальных культурных сдвигов, непрерывное совершенствование профессиональных компетенций и квалификаций специалистов является краеугольным камнем для эволюции содержания и методологии профессионального образования. Система профессионального образования отвечает на эти вызовы посредством:

1. Внедрения цифровых элементов и развития мета-компетенций: Интеграция цифровых компонентов в структуру профессиональных модулей и формирование надпрофессиональных компетенций, востребованных в современных социокультурных условиях.

2. Персонализированного обучения с использованием цифровых инструментов: Применение цифровых платформ и конструкторов компетенций, способствующих персонализации образовательного процесса и построению индивидуальных образовательных траекторий.

3. Укрепления партнерства с индустрией и оперативной адаптации программ: Развитие механизмов взаимодействия с представителями бизнеса и оперативной актуализации образовательных программ в соответствии с динамично меняющимися требованиями рынка труда.

Перспективные направления исследований включают разработку методик оценки результативности обновленных образовательных программ, анализ и адаптацию международного опыта, а также совершенствование систем прогнозирования кадровых потребностей рынка труда.

Практические рекомендации для обеспечения эффективного обновления компетенций педагогов включают:

- создание системных программ повышения квалификации с фокусом на цифровые и межкультурные компетенции;
- разработку методических рекомендаций по интеграции цифровых технологий в образовательный процесс;
- организацию профессиональных сообществ и сетевых платформ для обмена опытом;
- поддержку педагогических инноваций через гранты и конкурсы;
- обеспечение материально-технической базы для внедрения современных образовательных технологий.

Таким образом, динамичные изменения в экономике и культуре требуют от системы профессионального образования не просто адаптации, а проактивного развития. Ключевым звеном этого процесса выступает педагог, чьи обновленные функции и компетенции становятся драйвером трансформации содержания и технологий обучения. Инвестиции в развитие педагогического корпуса сегодня – это стратегический вклад в конкурентоспособность национальной системы образования и экономики завтра.

### Литература

1. Биленко П.Н., Блинов В.И., Дулинов М.В., Есенина Е.Ю., Кондаков А.М., Сергеев И.С. Дидактическая концепция цифрового профессионального образования и обучения. М.: Перо, 2019. 97 с.
2. Бобиенко О.М., Короткова А.Л. Обновление образовательных программ как ответ на вызовы цифровой трансформации (на примере подготовки педагогов-психологов) // Проблемы современной экономики. 2021. № 3(79). С. 180-183.
3. Ергунова О.Т., Лебедев А.В., Рахмеева И.И. Трансформация профессиональных компетенций под потребности цифровой экономики // Научные труды Вольного экономического общества России. 2021. № 4. С. 226-236.
4. Лapidус Л.В., Полякова Я.О. Трансформация рынка труда и спрос на специалистов нового типа в условиях цифровой экономики // Управленец. 2021. Т. 12, № 3. С. 14-27. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2021-12-3-2>
5. Осипова Н.Н., Трофименко М.П. Возможности предметной олимпиады в вузе (на примере Всероссийской олимпиады по английскому языку для студентов лингвистических специальностей) // Мир науки. Педагогика и психология. 2023. Т. 11, № 3.
6. Семенова А.А., Лосева С.М. «Digital-обучение»: практики и инструменты развития профессионально-педагогического мышления современных преподавателей // Менеджмент XXI века: социально-экономическая трансформация в условиях неопределенности: сборник научных статей по материалам XVIII Международной научно-практической конференции. СПб., 2020. С. 299-303.
7. Сургутскова Г.А. Проблемный подход в интегрированной иноязычной и профессиональной подготовке обучающихся неязыковых вузов // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (г. Нижневартовск, 01 декабря 2020 года). Нижневартовск, 2021. С. 249-255.
8. Трофименко М.П., Осипова Н.Н. Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной деятельности» как инструмент формирования профессионального мировоззрения студентов-педагогов // Среднее профессиональное образование. 2023. № 8(336). С. 46-50.
9. Уваров А.Ю., Фрумин И.Д. Трудности и перспективы цифровой трансформации образования. М., 2019. С. 343.



10. Червова А.А., Малова Т.В., Козырева О.А. Цифровая платформа как условие опережающей профессиональной подготовки специалистов // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2026. Вып. 2(214). С. 72-79.

© Таранухина А.С., Задорожная В.В., Сургутскова Г.А., 2026

**Туренко М.А.**

Сургутский государственный педагогический университет  
г. Сургут, Россия

## **ПИСЬМЕННАЯ РЕЧЬ КАК ВИД РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

В современном мире речь, включая письменную, играет ключевую роль в жизни любого человека. Особое внимание письменной речи уделяется на уроках иностранного языка в школе, поскольку она является видом речевой деятельности, которой обучающиеся должны заниматься в ходе занятий. Так что же такое письменная речь? Рассмотрим некоторые определения разных исследователей.

Исходя из слов Колесникова А.А., «письмо представляет собой один из основных самостоятельных видов речевой деятельности, который может осуществляться на двух уровнях: репродуктивный и продуктивный» [4, с. 20]. Он также пишет, что «письменная речь - умение сочетать слова в письменной форме для выражения своих мыслей в соответствии с потребностями общения» [4, с. 20].

В отличие от устной речи, письменная обладает рядом специфических характеристик [5, с. 2]:

1. Опосредованность знаками: используется устойчивая система графических символов.
2. Отсроченность и дистантность: производство и восприятие речи разделены во времени и пространстве, что исключает немедленную обратную связь.
3. Подготовленность и произвольность: требует более высокого уровня осознанности, планирования и контроля. Автор может многократно возвращаться к тексту, редактировать его.
4. Контекстуальная независимость: текст должен быть максимально самодостаточным, так как лишен внеязыковых средств общения (интонации, жестов).
5. Высокая нормативность: подчиняется строгим правилам орфографии, пунктуации, грамматики и стилистики.
6. Психофизиологическая основа: задействует не речедвигательный, а зрительный и моторный (кинестетический) анализаторы, требует развитой мелкой моторики.

Как вид речевой деятельности, письмо имеет свою структуру: мотив, цель, предмет, структурные компоненты и результат (текст).

Рассматривая письмо и письменную речь в качестве вида речевой деятельности, следует отметить, что они базируются на самом умении писать, которое, в свою очередь, основывается на: 1) каллиграфии; 2) орфографии; 3) пунктуации; 4) синтаксисе; 5) стиле. Они также являются уровнями развития умения письменной речи.

Обучение каллиграфии, орфографии и пунктуации опираются на опыт письма на родном языке и чтении. Также следует отметить, что чтение и письменная речь связаны графикой. И поэтому одно влияет на другое. Чтение является неотъемлемой частью развития умения письменной речи. «Условием письма является техника письма – умение соотнести звук с графическим символом, это сложный психологический и психолингвистический процесс, который связан с общеречевыми механизмами» [1, с. 15] (рис.).

1. Механизм осмысления. В его ходе выделяется три уровня: 1) установление смысловых связей между понятиями; 2) связи между членами предложения; 3) связь между данным и новым.

2. Механизм упреждающего синтеза. «Благодаря действию этого механизма пишущий проговаривает во внутренней речи каждое слово, которое собирается написать, с характерными для него артикуляционными движениями и интонационным оформлением; произнося слово, «предвидит» последующие слова и формы связи между ними; представляет себе дальнейшее раскрытие замысла» [1, с. 16].

3. Механизм памяти. Ключевую роль в письменной речи играет память, поскольку именно благодаря ей пишущий запоминает, как пишутся те или иные высказывания, слова, предложения.

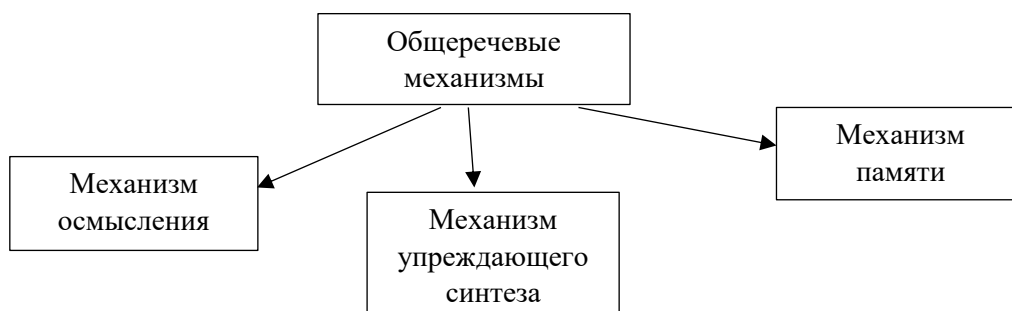


Рис. Схема «Общеречевые механизмы» [1, с. 16]

Письменную речь принято классифицировать на репродуктивную и продуктивную. Репродуктивная форма предполагает воспроизведение чужих мыслей, например, при составлении конспектов, планов или рефератов. В противоположность этому, продуктивная письменная речь основана на создании собственного текста, что характерно для писем, статей, отчетов или заявлений.

«Письменная речь как вид речевой деятельности связана с речетворческой деятельностью. Понятие «речетворческая деятельность» определяется в большинстве источников как деятельность, связанная с самореализацией личности в качестве языковой личности на вербально-семантическом, когнитивном, мотивационно-прагматическом уровнях» [5, с. 3]. В этом контексте речетворческая деятельность предстает в качестве компетенции, представляющей собой «комплекс речевых действий и операций на основе языковой системы» [5, с. 4] и которая направлена «на самореализацию личности как языковой личности» [5, с. 4].

Формирование письменной речи - длительный процесс, который можно разделить на следующие ключевые этапы [6, с. 16] (Таблица):

1. Довербальный (подготовительный) этап.

Целью данного этапа является развитие психофизиологических предпосылок письма. К данному этапу относится развитие мелкой моторики, зрительно-пространственного восприятия и памяти, фонематического слуха; усвоение графем (букв) и техники их написания.

2. Этап овладения техникой письма (орфографический и каллиграфический).

Целью данного этапа является «автоматизация навыка кодирования звучащего слова в графическую модель» [6, с. 16]. Данный этап включает в себя формирование графо-моторного навыка (красивое, четкое письмо); овладение основными орфографическими правилами и принципами; написание под диктовку, списывание. На данном этапе письмо все еще носит репродуктивный характер.

3. Этап формирования письменных высказываний как речевых действий (коммуникативно-синтаксический).

Цель данного этапа - научиться выражать мысли в форме связного текста. «На данном этапе происходит обучение построению предложений разных типов, связности текста (использование союзов, местоимений, лексических повторов); освоение жанров учебного характера: запись мысли, ответ на вопрос, составление плана, изложение прочитанного; а также формируются умения отбора языковых средств в соответствии с замыслом» [6, с. 16].

4. Этап развития письменной речи как средства коммуникации и творчества (композиционно-стилистический).

Целью данного этапа является свободное, осознанное и эффективное использование письма для решения коммуникативных задач. В содержание этапа входит владение жанрами письменной речи: сочинение (повествование, описание, рассуждение), эссе, статья, письмо, рецензия и т. д. «Акцент на этапе делается на содержательности, логичности, точности, выразительности и стилистической уместности текста. Происходит развитие сложных умений: планирования, редактирования, рефлексии над текстом» [6, с. 17]. Письмо становится полноценным инструментом мышления и творчества.

Таблица

**Этапы формирования письменной речи [6, с. 16]**

| Этап                                 | Содержание                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Довербальный (подготовительный) этап | Ключевые элементы этого развития - мелкая моторика, зрительно-пространственное восприятие, память, фонематический слух, а также знание букв и техника письма. |
| Этап овладения техникой письма       | Формирование графо-моторного навыка; овладение основными орфографическими правилами и принципами; написание под диктовку, списывание                          |
| Коммуникативно-синтаксический этап   | Выражение мысли в форме связного текста                                                                                                                       |
| Композиционно-стилистический этап    | Владение жанрами письменной речи: сочинение (повествование, описание, рассуждение), эссе, статья, письмо, рецензия и т.д.                                     |

Развитию навыков письменной речи способствуют не только традиционные, но и современные средства, включая нейросети и другие IT-технологии. Их внедрение в обучение иностранному языку преследует несколько ключевых целей [1, с. 12]:

1. повышение интереса и мотивации учащихся к изучению языка;
2. совершенствование практических умений в области речи и письма;
3. обогащение базы лингвистических знаний и представлений о культуре страны изучаемого языка;
4. формирование умения организовывать самостоятельную учебную деятельность.

Дидактические функции ИТ проявляются в их способности эффективно решать задачи по формированию навыков чтения и письма, пополнению словарного запаса и созданию устойчивой учебной мотивации.

Средства ИТ, используемые в учебном процессе, можно классифицировать по их направленности [2, с. 817]. В современном образовательном процессе для решения различных задач применяется широкий спектр цифровых инструментов. Поиск информации осуществляется через системы Google и Yandex, работа с текстом ведётся в текстовых редакторах и на специализированных онлайн-тренажёрах, а для перевода используются сервисы вроде Google Translate. Хранение данных обеспечивается как физическими носителями (CD/DVD, флеш-накопители), так и облачными сервисами, обработка мультимедиа – проигрывателями и графическими редакторами, а общение – мессенджерами и программами для видеосвязи. Среди них текстовый редактор занимает особое место, будучи ключевым инструментом, который не только помогает создавать текст, но и значительно упрощает его редактирование, проверку орфографии и форматирование.

Интеграция информационных технологий в обучение не подменяет собой традиционные методики, а органично дополняет и обогащает их. Применение компьютеров и цифровых ресурсов существенно повышает эффективность учебного процесса, открывает возможности для его индивидуализации и усиливает мотивацию учащихся. В результате ИТ превращаются в мощный дидактический инструмент, способствующий развитию письменно-речевых умений и полноценно отвечающий на вызовы цифровой эпохи.

Внедрение технологий искусственного интеллекта в обучение создаёт ряд значимых преимуществ, трансформирующих образовательный процесс [1, с. 16]:

1. Автоматизация проверки и оперативная обратная связь. Инструменты на основе ИИ (например, ChatGPT или платформы вроде Writefull) позволяют мгновенно анализировать тексты, выявляя грамматические, орфографические и стилистические неточности. Это даёт обучающимся возможность сразу же корректировать свои работы и самостоятельно совершенствовать навыки.

2. Индивидуализация учебных траекторий. С помощью интеллектуальных алгоритмов сложность и содержание заданий динамически подстраиваются под актуальный уровень знаний каждого студента. Это позволяет выстраивать персональные маршруты обучения, фокусируясь на устранении конкретных пробелов.

3. Стимулирование учебной мотивации. Использование интерактивных форматов, таких как чат-боты для имитации делового общения, в сочетании с немедленной реакцией системы делает обучение более увлекательным, практико-ориентированным и снижает уровень стресса, связанный с ожиданием оценки.

Современные цифровые решения можно классифицировать по их методическому назначению и функциям, которые они выполняют в учебном процессе [1, с. 17; 3, с. 34].

1. Интеллектуальные корректоры и редакторы. Например, Grammarly, QuillBot, LanguageTool, встроенные функции Microsoft Editor. Данные ИИ выходят далеко за рамки проверки орфографии. Они анализируют грамматику, стиль, тональность, уместность лексики



в конкретном контексте. Методическая ценность заключается в мгновенной обратной связи – студент получает объяснение ошибки и варианты исправления сразу, не дожидаясь проверки учителя, что ускоряет формирование навыка; снижении когнитивной нагрузки – учащийся может сосредоточиться на содержании и организации текста, делегируя первичную языковую проверку ИИ; персонализации – система запоминает типичные ошибки пользователя и фокусируется на их устранении.

2. Генеративные ассистенты для творчества и структурирования. Например, ChatGPT, Gemini, Claude, отечественные – YaGPT и GigaChat. Данные ИИ занимаются генерацией текстов по запросу (prompt), перефразированием, расширением или сокращением текста, созданием шаблонов. Методическая ценность заключается в следующем: преодоление «страха чистого листа» – ИИ может предложить стартовую идею, план или несколько первых предложений; обучение жанрам – учитель может дать задание: «С помощью ИИ создай три разных варианта начала formal email complaint (официальной жалобы) и проанализируй использованные клише»; работа над вариативностью речи – задание «перефразируй этот абзац пятью разными способами с помощью ИИ» развивает лексический запас; создание персонализированных материалов – преподаватель может мгновенно генерировать упражнения или тексты для чтения, заточенные под интересы конкретной группы.

3. Интерактивные тренажеры и платформы для адаптивного обучения. Например, Duolingo (с элементами ИИ), ELSA Speak, Write & Improve от Cambridge. Они включают в себя интерактивные упражнения, которые подстраиваются под уровень ученика, симуляторы диалогов, специализированные тренажеры письма. Методическая ценность – адаптивность (сложность заданий динамически меняется в зависимости от успехов ученика); геймификация (элементы игры и мгновенное вознаграждение повышают внутреннюю мотивацию); отработка конкретных навыков (можно сфокусироваться на проблемных зонах - от связности текста до использования артиклей).

Говоря о критериях оценивания письменной речи, можно выделить следующие: «Полнота раскрытия темы, содержательная насыщенность, связность высказывания, выразительность высказывания, структурированность высказывания, композиционно-стилистическое соответствие жанру письменного высказывания, общий уровень владения языком (лексико-грамматическая корректность), общий уровень владения языком (орфографическая корректность), разнообразие и уместность используемых языковых структур» [4, с. 5].

Таким образом, письменная речь – это целенаправленная, активная, продуктивная, опосредованная (знаками письма) и отсроченная во времени речевая деятельность, служащая для создания текста в коммуникативных или когнитивных целях. Она отличается от устной речи, имеет собственную структуру, базируется на самом умении писать, включает в себя некоторые механизмы, а также имеет связь с речетворческой деятельностью. Письменная речь может быть развита посредством IT-технологий, а также через нейросети при грамотном их использовании.

## Литература

1. Алиева А.А., Лапшова Е.С. Роль искусственного интеллекта в развитии навыков иноязычной письменной речи у студентов-лингвистов // Focus on Language Education and Research. 2024. № 1-2. С. 5-20.
2. Башарова Г.Г. Использование информационных технологий в развитии письменно-речевых умений // Экономика и социум. 2021. № 11(90). С. 815-818.
3. Калинина П.Н., Шеманаева М.А. Использование инструментов искусственного интеллекта в обучении письменной речи // Научно-технические достижения студентов, аспирантов, молодых ученых строительно-архитектурной отрасли. 2025. С. 33-39.
4. Колесников А.А. Способы критериального оценивания устного и письменного высказывания учащихся на этапе основного общего образования // Методическая поддержка учителей при введении и реализации обновленных ФГОС. 2023. С. 5-20
5. Макагон Н.В. Письменная речь как продуктивный вид речевой деятельности // Учительский журнал. Всероссийское педагогическое издание. 2023. С. 2-5
6. Фарход Ш.А. Методика оценивания навыков письма и письменной речи на английском языке студентов неязыкового профиля // Педагогический журнал Башкортостана. 2025. № 1. С. 12-25.

© Туренко М.А., 2026

**Халилова А.Р.**

Нижневартровский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

## **СОПРОВОЖДЕНИЕ РОДИТЕЛЕЙ, ВОСПИТЫВАЮЩИХ РЕБЕНКА С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Статья посвящена глубокому психолого-педагогическому исследованию трудностей и потребностей семей, воспитывающих детей с ограниченными возможностями здоровья. Рассматривается широкий спектр вопросов, возникающих перед родителями, включая трудности межличностных отношений внутри семьи, эмоциональные переживания, материальные проблемы и необходимость поддержки извне.

Особое внимание уделено роли педагогического компонента в сопровождении таких семей. Так, Разенкова Ю.А. анализируя существующие подходы в отечественной и зарубежной науке, отмечает различия в акцентах: иностранные исследования преимущественно сосредоточены на формах сопровождения, тогда как российские ученые больше внимания уделяют содержанию и специфическим потребностям семей [4].

Следует подчеркнуть недостаток систематичности в исследовательской литературе и практике организации помощи семьям, особенно отсутствие единых моделей сопровождения вне зависимости от конкретной патологии ребенка. Это является ключевым недостатком многих научных работ, поскольку они часто ограничиваются изучением отдельных групп семей, страдающих определенными заболеваниями.

Киселева Т.Г. считает, что семья, воспитывающая ребенка с ОВЗ, часто испытывает трудности, преодолеть которые самостоятельно невозможно. Эти трудности касаются как детско-родительских отношений, так и социальных аспектов, включая взаимодействие с обществом и получение необходимой профессиональной помощи [3]. Некоторые вопросы социокультурной реабилитации детей-инвалидов подробно рассмотрены в совместной работе Е.А. Бауэр и Е.Е. Ворожка [1]. Авторы акцентируют внимание на важности создания инклюзивной культурной среды, которая помогает ребёнку с ОВЗ развивать социальные навыки, раскрывать потенциал и чувствовать себя частью общества, а семье – получать необходимую поддержку через общественные организации и специализированные программы.

Изучение научной литературы по исследуемой проблематике и анализ современных практик инклюзивного взаимодействия дают возможность выделить следующие виды сопровождения семей с детьми с ограниченными возможностями здоровья. К ним относятся: психолого-педагогическое, социальное и информационно-просветительское. При этом важно отметить условность подобной классификации – на практике перечисленные направления практически всегда реализуются комплексно, дополняя друг друга. Психолого-педагогическое сопровождение семей, воспитывающих детей с ОВЗ, представляет собой коллективную работу различных специалистов – психологов, педагогов, социальных педагогов, дефектологов, тьюторов и других профильных работников. Цель такой деятельности – сформировать оптимальные условия для гармоничного развития, обучения и

воспитания ребёнка с учётом его индивидуальных особенностей, актуального уровня развития, состояния здоровья и особых образовательных потребностей [7].

Социальное сопровождение реализуется через специализированные государственные институты, которые располагают необходимыми ресурсами и налаженными межведомственными связями, что позволяет оказывать семьям с детьми с ОВЗ своевременную и всестороннюю помощь. Анализ современных подходов к поддержке семей, воспитывающих детей с ОВЗ (в т. ч. детей-инвалидов), демонстрирует наличие в России ряда успешных практик. В качестве примера можно привести опыт отдельных муниципальных образований, где на базе комплексных центров социального обслуживания населения созданы участковые социальные службы. Их ключевые задачи включают раннее выявление семей, находящихся в трудной жизненной ситуации, адресную поддержку нуждающихся семей и детей, а также реализацию целевых программ сопровождения, ориентированных на профилактику семейного неблагополучия и укрепление внутрисемейных отношений [7].

Информационно-просветительское сопровождение помогает родителям лучше понять, в чём суть и ценность инклюзивного образования. Оно повышает грамотность законных представителей в вопросах воспитания и развития детей с ОВЗ: рассказывает, какие есть ресурсы и программы поддержки, разъясняет права семей в сфере образования и социальной защиты. В итоге такой подход не просто помогает семьям справиться с текущими трудностями – он постепенно меняет общественное сознание, делая его более толерантным и принимающим по отношению к идее инклюзии.

В рамках изучения проблематики удалось выявить ряд типовых запросов на педагогическую поддержку, характерных для всех таких семей – вне зависимости от специфики нарушения у ребёнка.

Эмпирической базой исследования послужили результаты опроса свыше 450 семей, представлявших разные возрастные периоды (от раннего возраста до юности) и различные виды нарушений (сенсорные, моторные, интеллектуальные).

Как отмечает И. В. Дубровина, прослеживается устойчивая тенденция: по мере взросления ребёнка родители всё реже обращаются за педагогическим сопровождением. Автор связывает это с двумя ключевыми аспектами: недостаточным пониманием родителями закономерностей психофизического развития ребёнка на разных возрастных этапах; влиянием ряда социальных факторов (например, изменением круга общения семьи, трансформацией образовательных маршрутов, снижением интенсивности взаимодействия с профильными специалистами на определённых этапах) [2].

Особо остро вопрос поддержки стоит для семей, воспитывающих детей с тяжёлой мультисистемной патологией (ТМНР): им критически необходима регулярная помощь и доступ к ресурсам – как материальным, так и социально-педагогическим [6].

Значимым выводом исследования стало обнаружение разнородности запросов на сопровождение в зависимости от типа нарушения. Так, семьи, воспитывающие детей с поведенческими нарушениями, заметно реже инициируют обращение за профессиональной

поддержкой. Возможные причины: стигматизация темы поведенческих расстройств в обществе, страх осуждения, сложности в признании проблемы или недооценка её значимости.

В противовес этому семьи, воспитывающие детей с нарушениями опорно-двигательного аппарата (НОДА), демонстрируют высокую заинтересованность в педагогическом сопровождении и стремлении повысить собственную компетентность. Они активно ищут информацию о методах обучения и воспитания, адаптированных программах, технических средствах реабилитации и механизмах получения социальной помощи – то есть нацелены на выстраивание долгосрочной стратегии поддержки развития ребёнка в условиях имеющихся ограничений.

Автором предложены меры по созданию комплексных программ сопровождения, призванных удовлетворить как типовые, так и специфические потребности семей, воспитывающих детей с ОВЗ. В качестве приоритетных векторов работы выделены следующие направления:

- Систематическое информирование родителей о закономерностях развития ребёнка и характерных особенностях каждого возрастного периода – это поможет семьям лучше ориентироваться в динамике развития и своевременно замечать возможные трудности.
- Профессиональное развитие специалистов, оказывающих поддержку семьям с детьми с ОВЗ: повышение квалификации, освоение современных методик работы, обмен опытом между профильными работниками (психологами, педагогами и др.).
- Формирование сетевых сообществ и платформ для взаимодействия родителей – такие площадки позволят семьям, воспитывающим детей с разными видами нарушений, делиться личным опытом, находить эмоциональную поддержку, обмениваться практическими советами и узнавать о доступных ресурсах помощи.

Исследователь применила количественный и качественный подходы, сочетая традиционные методы анкетирования и современные технологии обработки данных (например, программу JASP). Эмпирический материал собран путем фокус-групп и опросов, что позволило выявить реальные запросы и потребности семей.

Было выполнено сравнение результатов и их интерпретация в зависимости от возраста ребенка. Результаты в обобщенном виде представлены на рисунке 1.

С переходом ребёнка из класса в класс наблюдается снижение заинтересованности взрослых в воспитательной, образовательной и коррекционной работе с собственным ребёнком. На практике это выражается в следующем: родители всё реже выполняют рекомендации педагогов, сокращают контроль за выполнением домашних заданий и практически не уделяют времени закреплению навыков, сформированных специалистами в ходе коррекционной работы. Для наглядности мы представили полученные результаты в виде гистограммы на рисунке 2.



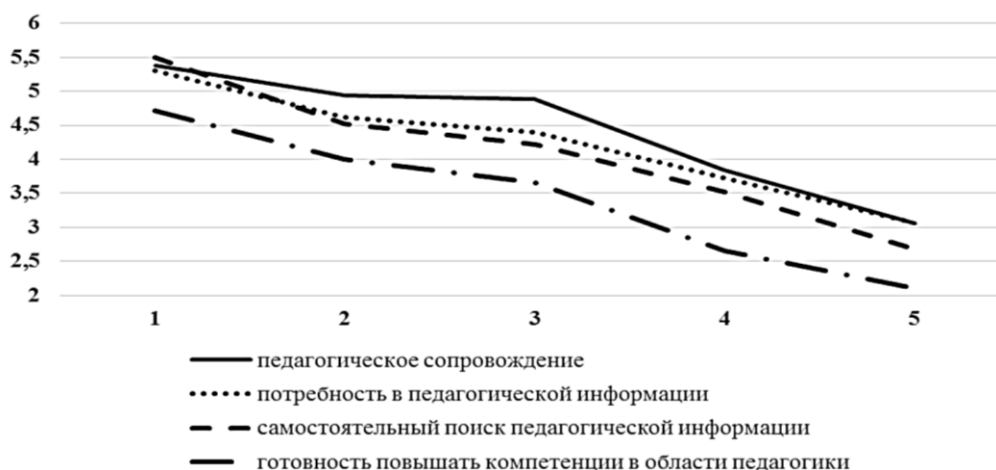


**Рис. 1. Компоненты потребности в педагогическом сопровождении в зависимости от возраста ребенка. Примечание: 1 – ранний возраст, 2 – дошкольный возраст, 3 – младший школьный возраст, 4 – подростковый возраст, 5 – юношеский возраст [3]**

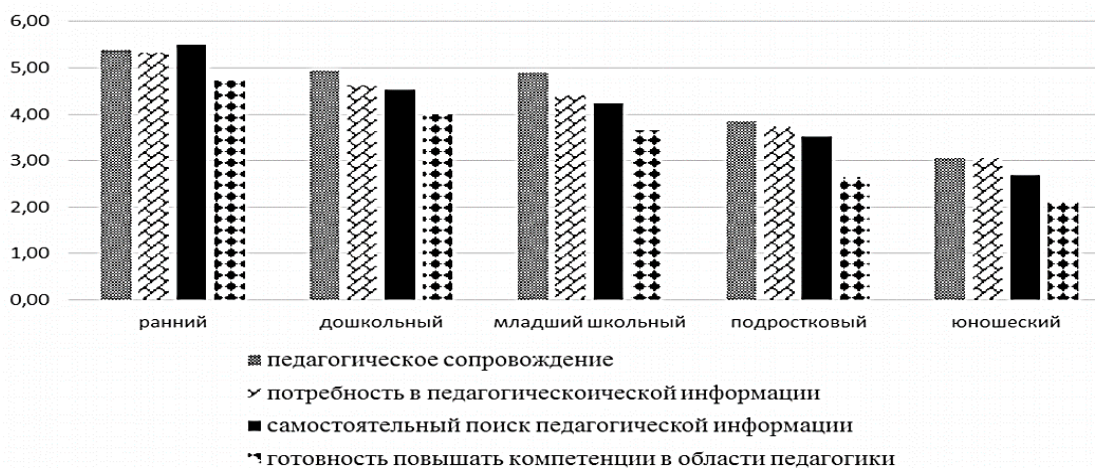


**Рис. 2. Сравнительный анализ потребности в педагогическом сопровождении на разных возрастных этапах [3]**

Подводя итоги исследования, можно отметить следующие закономерности, выявленные при сравнении позиций родителей, воспитывающих детей с ОВЗ, на разных возрастных этапах [3]:

- 1) по мере взросления ребенка потребность родителей в помощи и сопровождении падает;
- 2) дольше и острее сохраняется потребность во внешнем сопровождении, осуществляемом другими специалистами (социальными работниками, педагогами дефектологами, логопедами);
- 3) у родителей быстрее пропадает желание самостоятельно искать необходимую в коррекционном процессе информацию; пропадает стремление наращивать свои педагогические компетенции, чтобы стать надежной опорой для своего ребенка.

Наряду со специалистами по социальной работе, важную миссию в этом процессе осуществляют педагоги – неотъемлемые фигуры в системе сопровождения, выступающие в роле посредников между участниками процесса [5].

Следует отметить важный вклад в изучение проблематики сопровождения семей, воспитывающих детей с особыми нуждами. Важность разработки целостных программ поддержки, ориентированных на конкретные нужды семей, а также необходимость расширения участия родителей в процессе коррекции и развития их детей.

Анализируя исследования в этой области, важно подчеркнуть закономерности, отражающие потребность семей, воспитывающих детей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), в педагогической поддержке. Эти выводы необходимо учитывать при разработке комплексных программ педагогического сопровождения таких семей.

Для родителей, чьи дети определенного возраста и имеют конкретные диагнозы, особую значимость приобретает профессиональная помощь педагогов и психологов, выступающих в роли наставников и мотиваторов. Однако следует выделить, что сами родители также способны активно включаться в процесс воспитания, передавая накопленный опыт другим семьям, сталкивающимся с аналогичными трудностями. Это позволяет рассматривать родителей не только как потребителей услуг, но и как активных участников коррекционного процесса.

Исследование подтвердило наличие общих трудностей и проблем, характерных для всех семей, воспитывающих детей с ОВЗ. Этот факт подчеркивает необходимость организации поддержки таким образом, чтобы внимание было направлено не только на болезнь ребенка, но и на развитие всей семьи в целом.

Среди конкретных практических задач выделяются снижение мотивации родителей к активному участию в процессе развития своего ребенка, недостаточное совершенствование необходимых педагогических навыков и компетентности. Недостаточная вовлеченность родителей становится особенно заметной ближе к подростковому возрасту, что негативно сказывается на ребенке и может привести к дополнительным проблемам в его развитии.

### Литература

1. Бауэр Е.А., Ворожка Е.Е. Вопросы социокультурной реабилитации детей-инвалидов // Социальное и педагогическое образование: векторы развития: Материалы Международной научно-практической конференции. 2019. С. 4-6.
2. Дубровина И.В. Психолого-педагогическое взаимодействие в образовательном процессе. М.: Юрайт, 2024. 513 с.
3. Киселева Т.Г. Запросы на сопровождение родителей особых детей // Ярославский педагогический вестник. 2024. № 2. С. 20-32.
4. Разенкова Ю.А., Павлова А.В., Романовский Н.В. Ресурсы семьи, воспитывающей ребенка с ограниченными возможностями здоровья и/или инвалидностью: анализ материалов всероссийского опроса // Дефектология. 2022. № 2. С. 53-65.
5. Стексова В.Ю. Роль наставничества в становлении будущего педагога // Социально-педагогические вопросы образования и воспитания: Материалы II Всероссийской научно-практической конференции (г. Чебоксары, 26 октября 2023 года). Чебоксары, 2023. С. 213-215.

6. Филатова О.В. Технология комплексного сопровождения детей. ФГОС ДО. М.: Учитель, 2020. 67 с.
7. Чемерилов И.А., Иванова Е.К. Современная практика сопровождения семей, воспитывающих детей с ОВЗ // Мир науки, культуры, образования. 2022. № 4. С. 203-206.

© Халилова А.Р., 2026

## ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ВЫЗОВОВ

Аллахярова С.Е., Журавель К.С., Романко О.А.

Нижневартковский государственный университет

г. Нижневартовск, Россия

### ДОМИНИРУЮЩИЕ СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ В КОНФЛИКТНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ У СТАРШИХ ПОДРОСТКОВ С РАЗНЫМ УРОВНЕМ СТРЕССОУСТОЙЧИВОСТИ

#### Введение

Старший подростковый возраст представляет собой критический период развития личности, характеризующийся интенсивным социальным взаимодействием и повышенной конфликтностью [2, с. 120]. Сформированная способность подростка выбирать конструктивные стратегии взаимодействия в конфликтах является ключевым навыком, определяющим его социально-психологическую адаптацию и психологическое благополучие в социуме. Однако выбор той или иной стратегии поведения в конфликте во многом зависит от индивидуально-психологических ресурсов личности, среди которых центральное место занимает стрессоустойчивость, которая определяется как способность противостоять стрессовым воздействиям, сохраняя эмоциональную стабильность.

В современном мире, характеризующемся динамичностью и неопределенностью, старшие подростки часто сталкиваются с множеством ситуаций, провоцирующих возникновение стресса, который может оказывать негативное влияние не только на физическое здоровье старших подростков, но и на их взаимоотношения с окружающими людьми [1, с. 500]. Понимание соотношения уровня и содержательных характеристик стрессоустойчивости и способности к выбору конструктивных/деструктивных стратегий поведения в конфликтном взаимодействии в старшем подростковом возрасте открывает возможности для разработки и проведения психолого-педагогической работы, направленной на развитие конструктивных навыков взаимодействия в социуме, в частности, в конфликтном взаимодействии.

#### Проблема

Подростковый период – один из самых противоречивых этапов в развитии личности, знаменующий собой переход от детства к взрослой жизни, что сопряжено с глубокими изменениями в физиологической, психологической и социальной сферах [6, с. 381].

Для старших подростков характерны негативизм, раздражительность, импульсивность, непостоянство интересов, страх неопределенности будущего. Поэтому межличностные отношения в подростковом возрасте нередко осложняются конфликтами с взрослыми и сверстниками [3, с. 139]. Межличностный конфликт представляет собой ситуацию, в которой один или оба ее участника воспринимают потребности другого искаженно, что создает

препятствия для достижения общих целей и может привести к острым эмоциональным переживаниям, психологическому напряжению [3, с. 144].

Согласно современным исследованиям (А.С. Хлебников, М.М. Кузнецова), конфликты в старшем подростковом возрасте часто вызваны завышенной самооценкой и стремлением к независимости и самостоятельности, которые сочетаются с обидчивостью и другими проявлениями в поведении. Подросток может воспринимать критику и попытки вмешательства со стороны взрослых как чрезмерные, видя в них угрозу и ущемление своих прав. Поэтому стремление к автономии и сепарации от родителей является основной причиной межличностных конфликтов между подростками и их родителями. Ведущей деятельностью в подростковом возрасте, согласно периодизации развития Д.Б. Эльконина, является интимно-личностное общение со сверстниками, способствующее формированию личности подростка. Непринятие коллективом старшего подростка становится источником межличностных конфликтов, что может привести к эмоциональной отстраненности, чувству собственной несостоятельности, дальнейшему ухудшению отношений, формированию отрицательного отношения к учебе и школе в целом [8, с. 517].

При этом исход конфликтного взаимодействия зависит от выбора старшими подростками тех или иных стратегий поведения, которые могут быть конструктивными или деструктивными. Конструктивные стратегии поведения в конфликте направлены на сохранение отношений между участниками конфликта и решение проблемы. Деструктивные стратегии поведения часто приводят к разрушению отношений, характеризуются стремлением доминировать над оппонентом или избегать прямого обсуждения проблемы. Исходя из теоретических положений и экспериментальных исследований Кеннета Томаса, понятие «разрешение конфликтов» является устаревшим, так как конфликты невозможно полностью устранить. В связи с этим объектом его исследования были модели поведения людей в условиях конфликта, способствующие разрешению или усугублению ситуации. К. Томас выделил следующие стратегии поведения в конфликте: соперничество, сотрудничество, компромисс, избегание, приспособление. Стратегия соперничества проявляется в активном отстаивании участниками конфликта своей позиции, часто с применением давления, принуждения. Эта модель поведения ориентирована исключительно на победу, без учета интересов другой стороны и с использованием любых доступных средств. Такой подход считается неэффективным, поскольку ведет либо к затяжной борьбе, либо к проигрышу одной из сторон. Результатом «победы любой ценой» могут стать негативные, а иногда и разрушительные последствия (например, прекращение отношений между конфликтующими людьми). Стратегия сотрудничества позволяет достичь удовлетворения интересов всех сторон конфликта. Ее суть – в коллективном поиске решения, учитывающего интересы каждого участника конфликта. Таким образом, данная стратегия нацелена на нахождение решения, удовлетворяющего как собственные потребности, так и потребности оппонента. Несмотря на свою сложность, сотрудничество считается наиболее продуктивным путем выхода из конфликтной ситуации. Стратегия компромисса представляет собой соглашение, позволяющее урегулировать спор, при котором стороны конфликта сохраняют свои



принципиальные позиции. То есть участники конфликта находят решение, удовлетворяющее обе стороны. В основе данной стратегии лежат механизмы достижения взаимовыгодного баланса интересов. Стратегия избегания избирается той стороной конфликта, которая не намерена активно отстаивать свою позицию или искать совместное разрешение ситуации. Данный подход отражает уход от противостояния. Он может быть оправдан, когда предмет спора несущественен, и потому проще уступить, предотвратив открытый конфликт. Использование избегания может помочь сохранить отношения между оппонентами в определенных ситуациях. Стратегия приспособления ориентирована на сглаживание противоречий, даже в ущерб собственным интересам. Обычно данную стратегию поведения в конфликте выбирают люди, для которых важнее поддерживать хорошие отношения с оппонентом, чем отстаивать свою точку зрения. Их личные интересы уступают желанию сохранить согласие. Однако иногда приспособление может быть лишь тактической паузой для накопления сил. Стратегия приспособления также характерна для людей с заниженной самооценкой, предпочитающих уступить, чем отстаивать свою позицию. Стоит отметить, что приспособление часто приводит к временному затишью, за которым может последовать новый, более острый конфликт [5, с. 148-149].

Согласно К. Томасу, к деструктивным стратегиям поведения в конфликте относятся соперничество, избегание и приспособление, а к конструктивным – сотрудничество и компромисс.

При этом выбор стратегии поведения в конфликте среди старших подростков может зависеть от многих индивидуально-психологических особенностей, в частности, от их уровня стрессоустойчивости [4].

Теоретический анализ научной литературы в рамках данной проблемы, даёт нам современное понимание понятия стрессоустойчивости – это способность личности преодолевать сложные ситуации, контролировать свои эмоции. Стрессоустойчивость состоит из системы личностных свойств: эмоциональная стабильность, развитый самоконтроль, адекватная самооценка, навыки планирования и решения проблем. Именно эта система позволяет индивиду справляться с интенсивными эмоционально-волевыми нагрузками, минимизируя негативные последствия для физического и психического здоровья, профессиональной или учебной деятельности, а также социальных отношений. Подростковый возраст представляет собой период развития, особо уязвимый к стрессу. Это связано с тем, что на фоне физиологической и гормональной перестройки организма на старших подростков воздействуют специфические факторы, порожденные возрастными особенностями (значимость социального принятия, формирование идентичности, конфликт между потребностью в автономии и зависимостью от семьи, а также постоянная внутренняя и внешняя оценка своих качеств и достижений) [7, с. 585].

К ключевым источникам стрессовых состояний в старшем подростковом возрасте относятся: академическая сфера (интенсивная подготовка к экзаменам (ОГЭ, ЕГЭ), высокая учебная нагрузка, дефицит времени и страх несоответствия ожиданиям); социальные отношения (конфликты и непонимание в отношениях с родителями, учителями, сверстниками,

переживание одиночества); внутриличностные факторы (эмоциональное выгорание, потеря мотивации, неопределенность будущего).

Согласно исследованию М.В. Даниловой, события, воспринимаемые старшими подростками как стрессовые, чаще всего напрямую связаны с задачами возрастного развития – учебной, сепарацией от семьи, построением близких отношений. Следовательно, стресс в подростковом возрасте является повседневным [2, с. 130]. Поэтому развитие стрессоустойчивости в старшем подростковом возрасте является важным условием преодоления трудностей, возникающих в подростковом периоде, способствует формированию психологического благополучия, а также является психологическим условием формирования конструктивных стратегий поведения в конфликтном взаимодействии.

### **Основная часть**

Проблема исследования заключается в недостаточной изученности соотношения между уровнем стрессоустойчивости как личностным ресурсом и выбором доминирующих стратегий поведения в конфликтном взаимодействии в старшем подростковом возрасте.

Целью эмпирического исследования является изучение доминирующих стратегий поведения в конфликтном взаимодействии у старших подростков с разным уровнем стрессоустойчивости.

Объектом исследования является процесс конфликтного взаимодействия и индивидуально-психологические особенности старших подростков.

Предметом исследования является соотношение уровня стрессоустойчивости и доминирующих стратегий поведения в ситуациях конфликтного взаимодействия в старшем подростковом возрасте.

Гипотезой исследования будет являться положение о том, что подростки с высоким уровнем стрессоустойчивости склонны выбирать конструктивные стратегии поведения в конфликтном взаимодействии (сотрудничество, компромисс), в то время как подростки с низким уровнем стрессоустойчивости чаще используют деструктивные стратегии поведения в конфликтном взаимодействии (соперничество, избегание, приспособление).

Эмпирическое исследование проходило в три этапа. На первом этапе был подобран диагностический инструментарий в соответствии с целью и задачами исследования. Для определения ведущей стратегии поведения в конфликте выбран опросник «Стиль поведения в конфликте» К. Томаса (адаптация Н.В. Гришиной, 1978). Данная методика направлена на выявление следующих стратегий поведения в конфликте: соперничество, сотрудничество, компромисс, избегание, приспособление. Опросник «Самооценка стрессоустойчивости личности» Н.В. Киршевой, Н.В. Рябчиковой (1995) направлена на определение уровня стрессоустойчивости. Данная методика позволяет выявить следующие уровни стрессоустойчивости: высокий, средний, низкий.

Вторым этапом было проведение эмпирического исследования. В исследовании приняли участие 30 обучающихся 9-х классов из образовательной организации города Нижневартовска. Возраст испытуемых 15-16 лет. Способ предъявления методик – индивидуальный. Форма бланка – печатная. При проведении исследования этические

принципы были соблюдены, у всех испытуемых было взято добровольное согласие на проведение эмпирического исследования.

На третьем этапе проводился анализ результатов эмпирического исследования. Первично выборка была разделена на группы по выраженности стрессоустойчивости (табл. 1).

Таблица 1

**Результаты исследования уровня стрессоустойчивости в старшем подростковом возрасте**

| Уровень стрессоустойчивости |            |     |
|-----------------------------|------------|-----|
| Высокий                     | 8 человек  | 27% |
| Средний                     | 6 человек  | 20% |
| Низкий                      | 16 человек | 53% |

Интерпретация полученных данных по методике «Самооценка стрессоустойчивости личности» Н.В. Киршевой, Н.В. Рябчиковой показала, что у большинства старших подростков низкий уровень стрессоустойчивости (53%), средний уровень стрессоустойчивости был выявлен у 20% старших подростков, а высокий уровень стрессоустойчивости – у 27% старших подростков.

Следующим этапом было исследование доминирующих стратегий поведения в конфликтном взаимодействии у старших подростков, результаты которого отражены в таблице (табл. 2).

Таблица 2

**Результаты исследования доминирующих стратегий поведения в конфликте в старшем подростковом возрасте**

| Стратегия поведения в конфликте |                |            |            |                |
|---------------------------------|----------------|------------|------------|----------------|
| Соперничество                   | Сотрудничество | Компромисс | Избегание  | Приспособление |
| 14 человек                      | 5 человек      | 4 человека | 4 человека | 3 человека     |
| 47%                             | 17%            | 13%        | 13%        | 10%            |

Интерпретация полученных данных по методике «Стиль поведения в конфликте» К. Томаса (адаптация Н.В. Гришиной) показала, что большинство старших подростков (47%) выбирают стратегию поведения «соперничество» в конфликте, стратегия поведения в конфликте «сотрудничество» была выявлена у 17% старших подростков, «компромисс» выбрало 13% старших подростков, стратегия поведения в конфликте «избегание» была выявлена у 13% старших подростков, наименьшее количество старших подростков выбрало стратегию поведения в конфликте «приспособление» (10%).

При этом конструктивные стратегии поведения в конфликте (сотрудничество, компромисс) выбрало 30% старших подростков, а деструктивные (соперничество, избегание, приспособление) – 70% старших подростков.

Для более детального анализа результатов были проанализированы данные с точки зрения соотношения уровня стрессоустойчивости и доминирующих стратегий поведения в конфликтном взаимодействии, которые представлены в таблице ниже (табл. 3).

Таблица 3

**Доминирующие стратегии поведения в конфликтном взаимодействии у старших подростков с разным уровнем стрессоустойчивости**

| Уровень стрессоустойчивости |                  | Стратегия поведения в конфликте |                 |                 |                 |                 |
|-----------------------------|------------------|---------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|                             |                  | Соперничество                   | Сотрудничество  | Компромисс      | Избегание       | Приспособление  |
|                             |                  | 47%<br>(14 чел.)                | 17%<br>(5 чел.) | 13%<br>(4 чел.) | 13%<br>(4 чел.) | 10%<br>(3 чел.) |
| Высокий                     | 27%<br>(8 чел.)  |                                 | 50%             | 50%             |                 |                 |
| Средний                     | 20%<br>(6 чел.)  | 66%                             | 17%             |                 |                 | 17%             |
| Низкий                      | 53%<br>(16 чел.) | 63%                             |                 |                 | 25%             | 12%             |

Данную выборку испытуемых можно разделить на три группы.

К первой группе испытуемых относятся 27% старших подростков, у которых выявлен высокий уровень стрессоустойчивости. У данной группы подростков доминируют такие стратегии поведения в конфликте, как сотрудничество (50%) и компромисс (50%). Это говорит о том, что в межличностном конфликтом взаимодействии они, как правило, используют конструктивные стратегии поведения, то есть стремятся учитывать мнения всех сторон конфликта, способны к конструктивному диалогу, сохраняют самообладание в напряженных ситуациях или стремятся к поиску решений, удовлетворяющих все стороны конфликта.

Ко второй группе испытуемых относятся старшие подростки со средним уровнем стрессоустойчивости (20% от всей выборки), в данной группе доминирующей стратегией поведения в конфликте является соперничество (66%), сотрудничество и приспособление проявляют 17% испытуемых. Это говорит о том, что в межличностном конфликтом взаимодействии они, как правило, используют деструктивные стратегии поведения (83%), а конструктивные (17%) значительно реже. В привычных условиях они сохраняют самообладание и действуют рационально, однако при длительных стрессовых раздражителях их внутренние ресурсы истощаются, что приводит к повышенной эмоциональной возбудимости.

К третьей группе относятся 53% старших подростков с низким уровнем стрессоустойчивости, что составляет более половины всей выборки испытуемых. При этом данная группа старших подростков склонна выбирать деструктивные стратегии поведения в конфликте с агрессивной или пассивной направленностью. Агрессивной деструктивной стратегией поведения является соперничество (63%), для которого характерен высокий уровень напряженности, раздражительности, импульсивности, стремление к доминированию и восприятие окружающих как противников. К пассивным деструктивным стратегиям поведения в конфликте относятся избегание (25%) и приспособление (12%), для которых характерна неуверенность в себе, замкнутость, пассивность, страх открытой конфронтации или потребность в социальном одобрении, страх быть отверженным.

### Заключение

Таким образом, наши предположения о соотношении уровня стрессоустойчивости и выбора доминирующих стратегий поведения в конфликтных ситуациях у старших подростков

подтвердились, подростки с высоким уровнем стрессоустойчивости склонны выбирать конструктивные стратегии поведения в конфликтном взаимодействии, в то время как подростки с низким уровнем стрессоустойчивости чаще используют деструктивные стратегии поведения в конфликтном взаимодействии.

В результате проведения эмпирического исследования была выявлена группа риска, которую составили старшие подростки со средним и низким уровнем стрессоустойчивости (70%), выбирающие деструктивные стратегии поведения в конфликтном взаимодействии. Перспективой дальнейшего исследования является разработка адресной коррекционной программы, направленной на повышение уровня стрессоустойчивости среди старших подростков.

### Литература

1. Галашева О.С., Головей Л.А. Повседневный стресс и психологическое благополучие мальчиков и девочек подросткового возраста // Психология человека в образовании. 2023. Т. 5. № 4. С. 500-510. <https://doi.org/10.33910/2686-9527-2023-5-4-500-511>
2. Данилова М.В. Роль стрессоустойчивости, жизнестойкости и социальной поддержки в восприятии стресса и копинг-поведении юношей и девушек старшего подросткового возраста // Сибирский психологический журнал. 2024. № 94. С. 119-138. <https://doi.org/10.17223/17267080/94/7>
3. Красникова Т.В. Психологические особенности межличностных конфликтов среди подростков // Образование и проблемы развития общества. 2023. № 1(22). С. 138-145.
4. Круглова К.С., Данилова М.В. Выявление взаимосвязи стрессоустойчивости, конфликтности и стиля поведения подростков в ситуации конфликта // Мир науки. Педагогика и психология. 2020. № 6.
5. Павлова А.Б. Исследование стратегий поведения в конфликте в студенческой среде // Проблемы современного образования. 2024. № 3. С. 146-152. <https://doi.org/10.31862/2218-8711-2024-3-146-153>
6. Прудникова А.В. Психологические особенности конфликтного поведения в подростковом возрасте // Проблемы современного педагогического образования. 2025. № 86-2. С. 381-384.
7. Урусова А.М., Бостанова С.Н. Психологические особенности подростков и стрессоустойчивость // Ученые записки университета Лесгафта. 2022. № 5(207). С. 583–588.
8. Хлебников А.С., Кузнецова М.М. Характеристика подростковых межличностных конфликтов // Бюллетень науки и практики. 2024. Т. 10. № 7. С. 516-520. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/104/61>

© Аллахярова С.Е., Журавель К.С., Романко О.А., 2026



**Антропова Х.Х., Борисова А.М.**

Владимирский государственный университет  
им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых  
г. Владимир, Россия

## **ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ РАЗВИТИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ ПОДРОСТКОВ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА**

Проблема эмоционального благополучия подростков в современном обществе становится актуальной из-за роста психоэмоциональных нагрузок, связанных с цифровизацией, социального и академического давления, сравнения своей жизни с жизнью успешных людей из медиасферы, а также общей неопределенности, которая подкрепляется широким спектром выбора разных жизненных путей.

Современное общество характеризуется высокой скоростью изменений и упадком традиционных институтов социализации, поэтому предъявляет к подросткам высокие требования. Многозадачность, постоянное использование сети интернета, в частности социальных сетей, мессенджеров, онлайн-игр приводит к повышенной психоэмоциональной нагрузке на ещё формирующуюся психику подростка. Поэтому поиск, создание и разработка ресурсов для развития и поддержания эмоционального благополучия подростков становится жизненно необходимой стратегией.

Статья направлена на теоретическое обоснование и систематизацию психолого-педагогических ресурсов, которые способствуют развитию эмоционального благополучия подростков в современных условиях образовательной и учебной среды.

Задачи:

1. Раскрыть сущность понятия эмоционального благополучия подростков.
2. Охарактеризовать психологические особенности подросткового возраста в контексте формирования эмоциональной стабильности.
3. Выделить и проанализировать основные психолого-педагогические ресурсы.
4. Изучить необходимость комплексного и системного подхода к созданию психологически безопасной образовательной среды.

Подростковый возраст – это переход от детства к взрослости, который характеризуется формированием чувства взрослости, самосознания и становлением эмоционально-волевой сферы, что часто требует целенаправленной психолого-педагогической поддержки. Данный возраст выступает периодом принятия ответственных решений, который в дальнейшем создаёт предпосылки к: профессии, месту и смыслу жизни, а также выработку мировоззрения. От того, как подросток переживает этот этап, его чувство комфорта в постоянно меняющемся мире, напрямую зависит качество принимаемых им решений. Индикатором успешности прохождения возрастного кризиса является эмоциональное благополучие.

Эмоциональное благополучие – это целостное, интегративное состояние личности, характеризующееся гармоничностью, пропорциональностью позитивных и негативных эмоций, адекватных ситуации, способствующее свободному проявлению духовных и душевных способностей человека и определяющее переживание эмоционального комфорта или дискомфорта [6].

Эмоциональное благополучие является стабильным и положительным состоянием, в котором ребенок чувствует себя комфортно. Это основа его отношения к окружающему миру, которая оказывает влияние на все сферы жизни, переживания, познавательные способности, стиль реагирования на стрессовые ситуации и взаимодействие со сверстниками [4].

Эмоциональное благополучие подростков в современном образовании в значительной мере способствует успешному личностному развитию и ориентировано на позитивное вхождение в социокультурное пространство современной действительности [3].

Эмоциональное благополучие в зарубежной психологии анализируется в рамках более широкой категории психологического благополучия, которая основывается на двух ключевых парадигмах.

Гедонистическая парадигма трактует благополучие как стремление к получению удовольствия и минимизацию негативных переживаний. При этом «удовольствие» понимается расширительно, как удовлетворение важных жизненных потребностей и достижение значимых целей [8].

Эвдемоническая парадигма определяет психологическое благополучие через реализацию личностного потенциала. В данном подходе даже жизненные трудности рассматриваются как ресурс для роста, поскольку их преодоление способствует осмыслению целей и выстраиванию гармоничных межличностных связей, что в итоге усиливает эмоциональное благополучие [8].

В отечественной психологической науке феномен эмоционального благополучия исследовался в рамках изучения эмоциональной сферы и общего самочувствия в детском и подростковом возрасте. Он определяется как стабильное позитивное эмоциональное состояние личности. Оно формирует основу для взаимодействия ребёнка с миром, детерминирует характер внутренних переживаний, оказывает влияние на эмоционально-волевые и познавательные процессы, а также определяет стратегии управления со стрессом и модели межличностного общения [2].

Эмоциональное благополучие выполняет опосредующую функцию, поскольку находится под влиянием совокупности психологических условий, которые могут как способствовать, так и препятствовать позитивному развитию и общему психологическому благополучию индивида на различных этапах онтогенеза. К числу таких условий, согласно исследованиям, относятся:

- макросоциальные факторы развития (социальная среда, цифровизация и т. д.);
- индивидуально-личностные особенности, включая специфику самого эмоционального благополучия и активность механизмов психологической защиты [2].

Говоря о проблеме эмоционального благополучия подростков в контексте образовательной среды, стоит выделить следующие пути решения.

Целенаправленное развитие эмоционального интеллекта. Как отмечают члены Академии психологии РАН, исследователи в области психологии эмоций, Д.В. Люсин и Е.А. Сергиенко, высокий уровень эмоционального интеллекта связан с позитивной психологической адаптацией, успешной коммуникации и снижением уровня тревожности [5]. В

образовательный процесс могут быть введены программы, обучающие подростков распознаванию собственных эмоций, а также пониманию эмоций других и управлению эмоциональными реакциями.

Практики осознанности. Техники, которые заключаются в безоценочном внимании к текущему моменту, имеют доказанную эффективность в снижении стресса и тревоги у подростков. Исследования показывают, что регулярные короткие сессии осознанности в начале учебного дня или перед сложными занятиями способствуют повышению концентрации внимания и эмоциональной стабильности учащихся [9]. Педагогическое применение данных техник может выражаться в проведении «минут тишины», использовании дыхательных упражнений, которые формируют у подростка навык психической саморегуляции.

Классическая педагогика фокусируется в основном на исправлении ошибок, что может формировать у подростков выученную беспомощность. В противовес этому ставится позитивная педагогика. Она смещает фиксацию с дефицитарного подхода, в котором во главе стоит исправление недостатков, на сильные стороны и потенциал ученика. В рамках позитивной психологии данный подход предполагает создание в классе ситуаций успеха, развивая навыки любознательности, настойчивости, доброты, а также развитие установки на личностный рост [7, с. 91]. Учитель, использующий приемы позитивной педагогики, акцентирует развитие и прогресс, а не только сухой результат, что способствует снижению страха неудачи и способствует формированию здоровой учебной мотивации.

Последним важным условием является интегрированная система психологической поддержки. Такая система должна включать в себя:

- профилактический мониторинг эмоционального состояния учащихся с помощью валидных психодиагностических инструментов;
- работу родителей по вопросам возрастной психологии и эмоциональной поддержки подростка в семье;
- создание в школе зон психологической безопасности, например, кабинеты отдыха;
- повышение психологической грамотности самих педагогов, поскольку их профессиональное выгорание напрямую влияет на климат в классе [1].

Важно отметить, что максимальный эффект достигается при комплексном и системном подходе, когда развитие эмоционального интеллекта поддерживается практиками, а позитивный педагогический стиль подкрепляется надежной поддерживающей инфраструктурой.

Эффективность теоретического изучения и осведомлённости безусловно связана с конкретными практиками и инструментами, используемыми в образовательной среде. Стоит выделить направления практической работы, адресованные субъектам образовательного процесса.

Рекомендации для педагогов.

Важной частью урока является его начало. Для оптимизации эмоционального благополучия класса стоит начинать урок с короткого вопроса о состоянии и настроении детей по 10-балльной шкале. Однако, важно понимать, что данный аспект требует педагогического такта и гибкости, поскольку легко столкнуться с подростковым негативизмом. В таком случае

педагогу важно сохранять спокойствие и действовать аккуратно. Учащиеся должны ощущать искренний интерес педагога к их эмоциональному состоянию.

Говоря о конце занятия, стоит отмечать не только то, что дети узнали, но и то, что было интересным или самым трудным. Благодаря этому педагог может отмечать себя в каких заданиях и ситуациях подростки достигают максимальной эффективности.

Также, педагогу важно уметь экологично регулировать шум или концентрацию внимания в классе. Поскольку дети и подростки часто тяжело включаются в учебную деятельность, целесообразно применять упражнения на концентрацию внимания (например, поиск объектов определённого цвета в окружающем пространстве).

Рекомендации для подростков.

Ведение дневника. Это простой метод отслеживания триггеров: записывать ситуацию, возникшую эмоцию, мысль в голове и телесное ощущение. Это помогает перейти от аффективного поведения к более осознанному.

При ощущении нарастающей злости или паники использовать техники мышечного напряжения и расслабления (сжатие и разжатие кулаков, дыхательные упражнения). Важно отличать данную рекомендацию от самоповреждения (селфхарма). Причинение себе боли является деструктивным способом справляться с эмоциями и требует обязательной помощи психолога или психиатра поскольку говорит о глубоком внутреннем неблагополучии.

Также важным является цифровая гигиена. Стоит понимать важность ограничения времени в соцсетях, фильтрации информационного контента в социальных сетях, вызывающих зависть или чувство неполноценности. Осознанный подход к потреблению контента важен для современных подростков, так как влияет на всю личность подростка.

Подводя итог, следует отметить, что проблема эмоционального благополучия подростков приобретает особую значимость в современных условиях, из-за высокой степени неопределенности, цифровизации и социального сравнения. Подростковый возраст, являясь сензитивным периодом для становления самосознания и эмоционально-волевой сферы, требует целенаправленного психолого-педагогического сопровождения, ориентированного не только на коррекцию негативных состояний, но и на раскрытие личностного потенциала учеников.

Таким образом, в контексте подросткового возраста эмоциональное благополучие можно рассматривать не только как состояние, но и как динамический процесс адаптации, зависящий от образовательной среды.

Исследования зарубежных и отечественных подходов определили, что эмоциональное благополучие выполняет роль проводника между внешними условиями и внутренним развитием личности, сосредотачивая влияние макросоциальных и индивидуально-психологических факторов.

Обобщая вышесказанное, важно отметить, что представленные ресурсы достигаются и успешно функционируют исключительно в условиях их комплексного и системного применения. Обособленное применение отдельных техник не способно в полной мере компенсировать растущие психоэмоциональные нагрузки.

Таким образом, дальнейшие исследования в данной области могут быть направлены на эмпирическую проверку эффективности предложенных моделей и разработку конкретных профилактических программ, адаптированных к условиям различных образовательных организаций. Также перспективным направлением дальнейших исследований является изучение гендерных и возрастных особенностей восприятия стресс-факторов. Важно понимать, что создание психологически безопасной среды – это не единовременная мера, а целый комплекс, требующий включенности позиции всех участников образовательного процесса. Вклад в эмоциональное благополучие подрастающего поколения – это содействие в психологическом здоровье, будущей профессиональной успешности и удовлетворенности жизнью в целом. Благодаря объединению базовых социальных институтов, а именно семьи, школы и общества, можно создать такие условия, в которых подросток сможет не просто выживать в современном мире, но и развиваться, сохраняя интерес к жизни и веру в себя.

### Литература

- 1 Баева И.А., Гаязова Л.А., Кондратьева Н.В. Психологическая безопасность образовательной среды как ресурс развития личности в цифровом мире // Психологическая наука и образование. 2023. Т. 28, № 1. С. 65-94.
- 2 Зинченко Ю.П., Первичко Е.И. Психологическое благополучие современной семьи как фактор эмоционального здоровья детей // Психологическая наука и образование. 2024. Т. 29, № 2. С. 112-128.
- 3 Касымов С.С. Психологическое благополучие в среднем образовании: анализ современных исследований // Вестник Карагандинского университета. Серия Педагогика. 2024. № 4. С. 58–72.
- 4 Лизунова Г.Ю., Таскина И.А. Формирование психологической безопасности образовательной среды // Cifra. Психология. 2023. № 1(1). С. 25-39.
- 5 Люсин Д.В., Сергиенко Е.А. Развитие эмоционального интеллекта у подростков: программы, методы, оценки. М.: Институт психологии РАН, 2022. 256 с.
- 6 Печеркина А.А., Борисов Г.И., Тарасов Д.А. Структура эмоционального благополучия школьников // Психологическая наука и образование. 2025. Т. 30, № 1. С. 95-111.
- 7 Самохвалова А.Г., Шипова Н.С., Вишневская О.Н., Тихомирова Е.В. Факторы психологического благополучия современной молодежи // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2024. Т. 21, № 2. С. 210-228.
- 8 Фомина Т.Г., Филиппова Е.В., Бурмистрова-Савенкова А.В., Моросанова В.И. Стресс в образовательной среде и его влияние на академическую успешность и психологическое благополучие обучающихся // National Psychological Journal. 2024. Т. 19, № 4. С. 45-62.
- 9 Шевченко К.В., Микляева А.В. Практики осознанности в школе: методическое руководство для педагогов и психологов. СПб.: Речь, 2024. 145 с.



**Артамошкина П.А., Елизарова Е.Б.**

Владимирский государственный университет  
им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых  
г. Владимир, Россия

## **ПРЕОБЛАДАЮЩИЕ ВИДЫ АГРЕССИИ В ПОДРОСТКОВОМ ВОЗРАСТЕ**

Изучение агрессивности у подростков актуально по ряду причин, тесно связанных с социальными, психологическими, семейными аспектами. Проблема агрессии в подростковом возрасте затрагивает не только индивидуальное развитие личности, но и безопасность всего общества в целом. В наше время количество подростков, склонных к различным видам девиаций стремительно растёт, в них входят вандализм, асоциальные действия, правонарушения. Подростковый возраст является наиболее сложным периодом развития личности, в который происходят различные психофизиологические преобразования, а также для него характерна повышенная чувствительность и уязвимость. Агрессия становится следствием импульсивных реакций подростков на различные жизненные ситуации. Современное проявление агрессии у подростков становится всё более жестоким, что вызывает беспокойство общества, родителей и специалистов. На развитие агрессивного поведения у современных подростков часто влияют социальные факторы, семья, СМИ, окружение и особенности подросткового возраста. Агрессия не является нормой и требует изучения, знания и понимания причин её развития, а также разработки способов коррекции, мер профилактики.

Д.Б. Эльконин в своей периодизации трактует подростковый возраст как период от 11 до 15 лет, период перехода от детства к взрослости, для которого характерна смена ведущей деятельности с учебной на интимно-личностное общение со сверстниками. Благодаря этой деятельности у подростка формируется самосознание, самооценка и морально-этические нормы. В процессе данной деятельности, с помощью конфликтов и примирений подростки учатся отстаивать своё мнение и границы, уважать чужие. Такая социальная практика способствует развитию собственной идентичности. Однако в сфере, где эмоциональная вовлечённость очень высока, наиболее часто возникают состояния фрустрации, провоцирующие агрессивные реакции как форму защиты [5, с. 20].

Согласно Н.Д. Левитову, которой является одним из основоположников отечественной психологии, а также исследователем эмоциональных состояний, агрессия – целенаправленное, противоречащее этическим нормам и правилам совместного пребывания людей в обществе поведение, которое наносит моральный и физический ущерб окружающим людям, доставляя им дискомфорт [4, с. 169].

Агрессивное проявление в подростковом возрасте тесно связано с комплексом психических и физиологических особенностей данного периода. Для переходного возраста характерно стремление поиска своего места в мире, что приводит к протестному поведению и внутренним конфликтам, чувствительность реакций на мнение значимой группы может провоцировать агрессию для утверждения своего статуса. Также в подростковом возрасте появляется такое новообразование, как «чувство взрослости», для которого характерно стремление к автономии, равноправии, уважения к своей самостоятельности, что нередко

приводит к конфликтам с родителями и учителями из-за попыток отстоять свои границы. Подросток уже не ребёнок, но ещё и не взрослый, отсутствие чётких социальных ролей вызывает у подростка ощущение неопределённости, из-за чего они могут использовать агрессию и деструктивное поведение как способ компенсации. В данный период у старших подростков формируется абстрактное мышление и критицизм. Подросток начинает замечать несовершенства мира и взрослых вокруг него, что может выливаться в протестную и вербальную агрессию на окружающих его людей. Нельзя забывать про гормональную перестройку и эмоциональную нестабильность подростков, склонных к импульсивности и снижению контролю над аффектами [1, с. 512].

Подростковый возраст – это время бурных перемен, когда у человека активно развиваются психика, тело, мышление и социальные навыки. Этот период особенно важен для формирования склонности к агрессивному поведению. В этот период, когда подростки ищут себя, их самооценка может быть неустойчивой, а также сравнение себя с другими становится значимым, поэтому агрессия может проявляться по-разному. Каждая форма агрессии зависит от сочетания врожденных предрасположенностей, уровня развития мышления и влияния окружающей среды. В подростковой среде можно наблюдать почти все формы агрессии [2, с. 314].

Самыми распространёнными из них являются: вербальная агрессия, для которой характерны прямые оскорбления, сплетни, насмешки, обидные прозвища, язвительные замечания, грубый отказ общаться и угрозы. Такой вид агрессии помогает снять напряжение, когда потребности не удовлетворяются; служит способом поддержать свой положительный образ, когда под угрозой оказывается социальный статус; используется как способ показать свое превосходство, унижая других перед сверстниками. Также подростки часто используют косвенные формы, такие как сарказм и ирония. Для их использования требуются хорошо развитое мышление, способное анализировать и понимать скрытый смысл, что соответствует уровню развития мышления подростков. [2, с. 323].

Физическая агрессия в подростковом возрасте становится менее импульсивной, но более продуманной, целенаправленной и может проявляться с большей жестокостью. Она проявляется через драки, избиения, причинением травм, а также через намеренную порчу вещей. Подростки могут использовать физическую силу, чтобы установить свое превосходство и границы, также используют как месть для того, чтобы восстановить справедливость. Или применение силы может быть показателем незрелости префронтальной коры головного мозга, которое проявляется следствием трудности в контроле эмоциональных импульсов [2, с.325].

Аутоагрессия – самый опасный вид агрессии, ведь он направлен на причинение вреда самому себе. Данный вид агрессии проявляется по-разному, например, через прямые самоповреждения, такие как порезы, ожоги, удары, через действия, которые ставят под угрозу жизнь, например, безрассудные экстремальные поступки, мысли и попытки самоубийства. Проявляется аутоагрессия, когда подросток не может управлять сильными негативными эмоциями, а особенно при возникновении алекситимии, когда человек не может выразить свои

чувства словами. Также возникает из-за чувства вины, таким образом подросток как бы наказывает сам себя. Некоторые подростки таким образом пытаются привлечь внимание взрослых, которые важны для него, а также такое поведение может сигнализироваться как знак протеста против того, что подростка отвергают эмоционально [3, с. 11-12].

Также проявляются такие виды как, косвенная агрессия, которая заключается в причинении вреда другим людям путем воздействия на их социальные связи. Этот вид агрессии выражается через распространение ложной информации и сплетен, порочащие репутацию; через организацию социального бойкота или исключение из группы; а также через манипулирование дружескими отношениями и злобные высказывания о человеке за его спиной. В данном возрасте косвенная агрессия часто становится основным способом борьбы за положение в группе, особенно когда принадлежность к социальному объединению очень важна [3, с. 13-14].

Инструментальная агрессия выражается преднамеренными действиями, при которых вред причиняется не ради самого вреда, а как средство достижения определенной цели. В основе такого поведения лежит способность планировать и откладывать получение желаемого. У подростков это часто проявляется в стремлении завладеть чужими вещами, заставить кого-то что-то сделать, занять лидирующую позицию, демонстрируя силу, или устранить соперника в борьбе за статус. В отличие от агрессии, вызванной эмоциями, инструментальная агрессия не сопровождается сильными чувствами, она характеризуется спокойствием и продуманностью. У подростков инструментальная агрессия часто связана с низкой эмпатией и поверхностными эмоциями [3, с. 14-15].

Враждебная агрессия, главной задачей которой является причинение вреда другому в ответ на воспринимаемую угрозу, оскорбление или разочарование. Она проявляется внезапно, сопровождается сильными эмоциями, физическим возбуждением и ослабленным самоконтролем. Это происходит из-за состояния фрустрации или обиды, нарушения личных границ, публичных унижений, угроз их социальному статусу или самооценке, агрессия в таком случае выступает как самоцель [3, с. 16-17].

Современные исследователи выделяют ещё один вид агрессии в подростковом возрасте – киберагрессия. Такая форма агрессии осуществляется через интернет и цифровые устройства, такие как социальные сети, мессенджеры и онлайн-игры. Проявляется через распространение компрометирующих материалов, которые могут навредить репутации, через публичные унижения и оскорбления, а также через создание фейковых аккаунтов для травли и преследования, отправку угроз, массовые оскорбления и организованные травли, получившие свое название в сети как «троллинг» [3, с. 18-20].

Для выявления преобладающего вида агрессии в подростковом возрасте было проведено эмпирическое исследование.

Гипотеза исследования заключается в том, что у подростков чаще проявляется вербальная агрессия, нежели другие её виды, так как в данном возрасте увеличивается роль вербальных и социальных способов воздействия.

Исследование проводилось среди 32 учащихся 8 класса, в возрасте 14-15 лет на базе одной из школ г. Владимир. Для определения преобладающего вида агрессии в подростковом возрасте была выбрана методика «Опросник исследования уровня агрессивности» А. Басс и А. Дарки.

Результаты проведенной методики представлены на рисунке.



**Рис. Результаты методики «Опросник исследования уровня агрессивности»  
[составлено автором]**

Исследование показало, что в группе подростков минимально проявляется физическая агрессия, а преобладает – вербальная агрессия. Также выражены косвенная агрессия и раздражение. Это происходит потому, что меняются тело, мозг, социальная роль и способы достижения статуса в обществе. Эти изменения делают социально невыраженные формы агрессии более удобными и эффективными. За счёт социально-когнитивного развития подростки лучше понимают мотивы, поэтому они выбирают более тонкие способы нанести вред, например, через слухи, оскорбления. Физическое насилие обычно более заметно и карается в социуме. Также в современном обществе преобладает общение в сети, где скорость распространения информации намного быстрее. Подросток может остаться незамеченным, писать не от своего имени, за счёт этого шанс получить наказание очень мал. Учебная нагрузка, усталость повышают раздражительность. В таких условиях уровень саморегуляции снижается, чаще проявляются вспышки вербальной агрессии.

Рекомендации по результатам исследования для родителей, учителей-предметников, социального педагога необходимы для профилактики и выявления вербальной агрессии в коллективе.

Рекомендации для родителей

Важно интересоваться внутренним миром подростка, выстраивать с ним доверительные отношения. Помогать подростку учиться распознавать свои эмоции («похоже, ты чувствуешь

обиду») и уметь с ними справляться с помощью безопасных способов. Например, с помощью прогулок, спорта, творчества, дыхательной гимнастики. С помощью «Я-сообщений» («мне грустно, когда...»). Стоит акцентировать внимание не только на ошибках, но и на достижениях подростка, на его сильных сторонах. Это можно сделать с помощью создания ситуации успеха в значимой для него деятельности (хобби, спортивные секции). Осознанный интерес к тому какой контент просматривает подросток в интернете, обсуждение ценностей, сюжета помогает развивать критическое мышление. Необходимо своевременно обращаться к специалисту, если уровень агрессивности старшего школьника стремительно растёт и сочетается с аутоагрессией.

Так как старшие школьники большую часть времени проводят в школе, то очень важно дать рекомендации для учителей-предметников.

Рекомендации для учителей-предметников:

Формирование благоприятной атмосферы в классе, с помощью внедрения в практику норм взаимоуважения. Случаи травли не должны игнорироваться педагогом, необходимо оказывать помощь и жертве, и агрессору. На уроках учитывать индивидуальные особенности учеников, их моральное состояние, использовать методики, вовлекающие в процесс обучения. Важно уметь распознавать признаки эмоционального неблагополучия и вовремя сообщать о состоянии подростка классному руководителю, родителям и социальному педагогу.

Социальный педагог играет ключевую роль в профилактике и коррекции агрессивного поведения подростков, поэтому также важно соблюдать данные рекомендации.

Рекомендации для социального педагога:

Важно проводить мониторинг обстановки в классе, с помощью бесед, наблюдения. Проводить методики, направленные на выявление агрессивности в группе. Не игнорировать обращения детей, а также учителей и родителей о случаях травли в классе, проводить работу со всеми участниками конфликта. Социальному педагогу необходимо вести индивидуальные карты с данными о подростках с повышенным уровнем агрессии, вносить туда данные об успеваемости, круге общения, семье, динамике поведения. Проводить мероприятия, направленные на сплочения коллектива, где будут задействованы все учащиеся в классе, а также тематические мероприятия, например, «Профилактика насилия и буллинга».

Таким образом, в подростковом возрасте преобладает вербальная агрессия, а меньше всего проявляется физическая агрессия. Это происходит, потому что подросткам легче и удобнее нанести вред кому-либо словесно, что делает физическую агрессию не такой распространённой в данной возрастной категории. Чтобы избежать вспышек подростковой агрессии стоит чаще разговаривать с учащимися, интересоваться их увлечениями, не быть равнодушными к интересам подростка. Для того, чтобы меры профилактики подростковой агрессивности были более эффективными, очень важно, чтобы школа и родители одинаково участвовали в проведении профилактических мероприятий и были заинтересованы в результате.



## Литература

1. Берковиц Л. Агрессия: причины, последствия и контроль. СПб: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2022. 512 с.
2. Бэрн Р., Ричардсон Д. Агрессия. СПб: Питер, 2021. 325 с.
3. Ильин Е.П. Психология агрессии // Психология агрессивного поведения. СПб: Питер, 2024. С. 11.
4. Левинтов Н.Д. Психологическое состояние агрессии // Вопросы психологии. 1972. № 6. С. 168- 169.
5. Эльконин Д.Б. К проблеме периодизации психического развития в детском возрасте // Вопросы психологии. 1971. № 4. С. 6-20.

© Артамошкина П.А., Елизарова Е.Б., 2026

**Благова Д.Д.**

Владимирский государственный университет  
им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых  
г. Владимир, Россия

## **РАЗВИТИЕ ЭМПАТИИ У СОВРЕМЕННЫХ ПОДРОСТКОВ КАК СПОСОБ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ АГРЕССИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ**

Проблема подростковой агрессии с каждым годом набирает всё большую актуальность. Это может быть связано с развитием медиа сферы, в которой содержатся материалы с насилием и жестокостью. Подростки могут перенимать данные формы поведения как эталонные и переносить их в жизнь. Высокий уровень стресса, свойственный современному образу жизни, является фактором, повышающим общую раздражительность и затрудняющим способность человека управлять своими эмоциями и импульсами. Учитывая особенности подросткового возраста, который характеризуется переходом от детства к взрослости, можно говорить о серьёзных физических, психических и психологических изменениях, которые также могут повлиять на степень устойчивости нервной системы [7, с. 6-7]. Данные тенденции могут спровоцировать формирование агрессивного поведения.

Подростки прибегают к агрессивному поведению в трёх случаях, которые можно охарактеризовать мотивами. Первый мотив – инструментально-социальный, агрессия применяется как инструмент привлечения внимания и закрепления своего статуса в группе сверстников; такие подростки зачастую имеют завышенную самооценку. Второй мотив – гедонистический, агрессия – способ получения удовольствия от причинения физического или психологического ущерба другому. Третий мотив – инструментально-целевой, в этом случае агрессия применяется для достижения своих целей (материальных или социальных) [3, с. 3-5].

Эмпатия может выступать эффективным средством профилактики агрессивного поведения, она является сложным социально-психологическим механизмом, невозможным без развитой децентрации и рефлексии. Именно эти процессы позволяют человеку адекватно познавать окружающих, отказываясь от эгоцентрического восприятия ситуации. Если децентрация нарушена, индивид оказывается неспособным встать на точку зрения другого, что приводит к искажению «оценочно-познавательного итога» взаимодействия. В таком случае поведение собеседника может быть неверно истолковано как враждебное, что провоцирует ответную агрессию. Истинная же эмпатия, предполагающая психологическое принятие личности другого и совместное переживание чувств, блокирует агрессивные импульсы, порождая идентификацию: агрессор, способный ощутить боль жертвы как свою собственную, утрачивает внутреннее право на насилие. Однако, предупреждает Бодалёв, даже высокий уровень интеллекта не гарантирует эмпатии – человек может прекрасно рефлексировать и понимать мотивы окружающих, но оставаться эмоционально отстранённым. Такой «холодный» тип общения, при котором понимание есть, а сочувствия нет, нередко становится причиной инструментальной агрессии, где знание чувств другого используется для манипуляции или нанесения точного удара. Таким образом, именно эмпатия, связывающая когнитивное понимание с эмоциональным переживанием, выступает тем ключевым звеном,

отсутствие которого превращает коммуникацию в поле для конфликтов и агрессивных вспышек [5, с. 122-123].

Всего в структуре эмпатии выделяют пять уровней, где первый уровень характеризуется игнорированием или враждебностью к окружающим; второй уровень – пассивно-отрицательным отношением к чувствам других; третий уровень включает в себя сочувствие без внешнего проявления; четвёртый уровень, при котором сочувствие и поддержка проявляется ситуативно и определённому кругу лиц; пятый уровень – устойчивое положительное отношение и помощь в трудных ситуациях. Высокоразвитая эмпатия способна сдерживать агрессию через когнитивный и эмоциональный компоненты. Когнитивный компонент заключается в способности анализировать и интерпретировать мотивы и причины поведения другого человека, что может снизить вероятность появления агрессивного поведения. Эмоциональный компонент выражается в том, что человек способен сопереживать другому человеку, перенять на себя его эмоциональное состояние [2, с. 910-912].

Высокий уровень эмпатии создаёт установку на сочувствие к другим, что, в свою очередь, стимулирует возникновение чувства вины за наблюдаемое неблагополучие и снижает вероятность проявления агрессивных реакций [6, с. 57-58].

Для обнаружения связи между агрессивным поведением подростков и уровнем их эмпатии было проведено эмпирическое исследование.

Объект исследования – агрессивное поведение подростков.

Предмет исследования – эмпатия подростков, склонных к агрессивному поведению.

Гипотеза исследования заключается в том, что существует взаимосвязь между уровнем эмпатии подростков, склонных и не склонных к агрессивному поведению.

Исследование проводилось среди 24 учащихся 8 класса в возрасте 13-15 лет на базе одной из школ г.Владимир. Для определения уровня и форм агрессивного поведения была выбрана методика «Тест-опросник агрессивности» Л.Г. Почебут [4, с 6]. Для определения уровня эмпатии опросник «Диагностика уровня эмпатических способностей» В.В. Бойко [1, с. 45-47].

На первом этапе исследования мы использовали «Тест-опросник агрессивности» Л.Г. Почебут. Результаты диагностики представлены на рисунке 1. Получены средние групповые показатели по шкалам: физическая агрессия, вербальная агрессия, косвенная агрессия, негативизм.

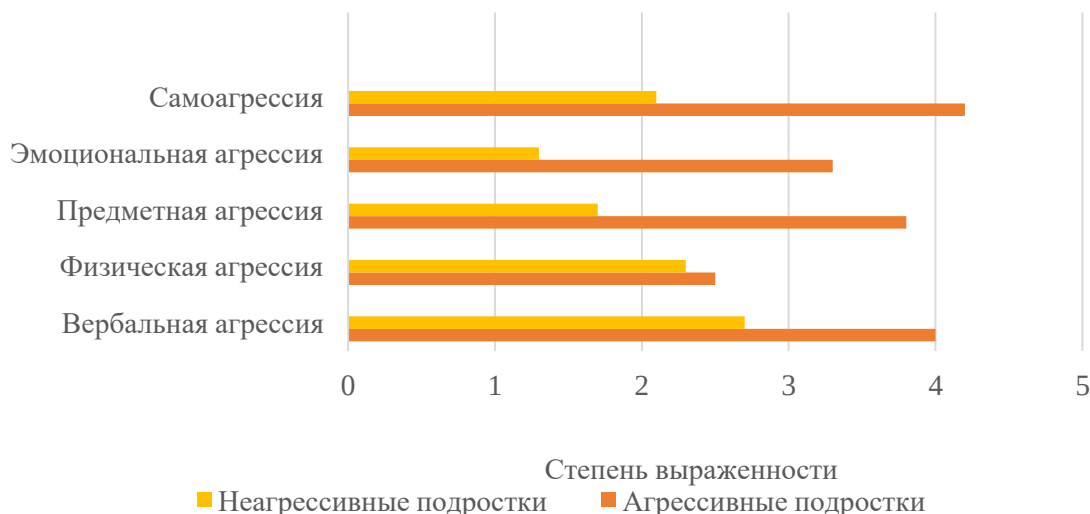


Рис. 1. Средние показатели по видам агрессии в 8 классе

По результатам диагностики с помощью опросника Л.Г. Почебут в группе учащихся 8 «Е» класса выявлен повышенный уровень агрессивного поведения 58% из класса (14 человек), 42% (10 человек), соответственно, с низким уровнем агрессии. Были получены следующие результаты по 8 «Е» классу: вербальная агрессия 20% (5 человек), физическая агрессия 17% (4 человека), предметная агрессия 17% (4 человека), эмоциональная агрессия 13% (3 человека), самоагрессия 25% (6 человек).

Высокие показатели в следующих шкалах: самоагрессия 25%, данный показатель свидетельствует о том, что у значительной части учащихся агрессия направлена на самих себя, это может проявляться в самокритике, чувстве вины, склонности к рискованному поведению и может быть индикатором низкой самооценки, повышенной тревожности и внутреннего неблагополучия; вербальная агрессия 20%, это самый распространенный вид внешней агрессии, учащиеся склонны выражать свой гнев через крик, угрозы, насмешки и споры, что создает конфликтную и напряженную атмосферу в коллективе; физическая и предметная агрессия 17% находятся на одном уровне, данные показатели свидетельствуют о наличии прямых физических действий или вымещении гнева на предметах (хлопанье дверью), что представляет непосредственную угрозу для безопасности школьной среды.

На следующем этапе исследования мы использовали опросник «Диагностика уровня эмпатических способностей» В.В. Бойко. Результаты диагностики представлены на рисунке 2. Получены средние групповые показатели по параметрам: Рациональный канал эмпатии (РКЭ), Эмоциональный канал эмпатии (ЭКЭ), Интуитивный канал эмпатии (ИКЭ), Установки, способствующие эмпатии (УСЭ), Проникающая способность в эмпатии (ПСЭ), Идентификация в эмпатии (ИЭ).

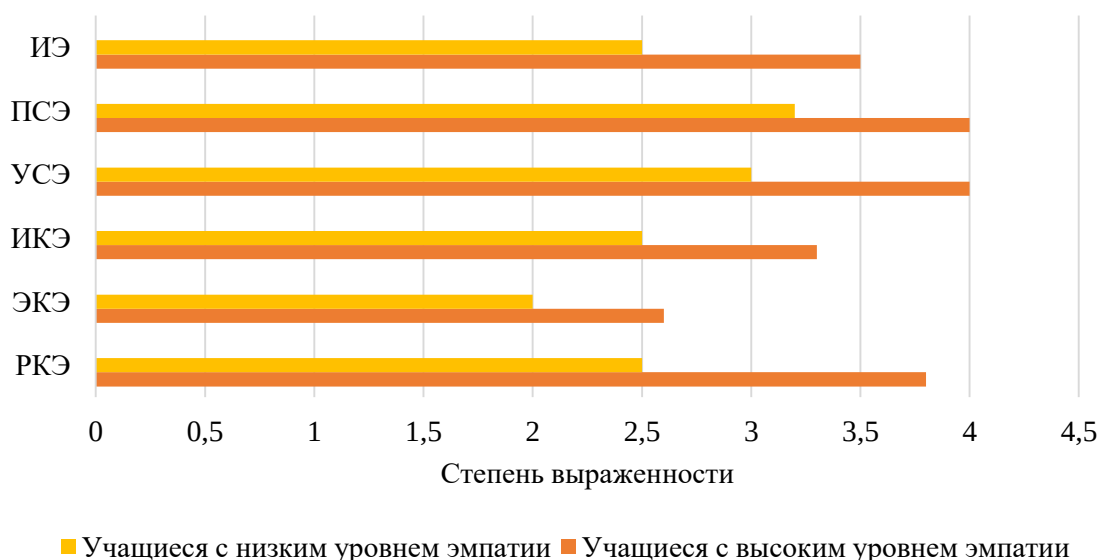


**Рис. 2. Средние показатели по параметрам в структуре эмпатии в 8 классе**

По результатам диагностики по методике В.В. Бойко в группе учащихся 8 «Е» класса выявлен сниженный общий уровень эмпатических способностей. Низкий уровень эмпатии: 11 человек – 46%; очень низкий уровень: 5 человек – 21%; высокий уровень: 8 человек – 33%. Таким образом, у большинства учащихся класса 67% диагностирован недостаточный уровень эмпатических способностей. Высокий уровень эмпатии проявляется лишь у трети класса (33%). Наиболее низкие показатели наблюдаются по следующим каналам: эмоциональному 54%, что указывает на трудности в произвольном, эмоциональном отклике на переживания других людей и интуитивному 46% из класса имеют низкий уровень, учащиеся с трудом подсознательно "считывают" эмоциональное состояние других, не доверяют своим предчувствиям в общении.

В исследуемой группе наблюдается выраженная связь между уровнем агрессивности и уровнем эмпатии. Учащиеся с высокими показателями агрессии демонстрируют низкие показатели эмпатии. И наоборот, подростки с высоким уровнем эмпатии имеют низкие показатели общей агрессивности. Это подтверждает положение о том, что эмпатия выступает сдерживающим фактором для проявления агрессивного поведения.

Для оценки достоверности различий подростков с высоким уровнем агрессивности и низким был использован Коэффициент ранговой корреляции Спирмена. Коэффициент корреляции составил  $r_s = 0,717$ . При объёме выборки  $N = 24$  критические значения равны 0,41 для  $p < 0,05$  и 0,52 для  $p < 0,01$ . Полученное значение превышает критическое для уровня значимости 0,01, следовательно, корреляция является статистически значимой. Направление связи положительное: чем выше уровень агрессивности, тем ниже уровень эмпатии (и наоборот). Сила связи оценивается как высокая.

Таким образом, исследование выявило сочетание внешне проявляемой агрессии с неспособностью к сопереживанию, что создает рискованную ситуацию для психологического климата в классе и личностного развития каждого подростка, что также обусловлено



возрастными особенностями подросткового периода, для которого характерны эмоциональная неустойчивость и рост протестных настроений.

Рекомендации по предупреждению агрессивного поведения и развития уровня эмпатии в подростковом возрасте на основе результатов исследования необходимы для того, чтобы ученики были более социализированными и безопасными для коллектива.

Рекомендации для классного руководителя и педагогов

Еженедельно проводить «Пятиминутки эмоций»: в начале или конце урока выделять 5–7 минут на обсуждение чувств. Задавать вопросы: «Какое событие на этой неделе вызвало у вас радость?», «Была ли ситуация, когда вы пожалели о своих словах?». Это формирует привычку к рефлексии.

Использовать на уроках литературы и истории приём «Проживание роли»: при обсуждении поступков героев предлагать подросткам конкретные вопросы: «Что чувствовал этот персонаж в тот момент?», «Напишите письмо от имени героя, которого обидели». Это тренирует эмоциональный канал эмпатии.

Организовать «Почту доверия» в классе: поставить коробку, куда анонимно можно опускать записки с описанием ситуации, когда было трудно сдерживать агрессию или когда обидели самого ученика. Раз в неделю на классном часе разбирать одну из ситуаций (без указания имени), коллективно искать мирные способы выхода.

Рекомендации для педагога-психолога

Запустить проект «Дневник эмоций» на месяц: раздать каждому ученику бланк, где ежедневно нужно отмечать два пика: самое приятное и самое неприятное чувство за день. В конце недели – индивидуальные пятиминутки с психологом для желающих.

Провести индивидуальные консультации с учащимися, показавшими высокий уровень самоагрессии: использовать проективные методики (рисунок «Несуществующее животное», «Кактус») для диагностики внутреннего напряжения и провести 2–3 беседы на тему «Мои достоинства» с элементами арт-терапии.

Конкретные упражнения и игры для использования на переменах и классных часах

Игра «Зеркало»: ученики разбиваются на пары. Один строит гримасу (выражает эмоцию), второй должен максимально точно её скопировать. Потом меняются.

Упражнение «Интонация»: произнести одну и ту же фразу (например, «Закрой дверь») с разными интонациями: зло, вежливо, устало, испуганно. Остальные угадывают интонацию.

Игра «Слепой и поводырь» (10 минут): класс делится на пары. Одному завязывают глаза, второй должен провести его по коридору или классу, обходя препятствия, используя только слова (не трогая руками). Затем обсудить, что чувствовал «слепой» (страх, доверие) и что чувствовал «поводырь» (ответственность).

«Круг комплиментов»: в конце каждой учебной четверти все встают в круг и каждый говорит соседу справа одну хорошую фразу (про поступок или качество: «Ты помог мне с задачей», «Ты добрый»).

### Рекомендации для родителей

Правило трёх «не» в общении с подростком: не кричать, не оскорблять, не сравнивать с другими детьми.

Совместный просмотр и обсуждение фильмов: раз в неделю смотреть фильм про подростков («Чучело», «Розыгрыш», современные семейные драмы) и обсуждать: «Почему герой так поступил?», «Что бы ты сделал на его месте?», «Кто из героев тебе неприятен и почему?».

Телесный контакт и разрядка: если подросток напряжён и зол, предложить вместе пойти на прогулку быстрым шагом, побить подушку, порвать ненужную бумагу, но обязательно проговорить потом: «Ты злишься из-за школы? Из-за друга?». Не наказывать за выражение гнева, но учить безопасным способам.

Личный пример: родителям важно при ребёнке проговаривать свои эмоции: «Я очень устала и раздражена, мне нужно 10 минут тишины», а не срываться на домашних.

### Режимные моменты и организация среды

Оформить в классе «Уголок эмоций» с плакатом «Как справиться с гневом» (памятка из 3–4 пунктов: 1. Глубоко вдохни. 2. Сожми и разожми кулаки. 3. Скажи, что тебя злит. 4. Отойди и выпей воды).

На переменах включать спокойную инструментальную музыку (классику, звуки природы) – это снижает общий уровень возбуждения в коллективе.

Итак, проведённое исследование подтвердило наличие устойчивой обратной связи между уровнем эмпатии и склонностью к агрессивному поведению в подростковом возрасте. Анализ научной литературы показал, что эмпатия, объединяющая когнитивное понимание и эмоциональное переживание состояний другого человека, выступает ключевым психологическим механизмом, блокирующим агрессивные импульсы, в то время как её дефицит (особенно эмоционального компонента) ведёт к искажению восприятия и инструментальному использованию окружающих. Статистический анализ полученных нами данных подтвердил гипотезу о существовании взаимосвязи: чем выше уровень агрессивности, тем ниже уровень эмпатии. Целенаправленное развитие эмпатии через рефлекссию, эмоциональный отклик и децентрацию является действенным способом профилактики и предупреждения агрессивного поведения в подростковой среде, в связи с чем в работе предложен комплекс практических рекомендаций для педагогов, психологов и родителей, направленных на создание безопасной образовательной среды.

### Литература

1. Бойко В.В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и на других. М.: Филинь, 1996. С. 45-47. <https://clck.ru/Ayfyx>
2. Ибодуллаева И. Эмоциональный и социальный интеллект в подростковом возрасте // ORIENSS. 2022. № 23. С. 909-916.
3. Лапсарь М.В. Взаимосвязь проявления агрессивного поведения с особенностями личности как формы девиации современного подростка // Психолог. 2024. № 4. С. 1-15.

4. Опросник «Агрессивное поведение» Л.Г. Почебут. <https://clck.ru/3SaeQF>
5. Синогина Е.С., Ломовская С.А. Исследование буллинг-структуры подростков и связи проявлений кибербуллинга с показателями духовности и эмпатии // Ped.Rev. 2023. № 5(51). С. 121-129.
6. Суворова О.В., Фрундина М.Н. Особенности развития механизмов эмпатии у подростков // Коллекция гуманитарных исследований. 2017. № 3(6). С. 56-60.
7. Эльконин Д.Б. К проблеме периодизации психического развития в детском возрасте // Вопросы психологии. 1971. № 4. С. 6-20.

© Благова Д.Д., 2026

**Григоренко М.С., Васильева Е.В., Мищенко В.А.**

Югорский государственный университет  
г. Ханты-Мансийск, Россия

## **РАЗВИТИЕ САМОРЕГУЛЯЦИИ У СТАРШИХ ДОШКОЛЬНИКОВ ЧЕРЕЗ НЕЙРОПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ИГРЫ И УПРАЖНЕНИЯ**

В современных условиях развития системы дошкольного образования все более заметной становится потребность в целенаправленном формировании у детей навыков саморегуляции. Старший дошкольный возраст является сенситивным периодом для становления произвольности поведения, контроля эмоций и способности управлять собственными действиями. Именно в этот период закладываются основы учебной готовности, устойчивости внимания, волевого усилия и поведенческой организованности, от которых напрямую зависит успешность дальнейшего обучения в школе.

Практика показывает, что у значительной части старших дошкольников наблюдаются трудности самоконтроля, импульсивность, недостаточная устойчивость внимания и слабость произвольной регуляции деятельности. Это проявляется в быстрой утомляемости, трудностях следования инструкции, нарушениях переключения и планирования действий. Рост информационной нагрузки, снижение объема двигательной активности и увеличение времени взаимодействия с цифровыми устройствами дополнительно усиливают данные проблемы. В этой связи особую значимость приобретают методы, опирающиеся на нейропсихологический подход к развитию ребенка. Он рассматривает саморегуляцию как результат согласованной работы различных мозговых систем и позволяет выстраивать коррекционно-развивающую работу через специально организованные двигательные, координационные и когнитивные упражнения. Нейропсихологические игры активизируют межполушарное взаимодействие, развивают функции программирования и контроля, способствуют формированию произвольности и устойчивости психических процессов.

Саморегуляция выступает ключевым психологическим механизмом, обеспечивающим способность ребенка управлять своим поведением, познавательной деятельностью и эмоциональными проявлениями в соответствии с поставленной задачей и требованиями ситуации. Она объединяет процессы целеполагания, программирования действий, контроля и коррекции результатов, а также волевое усилие и произвольное внимание. Л.С. Выготский понимал под саморегуляцией поведение, которое способно сдерживать импульсивные действия, заменять их, подчинить поведение и направить в нужное русло для достижения поставленной задачи. Выготский считал, что саморегуляция – социальное образование, и решающую роль в этом процессе играет устное общение ребенка с другими людьми [1].

В контексте рассмотрения средств развития саморегуляции у детей старшего дошкольного возраста особый интерес представляют практико-ориентированные разработки педагогов, использующих нейропсихологический подход в образовательной деятельности. В прикладных исследованиях показано, что системное включение двигательных, координационных, слухорегуляторных и межполушарных упражнений в структуру занятий

способствует развитию произвольного внимания, контроля действий и поведенческой организованности.

В работах Р.Р. Миннахметова представлена система упражнений и игр нейропсихологической направленности, ориентированных на развитие произвольного внимания, контроля действий, межполушарного взаимодействия и поведенческой организованности. Представленные автором игровые формы могут быть методически адаптированы и для старшего дошкольного возраста, поскольку опираются на базовые механизмы регуляции деятельности [3].

Автор предлагает использовать несколько групп нейропсихологических игр и упражнений. Первая группа – упражнения на развитие слуховой регуляции и произвольного контроля инструкции. К ним относятся игровые задания по типу «День – ночь», «Правда или ложь», «Внимательное слушание», «Повтори ритм», «Хлопни по условию». Содержание этих игр строится на необходимости удержания правила, торможения импульсивной реакции и точного выполнения вербальной инструкции. За счет этого формируются механизмы программирования действия и контроля ответа, что напрямую связано с развитием саморегуляции.

Вторая группа – двигательно-координационные упражнения, направленные на формирование межполушарного взаимодействия и произвольного переключения. В данную категорию включены задания «Кулак – ладонь», «Кулак – ребро – ладонь», «Ухо – нос», «Крест-накрест», «Ленивые восьмерки», «Шагающий счет». Данные упражнения требуют согласования движений, смены моторной программы и удержания последовательности, что развивает регуляторные функции и произвольность двигательного поведения» [3].

Третья группа – «упражнения на распределение и переключение внимания в условиях многокомпонентной задачи. Сюда относятся игровые действия по типу «Нос – пол – потолок», «Стол – стул», «3 шага влево – 2 назад», «Канатоходец», «Повтори за мной». Их выполнение предполагает одновременный учет нескольких условий, быструю смену способа действия и контроль ошибок, что способствует развитию гибкости регуляторных процессов» [3].

Четвертая группа – «пальцевые и позно-жестовые нейропсихологические игры. Автор описывает задания «Ок и класс», «Заяц и коза», «Капитан», «Ладонь – локоть», «Фигуры пальцами». Подобные упражнения активизируют тонкую моторику, кинестетический контроль и серийную организацию движений, что, по нейропсихологическим данным, функционально связано с развитием произвольной регуляции и внутреннего контроля действий» [3]. Отдельно выделяются игровые настольные форматы на быстроту распознавания, выбор и самоконтроль – задания на поиск совпадений, различий, быстрый зрительный анализ и реакцию по правилу. Они тренируют устойчивость внимания, скорость переработки информации и точность выполнения инструкции.

Е.А. Томилина и Е.Ю. Темникова, рассматривают саморегуляцию как многокомпонентное образование и предлагают выстраивать ее развитие через систему нейропсихологических упражнений, соотнесенных с ключевыми регуляторными механизмами. Авторы опираются на представление о том, что саморегуляция включает, как



минимум, три взаимосвязанных компонента: сдерживающий контроль (торможение), рабочую память и когнитивную гибкость (переключение). В логике данного подхода каждое упражнение подбирается не «вообще на развитие», а адресно – под конкретный регуляторный компонент, который требуется усилить [4].

Для развития сдерживающего контроля Е.А. Томилина и Е.Ю. Темникова рекомендуют нейропсихологические упражнения, связанные с дыхательной регуляцией, нормализацией мышечного тонуса, а также блоки на растяжку и расслабление. Подчеркивается, что управляемое дыхание (с постепенным увеличением длительности фаз и подключением счета и движений рук) выступает средством формирования произвольного торможения и снижения импульсивности, поскольку ребенок учится «останавливать» спонтанную реакцию и выполнять действие по правилу. Упражнения на тонус, растяжку и релаксацию рассматриваются как способ сформировать навыки телесной саморегуляции (напряжение–расслабление, контроль позы, удержание состояния), что становится основой для более сложных форм волевого контроля в деятельности [4].

Развитие рабочей памяти авторы связывают с включением глазодвигательных и артикуляционных упражнений, а также упражнений на ориентировку, фонематическое восприятие и звуковой анализ. Логика здесь заключается в том, что рабочая память поддерживает удержание инструкции, последовательности действий и промежуточных результатов. Поэтому упражнения, требующие точного следования алгоритму, «пошагового» выполнения и постоянного сопоставления с образцом, создают условия для тренировки удержания и переработки информации. Отдельно акцентируется прием сопряжения речи и движения (например, проговаривание с одновременным «прошагиванием»), который усиливает контроль выполнения и помогает ребенку удерживать структуру задания.

Для развития когнитивной гибкости (переключения) предлагаются функциональные и коммуникативные упражнения, предполагающие смену правил, выбор альтернативы, обнаружение и исправление ошибок. В качестве типового механизма описываются задания с запретом или заменой действия по условию (например, когда требуется не произносить заданное слово, а заменить реакцию условным сигналом). Такие упражнения развивают способность перестраивать способ действия, удерживать новое правило и контролировать соответствие поведения требованиям ситуации.

Важным дополнением у Е.А. Томилиной и Е.Ю. Темниковой является указание на психолого-педагогические условия эффективности: упражнение должно иметь понятную конечную цель и критерий правильности, чтобы ребенок мог осуществлять самопроверку; полезна групповая организация, при которой первоначально формируется внешний контроль через наблюдение за действиями сверстников, а затем постепенно – внутренний контроль. Также подчеркивается роль упражнений на межполушарное взаимодействие (в том числе кинезиологических физминуток), которые рассматриваются как поддержка устойчивости внимания и произвольной регуляции при выполнении заданий [4].

О.В. Мазепова, описывает нейропсихологически ориентированную программу психологической подготовки старших дошкольников к школе как систему коррекционно-

развивающих воздействий, направленных не на отдельный «дефицит», а на гармонизацию психического функционирования ребенка через движение, сенсомоторную организацию и последующее подключение когнитивных задач. Автор подчеркивает, что именно нейропсихологический подход позволяет целенаправленно усиливать произвольную регуляцию поведения, самоконтроль и устойчивость деятельности, тем самым выступая профилактикой школьной дезадаптации [2].

Методологически программа опирается на представления А.Р. Лурии о трех функциональных блоках мозга и их роли в организации любой психической деятельности. В логике О.В. Мазеповой развитие саморегуляции обеспечивается через работу, во-первых, с энергетическим (активационным) фоном (тонус, бодрствование, работоспособность), во-вторых, с сенсомоторной и перцептивной базой (пространство, зрительно-моторная координация), и, в-третьих, с механизмами программирования, регуляции и контроля (правило, план, доведение действия до результата). Такое построение напрямую соотносится с пониманием саморегуляции как способности удерживать цель, подчинять ей поведение и контролировать выполнение.

В содержательном плане программа выстраивается как системный комплекс нейропсихологических методов и приемов, в котором каждый вид упражнений соотнесен с развитием произвольной регуляции, самоконтроля и устойчивости психической деятельности старших дошкольников. Средства воздействия подбираются по принципу поэтапного усложнения – от телесно-регуляторных и сенсомоторных механизмов к когнитивным формам произвольного контроля. Дыхательные упражнения, в том числе реализуемые в игровом формате, рассматриваются как инструмент стабилизации нейродинамических показателей и оптимизации общего активационного фона деятельности. Регуляция глубины, ритма и продолжительности вдоха и выдоха способствует формированию произвольного контроля физиологического состояния, снижению импульсивности и развитию способности к задержке реакции. Освоение управляемого дыхательного ритма формирует предпосылки поведенческого самоконтроля и произвольного торможения.

Глазодвигательные упражнения направлены на расширение зрительного поля, совершенствование зрительно-пространственной ориентации и согласованности сенсомоторных процессов. Их выполнение активизирует системы зрительного слежения и переключения, что положительно влияет на устойчивость внимания. Отдельное значение придается сочетанным движениям глаз, языка и головы, которые усиливают межполушарное взаимодействие и повышают согласованность регуляторных механизмов, обеспечивающих контроль действий.

Растяжки, упражнения на нормализацию мышечного тонуса и элементы самомассажа используются как телесно-ориентированные регуляторные техники. Их задача состоит в формировании у ребенка навыка дифференцированного переживания состояний напряжения и расслабления, произвольного изменения мышечного тонуса и осознанного управления телесным состоянием. Освоение переключения «напряжение – расслабление»

рассматривается как соматическая основа произвольной регуляции поведения и работоспособности в деятельности.

Кинезиологические, ритмические и пальчиковые упражнения ориентированы на развитие межполушарной координации, пространственных представлений и серийной организации движений. Они способствуют повышению нейродинамической устойчивости, развитию произвольной регуляции двигательных программ и контроля выполнения действий. Дополнительно данные упражнения поддерживают концентрацию внимания, двигательную память и способность удерживать заданный алгоритм действий. Зеркальное рисование и работа со специализированными нейропсихологическими пособиями направлены на синхронизацию работы полушарий и развитие тонкой моторики. Выполнение симметричных и разнонаправленных действий обеими руками усиливает межполушарные связи, способствует формированию координированных двигательных программ и опосредованно поддерживает развитие произвольных регуляторных механизмов.

Когнитивные игры и упражнения, ориентированные на развитие внимания, памяти, мышления, восприятия, речи и воображения, включаются в структуру занятий после формирования сенсомоторной базы. Такая последовательность соответствует принципу поэтапного развития регуляторных функций – от телесной и сенсомоторной организации к произвольному контролю сложных психических действий. Когнитивные задания строятся на удержании правила, следовании инструкции, самопроверке и коррекции ошибок, что непосредственно развивает механизмы саморегуляции в познавательной деятельности.

Развитие саморегуляции у старших дошкольников представляет собой одну из ключевых задач современного психолого-педагогического сопровождения, поскольку именно уровень сформированности произвольной регуляции, самоконтроля и поведенческой организованности во многом определяет готовность ребенка к систематическому обучению. Саморегуляция выступает интегративным образованием, включающим сдерживающий контроль, рабочую память, когнитивную гибкость, способность удерживать инструкцию, планировать и корректировать собственные действия. Проведенный анализ научно-методических источников и практических разработок показывает, что нейропсихологические игры и упражнения обладают значительным развивающим потенциалом в формировании регуляторных функций. Их эффективность обусловлена воздействием на базовые механизмы мозговой организации деятельности – нейродинамику, межполушарное взаимодействие, сенсомоторную координацию и телесную регуляцию. Поэтапное включение дыхательных, глазодвигательных, кинезиологических, координационных и когнитивных упражнений создает условия для последовательного перехода от регуляции состояния к регуляции действия и поведения. Практическая ценность нейропсихологического подхода состоит в его игровой, двигательной и деятельностной природе, что обеспечивает высокую включенность старших дошкольников и позволяет развивать саморегуляцию в естественном для данного возраста формате. Систематическое использование специально подобранных упражнений способствует повышению устойчивости внимания, развитию произвольного контроля, способности следовать правилу, удерживать цель и осуществлять самопроверку.

## Литература

1. Выготский Л.С. История развития высших психических функций. М.: Юрайт, 2025. 336 с.
2. Мазепова О.В. Использование методов и приемов нейропсихологии в работе с дошкольниками по психологической подготовке к школе: из опыта работы: сборник трудов конференции. // Психолого-педагогические исследования Тульскому региону: сборник материалов V Региональной научно-практической конференции с международным участием (г. Тула, 14 Мая 2025 года). Чебоксары, 2025. С. 126-133.
3. Миннахметова Р.Р. Нейропсихологические упражнения как средство развития произвольного внимания детей с ОВЗ в начальной школе: сборник трудов конференции. // Педагогика, психология, общество: от теории к практике: материалы II Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием (г. Чебоксары, 19 июня 2025 г.). Чебоксары, 2025. С. 380-389.
4. Новоселова Т.А. Использование нейропсихологического подхода в логопедической работе по коррекции общего недоразвития речи у детей старшего дошкольного возраста // Современная дефектология: междисциплинарный подход к теоретическим и практическим проблемам нарушений развития у детей: сб. материалов IV Международной научной конференции (г. Москва, 14-15 апреля 2022 года). М., 2022. С. 176-181.
5. Томилина Е.А., Темникова Е.Ю. Нейропсихологические упражнения как средство развития саморегуляции у старших дошкольников с тяжелым нарушением речи // Гуманитарные науки. 2024. № 4(68). С. 99-103.

© Григоренко М.С., Васильева Е.В., Мищенко В.А., 2026

**Деткова У.В., Махрова А.А.**

Владимирский государственный университет  
им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых  
г. Владимир, Россия

## **ВЗАИМОСВЯЗЬ РИСКА РАЗВИТИЯ КОМПЬЮТЕРНОЙ ЗАВИСИМОСТИ И УРОВНЯ СОЦИАЛИЗАЦИИ В ПОДРОСТКОВОМ ВОЗРАСТЕ**

Подростковый возраст – это критически важный этап в становлении личности, наполненный трансформациями на физиологическом, психическом и психологическом уровнях. Изменения, переживаемые самим подростком, неизменно затрагивают и его ближайшее окружение.

Одной из ярких особенностей этого периода является стремление к дистанцированию от взрослых, чье мнение некогда было авторитетным. Это желание отражает формирующееся «чувство взрослости» и потребность в демонстрации собственной исключительности. Вследствие этого, общение со сверстниками выходит на первый план, становясь для подростка приоритетным. Стремление выделиться из общей массы, но при этом остаться в кругу значимой группы, зачастую порождает внутренние противоречия [7].

Процесс социализации в подростковом возрасте требует особого внимания, особенно в условиях стремительной цифровизации, повсеместного распространения Интернета и развития искусственного интеллекта. Столкновение с новыми, порой болезненными, вызовами, ощущением непринятия в реальном мире, может спровоцировать уход в виртуальное пространство. Компьютер, предлагая неограниченные возможности, становится привлекательной альтернативой. Однако, злоупотребление его ресурсами открывает дверь к одной из распространенных аддикций – компьютерной зависимости [5].

Для определения взаимосвязи между понятиями «социализация» и «компьютерная зависимость» необходимо дать их определения.

Социализация, согласно исследованию И.Б. Архиповой и И.В. Бобрышевой, представляет собой социально-психологический процесс, в ходе которого подрастающий человек интегрируется в социальную систему, осваивая ее нормы, ценности и установки [1].

А.В. Петровский выделяет три ключевых этапа социализации:

1. Адаптация: на этом этапе, приходящемся на детство, ребенок активно учится строить взаимоотношения и формировать свою личность через взаимодействие с окружающим миром. Основными агентами социализации выступают семья, школа и сверстники.

2. Индивидуализация: здесь индивид начинает воспроизводить усвоенные социальные нормы через призму собственного видения, что позволяет проявить уникальность и индивидуальность.

3. Интеграция: этот этап характеризуется достижением личностью своего оптимального положения в обществе, созданием комфортных условий для самореализации и полной интеграции в социальную среду [3].

Нарушения на любом из этих этапов могут привести к дезадаптации подростка.



Компьютерная зависимость, как определяют Е.А. Шаламова и О.Н. Афанасьев – это навязчивое пристрастие к занятиям, связанным с использованием компьютера, которое может привести к резкому сокращению других видов деятельности и ограничению живого общения со сверстниками [6]. Очевидна пагубность чрезмерного увлечения компьютером. Важно своевременно распознать момент, когда безобидное использование перерастает в зависимость.

Исследование Г.Х. Мухидовой выделяет три стадии развития компьютерной зависимости:

1. Стадия легкой зависимости: отмечается умеренный интерес к возможностям компьютера. Отсутствие доступа к нему не вызывает отрицательных эмоций, подросток равнодушен к времени, проведенному за экраном, как и без него.

2. Стадия увлеченности: снижается мотивация к учебе, компьютер становится наиболее привлекательным объектом. Длительное отсутствие взаимодействия с компьютером может сопровождаться яркими негативными эмоциональными реакциями.

3. Стадия зависимости: наблюдаются серьезные проблемы с самоконтролем и выполнением повседневных обязанностей. Компьютер практически замещает реальную жизнь, и его отсутствие вызывает апатию, агрессию или выраженную тревожность [2].

Формированию компьютерной зависимости, по мнению В.В. Титовой, А.Л. Каткова и Д.Н. Чугунова, способствуют такие факторы, как ускоряющийся ритм жизни, кризис семьи, нарушение детско-родительских отношений и усложнение социальных связей, особенно в мегаполисах [4]. Совокупность этих обстоятельств оказывает значительное влияние на все сферы жизни подростка, включая процесс его социализации.

На базе одной из школ г. Владимира было проведено эмпирическое исследование с целью определения взаимосвязи социализации и риска компьютерной зависимости в подростковом возрасте. Методики исследования: «Методика для изучения степени социализации личности учащегося» М.И. Рожкова, позволяющая определить уровень социализации; «Способ скрининговой диагностики компьютерной зависимости» Л.И. Юрьевой, Т.Ю. Больбот. Критериями выбора методик являются: соответствие цели исследования, соответствуют возрастной группе, являются надежными и валидными.

Результаты по методике «Методика для изучения степени социализации личности учащегося» М.И. Рожкова представлены на рисунке 1.

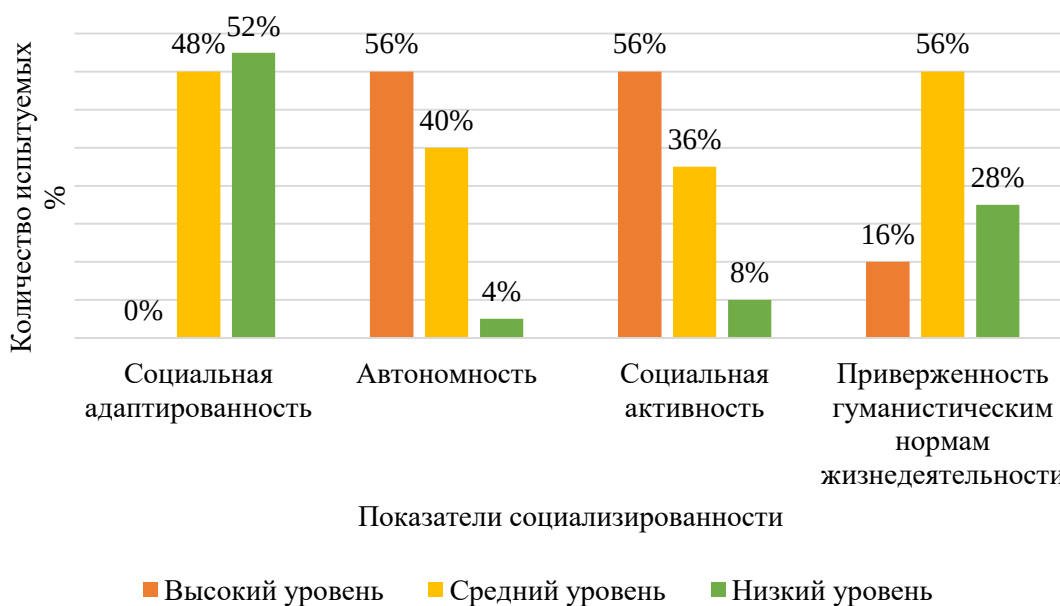


**Рис. 1. Результаты исследования по методике «Методика для изучения степени социализированности личности учащегося» М.И. Рожкова**

На представленной гистограмме видно, что 52% имеют низкий уровень социальной адаптированности, который характеризуется неспособностью личности справляться с постоянно изменяющимися условиями окружающей среды. У 48% обучающихся данный показатель находится на среднем уровне, что характеризуется нормальной адаптацией индивида, однако с недостаточной готовностью к постоянно меняющемуся социальному пространству. Низкий уровень у представленной выборки не выявлен.

Автономность находится у 56% опрошенных на высоком уровне, представленным умением принимать решения, опираясь на собственные взгляды, способностью к самоуправлению. Средний уровень – стремление к самостоятельности, без абсолютной уверенности в своих силах и окружении – представлен у 40% опрошенных. Низкий уровень данного показателя, выражающийся в трудностях самостоятельного принятия решений и редкой инициативности, был выявлен у 4%,

Социальная активность у 56% обучающихся представлена на высоком уровне, что выражается в способности и проявлении желания взаимодействовать с окружающими людьми, примерять социальные роли и принимать правила общества. Средний уровень выявлен у 36% обучающихся, что предполагает выполнение поставленных задач, взаимодействие с окружающими без особой инициативы. Низкий уровень у 8% характеризует людей, испытывающих безразличие к окружению, пассивность при заведении социальных контактов.

Приверженность гуманистическим нормам жизнедеятельности находится на среднем уровне у 56% обучающихся. Полученный результат говорит об избирательности и ситуативности относительно вопросов гуманизма – чаще всего человек не в полной мере способен оценить текущее положение вещей и свое отношение к ним, поэтому больше полагается на мнение большинства. На высоком уровне показатель находится у 16%, что говорит о выраженной ориентации обучающихся на гуманистические ценности. Низкий

уровень, выявленный у 28% обучающихся, обусловлен игнорированием принятых в обществе норм и правил.

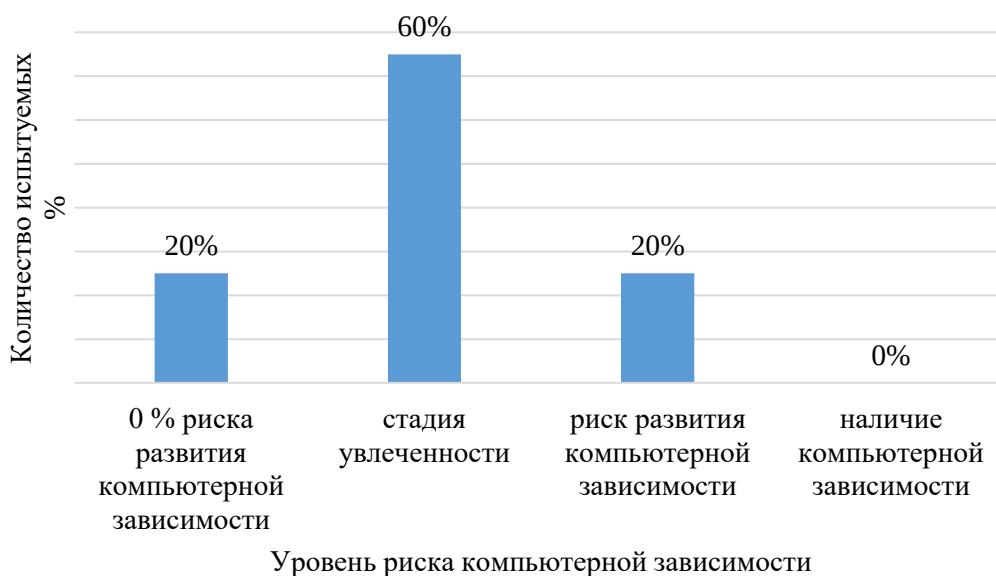


**Рис. 2. Результаты исследования по методике «Способ скрининговой диагностики компьютерной зависимости» Л.И. Юрьевой, Т.Ю. Больбот**

В результате проведенного анализа выявлено, что 60% обучающихся имеют стадию увлеченности компьютером. Среди своих одноклассников они представляют 92%, имеющих высокий уровень социализации. Риск развития компьютерной зависимости выявлен у 20% обучающихся, которые также имеют низкий уровень социализации (4%). Для 20% обучающихся не свойственен риск развития компьютерной зависимости. Также по результатам методики М.И. Рожкова они составляют 4% обучающихся из общей выборки с высоким уровнем социализации.

Для определения взаимосвязи между показателями был использован коэффициент ранговой корреляции Спирмена.

Большинство шкал методики М.И. Рожкова «Методика для изучения степени социализации личности учащегося», включающие «Социальную адаптированность», «Автономность» и «Социальную активность», не показали статистически значимой корреляции с результатами методики «Способ скрининговой диагностики компьютерной зависимости» Л.И. Юрьевой и Т.Ю. Больбот. Это может быть обусловлено несколькими факторами. Вероятно, размер выборки оказался недостаточным для выявления слабых или умеренных связей между этими конкретными аспектами социализации и склонностью к компьютерной зависимости. Также возможно, что другие, не учтенные в данном исследовании, переменные оказывают более существенное влияние на эти компоненты социализации, затушевывая их связь с компьютерной зависимостью. Кроме того, по своей природе «Социальная адаптированность», «Автономность» и «Социальная активность» могут быть более сложными и многогранными конструктами, на которые влияют разнообразные факторы, не всегда напрямую связанные с использованием компьютера.

Однако, шкала «Приверженность гуманистическим нормам жизнедеятельности» продемонстрировала статистически значимую обратную корреляцию с риском развития

компьютерной зависимости ( $r = -0.433$  при  $p \leq 0.01$ ). Это означает, что чем выше уровень приверженности гуманистическим ценностям, тем ниже вероятность развития компьютерной зависимости. Такой результат можно интерпретировать следующим образом: подростки, разделяющие гуманистические принципы, такие как уважение к личности, сострадание, взаимопомощь и стремление к гармоничному развитию, имеют более сформированные ценностные ориентиры, которые позволяют им критически оценивать свое времяпрепровождение и избегать чрезмерного увлечения виртуальным миром. Гуманистические нормы, по-видимому, способствуют развитию самоконтроля и формированию более здоровых форм рекреации и самореализации, что снижает потребность в уходе в компьютерные игры или интернет-пространство.

Кроме того, было выявлено, что общий риск развития компьютерной зависимости отрицательно коррелирует с уровнем социализации ( $r = -0.505$  при  $p \leq 0.01$ ). Эта статистически значимая обратная корреляция подтверждает теоретически предполагаемую гипотезу и делает возможным следующий важный вывод: существует выраженная тенденция, согласно которой высокий уровень социализации личности учащегося сопряжен с более низким риском формирования компьютерной зависимости. Иными словами, подростки, успешно интегрированные в социальные группы, имеющие развитые навыки межличностного общения, эмпатию и способность к конструктивному взаимодействию с окружающими, как правило, меньше склонны к чрезмерному погружению в цифровой мир. Это может быть связано с тем, что социализированные подростки получают большее удовлетворение от реальных межличностных отношений, имеют больше возможностей для самовыражения и самореализации в «офлайне», и, следовательно, меньше нуждаются в компенсации социальных дефицитов через использование компьютера.

Таким образом, проведенное исследование эмпирически подтвердило наличие связи между социализацией и риском развития компьютерной зависимости у подростков. Эта связь носит преимущественно обратный характер: чем выше уровень социализации, тем меньше вероятность развития компьютерной зависимости. При этом, важно отметить, что лишь отдельные, связанные с гуманистическими ценностями, аспекты социализации демонстрируют выраженную статистическую значимость в данном исследовании, что призывает к дальнейшему изучению комплексного влияния различных компонентов социализации на превенцию компьютерной зависимости. В частности, последующие исследования могли бы быть направлены на увеличение размера выборки, рассмотрение дополнительных факторов, влияющих на социализацию и компьютерную зависимость.

### Литература

1. Архипова И.Б. Социализация личности и концепции социализации // Наука молодых - будущее России: сборник научных статей 7-й Международной научной конференции перспективных разработок молодых ученых (г. Курск, 12–13 декабря 2022 года). Курск, 2022. С. 23-25.

2. Мухидова Г.Х. Патологические и психологические особенности компьютерной зависимости у подростков // SCIENTIFIC PROGRESS. 2022. Т. 4. № 3. С. 4-9.
3. Петровский А.В. К пониманию личности в психологии // Вопросы психологии. 1981. № 2. С. 40-46.
4. Титова В.В., Катков А.Л., Чугунов Д.Н. Интернет-зависимость: причины и механизмы формирования, диагностика, подходы к лечению и профилактике // Клиническая психология. 2014. № 4. С. 132-139.
5. Тоганова Ж.К., Сыздыкова М.Б. Цифровая социализация: дети и подростки в современном информационном пространстве // Казанский социально-гуманитарный вестник. 2024. № 1(64). С. 144-154.
6. Шаламова О.Н., Афанасьев О.Н. Компьютерная зависимость // Научно-практический журнал «Медицинская сестра». 2015. № 2. С. 40-43
7. Эшпулатова Ш.А. Психолого-физиологические изменения в подростковом возрасте и их характеристика // Вестник науки. 2023. № 12(69). С. 1458-1462.

© Деткова У.В., Махрова А.А., 2026



Есенбай А.А.

Казахский национальный педагогический университет имени Абая  
г. Алматы, Казахстан

## **ТЕХНОЛОГИЯ NEUROEDUCATION КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ЕСТЕСТВЕННЫХ НАУК**

Современная образовательная система ориентирована не только на передачу знаний, но и на формирование исследовательского мышления, способности к анализу, синтезу и интерпретации научной информации. Особенно это актуально для естественнонаучного образования, которое требует высокой степени абстрактного мышления, развитой долговременной памяти и способности устанавливать причинно-следственные связи. В связи с этим возрастает интерес к образовательной нейронауке как междисциплинарной области, объединяющей нейробиологию, когнитивную психологию и педагогику [4, с. 75]. Научные исследования последних лет показывают, что эффективность обучения напрямую связана с особенностями работы нейронных сетей мозга, механизмами памяти, внимания и когнитивной обработки информации. Например, современные исследования в области искусственных нейросетей демонстрируют, что модели, имитирующие принципы работы биологического мозга, способны более эффективно обучаться и обрабатывать информацию, что подтверждает значимость нейробиологических принципов для образовательных технологий. Современные научные данные также свидетельствуют о том, что обучение представляет собой процесс динамической перестройки нейронных связей мозга. В контексте образовательной практики это означает необходимость построения учебного процесса с учетом механизмов формирования памяти, эмоционального подкрепления и когнитивной активности обучающихся. Использование принципов нейрообразования позволяет повысить мотивацию обучающихся, улучшить запоминание информации и сформировать устойчивые научно-исследовательские навыки [6, с. 240].

Особое значение технология Neuroeducation приобретает при изучении естественных наук. Биология, химия, физика и география требуют комплексного понимания процессов, системного мышления и способности работать с научными моделями. В этих условиях применение нейрообразовательных подходов позволяет повысить качество усвоения сложного теоретического материала и способствует формированию научной картины мира. Актуальность исследования обусловлена необходимостью научного обоснования применения технологии Neuroeducation в естественнонаучном образовании, а также потребностью в разработке методологических подходов к ее внедрению в образовательный процесс. Цель исследования - теоретическое обоснование эффективности применения технологии Neuroeducation для развития научной деятельности обучающихся при изучении естественных наук. Задачи исследования включают анализ научных работ по нейрообразованию, изучение современных подходов к организации обучения с учетом нейрофизиологических особенностей мозга, а также обоснование возможности применения нейрообразовательных технологий в естественнонаучных дисциплинах. Научная новизна исследования заключается в комплексном анализе возможностей применения технологии Neuroeducation в системе

естественнонаучного образования с позиции развития научно-исследовательской деятельности обучающихся. Практическая значимость исследования состоит в возможности использования результатов анализа при разработке образовательных программ, методических рекомендаций и научно-образовательных проектов в области естественнонаучного образования.

**Материалы и методы исследования.** В рамках данной теоретической работы в качестве исследовательских материалов использованы современные научные публикации по нейрообразованию, педагогической психологии и естественнонаучному образованию, опубликованные за последние пять лет. В качестве метода исследования использован системный анализ литературы, который позволил выявить основные тенденции и закономерности применения нейрообразовательных подходов в образовательной практике. Были проанализированы публикации по следующим направлениям:

- 1) когнитивные основы обучения и памяти;
- 2) педагогические стратегии активного обучения и развития критического мышления;
- 3) интеграция нейрообразовательных методов в естественнонаучные дисциплины;
- 4) сравнительный анализ методик традиционного и нейрообразовательного подхода в образовательной практике (табл. 1).

Таблица 1

**Сравнительная характеристика традиционных и нейрообразовательных методов преподавания естественнонаучных дисциплин [составлено автором]**

| Параметры                          | Традиционные методы                   | Neuroeducation                                                                        |
|------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Подход к подаче материала          | Линейный, лекции, заучивание          | Адаптивный, с учетом когнитивных особенностей мозга, интерактивные элементы           |
| Формирование памяти                | Повторение и запоминание текста       | Использование активного вовлечения, эмоциональных триггеров, повторение с интервалами |
| Развитие научного мышления         | Теоретическая часть, минимум практики | Практические задания, моделирование, эксперимент, анализ данных                       |
| Вовлеченность обучающихся          | Низкая или средняя                    | Высокая, за счет персонализированных задач и обратной связи                           |
| Методы оценки                      | Тесты и контрольные                   | Оценка активности, проектная работа, исследовательские задания                        |
| Эффективность усвоения материала   | Средняя                               | Повышенная, длительная фиксация знаний в памяти                                       |
| Развитие исследовательских навыков | Ограничено                            | Активно развивается, формируются навыки анализа и синтеза информации                  |

В рамках теоретического анализа нейрообразовательных подходов особое значение приобретает системное представление механизмов интеграции принципов Neuroeducation в процесс изучения естественнонаучных дисциплин. Neuroeducation рассматривается как междисциплинарная технология, основанная на данных когнитивной нейронауки, которая позволяет оптимизировать подачу учебного материала через активизацию внимания, памяти и исследовательской активности обучающихся. Логика применения данных принципов в образовательной практике, а также взаимосвязь когнитивных процессов и форм обратной связи в обучении представлены на рисунке 1.

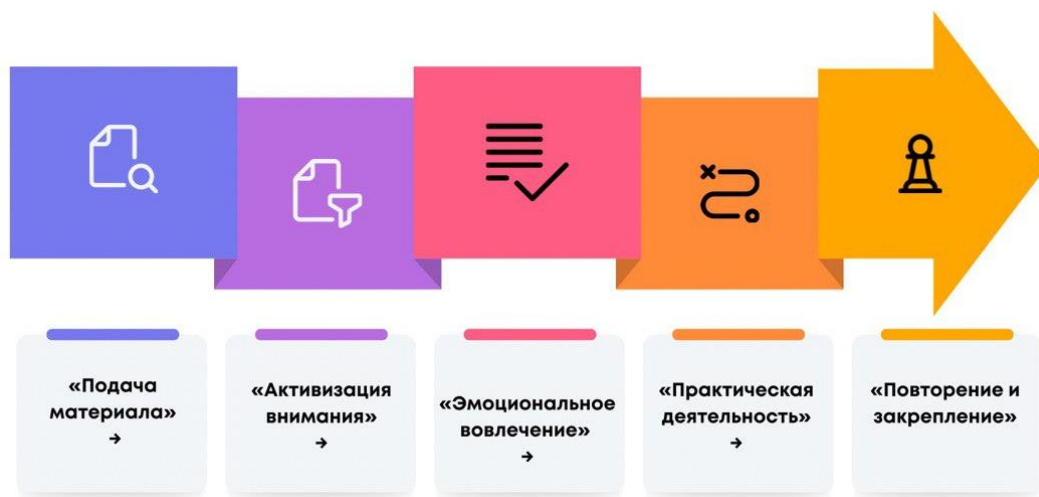


Рис. 1. Блок-схема интеграции Neuroeducation в процесс изучения естественнонаучных дисциплин [составлено автором]

Эффективность использования Neuroeducation в обучении естественным наукам определяется совокупностью факторов, влияющих на качество усвоения материала и развитие исследовательских навыков учащихся. К числу ключевых условий относятся мотивация, устойчивость внимания, регулярность повторения, эмоциональная вовлеченность, а также индивидуальные когнитивные особенности обучающихся. Комплексное взаимодействие данных факторов формирует основу для повышения учебной результативности и научной активности школьников. Структура основных компонентов, определяющих успешность применения Neuroeducation, представлена на рисунке 2.

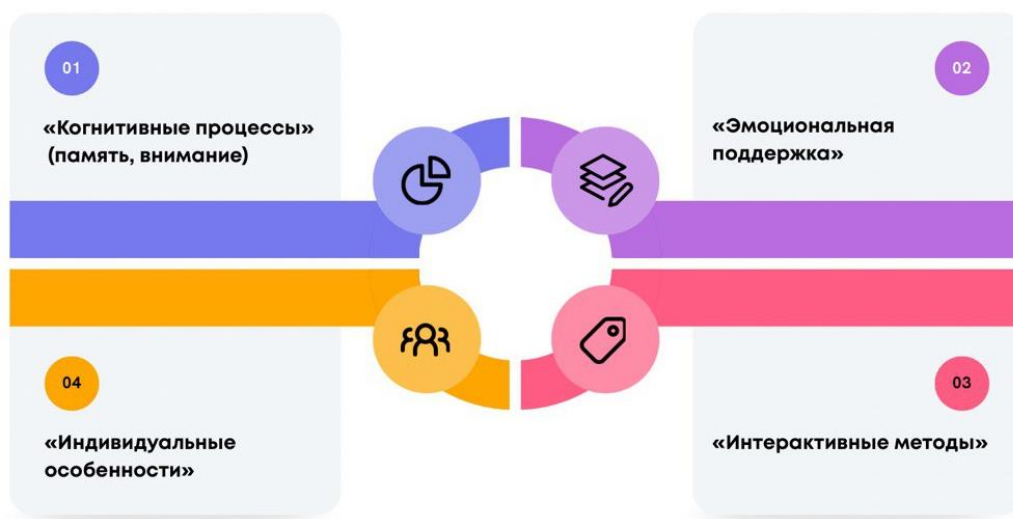


Рис. 2. Кластерная схема факторов, влияющих на эффективность обучения с Neuroeducation [составлено автором]

Результаты исследования. В ходе анализа современного научного контента и педагогических исследований были выявлены следующие результаты применения технологии Neuroeducation в естественнонаучном образовании:

Во-первых, систематический обзор публикаций показал, что использование принципов нейрообразования способствует значительному повышению качества усвоения учебного

материала у обучающихся. Так, исследования Л. А. Волкова и соавторов демонстрируют, что внедрение интерактивных и адаптивных методов обучения, основанных на когнитивных и нейрофизиологических принципах, повышает эффективность запоминания биологического материала на 25-30% по сравнению с традиционной лекционной методикой [2, с. 135].

Во-вторых, наблюдается усиление мотивации и вовлеченности обучающихся. Современные исследования показывают, что использование игровых элементов, визуальных моделей и повторения с интервалами способствует более длительному сохранению информации в долговременной памяти и росту учебной активности обучающихся [7, с. 256].

Третье важное наблюдение касается развития исследовательских навыков. Теоретические работы по нейрообразованию указывают, что интеграция когнитивно-нейробиологических принципов в учебный процесс способствует формированию навыков анализа, синтеза и интерпретации данных, что особенно важно при изучении естественнонаучных дисциплин [3, с. 40]. Для наглядного представления результатов можно использовать следующие визуальные инструменты:

Таблица 2

**Сравнительная эффективность традиционного и Neuroeducation подхода в естественнонаучном обучении [обобщение автора на основе анализа источников 1-2]**

| Параметр                   | Традиционные методы | Neuroeducation         | Прирост эффективности |
|----------------------------|---------------------|------------------------|-----------------------|
| Усвоение материала         | Среднее             | Высокое                | +25-30%               |
| Вовлеченность обучающихся  | Средняя             | Высокая                | +20%                  |
| Развитие научного мышления | Ограничено          | Активно                | +15-25%               |
| Долговременная память      | Средняя             | Устойчивое закрепление | +30%                  |

В целом, системный анализ литературы и практических кейсов подтверждает следующие ключевые результаты:

1. Повышение качества усвоения материала за счет учета когнитивных особенностей учащихся [1, с. 18];
2. Рост мотивации и вовлеченности обучающихся через активные и интерактивные методы обучения [5, с. 112];
3. Развитие исследовательских и аналитических навыков, необходимых для научной деятельности в области естественных наук;
4. Возможность персонализированного подхода к обучению, позволяющего адаптировать нагрузку под индивидуальные особенности каждого учащегося.

Обсуждение результатов исследования. Полученные результаты подтверждают, что технология Neuroeducation обладает высоким потенциалом для совершенствования естественнонаучного образования, поскольку она опирается на объективные данные о функционировании мозга, механизмах внимания, памяти и мотивации. Важно отметить, что применение Neuroeducation не ограничивается отдельными педагогическими приемами, а представляет собой комплексную стратегию, направленную на развитие научного мышления,

способности к постановке гипотез, анализу данных и самостоятельному поиску решений. Это особенно значимо в рамках дисциплин естественно-научного цикла, где обучение требует системного понимания процессов, установления причинно-следственных связей и работы с научными моделями. Таким образом, обсуждение результатов исследования позволяет утверждать, что нейрообразовательные технологии создают условия для повышения познавательной активности, роста мотивации и формирования исследовательских компетенций обучающихся. Для более детального раскрытия практического потенциала Neuroeducation ниже представлены конкретные примеры применения данной технологии в отдельных естественнонаучных дисциплинах.

Примеры использования Neuroeducation в естественнонаучных дисциплинах:

#### 1) Биология: «Клеточное деление»

Изучение клеточного деления является фундаментальным для понимания биологических процессов. В традиционном обучении учащиеся часто ограничиваются запоминанием схем и текстов. С помощью Neuroeducation можно:

- использовать 3D-модели митоза и мейоза, позволяющие студентам вращать клетки, наблюдать за движением хромосом и стадиями деления в интерактивном режиме;
- включить визуальные когнитивные подсказки (цветовые маркеры, анимации), чтобы выделить ключевые этапы процесса;
- применять повторение с интервалами (spaced repetition), чтобы информация фиксировалась в долговременной памяти;
- стимулировать исследовательскую активность через виртуальные эксперименты, где студенты могут изменять условия и наблюдать результат, формируя гипотезы и проверяя их.

#### 2) Химия: «Скорость химических реакций»

Понимание влияния факторов на скорость реакции важно для формирования экспериментальных навыков. Neuroeducation позволяет:

- использовать интерактивные лабораторные симуляции, где учащиеся могут изменять температуру, концентрацию реагентов и наблюдать изменение скорости реакции;
- визуализировать молекулярные взаимодействия, чтобы студенты видели, как движение частиц влияет на кинетику;
- применять геймифицированные задания для оценки гипотез: студенты предсказывают результат реакции, проверяют его в симуляторе и анализируют расхождения;
- включать триггерные вопросы, стимулирующие самостоятельное исследование и выводы.

#### 3) Физика: «Законы Ньютона»

Для развития научного мышления важно не только понять формулы, но и видеть и предсказывать поведение объектов. Neuroeducation здесь применяется следующим образом:

- интерактивные модели движения тел: студенты задают массу, силу и трение, наблюдают движение объектов;
- моделирование экспериментов с возможностью менять условия и проверять гипотезы;
- видеоанимации и схемы, связывающие формулы с реальными наблюдениями;



– рефлексивные задания: формулирование выводов, обсуждение результатов с однокурсниками в онлайн-режиме.

#### 4) География: «Климатические зоны мира»

Neuroeducation позволяет развивать аналитическое и исследовательское мышление через визуализацию сложных природных процессов:

- интерактивные карты и климатические симуляции, где учащиеся исследуют изменение температуры, осадков и растительности;

– кластерные задания, где студенты анализируют взаимосвязь факторов и делают выводы о закономерностях климата;

– визуальные сравнения, позволяющие видеть отличия регионов и формировать самостоятельные гипотезы.

Сводная эффективность Neuroeducation для развития исследовательских навыков представлена в таблице 3.

Таблица 3

#### Сводная эффективность Neuroeducation для развития исследовательских навыков [обобщение автора на основе анализа источников 1-4]

| Дисциплина | Исследовательские навыки (%) | Усвоение материала (%) | Вовлеченность (%) |
|------------|------------------------------|------------------------|-------------------|
| Биология   | 22                           | 25                     | 22                |
| Химия      | 28                           | 28                     | 20                |
| Физика     | 20                           | 20                     | 18                |
| География  | 15                           | 18                     | 17                |

**Заключение.** В данном исследовании показано, что применение технологии Neuroeducation в естественнонаучных дисциплинах значительно повышает уровень научной деятельности учащихся и способствует более глубокому усвоению учебного материала. Использование нейрообразовательных принципов обеспечивает более осознанное усвоение сложных научных понятий, активизацию познавательной деятельности и формирование устойчивой мотивации к изучению дисциплин естественно-научного цикла. Кроме того, Neuroeducation способствует переходу от репродуктивного усвоения знаний к деятельностному и исследовательскому формату обучения, при котором обучающиеся не только запоминают информацию, но и учатся самостоятельно анализировать явления, выдвигать гипотезы и обосновывать выводы на основе научных данных. На основании анализа литературы можно сделать следующие рекомендации для педагогической практики:

– включать интерактивные симуляции и 3D-модели при изучении сложных понятий естественных наук;

– применять метод повторения с интервалами для закрепления ключевых фактов;

– использовать геймифицированные задания для проверки гипотез и стимулирования исследовательской активности;

– разрабатывать междисциплинарные проекты с использованием Neuroeducation, где учащиеся могут интегрировать знания по биологии, химии, физике и географии;

– визуализировать результаты экспериментов через таблицы, диаграммы и схемы для закрепления практических и теоретических навыков.

Таким образом, внедрение технологии Neuroeducation способствует реализации основной цели конференции - поддержке и развитию научной деятельности обучающихся, создавая условия для формирования у них исследовательских компетенций, критического мышления и глубокого понимания учебного материала.

### Литература

1. Баяева О.С., Лукина Н.П. Использование нейрообразования в формировании когнитивных навыков учащихся по биологии // Современные проблемы науки и образования. 2022. № 12. С. 18-27. <https://doi.org/10.17513/spno.2022.12.18>
2. Волков, Л.А., Пащенко, Л.Г. Интерактивные технологии в преподавании физики // Вестник образовательных технологий. 2023. № 3. С. 135-142.
3. Данилова С.В., Козлов А.И. Neuroeducation и география: развитие исследовательских навыков через визуализацию данных // Географическое образование. 2021. № 5. С. 40-45.
4. Копылова Е.В. Нейрообразование в школьной биологии: современные подходы и методы // Педагогическая наука и практика. 2021. № 8. С. 75-82.
5. Петров И.В., Смирнова А.А. Влияние интерактивных технологий на развитие научной деятельности школьников // Образовательная среда XXI века. 2023. № 4. С. 112-120.
6. Смирнов А.Н., Иванова М.В. Применение Neuroeducation в изучении химии: экспериментальные исследования // Журнал естественных наук. 2022. Т. 11, № 4. С. 240-248.
7. Mayer R.E. Applying the Science of Learning to Neuroeducation: Principles and Practices. New York: Springer, 2020. 256 p. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-52185-2>

© Есенбай А.А., 2026

**Ефимова Н.Р, Щельникова А.А**

Владимирский государственный университет  
им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых  
г. Владимир, Россия

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ВЗАИМОСВЯЗИ СОЦИАЛИЗАЦИИ ПОДРОСТКОВ И ИХ РЕАГИРОВАНИЯ НА СИТУАЦИИ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ**

Подростковый период – время непростых перемен, как в теле, так и в сознании. Стремление к быстрому прогрессу часто наталкивается на трудности, вызывая у подростка чувство неудовлетворенности и дискомфорта. Эти негативные переживания могут приводить к тревожности, которая проявляется в ощущении внутреннего напряжения, беспокойства и предчувствии плохого, а также может сопровождаться физиологическими изменениями, связанными с активацией вегетативной нервной системы [4].

Процесс социализации формируется под воздействием различных факторов, которые можно разделить на четыре основные категории:

- глобальные факторы (мегафакторы): Влияют на все человечество, охватывая планетарные, мировые, космические и интернет-пространства.
- региональные факторы (макрофакторы): Определяют социализацию людей в рамках конкретных стран, государств или этнических групп.
- локальные факторы (мезофакторы): Воздействуют на крупные сообщества, учитывая их местоположение (регион, город, сельская местность), культурно-историческое и географическое своеобразие.
- индивидуальные факторы (микрофакторы): Непосредственно влияют на каждого человека, формируя его воспитание, образование, личность, а также культурные, духовные и нравственные ориентиры (например, семья, группы, организации).

И.С. Кон выделяет этапы социализации, начиная с подготовки к жизни и передачи базовых знаний и семейных ценностей, и заканчивая возрастающей ролью социальных институтов в условиях урбанизации. Г.М. Андреева рассматривает социализацию как непрерывный процесс усвоения и активного воспроизведения социального опыта, охватывающий всю жизнь человека – от рождения до смерти. Она выделяет дотрудовую, трудовую и посттрудовую стадии, подчеркивая, что целенаправленная активность индивида играет ключевую роль в его социальном и личностном развитии, что соответствует деятельностному подходу в психолого-педагогической науке [5].

Принятие решений представляет собой процесс выбора наилучшего пути к достижению желаемого результата, учитывающий личные ресурсы, ценности и готовность отвечать за последствия этого выбора. С.А. Хазова утверждает, что на каждом этапе жизни возникают ситуации, требующие от человека мобилизации всех его ресурсов. Эти ситуации неопределенности могут быть как сложными и стрессовыми, так и связанными с достижениями в учебе, работе и других сферах [2].

Наблюдается рост потребности в принадлежности к сверстникам, которые становятся важным источником признания, информации и социального опыта, помогая минимизировать влияние взрослых и укрепить социальный статус. Коммуникация подростков становится более

абстрактной и осознанной, развивается умение убеждать и отстаивать свою позицию, растет потребность в диалоге, но возможны и конфликты.

Подростки стремятся к созданию своих социальных групп с четкими правилами, используя «групповую идентичность» для снижения тревожности и повышения чувства безопасности. Развивается критическое мышление, позволяющее осмысленно воспринимать социальные явления и критически оценивать окружающий мир.

Происходит разделение групп по интересам и статусу, где важны успехи в учебе, спорте, лидерские качества и внешний вид. Социализация сопровождается психологическими кризисами, связанными с поиском своего места, стремлением выделиться и формированием собственной позиции.

Современная среда социализации включает активное влияние СМИ и интернета, формирующих ценности, выбор друзей и психологическое благополучие. Роль семьи трансформируется: родительский контроль уступает место влиянию сверстников, но остаются важными договорённости, обсуждение социальных вопросов и поддержка в принятии жизненных решений [6].

Наша жизнь полна разнообразных ситуаций, каждая из которых имеет свой эмоциональный окрас, содержание и уровень сложности. Это требует от нас постоянной адаптации, особенно когда речь идет о негативных событиях, требующих максимальной сосредоточенности. Интересно, что человек настолько привыкает к мелким неприятностям, что они перестают вызывать реакцию. Это приводит к тому, что мы не осознаем, когда именно накопившиеся проблемы достигают критической точки и запускают механизм стресса – тот самый "кумулятивный эффект" [7].

Каждый человек сталкивается с ситуациями неопределённости и трудностями, которые возникают при формировании стратегии поведения. Однако подростки не обладают достаточным опытом для решения таких задач. Из-за этого они зачастую воспринимают неопределённость более остро, чем взрослые, у которых уже есть жизненный опыт.

Неопределённость проявляется в жизни человека по-разному и в зависимости от конкретных форм может оказывать как отрицательное влияние, например, вызывать страх и тревогу, так и положительное. Она является не только характеристикой процесса познания, но и тесно связана с творческой деятельностью. Без неопределённости, которая выражается в потенциале создавать нечто новое и ещё не существующее, развитие человеческой мысли было бы невозможным. Состояние неопределённости ставит человека перед необходимостью постоянно выбирать из множества возможных путей, альтернатив и вариантов [1].

Принятие решения представляет собой целенаправленный процесс формирования алгоритма действий, направленного на достижение поставленной цели, который осуществляется путем трансформации исходных данных в условиях неопределенности.

Под термином «неопределенность» подразумевается как объективное отсутствие полной информации (неизвестность, неисследованность, неизмеримость, отсутствие всестороннего описания), так и субъективное состояние когнитивного диссонанса или неуверенности индивида, а также его способность толерантно относиться к недостатку ясности в ситуации.

Следует подчеркнуть, что концептуализация неопределенности остается не до конца разработанной и изученной проблемой, что обусловлено множеством факторов, включая контекстуальную изменчивость ее значения, зависимость от характеристик ситуации, а также от невозможности точного измерения или разграничения объектов и обстоятельств.

Ведущие исследователи, такие как А.В. Карпов, определяют неопределенность как дефицит релевантной информации, необходимой для выбора управленческих альтернатив. Ю.Н. Арсеньев дополняет это определение, трактуя неопределенность как отсутствие, неполноту или недостаточность сведений об объекте, процессе или явлении, либо как сомнение в их достоверности. Таким образом, неопределенность создает ситуации с множеством возможных исходов, что ставит субъект в условия постоянного выбора путей, альтернатив и возможностей для самоопределения.

Неопределенность – неотъемлемая часть большинства реальных задач, причем ее проявления могут быть разнообразными. Е. С. Вентцель предлагает следующую типологию неопределенностей:

- неопределенность целей: Связана с трудностями в формулировании задач, выборе критериев успеха или определении конечной пользы.
- неопределенность среды: Обусловлена недостатком знаний о текущей ситуации и факторах, влияющих на процесс.
- неопределенность действий партнера: Возникает из-за невозможности предсказать поведение других участников.

Существует и другая классификация, рассматривающая неопределенность через призму случайности. В этом контексте различают стохастическую (вероятностную) и нестохастическую неопределенность.

Готовность подростков к принятию решений в условиях неопределенности должна формироваться с опорой на принципы системного подхода, целостности, диалогичности, самостоятельного и вариативного обучения, а также активности. Исходя из этих принципов, выделены педагогические условия, способствующие развитию данной готовности:

- индивидуально-психологические условия, включающие направленность личности подростка на деятельность и личностные особенности, которые стимулируют мотивацию и формирование ценностно-смысловой основы деятельности, создающей удовлетворение от её выполнения;
- выраженная потребность подростка в овладении умением принятия решений, наличие мотивирующих установок, а также принятие целей и программы деятельности;
- теоретическая подготовленность и сформированные навыки выполнения практических заданий;
- соответствие содержания и характера выполняемой деятельности индивидуальным особенностям подростка.

Формирование готовности к принятию решений у подростков также зависит от:



- социальных условий, включающих общественные требования к подростку как к будущему полноправному члену общества и создание благоприятной психологической атмосферы, направленной на его максимальное развитие;
- отношений субъект-субъект в процессе обучения, предполагающих взаимное взаимодействие;
- организационно-педагогических условий, обеспечивающих вовлечение подростка в процесс подготовки к самостоятельному принятию решений, а также повышающих эффективность этого процесса через совершенствование его структуры;
- признания процесса принятия решений как объекта целенаправленного обучения;
- использования специальных заданий, которые способствуют развитию соответствующих умений;
- определения критериев и уровней сформированности готовности к принятию решений у учащихся;
- выбора наиболее подходящих педагогических средств для каждого этапа формирования готовности [3].

Неизбежная неопределенность жизни часто вызывает сильные эмоциональные и мыслительные отклики. Чтобы лучше справляться с ней и принимать обдуманные решения, важно понимать ее разновидности и свои психологические реакции. Развивая гибкость, укрепляя внутреннюю стойкость и применяя эффективные стратегии, можно значительно уменьшить негативное воздействие неопределенности на жизнь подростков.

Таким образом, можно выделить, что ситуации неопределенности представляют собой совокупность условий, характеризующихся отсутствием четкой информации, неизвестностью исходов событий и высокой степенью риска.

### Литература

1. Бершедова Л.И., Морозова Т.Ю., Овчаренко Л.Ю. Психологические особенности общения современных старшеклассников в ситуации неопределенности // Общество: социология, психология, педагогика. 2023. № 3. С. 44-50.
2. Горлова Н.В. Толерантность к неопределенности как индивидуально-личностная предпосылка процесса самоопределения в подростковом возрасте, ранней и поздней юности // Психологические исследования. 2020. № 70. С. 5.
3. Давиташвили Е.С., Чернявская А.П. Формирование готовности подростков к принятию решения в ситуации неопределенности // Ярославский педагогический вестник. 2009. № 4.
4. Дорошенко О.М. Понятие социализации личности: факторы, механизмы, этапы // Психология и педагогика служебной деятельности. 2020. № 1.
5. Игнатович С.С., Сотникова Т.В. Особенности социализации детей подросткового возраста // Педагогика: история, перспективы. 2020. № 1. С. 19-26.
6. Моспан А.Н. Преодоление стресса неопределенности. М.: Изд-во РККА. 2019. 255 с.

7. Петраш М.Д. Структура повседневного стресса в обыденных ситуациях и в ситуации неопределенности // Теоретическая и экспериментальная психология. 2025. № 3.

© Ефимова Н.Р, Щельникова А.А, 2026

**Жолка Д.В.**

Донбасский государственный университет юстиции  
г. Донецк, Россия

**Гладких Б.В.**

Южный федеральный университет  
г. Таганрог, Россия

**Шульга В.В.**

Донбасский государственный университет юстиции  
г. Донецк, Россия

## **ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ НЕФОРМАЛЬНЫХ РОЛЕЙ В СТУДЕНЧЕСКОЙ ГРУППЕ В РАЗЛИЧНЫХ УСЛОВИЯХ ОБУЧЕНИЯ**

В системе высшего образования особого внимания требует изучение студенческих групп как места реализации совокупности межличностных отношений. Понимание особенностей неформальных внутригрупповых статусов отдельных представителей студенческой группы и, в целом, структуры межличностных отношений в ней, способствует более рациональному распределению обязанностей между ее членами и, соответственно, лучшему ее функционированию, минимизирует возникновение конфликтных ситуаций.

Наряду с формальной структурой, отражающей нормативную сторону, в любой социальной группе всегда складываются неформальные межличностные отношения, которые зависят от ценностных ориентаций ее членов, особенностей восприятия людьми друг друга и т. п. Неформальная групповая роль – набор функций и моделей поведения, реализуемых участником данной группы неофициально. Групповое взаимодействие может осуществляться как в реальном, так и в виртуальном мире, поэтому неформальные структуры образуются всегда, они складываются из неформальных отношений: взаимоподдержки, взаимовлияния, популярности, престижа, лидерства и др. Неформальная структура возникает самопроизвольно в процессе жизнедеятельности группы как результат опыта взаимодействия ее членов, и в большей части базируется на эмоциональной составляющей, отражая процессы симпатии/антипатии членов группы по отношению друг к другу.

Актуальность дистанционных форм резко возросла в условиях глобальных кризисов: пандемии COVID-19, вооруженных конфликтов, природных катаклизмов, а также как реализация оптимального учебного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья или проживающими в удаленных регионах. Особое значение этот формат приобрел на территории Донецкой Народной Республики, где с 2020 по 2025 год дистанционное обучение функционировало как доминирующий режим образовательного процесса в связи с комплексом социально-политических и военно-технических факторов. Такая продолжительная практика цифрового взаимодействия оказала ожидаемое системное влияние на формирование межличностных связей в студенческих коллективах, обусловив специфику коммуникативных паттернов, снижение плотности социальных связей и трансформацию механизмов групповой сплоченности в условиях устойчивой пространственно-временной разобщенности участников образовательного процесса.

Термин «дистанционное образование» сформировался как самостоятельная научная категория в 1970–1980-е годы. Его закрепление в академическом дискурсе произошло

благодаря публикациям ведущих профильных журналов: Journal of the Open University (Великобритания), австралийского Distance Education, канадского Journal of Distance Education и американского American Journal of Distance Education. Кульминацией институционального признания стало переименование в 1982 году Международного совета по корреспондентскому образованию в Международный совет по дистанционному образованию, что символизировало переход от узкотехнологического понимания к системному подходу. Одна из распространенных дефиниций трактует дистанционное обучение как организацию учебного процесса, ориентированную на самостоятельную работу обучающегося при пространственно-временной разобщенности с преподавателем, но с сохранением возможности двусторонней коммуникации через телекоммуникационные средства. Ключевыми характеристиками здесь выступают автономия учащегося и преодоление географических барьеров без потери интерактивности.

Н.А. Дивулина подчеркивает в своей работе технологическую новизну такого формата образования, определяя его как педагогическую систему, принципиально отличающуюся от очного формата отсутствием прямого личного контакта [1, с. 155]. При этом разделяют очное и заочное обучение: если последнее предполагает, как минимум, эпизодические очные встречи и минимальную регулярную непосредственную коммуникацию, то дистанционное обучение обеспечивает непрерывное взаимодействие через цифровые каналы, используя расширенный арсенал интерактивных ресурсов. Согласно Российской энциклопедии профессионального образования, дистанционное образование – это «целенаправленное и методически организованное руководство учебно-познавательной деятельностью лиц, находящихся в отдалении от образовательного учреждения и не имеющих возможности регулярно взаимодействовать с его педагогическим персоналом».

Для изучения социальной динамики и структуры неформальных ролей в студенческих группах, осуществляющих учебно-профессиональную деятельность в формате дистанционного обучения, применяется социометрия – метод диагностики межличностных отношений, разработанный Дж. Морено. Как отмечает В.Н. Казанцев, в условиях ограниченного личного контакта социометрические исследования приобретают особую значимость: они позволяют выявить скрытые коммуникативные связи, определить лидеров, изолированных и оценить сплоченность коллектива [2, с. 82]. Выбор социометрического теста как диагностического инструмента обусловлен его валидностью для оценки структуры межличностных отношений в малых группах., которая подтверждена многочисленными исследованиями социально-психологической структуры учебных коллективов [2; 5].

Дистанционное обучение в школах и вузах Донецка было закреплено в нормативно-правовом поле (Указ Главы ДНР от 14.03.2020 №57 «О введении режима повышенной готовности» (<https://clck.ru/3ThHqU>)), что было обусловлено особенностями военно-политической обстановки и технических ограничений, осложнившимися в связи с началом СВО, и привело к возникновению феномена «виртуальной социализации», который способствовал формированию новых паттернов взаимодействия между студентами. В ситуации дистанционного обучения обучающийся лишается реального образовательного

пространства, в которое входят не только его сверстники, но и преподаватели, и, в целом, вся иерархическая структура образовательного учреждения, то есть лишается социального контекста, в котором лучше и быстрее может обнаруживать свои успехи и неудачи, и корректировать их. Учебная деятельность, как и любая другая, включает в свой состав не только когнитивные, методические и технологические аспекты, но и непосредственную коммуникацию между участниками учебно-воспитательного процесса, порождающую эмоции, чувства, переживания, аффекты, способствующие релевантному личностному и профессиональному росту.

Исследовательский интерес представляли следующие вопросы:

- как происходят процессы формирования неформальных ролей в одном и том же студенческом коллективе при обучении в дистанционном и традиционном формате?
- как меняются реальные и виртуальные ролевые позиции студенческой молодежи в разных условиях образовательного пространства?

Социометрическая диагностика было проведена со студентами 2-го курса Донбасской государственной юридической академии (22 человека, из них – 14 девушек и 9 юношей, средний возраст – 18,7 лет). Применялась параметрическая процедура проведения, которая предполагала положительные ответы респондентов на 3 критериальных вопроса, отражающих различные аспекты межличностных предпочтений. Каждый респондент указывал до трех фамилий в порядке приоритета. Примеры вопросов [3, с. 99]:

1. «Кого бы из студентов группы вы пригласили бы к себе на день рождения?» (выявление эмоционального лидера в а группе);
2. «С кем из студентов группы вы хотели бы вместе работать над проектом?» (вопрос, направленный на выявление интеллектуального лидера);
3. «Кому из студентов группы вы доверили бы организацию внеучебного мероприятия?» (выявление организационного лидера студенческой группы).

Эмпирическое исследование проходило в два этапа. На первом этапе была проведена 1-я социометрическая процедура, когда студенты после года учебы и общения в онлайн-режиме начали посещать аудиторные занятия, и многие из них увидели друг друга впервые, при этом предполагалось, что 1-е социометрическое измерение отразит те аттракционные и референтные тенденции, которые сложились в студенческой группе во время дистанционного обучения. На 2-ом этапе было проведено второе социометрическое измерение в той же студенческой группе в конце учебного года, в течение которого учебно-воспитательный процесс проходил в традиционной очной форме. Сводные результаты, полученные в ходе двух социометрических исследований, представлены в таблице.



Таблица

**Сводные результаты социометрических исследований. 1с -распределение неформальных ролей в группе в режиме онлайн обучения, 2с. – в режиме очного обучения (составлено автором)**

|     | Ф.И.  | Интеллектуальный лидер |      | Эмоциональный лидер |      | Организационный лидер |      | Кол-во полученных выборов |      | Кол-во взаимных выборов |      | Кол-во реализован. выборов |      |
|-----|-------|------------------------|------|---------------------|------|-----------------------|------|---------------------------|------|-------------------------|------|----------------------------|------|
|     |       | 1 с.                   | 2 с. | 1 с.                | 2 с. | 1 с.                  | 2 с. | 1 с.                      | 2 с. | 1 с.                    | 2 с. | 1 с.                       | 2 с. |
| 1.  | Б.Д.  | 0                      | 0    | 1                   | 2    | 1                     | 0    | 1                         | 2    | 0                       | 1    | 0                          | 3    |
| 2.  | Г. Н. | 2                      | 1    | 2                   | 1    | 1                     | 2    | 6                         | 2    | 1                       | 0    | 7                          | 8    |
| 3.  | Д.Л.  | 1                      | 2    | 2                   | 1    | 0                     | 0    | 3                         | 1    | 2                       | 1    | 7                          | 5    |
| 4.  | Д.И.  | 3                      | 4    | 1                   | 1    | 0                     | 2    | 4                         | 5    | 3                       | 0    | 10                         | 0    |
| 5.  | З.Д.  | 2                      | 0    | 3                   | 1    | 0                     | 1    | 5                         | 2    | 1                       | 1    | 8                          | 7    |
| 6.  | И.А.  | 3                      | 2    | 1                   | 3    | 0                     | 0    | 4                         | 5    | 0                       | 2    | 5                          | 6    |
| 7.  | К.И.  | 4                      | 9    | 2                   | 2    | 5                     | 3    | 11                        | 9    | 4                       | 2    | 9                          | 7    |
| 8.  | К. Д. | 0                      | 1    | 2                   | 6    | 0                     | 1    | 2                         | 6    | 0                       | 3    | 0                          | 8    |
| 9.  | Л.К.  | 6                      | 6    | 3                   | 2    | 0                     | 1    | 9                         | 6    | 4                       | 3    | 7                          | 7    |
| 10. | Л.Е.  | 5                      | 1    | 2                   | 2    | 8                     | 2    | 14                        | 5    | 4                       | 2    | 12                         | 5    |
| 11. | М.В.  | 0                      | 0    | 2                   | 0    | 0                     | 0    | 2                         | 0    | 0                       | 0    | 0                          | 0    |
| 12. | Н.Д.  | 1                      | 0    | 0                   | 0    | 2                     | 0    | 3                         | 0    | 0                       | 0    | 0                          | 0    |
| 13. | Н.С.  | 0                      | 3    | 0                   | 5    | 0                     | 1    | 2                         | 5    | 1                       | 2    | 4                          | 6    |
| 14. | П.С.  | 0                      | 0    | 0                   | 0    | 4                     | 1    | 4                         | 1    | 1                       | 0    | 3                          | 9    |
| 15. | П.К.  | 1                      | 2    | 2                   | 1    | 1                     | 0    | 4                         | 2    | 1                       | 1    | 5                          | 7    |
| 16. | П.В.  | 1                      | 1    | 1                   | 0    | 0                     | 0    | 2                         | 1    | 1                       | 1    | 6                          | 7    |
| 17. | Р.А.  | 2                      | 0    | 1                   | 1    | 0                     | 0    | 4                         | 1    | 1                       | 1    | 5                          | 7    |
| 18. | С.В.  | 2                      | 1    | 2                   | 5    | 0                     | 4    | 4                         | 6    | 0                       | 3    | 0                          | 9    |
| 19. | С.С.  | 1                      | 2    | 2                   | 3    | 1                     | 1    | 4                         | 4    | 1                       | 2    | 3                          | 9    |
| 20. | Х.М.  | 2                      | 5    | 2                   | 5    | 5                     | 9    | 9                         | 11   | 3                       | 0    | 8                          | 9    |
| 21. | С.В.  | 3                      | 2    | 4                   | 3    | 6                     | 7    | 12                        | 11   | 2                       | 0    | 7                          | 0    |
| 22. | Ф.Д.  | 2                      | 3    | 4                   | 1    | 0                     | 2    | 5                         | 4    | 1                       | 2    | 9                          | 7    |
|     | Общ   | 41                     | 45   | 39                  | 45   | 34                    | 37   | 114                       | 89   | 31                      | 27   | 115                        | 126  |
|     | Сред  | 1,9                    | 2    | 1,8                 | 2    | 1,5                   | 1,7  | 5,1                       | 4    | 1,4                     | 1,2  | 5,2                        | 5,7  |

Анализ данных, представленные в таблице, подтверждает эффективность стандартизированных процедур выявления скрытых коммуникативных связей и статусных позиций участников коллектива [4, с. 287]. По результатам выделяются [5, с. 58]:

1. Высокостатусные члены группы - лидеры (интеллектуальные, эмоциональные и организационные) – к ним относят тех членов группы, кто получил в 1,5–2 раза больше среднего числа выборов;
2. Среднестатусные («предпочитаемые») – это группа студентов, получивших приблизительно среднее по группе число выборов;
3. «Пренебрегаемые» – получившие 1–2 выбора;
4. Изолированные («отверженные») – не получившие ни одного выбора.

Полученные данные демонстрируют, что в условиях дистанционного обучения и соответственно дистанционной социализации среди студентов группы выявлена устойчивая структура статусных позиций:

- 5 человек были классифицированы как лидеры по критерию максимального числа полученных выборов: №№7, 9, 10, 20, 21;
- 11 человек попали в категорию «предпочитаемых»;

- 6 человек образовали группу «пренебрегаемых»;
- в категорию «отверженных» не попал ни один студент.

Данные позиции сложились в ходе общения и взаимодействия студентов в дистанционном формате, что свидетельствует о сохранении базовых механизмов социальной стратификации даже при отсутствии непосредственного физического контакта. Это подтверждает гипотезу о том, что пространственно-временная разобщенность участников учебного процесса в дистанционном формате оказывает дифференцирующее влияние на структуру межличностных отношений, способствуя фрагментации социальных связей и снижению интегративного потенциала учебной группы.

При переходе на очное обучение и, соответственно, в ситуации непосредственного межличностного общения та же группа прошла повторное социометрическое диагностирование, выявившее качественно иную структуру статусных позиций. В ситуации традиционного обучения неформальные роли существенно изменились:

- в категории высокостатусных остались 3 лидерские позиции: №№ 7, 20, 21;
- 9 студентов оказались среди «предпочитаемых»: №№ 4, 6, 8, 9, 10, 13, 18, 19, 22;
- количество «пренебрегаемых» увеличилось до 8 человек (№№ 1, 2, 3, 5, 14, 15, 16, 17);
- появилась группа «отверженных» (№№ 11 и 12), не получивших ни одного выбора.

Полученные результаты позволяют сделать выводы о том, что переход от дистанционного к очному формату обучения запускает сложный процесс ресоциализации, сопровождающийся не только усилением интегративных процессов в группе в целом, но и одновременной поляризацией ее социальной структуры, что подтверждается некоторым снижением количества взаимных выборов студентов от дистанционного (31 выбор) к традиционному (27 выборов) формату обучения.

В дистанционной среде ограниченность коммуникативных каналов (преимущественно вербальные и текстовые модальности при эпизодическом использовании видеосвязи) создавала условия для проекции положительных ожиданий на одноклассников – так называемого «гало-эффекта цифрового общения». Отсутствие невербальных маркеров (мимика, поведенческие особенности, запах, темп речи) и технические барьеры (задержки связи, невозможность одновременного диалога) минимизировали конфликтогенные ситуации, способствуя формированию «размытой» социальной структуры с отсутствием явных аутсайдеров, но и низким уровнем взаимности связей. Такая структура, несмотря на формальную «бесконфликтность», характеризуется фрагментарностью и слабой эмоциональной насыщенностью.

Первая очная встреча выступила в роли критической точки деидеализации: столкновение с мультимодальной реальностью партнеров по общению (особенности внешности, манеры поведения, темпераментные несовместимости) привело к когнитивному диссонансу между сформированным в цифровой среде образом и его физическим воплощением. Согласно теории атрибуции Келли, при дефиците информации в дистанционном формате участники склонны к благоприятной интернализации качеств друг друга; очное взаимодействие, напротив, предоставляет избыток вербальных и невербальных

сигналов, активизируя процессы критической оценки. Для ряда студентов (№№ 4, 11, 12, 18) это привело к эффекту «разочарования в реальности» – разрушению ранее сформированного позитивного образа и последующему социальному отторжению. Примечательно, что двое из них (№№ 11, 21) ранее относились к категории «пренебрегаемых» в дистанционном тестировании, что свидетельствует о хрупкости их социального положения даже в условиях цифровой коммуникации.

Дополнительным фактором поляризации выступила стрессовая ситуация адаптации к новому коммуникативному режиму. Первая очная встреча, лишённая возможности «цифровой перезагрузки» (редактирования реплик, отключения камеры, временной паузы перед ответом), усилила социальную тревожность и привела к фиксации негативных первых впечатлений. Согласно концепции «эффекта первого впечатления», ошибки в невербальной коммуникации (нарушение личных границ, неадекватная громкость речи, избегание зрительного контакта) быстро кристаллизовались в устойчивые социальные оценки, ревизии которых в условиях непрерывного очного взаимодействия затруднены.

Ключевую роль сыграла также потеря «безопасной дистанции» – феномена, описанного в теории социального присутствия. Дистанционный формат обеспечивал участникам контроль над самопрезентацией: возможность контролировать визуальный образ, выбирать моменты включения в диалог, минимизировать нежелательные взаимодействия. Очное общение лишило студентов этой защиты, обнажив индивидуальные различия в коммуникативной компетентности и уровне социального интеллекта. Для студентов с низкой толерантностью к неопределенности и высокой социальной тревожностью это привело к стратегии избегания, что и проявилось в их статусе «изолированных».

Коэффициент групповой сплоченности, который рассчитывается как частное от деления суммы всех взаимных выборов на общее число выборов, составил:

- в ситуации дистанционного формата обучения – 0,27;
- в ситуации традиционного обучения – 0,30.

Коэффициент сплоченности практически не изменился, и соответствует уровню группы-ассоциации. При этом, появления изолированных («отверженных») членов группы может объясняться феноменом разрушения цифровой идеализации межличностных отношений.

При подсчете уровня благополучия взаимоотношений (УБВ) в группе установлено, что в 1-ом исследовании УБВ находился на достаточно высоком уровне (сумма «высокостатусные» + «среднестатусные» больше суммы «пренебрегаемые» + «изолированные»). Во 2-ом исследовании УБВ находится на среднем уровне: сумма «высокостатусные» + «среднестатусные» приблизительно равна сумме «пренебрегаемые» + «изолированные».

Особый интерес представляет выявленная тенденция к само-выбору (4 респондента, 18,2% выборки в 1-ом исследовании), что может интерпретироваться как индикатор рефлексивной позиции личности в группе и коррелировать с уровнем самооценки, а также субъективной уверенностью в собственной значимости для коллективной деятельности. Согласно теории социального сравнения Л. Фестингера, в условиях ограниченной обратной

связи, характерной для дистанционной среды, индивид склонен опираться на внутренние когнитивные схемы при оценке своей социальной позиции, что детерминирует проявление само-выбора как компенсаторного механизма. Следует отметить снижение тенденции к само-выбору до 1 респондента (4,5% выборки) во втором тестировании, что может быть свидетельством усиления внешней обратной связи и снижением необходимости в компенсаторных когнитивных механизмах при наличии прямого личного контакта. Теория социального сравнения Л. Фестингера констатирует, что в условиях очного взаимодействия индивид получает достаточное количество вербальных и невербальных сигналов для объективной оценки своей социальной позиции, что снижает потребность в рефлексивной самореференции.

Отдельно стоит отметить феномен выборов отсутствовавших на момент проведения опроса студентов (зафиксировано 6 выборов в пользу 2 не присутствовавших на момент тестирования участников), что свидетельствует об их устойчивой популярности и/или качественно сформированных взаимоотношений среди членов группы, сохраняющихся вне зависимости от текущей активности в цифровом пространстве. Данный результат указывает на то, что в дистанционной среде социальный капитал может накапливаться в асинхронном режиме и сохранять стабильность при эпизодическом участии в коммуникации.

Обращает на себя внимание нереализованные выборы четырех респондентов во время проведения 2-й социометрической процедуры, при этом все 4 участника физически присутствовали, что подчеркивает доминирование ситуативного, синхронного характера межличностных предпочтений в очной среде: в условиях прямого контакта социальный капитал формируется преимущественно в режиме реального времени и оказывается более уязвимым к эффекту непосредственного присутствия/отсутствия. Несовпадение ожидания и реальной эмоциональной реакции всегда болезненно для респондента, недостаток симпатии одновременно считается и следствием, и источником межличностных проблем, отражая степень адекватности поведения человека в группе

Таким образом, дистанционная среда формирует «сглаженную», но поверхностную социальную структуру за счет идеализации партнера и технически опосредованного взаимодействия, тогда как очный формат, несмотря на более высокий интегративный потенциал ядра группы, обнажает реальные несовместимости и приводит к выраженной социальной стратификации. Это указывает на необходимость проектирования гибридных образовательных моделей, включающих постепенную «социальную адаптацию» при переходе между форматами – например, через структурированные интерактивные сессии, снижающие когнитивную нагрузку первой очной встречи и минимизирующие риски деидеализации.

### Литература

1. Дивулина Н.А. Проблемы дистанционного обучения в школах на территории Донецкой Народной Республики // Молодой ученый. 2024. № 30(529). С. 155-157.

2. Казанцев В.Н. Социометрический метод в социально-педагогических исследованиях студенческих групп // Векторы психолого-педагогических исследований. 2025. № 1(06). С. 80-85.
3. Лоскутова А.О. Психологические техники в социологических исследованиях // Международный научный журнал «Символ науки». 2025. № 7-1. С. 97-103.
4. Михайлова М.Э. Оценка персонала: понятие, тесты и тенденции будущего // Современная наука и молодые ученые: сборник статей X Международной научно-практической конференции (г. Пенза, 23 июня 2022 года). Пенза, 2022. С. 286-288.
5. Суворова И.Ю., Дубовец Л.Я. Особенности выдвижения социометрических звезд и изгоев в нормативных и девиантных группах // Системная психология и социология. 2024. № 2 (50). С. 56-64. <https://doi.org/10.25688/2223-6872.2024.50.2.5>.

© Жолка Д.В., Гладких Б.В., Шульга В.В., 2026



Камолетдинов Х.П.

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского  
г. Омск, Россия

### **ПРЕДИКТОРЫ ВРЕМЕНИ, ПРОВОДИМОГО В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ МОЛОДЁЖЬЮ**

Развитие интернета и компьютерной среды оказывает фундаментальное влияние на повседневную жизнь. По данным платформы цифровой аналитики Datareportal по состоянию на январь 2025 года, количество интернет-пользователей в России составило 133 миллиона человек, а уровень проникновения интернета достиг 92,2%. При этом 106 миллионов человек (73,4% населения) являются активными пользователями социальных сетей [9]. В подобных условиях тотальной трансформации условий жизни, вызванной цифровизацией, возникают новые формы отклоняющегося поведения, среди которых ведущее место занимают схожие по пространству кибераддикция и видеоигровая зависимость. Современные исследователи рассматривают кибераддикцию как навязчивое стремление к использованию ресурсов сети Интернет, что ведёт к деформации личностного развития [7, с. 3]. В этой связи особую актуальность приобретает поиск предикторов – устойчивых психологических характеристик, определяющих вовлеченность субъекта в виртуальное пространство.

Одним из фундаментальных предикторов выступает структура виртуальной идентичности личности. Виртуальная идентичность понимается как сложная психологическая структура, включающая когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты. Исследования показывают, что выраженная виртуальная идентичность часто коррелирует с бесцельным времяпрепровождением в сети: пользователи с сформированным виртуальным образом значительно чаще отмечают случаи пребывания в социальных сетях без конкретной задачи [5].

Ценностно-смысловая сфера личности также выступает мощным детерминантом киберповедения. Для лиц, склонных к аддикции, характерна высокая значимость таких ценностей, как «иная жизнь» и «развлечения», которые становятся компенсаторными механизмами в виртуальной среде [2, с. 6].

Важным фактором риска является эмоциональное состояние субъекта. Высокий уровень тревожности и субъективное чувство одиночества обнаруживают прямую взаимосвязь с компонентами интернет-зависимости, выступая внутренними стимулами для ухода в виртуальность [7]. В молодёжной среде данные риски усиливаются из-за прохождения их подросткового возраста в условиях ослабления социальных связей и специфики возраста, характеризующейся поиском новых форм самореализации [3].

Установлено, что существуют качества, разграничивающие здоровую увлеченность и патологическую зависимость от компьютерных игр [1]. В качестве защитного предиктора (антипредиктора) аддикции выступает психологическая киберустойчивость, включающая рефлексивный и мотивационно-волевой компоненты [8]. Развитие этой устойчивости напрямую связано с собственной активностью личности, принятием ответственности и использованием эффективных стратегий совладающего поведения [1, с. 278]. Таким образом,

системное развитие компонентов киберустойчивости в процессе профессиональной подготовки позволяет минимизировать негативное влияние цифровой среды.

Цель исследования – выявить предикторы времени, проводимого в социальных сетях, на основе компонентов цифровой идентичности и направленности личности молодёжи.

Выборка. Исследование проведено на выборке 55 человек: 24 мужчины (43,6%) и 31 женщина (56,4%). Средний возраст респондентов составил 28 лет.

Методы исследования. Применялось анкетирование и тестирование. Диагностический инструментальный включал:

1. Опросник «Виртуальная идентичность пользователей социальных сетей» (ВИПСС) Д.Н. Погорелова (2022). Данный опросник включает в себя следующие шкалы: склонность к кибераддикции, принятие субкультуры, виртуальный образ [5].

2. Модифицированный опросник Айзенка EPI (H.J. Eysenck, 1963; адаптация В.М. Русалова, 1987), включающий шкалы: интроверсия-экстраверсия, нейротизм-эмоциональная стабильность [6].

3. Методика диагностики направленности личности Смекала-Кучера (V. Smékal, M. Kucher, 1967; адаптация Н.М. Пейсахова, 1977). Шкалы: направленность на себя, на общение, на дело [4].

4. Авторская анкета, включающая в себя вопросы, касающиеся киберповедения молодёжи, в частности, длительности использования социальных сетей в течение дня.

Статистическая обработка данных. Частотный анализ, первичные описательные статистики, множественный линейный регрессионный анализ методом последовательного исключения. Для обработки использовался статистический пакет Jamovi.

Результаты применения первичных описательных статистик свидетельствуют о том, что в среднем участники проводят в социальных сетях 2,49 часа в день (Рис. 1).

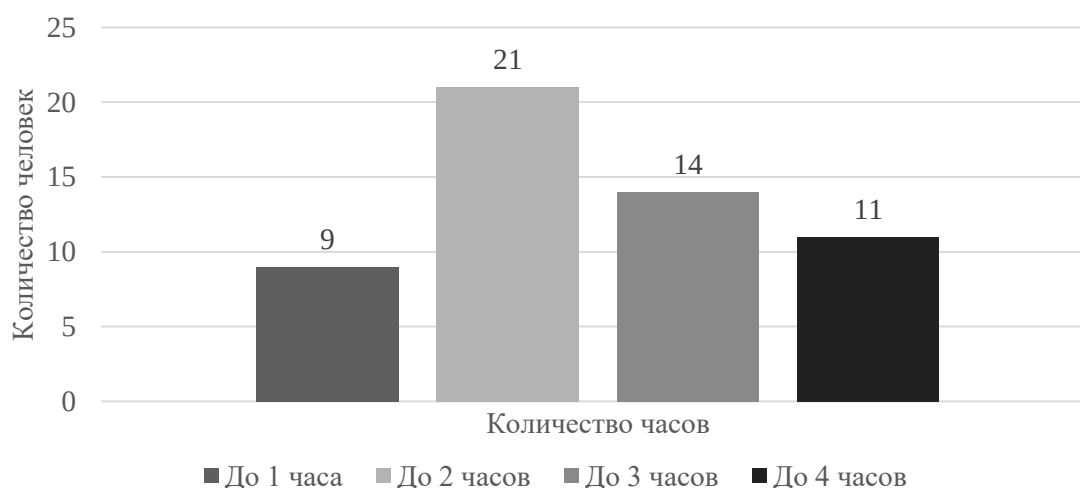


Рис. 1. Время, проводимое в социальных в сетях в сутки [«составлено автором»]

В выборке преобладают экстраверты и наблюдается повышенный уровень нейротизма (рис. 2).

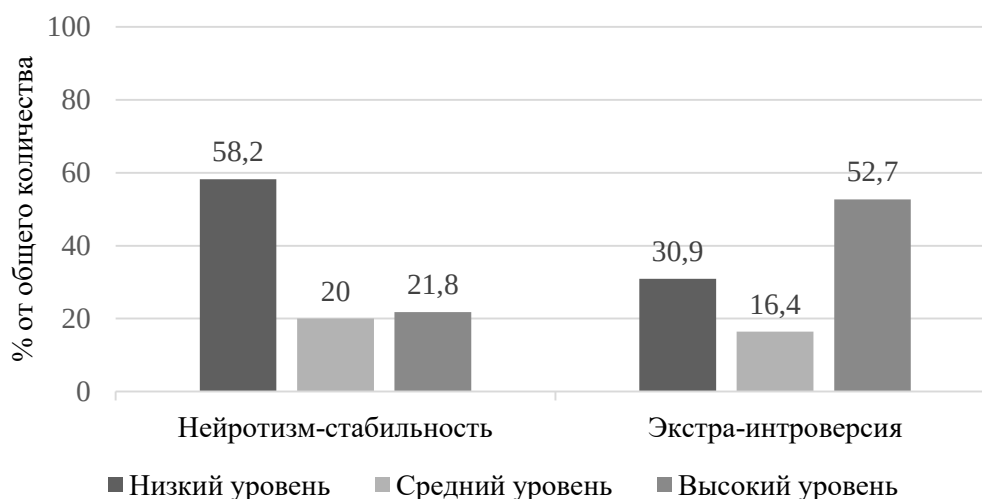


**Рис. 2. Распределение компонентов темперамента [«составлено автором»]**

По направленности личности наблюдается стабильное убывание от направленности на себя до на общение (рис. 3).

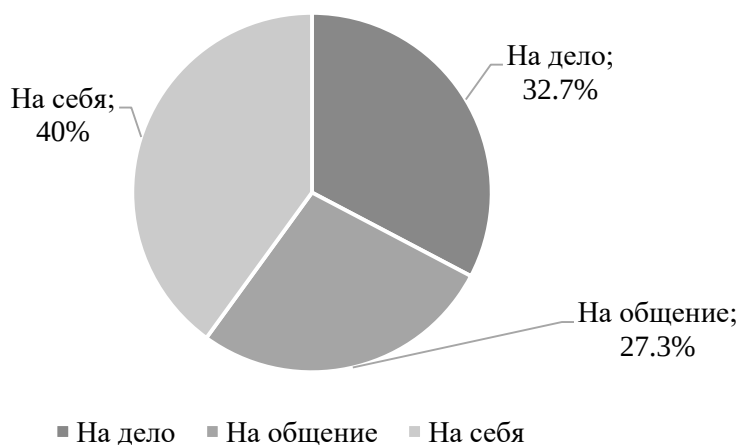


**Рис. 3. Распределение направленности личности [«составлено автором»]**

В компонентах виртуальной идентичности преобладает низкий и средний уровень склонности к кибераддикции, низкий и средний уровень принятия субкультуры и низкий уровень виртуального образа (рис. 4).

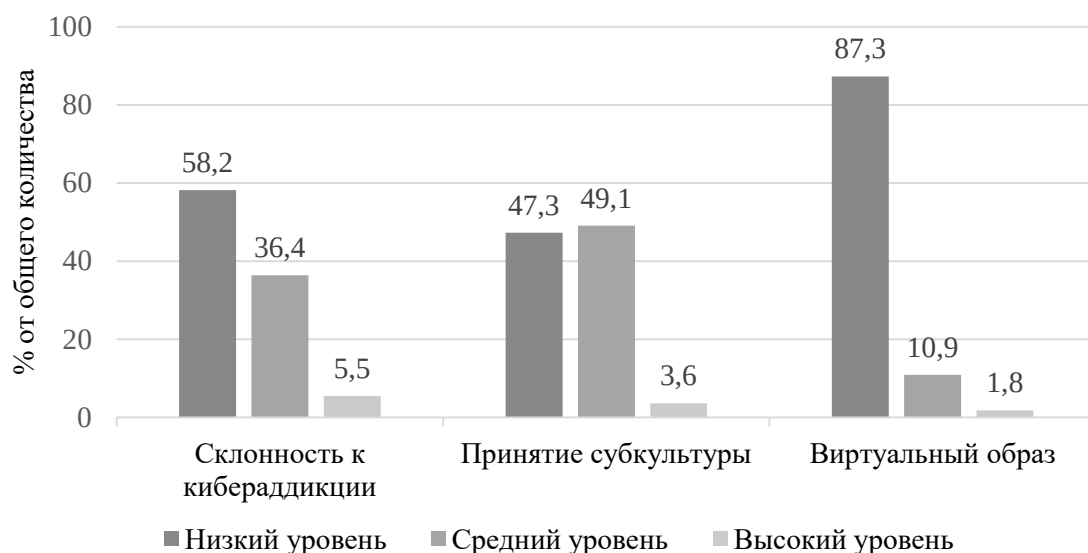


**Рис 4. Распределение компонентов виртуальной идентичности [«составлено автором»]**

В ходе математико-статистической обработки была построена регрессионная модель для зависимой переменной «Сколько времени в день в соцсетях». Параметры модели: коэффициент детерминации  $R^2 = 0,427$  (42,7%),  $F = 7,31$ ,  $p \leq 0,05$ . Полученный коэффициент детерминации позволяет утверждать, что с помощью представленных предикторов можно предсказать чуть менее половины дисперсии зависимой переменной – длительности использования социальных сетей у молодежи. Рассмотрим подробнее её предикторы (таб. 1).

Таблица 1

**Предикторы длительности использования социальных сетей у молодежи [«составлено автором»]**

| Предиктор                        | Вес     | t     | p     |
|----------------------------------|---------|-------|-------|
| Константа                        | 1.8349  | 2.27  | 0.028 |
| Направленность на дело           | -0.0621 | -2.79 | 0.007 |
| Склонность к кибераддикции       | 0.0460  | 3.48  | 0.001 |
| Принятие виртуальной субкультуры | -0.0268 | -2.24 | 0.029 |
| Направленность на общение        | 0.0362  | 1.92  | 0.061 |
| Виртуальный образ                | 0.0281  | 1.96  | 0.056 |

Было получено следующее уравнение регрессии: Сколько времени в день в соцсетях =  $1,835 - 0,062 \times \text{направленность на дело} + 0,046 \times \text{склонность к кибераддикции} - 0,027 \times \text{принятие субкультуры} + 0,036 \times \text{направленность на общение} + 0,028 \times \text{виртуальный образ}$ .

Анализ коэффициентов показывает, что положительный вес склонности к кибераддикции свидетельствует об усилении зависимости и использовании социальных сетей как инструмента эмоциональной регуляции или эскапизма. Аналогичная динамика наблюдается для виртуального образа: необходимость постоянного «дотраивания» цифрового «Я» под влиянием трендов увеличивает время нахождения онлайн. Направленность на общение также выступает стимулом для частого взаимодействия в сети с целью поддержания социальных контактов. Отметим тем не менее, что виртуальный образ и

направленность на общение выражены как предикторы на уровне тенденции, поэтому к анализу подобного результата стоит относиться с осторожностью.

Напротив, отрицательный коэффициент для предиктора «принятие субкультуры» указывает на то, что глубокая адаптация к нормам виртуального сообщества делает пребывание в нём более целенаправленным и эффективным, исключая праздное времяпрепровождение. Аналогично, направленность на дело ориентирует пользователя на продуктивное использование ресурсов сети, что закономерно снижает общее количество часов, проводимых в социальных сетях.

При этом важно отметить, что темпераментальные характеристики как экстраинтроверсия и нейротизм не сыграли роли в возможных предикторах времени затрачиваемого на социальные сети.

Полученные данные подчёркивают компенсаторный характер онлайн-активности у лиц с выраженной склонностью к кибераддикции и высоким виртуальным образом «Я». Результаты имеют практическое значение для разработки программ цифровой гигиены, профилактики интернет-зависимого поведения и коррекционной работы в молодёжной среде.

Ограничения исследования включают относительно небольшой объём выборки и её неоднородность по возрасту, что снижает обобщаемость выводов. Перспективы дальнейших исследований предполагают расширение выборки до репрезентативного уровня, проведение лонгитюдного анализа, а также включение дополнительных переменных как академическая нагрузка, конкретные платформы, эмоциональный интеллект.

### Литература

1. Агапов В.С., Секач М.Ф., Кулешова Л.Н. Психологические предикторы увлеченности студентов компьютерными играми // Вестник Московского университета МВД России. 2023. № 7. С. 274-279.
2. Зекерьяев Р.И. Психологические особенности ценностей в виртуальном пространстве личности, склонной к кибераддикции // Вестник Государственного университета просвещения. Серия: Психологические науки. 2024. № 1. С. 6-17.
3. Никифорова Т.Ю., Скрыбина Д.В. Педагогическая профилактика девиантного поведения среди подростков в системе общего образования // Гуманитарные науки. 2023. № 3(63). С. 122-130.
4. Пейсахов Н.М. Саморегуляция и типологические свойства нервной системы. Казань: Изд-во Казанского университета. С. 101-105.
5. Погорелов Д.Н. Психологическая структура и особенности виртуальной идентичности пользователей социальных сетей: дис. ... канд. психол. наук. Челябинск, 2022. 226 с.
6. Русалов В.М. Новый вариант адаптации личностного теста ЕРІ // Психологический журнал. 1987. № 1. Т. 8. С.113-126.
7. Савельева А.Е. Особенности тревожности и чувства одиночества при кибераддикции // Научные междисциплинарные исследования. 2020. № 8-2. С. 250-258.



8. Симакова Т.А., Карпова Г.С. Прикладные аспекты проблемы развития психологической киберустойчивости в структуре профессиональной подготовки специалистов // Pedagogical Review. 2023. № 6(52). С. 194-202.

9. Kemp S. Digital 2025: The Russian Federation. <https://clck.ru/3TN2Av>

© Камолетдинов Х.П., 2026

**Китаева П.В.**

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского  
г. Омск, Россия

## **ТРУДОВАЯ АДАПТАЦИЯ КАК ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС И ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ И СУБЪЕКТИВНОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ СОТРУДНИКА**

В современной организационной психологии и теории менеджмента особое внимание уделяется изучению факторов, способствующих успешной интеграции человека в трудовой коллектив [1]. В данном контексте ключевыми индикаторами личностной и профессиональной гармонии сотрудника выступают два взаимосвязанных конструкта: социальная идентификация и субъективное благополучие [14]. Их становление и динамика неразрывно связаны с процессом трудовой адаптации, который, таким образом, может быть рассмотрен как центральный элемент в формировании позитивных отношений «сотрудник–организация» [19]. В рамках данной статьи будут последовательно раскрыты сущность данных понятий, проанализирован процесс адаптации в его организационном и психологическом измерениях, а также выявлены механизмы их взаимного влияния.

Понятие социальной идентификации зародилось в недрах социальной психологии как ключевой элемент понимания группового поведения и межгрупповых отношений. Классическая теория социальной идентичности Генри Тэджфела и Джона Тёрнера постулирует, что стремление к позитивной социальной идентичности является фундаментальным мотивом, заставляющим индивида относить себя к определённым социальным группам, перенимать их нормы и ценности [21]. Развивая эти идеи в контексте организаций, современные исследователи вводят и детализируют понятие организационной идентификации, рассматривая её как частный случай социальной, где референтной группой выступает компания или профессиональное сообщество внутри неё [20]. Таким образом, в рамках организационной психологии под социальной идентификацией принято понимать процесс и результат самоотождествления сотрудника с организацией и профессиональной группой, когнитивно-эмоциональное осознание своей принадлежности к ним [7]. Иными словами, это состояние, при котором границы индивидуального «Я» расширяются до группового «Мы», а цели, ценности и нормы организации начинают восприниматься как лично значимые. Это глубоко укорененное чувство «своих» выступает мощным внутренним мотиватором поведения, согласованного с интересами компании, снижает ролевую неопределенность и формирует основу для взаимного доверия в коллективе [2]. Таким образом, формирование устойчивой социальной идентификации можно считать одной из ключевых стратегических целей управления персоналом, напрямую связанной с лояльностью и вовлеченностью.

Концепция субъективного благополучия (СБ) является центральной в позитивной психологии и представляет собой комплексную оценку человеком качества своей жизни. В современной науке СБ рассматривается как интегральное переживание, синтезирующее удовлетворенность различными сферами жизни и доминирование позитивного аффекта [15]. Применительно к организационному контексту субъективное благополучие сотрудника

можно определить как интегральную, многокомпонентную оценку, отражающую степень удовлетворенности различными аспектами трудовой жизни [3]. Данный конструкт включает в себя два основных компонента. Эмоциональный (аффективный) компонент характеризуется преобладанием позитивных эмоций (энтузиазма, интереса, спокойствия) от работы над негативными (тревогой, разочарованием, скукой). Когнитивный (оценочный) компонент представляет собой осознанную удовлетворенность условиями труда, содержанием деятельности, качеством взаимоотношений в коллективе, карьерными перспективами и уровнем признания. В совокупности субъективное благополучие выступает критическим показателем психологического комфорта и качества трудовой жизни, напрямую влияя на производительность, профессиональное здоровье и решение сотрудника об увольнении [10]. Как будет показано далее, успешность прохождения адаптационного периода является фундаментальным условием для достижения высокого уровня СБ.

Для понимания того, каким образом происходит становление идентификации и благополучия, необходимо обратиться к базовому процессу – адаптации. В самом общем виде адаптацию определяют как процесс активного приспособления индивида к изменяющимся условиям социальной среды, обеспечивающий гармонизацию его взаимоотношений с окружением [1]. В профессиональном контексте этот процесс приобретает специфические черты и обозначается как трудовая адаптация. Исследователи предлагают различные, но взаимодополняющие определения, акцентируя взаимное приспособление работника и организации [12]. Критериями адаптированности сотрудника традиционно считаются достижение требуемой производительности, усвоение корпоративных ценностей и установление устойчивых позитивных отношений в коллективе, что в итоге ведет к стабилизации трудового поведения и снижению намерения об увольнении [18]. Обобщая эти подходы, можно заключить, что трудовая адаптация – это двусторонний динамичный процесс, в ходе которого сотрудник осваивает профессиональные роли и нормы, а организация создаёт условия для его эффективной интеграции.

С методологической точки зрения, адаптация представляет собой не единичный акт, а сложный системный процесс, разворачивающийся на нескольких взаимосвязанных уровнях:

1. Психофизиологический уровень – приспособление к новому режиму труда, физическим нагрузкам и производственной среде.
2. Профессиональный уровень – овладение необходимыми знаниями, навыками и компетенциями.
3. Социально-психологический уровень – интеграция в коллектив, усвоение групповых норм и ценностей, установление позитивных межличностных отношений [17].

Именно социально-психологический аспект является прямым мостом к формированию социальной идентификации и субъективного благополучия, поскольку предполагает интериоризацию культуры организации [9]. Успешность протекания адаптации на этом уровне напрямую снижает стресс новизны и повышает общую удовлетворенность трудом. Таким образом, теоретический анализ ключевых понятий показывает, что социальная идентификация и субъективное благополучие формируются в процессе многомерной

адаптации сотрудника, центральным звеном которой является социально-психологическая интеграция. Далее логично обратиться к технологиям, которые организация может использовать для управления этим процессом и достижения желаемых психологических результатов.

Эффективная интеграция нового сотрудника требует от организации целенаправленных усилий. Рассмотрение различных способов и технологий адаптации персонала, а также оценка их эффективности являются важной практической задачей современного менеджмента. В этой связи управление адаптацией рассматривается как стратегически важная функция, направленная на сокращение сроков достижения работником необходимой производительности, снижение текучести кадров и формирование устойчивой лояльности [6]. Эффективная адаптационная политика должна быть комплексной и включать в себя четкую систему целей, инструментов и методов оценки. Российская практика демонстрирует, что ключевыми элементами таких программ являются структурированное введение в должность, целевое обучение и различные формы поддержки, среди которых особое место занимает институт наставничества [4].

Наставничество в организации XXI века эволюционировало в современный, технологичный инструмент развития кадров. Оно понимается как целенаправленный и индивидуализированный процесс передачи знаний, практического опыта и корпоративных стандартов от опытного сотрудника к новичку, способствующий его ускоренной интеграции [4]. Эффективность наставничества подтверждается его положительным влиянием как на раскрытие потенциала новых сотрудников, так и на повышение общей производительности. Современный взгляд подчеркивает двустороннюю пользу этой практики, которая способствует не только адаптации новичка, но и личностно-профессиональному росту самого наставника, укрепляя тем самым корпоративную культуру [13]. Таким образом, наставничество выступает одним из ключевых инструментов, опосредующих связь между организационными усилиями по адаптации и формированием у сотрудника чувства принадлежности и благополучия. Особенно значимую роль адаптационные программы, включая наставничество, играют для специфических категорий персонала.

Особого внимания в рамках рассматриваемой темы заслуживает адаптация таких уязвимых категорий, как молодежь и выпускники учебных заведений. Вступая на рынок труда, они сталкиваются с комплексом специфических трудностей: отсутствием практического опыта, завышенными или, наоборот, заниженными ожиданиями, а также необходимостью быстрой профессиональной социализации [5]. Современные исследования, посвященные поколению Z (зумерам), которые сейчас активно пополняют ряды сотрудников, отмечают их специфические черты: цифровую нативность, ценность баланса между работой и личной жизнью, стремление к быстрой обратной связи и осмысленности труда, что создает как новые возможности, так и вызовы для традиционных систем адаптации [11].

Как справедливо отмечают исследователи, процесс социальной адаптации молодежи требует преодоления системных барьеров, связанных как с личностной незрелостью, так и с объективным состоянием рынка труда, что существенно осложняет формирование первичной

профессиональной идентичности [5]. Проблема адаптации выпускников вузов заключается в преодолении так называемого «разрыва компетенций» – несоответствия между теоретической подготовкой и реальными практическими требованиями рабочего места [16]. Таким образом, для данных групп адаптационные программы должны носить особенно продуманный и поддерживающий характер.

Для того чтобы управление адаптацией было результативным, необходимы надежные критерии и методы оценки ее успешности. В современной практике часто применяется комплекс количественных и качественных показателей. К ним относятся сроки выхода сотрудника на плановую производительность, уровень текучести среди новичков, результаты периодических аттестаций, а также обратная связь от непосредственных руководителей и наставников [8]. Все более востребованными становятся и специализированные психологические методики, позволяющие диагностировать «мягкие» показатели: уровень тревожности, трудовой мотивации, удовлетворенности и степень социально-психологической интеграции сотрудника на разных этапах адаптации [18]. Современный подход подчеркивает, что оценка не должна быть разовой, а адаптацию следует рассматривать как непрерывный процесс, требующий индивидуального подхода и постоянной корректировки.

Подводя итог, можно сделать вывод, что трудовая адаптация является тем центральным организационно-психологическим механизмом, который опосредует взаимосвязь между условиями, создаваемыми компанией, и внутренним миром сотрудника. Целенаправленно выстроенная и эффективно реализуемая система адаптации выполняет двоякую функцию. Во-первых, она структурирует и облегчает процесс инкорпорации нового члена в социальную ткань организации, создавая условия для зарождения и укрепления чувства общности и принадлежности, то есть социальной идентификации. Во-вторых, нивелируя факторы стресса и неопределенности, удовлетворяя потребности в компетентности и социальных связях, она напрямую способствует формированию устойчивого субъективного благополучия на рабочем месте. Следовательно, качество управления адаптацией можно рассматривать в качестве ключевого предиктора не только операционной эффективности (сроки выхода на мощность, текучесть), но и долгосрочных психологических результатов, таких как лояльность, вовлеченность и удовлетворенность трудом, что в конечном счете определяет человеческий капитал и конкурентоспособность организации в целом.

### Литература

1. Абатаева П.Н. Социальная адаптация личности в современной организации // Вестник социально-педагогического института. 2023. № 1(42). С. 87-97.
2. Борисова А.А. Социальная идентичность работника как фактор организационной лояльности // Организационная психология. 2022. Т. 12, № 3. С. 45-62. <https://doi.org/10.17323/2312-5942-2022-12-3-45-62>
3. Гафиатулина Н.Х., Самыгин С.И. Субъективное благополучие и социальное здоровье работающей молодежи // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2022. № 3. С. 38-44.



4. Денисова А.В. Внедрение системы наставничества: современные подходы // Кадровик. 2022. № 9. С. 50–56.
5. Зубок Ю.А., Чупров В.И. Молодежь на рынке труда: проблемы адаптации в условиях неопределенности // Социологические исследования. 2022. № 5. С. 62–74. <https://doi.org/10.31857/S013216250019386-3>
6. Иванова С.В. Современные технологии адаптации персонала в российских компаниях // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. 2024. № 2(65). С. 33–40.
7. Липатов С.А. Организационная идентификация: современное состояние и перспективы исследований // Организационная психология. 2021. Т. 11, № 4. С. 168–192.
8. Митрофанова Е.А., Митрофанова А.Е. Оценка эффективности системы адаптации персонала // Вестник университета. 2023. № 4. С. 45–53.
9. Петрова Н.В., Шавернева Ю.Ю. Социально-психологическая адаптация как механизм усвоения организационной культуры // Социальная психология и общество. 2022. Т. 13, № 2. С. 110–124.
10. Попова Е.С. Профессиональное образование как ресурс адаптации молодежи: динамика восприятия // Социологические исследования. 2025. № 10. С. 65–79. <https://doi.org/10.31857/S0132162525100061>
11. Симонова А.А., Логинова И.О. Особенности трудовой мотивации и адаптации представителей поколения Z в организациях // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2021. Т. 20, № 1. С. 136–163.
12. Слепцова Е.В., Сапрунова Д. Сущность и факторы трудовой адаптации персонала в современных условиях // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2023. № 8-1 (83). С. 179–183.
13. Соколова В.Е., Сабитова П.М. Новый взгляд на наставничество как на эффективный способ управления трудовой адаптацией персонала в организации // Научно-техническое и экономическое сотрудничество стран АТР в XXI веке. 2022. Т. 1, № 1. С. 376–379.
14. Сушко П.Е. Социальное благополучие и социальная успешность российской молодежи // Наука. Культура. Общество. 2023. Т. 29, № 3. С. 136–149. <https://doi.org/10.19181/nko.2023.29.3.8>
15. Шамионов Р.М. Соотношение субъективного благополучия и социальной активности личности // Психологический журнал. 2023. Т. 44, № 3. С. 55–65. <https://doi.org/10.31857/S020595920025678-9>
16. Шепелюк О.Л., Ширшиков М. Проблемы адаптации выпускников вузов к профессиональной деятельности // Глобальный научный потенциал. 2023. № 3 (144). С. 73–76.
17. Филатова М.Н., Щербакова Н.С. Подходы к формированию системы адаптации на предприятиях // Вестник РГГУ. Серия Экономика. Управление. Право. 2022. № 3, ч. 2. С. 159–169. <https://doi.org/10.28995/2073-6304-2022-3-159-169>
18. Яшкова Е.В., Синева Н.Л. Современные методики диагностики адаптированности персонала // Проблемы современного педагогического образования. 2023. № 79-2. С. 315–318.

19. Ashforth B.E., Mael F. Social identity theory and the organization // Academy of Management Review. 2021. Vol. 46, № 3. P. 456-473. <https://doi.org/10.5465/amr.2020.0389>
20. Sidorenkov A.V., Borokhovskiy E.F., Stroh W.A., Naumtseva E.A. Multiple Identifications of Employees in an Organization: Salience and Relationships of Foci and Dimensions // Behavioral Sciences. 2022. Vol. 12, № 6. P. 182. <https://doi.org/10.3390/bs12060182>
21. Turner J.C., Hogg M.A., Oakes P.J. [et al.]. Rediscovering the social group: A self-categorization theory. Oxford: Blackwell, 1987. 239 p.

© Китаева П.В., 2026

**Коваленко В.В., Кожевникова О.В.**  
Удмуртский государственный университет  
г. Ижевск, Россия

## **ПСИХОСЕМАНТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИЗУЧЕНИЮ ВИРТУАЛЬНОГО ОБРАЗА ПСИХОЛОГА**

В условиях социальной неопределённости, роста уровня стресса и трансформации привычных форм социальной поддержки в современном российском обществе существенно возрастает запрос на профессиональную психологическую помощь. Согласно данным социологических исследований, в последние годы наблюдается стабильное увеличение спроса на психологическое сопровождение и расширение объема рынка психологических услуг, что подчеркивает растущую роль специалистов помогающих профессий в сохранении психического здоровья и адаптации в меняющемся мире. Одновременно с этим профессиональная деятельность психолога всё активнее перемещается в цифровое пространство. Социальные сети становятся ключевой средой первичного контакта специалиста с потенциальными клиентами, инструментом самопрезентации, формирования профессионального имиджа и продвижения психологических услуг. В отличие от традиционного очного формата, в цифровом взаимодействии потребитель лишён возможности опоры на прямой межличностный контакт, невербальные сигналы и институциональные гарантии профессиональной компетентности специалиста. Оценка психолога осуществляется преимущественно на основе его онлайн-образа, транслируемого через визуальный контент, тексты, стиль коммуникации, декларируемые ценности и профессиональные атрибуты. Таким образом, доверие в социальных сетях формируется ещё до начала реального взаимодействия и носит во многом опережающий и прогностический характер. Ситуация осложняется отсутствием чёткого нормативного регулирования профессиональной деятельности психологов в цифровой среде. Это приводит к размыванию границ между квалифицированным специалистом и псевдопсихологом, использующим инструменты самопрезентации и продвижения без достаточной профессиональной подготовки. В результате пользователь социальных сетей оказывается в условиях повышенной неопределённости и вынужден самостоятельно интерпретировать признаки компетентности, надёжности и этичности психолога.

С научной точки зрения данная проблема отражает противоречие между высокой социальной значимостью доверия как базового условия психологической помощи и недостаточной разработанностью механизмов его формирования в условиях цифрового взаимодействия. Несмотря на наличие фундаментальных исследований феномена доверия в отечественной психологии, вопрос о том, какие именно характеристики образа психолога в социальных сетях выступают детерминантами доверия потребителя, до настоящего времени остаётся открытым. Современные исследования цифрового доверия показывают, что в условиях онлайн-взаимодействия доверие формируется не только на основе рациональной оценки компетентности специалиста, но и через субъективное восприятие его образа, включающее эмоциональные, ценностные и смысловые компоненты. В этом контексте

особую актуальность приобретает психосемантический подход, ориентированный на реконструкцию индивидуальных и групповых систем значений, опосредующих восприятие социальных объектов.

В последние годы психосемантические методы активно используются для анализа специфики восприятия экспертов, инфлюенсеров и профессиональных ролей в цифровой среде. Исследования показывают, что доверие в социальных сетях тесно связано с такими латентными характеристиками образа, как воспринимаемая искренность, надёжность, конгруэнтность, профессиональная идентичность и эмоциональная доступность, которые не всегда поддаются прямому вербальному описанию [4; 8]. Ряд современных зарубежных исследований подчёркивает, что доверие интернет-аудитории формируется через субъективную целостность образа коммуникатора, а не отдельных декларируемых характеристик. Так, в метааналитическом исследовании потребительского доверия за последние 50 лет показано, что ключевыми предикторами доверия выступают воспринимаемая честность, этичность и профессиональная целостность субъекта коммуникации, что указывает на значимость смысловых и ценностных компонентов образа [6, с. 15]. В исследованиях цифрового контента и онлайн-экспертизы подчёркивается роль парасоциальных отношений, аутентичности и эмоциональной вовлечённости как факторов доверия, формируемых преимущественно на подсознательном уровне восприятия [5; 7]. Данные компоненты трудно диагностируются с помощью традиционных опросников, однако эффективно выявляются с применением психосемантических методов. Отечественные исследования последних лет также подтверждают эвристическую ценность психосемантики при анализе образов профессионалов в цифровой среде [2, с. 13].

Рассматривая доверие к психологу у потребителя психологических услуг в социальных сетях, важно отметить, что оно формируется не только на основе осознанных рациональных оценок, но и через систему субъективных смыслов, эмоциональных откликов и неявных ожиданий, которые часто не осознаются самим пользователем. Эти компоненты доверия трудно выявляются с помощью прямого опроса, анкетирования или декларативных самоотчётов, поскольку значительная часть оценок образа психолога носит имплицитный характер. Использование специализированного семантического дифференциала в рамках настоящего исследования представляется методологически обоснованным, поскольку данный метод: обеспечивает доступ к латентным, слабоосознаваемым компонентам доверия; позволяет реконструировать смысловое пространство образа психолога; учитывает аффективно-оценочный уровень восприятия, критически важный в онлайн-взаимодействии; обладает высокой чувствительностью к нюансам индивидуального и группового сознания [3]. Специализированный семантический дифференциал позволяет переводить реакции респондента на определенный стимул в оценочное, субъективное отношение к предмету, явлению, событию, которое ассоциируется с этим знаком, а также предполагает индивидуальную разработку инструментария с подбором объектов, шкал оценивания, определением факторов [1, с. 142].

Таким образом, важнейшим этапом нашего исследования становится разработка специализированного семантического дифференциала, адаптированного к задаче изучения структурных и содержательных компонентов образа психолога в пространстве виртуальной коммуникации. При разработке специализированного семантического дифференциала перед нами встают следующие задачи: определение объектов оценивания; конструирование шкал оценивания; апробация полученного инструмента.

### **Определение объектов оценивания**

Реализация первого этапа разработки специализированного семантического дифференциала включала проведение как теоретического анализа, так и эмпирического исследования. В рамках первого нами осуществлялся контент-анализ научных статей, посвященных изучению специфики образов психолога и профессионала, с помощью которого были выделены наиболее часто упоминаемые объекты, ассоциирующиеся с предметом нашего исследования. Далее список объектов был представлен участникам фокус-группы, состоящей из 14 человек, для отбора более узнаваемых ассоциаций/образов. Список объектов получился довольно объемным, включающим множество частных ассоциаций, поэтому необходимо было «укрупнить» некоторые объекты и создать итоговый список. Для решения данной задачи мы обратились за помощью к эксперту в области психолингвистики, после чего набор объектов был преобразован в формат ролевых позиций, включающих как положительные, так и отрицательные компоненты образа психолога, а именно: «онлайн-эксперт», «психолог», «исследователь», «дилетант», «медийная личность», «шарлатан», «диванный психолог», «эзотерик», «наставник». Также в ходе проведения фокус-группы были отобраны конкретные персоналии из числа наиболее известных в социальных сетях специалистов психологического профиля, а именно: Михаил Лабковский, Вероника Степанова, Марк Бартон, Татьяна Мужичкая, Андрей Курпатов.

### **Определение шкал оценивания**

Для определения шкал оценивания на начальном этапе было реализовано эмпирическое исследование с привлечением 42 респондентов. В исследовании использовался метод репертуарных решеток Дж. Келли. Респондентам было предложено заполнить бланк с «триадами» (выделенные ранее пятнадцать объектов оценивания были сгруппированы в неповторяющиеся тройки, например: «шарлатан» – «идеальный психолог» – «эзотерик»; Вероника Степанова – Марк Бартон – Андрей Курпатов): необходимо было указать, каким образом два объекта связаны между собой, а третий от них отличается. Полученные ответы были обработаны с помощью контент-анализа, это позволило выделить 40 шкал оценивания. Также был осуществлен анализ научных статей и монографий на тему «аспекты формирования доверия к психологу», «факторы доверия потребителя», «факторы доверия в онлайн-среде», «предикторы доверия к профессионалу». Было изучено 15 научных и сформулировано 56 шкал. В результате мы получили расширенный набор шкал, состоящий из 96 утверждений. Данные шкалы были разбиты на категории, для исключения повторяющихся смысловых единиц и укрупнения. Полученный список был представлен участникам фокус-группы, состоящей из 13 человек, для фильтрации малопонятных формулировок. После всех



процедур конструирования мы получили итоговый набор шкал оценивания, состоящий из сорока пяти шкал-дескрипторов: «вызывает уважение окружающих», «активно комментирует и отвечает на вопросы аудитории», «ведёт себя естественно», «в работе опирается на научный подход и проверенные методы», «владеет грамотной речью», «большинство его клиентов приходят по «сарафанному радио»», «выступает экспертом в оценке жизненных ситуаций», «доступен для взаимодействия как онлайн, так и офлайн», «вызывает впечатление компетентного специалиста», «доброжелателен, тактичен, соблюдает личные границы», «демонстрирует высокий уровень профессиональных знаний», «делится личными историями и эмоциями», «его работа приносит реальную пользу людям», «его имя регулярно упоминается другими экспертами или коллегами», «его контент вдохновляет на действия и развитие», «имеет высшее профильное образование», «использует разнообразные форматы подачи информации (тексты, видео, аудио, инфографика)», «имеет опыт практической работы», «не категоричен, умеет признавать ошибки», «имеет положительные отзывы о своей работе», «имеет в открытом доступе полную информацию об образовании (дипломы и сертификаты по своей специальности)», «говорит с интернет-аудиторией на понятном языке», «контент, который он публикует, полезен и актуален», «занимается саморазвитием, расширяет свои знания в других областях», «нацелен на результат в работе», «общение с ним вызывает чувство психологического комфорта», «помогает принимать осознанные решения», «прислушивается к мнению аудитории», «оказывает необходимую эмоциональную и профессиональную поддержку», «последователен в своих словах и действиях», «понимает мотивы поведения клиента», «проявляет эмпатию», «помогает взглянуть на проблему под другим углом», «проявляет активность в профессиональном сообществе (участвует в конференциях, дискуссиях, форумах и проч.)», «принимает все проблемы клиента как важные и значимые», «руководствуется искренним желанием помочь», «регулярно повышает/подтверждает свою квалификацию», «создает впечатление эмоционально стабильного специалиста», «стремится к конструктивному диалогу», «соблюдает профессиональные стандарты, этические нормы, конфиденциальность», «способствует росту самооценки клиента», «уважительно относится к ценностям и мнению клиента», «умеет слушать и слышать клиента», «честен с собой и с другими», «умеет найти подход к любому человеку».

### **Апробация специализированного семантического дифференциала**

Апробация специализированного семантического дифференциала состоялась в октябрь-ноябре 2025 года. Респондентам было предложено заполнить бланк в формате электронной таблицы MS Excel, разделенной на два листа. На каждом листе содержалась инструкция по заполнению бланка, на первом листе были расположены 8 объектов оценивания и 45 шкал дескрипторов, на втором листе – 7 объектов и 45 шкал. В исследовании приняло участие 162 респондента, мужчины и женщины в возрасте от 25 до 45 лет обоего пола (121 женщина и 41 мужчина). Выявленные в ходе апробации методические затруднения носят не содержательный, а процедурный характер и указывают на необходимость уточнения инструкции к бланку специализированного семантического дифференциала. В результате

факторно-аналитической обработки данных получена базовая факторная структура, отражающая специфику восприятия виртуального образа психолога, детальный анализ которой планируется на следующем этапе нашего исследования.

### **Заключение**

Результаты применения специализированного семантического дифференциала подтверждают его пригодность для изучения образа психолога в соцсетях и позволяют предположить наличие ряда значимых факторов, участвующих в формировании доверия интернет-аудитории. Разработанный инструментарий отражает как рациональные (профессиональные, компетентностные), так и имплицитные, эмоционально-смысловые компоненты доверия, что определяет его методологическую новизну и отличает от традиционных опросных методик. Использование психосемантического подхода позволяет реконструировать целостное смысловое пространство образа психолога, максимально приближенное к реальному восприятию потребителя в условиях цифрового взаимодействия. Практическая значимость исследования заключается в возможности дальнейшего использования доработанного бланка семантического дифференциала для анализа структурных и содержательных характеристик образа психолога как фактора формирования доверия в цифровой среде. Полученные данные могут быть использованы как в научных исследованиях цифрового доверия, так и в прикладных задачах профессиональной самопрезентации психологов в социальных сетях.

### **Литература**

1. Зворыгина А.Д., Кожевникова О.В. Разработка специализированного семантического дифференциала для изучения образа отца у девушек // Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность: Сборник научных статей. Ижевск: Издательский дом «Удмуртский университет», 2024. С. 140-153.
2. Имполитова Н.С. Промежуточные результаты психосемантического исследования образа женщины-политика // Сборник LIII итоговой студенческой научной конференции Удмуртского государственного университета: Материалы всероссийской конференции (г. Ижевск, апрель 2025 года). Ижевск, 2025. Т. 2. С. 12-14.
3. Петренко В.Ф. Основы психосемантики. Москва: Эксмо, 2010. 480 с.
4. Balaban D.C., Szabolcs J. A proposed model of self-perceived authenticity of social media influencers // Media and Communication, 2022. Vol. 10. № 1. P. 235-246.
5. Hoang V.H., Le T. Decoding digital persuasion: a multi-dimensional analysis of social media influencers' impact on consumer purchase intentions in the beauty industry // International Journal of Economics, Business and Management Research, 2024. Vol. 8. P. 372-396.
6. Khamitov M., Rajavi K., Huang D., Hong Y. Consumer trust: meta-analysis of 50 years of empirical research // Journal of Consumer Research, 2024. Vol. 51. Issue 1. P. 7-18.
7. Mandung F. The influence of storytelling techniques in digital marketing on brand loyalty: a consumer psychology perspective // Golden ratio of marketing and applied psychology of business, 2025. Vol. 5. Issue 1. P. 66-78.

8. Wu Y., Huang H. Influence of perceived value on consumers' continuous purchase intention in live-streaming e-commerce - mediated by consumer trust // Sustainability, 2023. Vol. 15. P. 132-140.

© Коваленко В.В., Кожевникова О.В., 2026

Лупонос Е.Д., Потапова Ю.В.

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского  
г. Омск, Россия

## ОТНОШЕНИЕ К ГОРОДУ И ОЦЕНКА ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ КАК ПРЕДИКТОРЫ СУБЪЕКТИВНОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ МОЛОДЕЖИ

Городская среда, являясь ареной антропогенной деятельности, проектируется и функционирует с учетом потребностей и особенностей индивида. Понимание причин, по которым молодые люди отдают предпочтение одному городскому центру перед другим, требует комплексного социологического и психологического анализа. Социокультурные конструкты (локальная идентичность, приверженность городу, локальный патриотизм, ответственность горожанина) играют значимую роль в процессе адаптации и интеграции личности в городскую экосистему. Они формируют основу для возникновения устойчивой привязанности к месту жительства, что, в свою очередь, может влиять на принятие решений относительно постоянного проживания, карьерного роста и социальной активности. Исследование механизмов формирования и трансформации этих установок позволит разработать более эффективные стратегии городского развития, ориентированные на человеческий фактор. Понимание факторов, способствующих сохранению молодежи в границах городского пространства Омска, является актуальной научно-практической задачей.

В контексте урбанистического развития наблюдается парадоксальная тенденция: в условиях динамичного роста городов, зачастую сопровождающегося трансформацией их социокультурного ландшафта, происходит ослабление межпоколенческой связи "молодежь-город". Данный феномен, проявляющийся в утрате молодежью чувства идентичности и привязанности к месту своего происхождения, стимулирует миграционные процессы. Происходит своеобразный "отток" молодого, наиболее активного и потенциально инновационного человеческого капитала из ряда населенных пунктов, что ставит под вопрос их дальнейшее устойчивое развитие.

В общепсихологическом смысле идентичность (от лат. *identificare* – «отождествлять») представляет собой процесс соотнесения индивида с определенной социальной или этносоциальной общностью, предполагающий разделение групповых норм, ценностей и установок. При этом идентичность включает как внутреннее самоопределение личности, так и внешнее восприятие ее принадлежности к той или иной группе со стороны окружающих [6]. Для характеристики связи человека с местом проживания используют разные термины, которые имеют определенные смысловые нюансы, однако можно достаточно четко их разграничить. Привязанность к месту определяется как аффективный компонент идентичности с местом [12].

Понятие «идентичность с городом» (или «связанная с городом идентичность») было введено социологом Марко Лалли [9] для обозначения особой связи личности с городской средой. Городская идентичность представляется актуальным направлением исследований в связи с ее значимой ролью в формировании городской среды и построении региональных

брендов. Это междисциплинарное, многозначное понятие привело к возникновению множества подходов к его определению [11].

Исследователь О. Р. Тучина под идентичностью с городом понимает внутриличный конструкт, формирующийся в результате осмысления и переживания человеком своей принадлежности к конкретному городскому пространству с его культурно-историческими и географическими особенностями. Этот конструкт охватывает представление индивида о себе как о жителе данного города; эмоциональное восприятие своей связи с городским пространством и его обитателями; интуитивное ощущение общей судьбы с городом и его сообществом [12].

Городская идентичность выступает составным элементом социальной идентичности личности и формируется через идентификацию с локальной городской общностью; усвоение и воспроизводство символического капитала города; интериоризацию присущих городу социальных норм и стиля жизни [8].

Как коллективная идентичность порождает чувство сопричастности к конкретному городу; осознание его ценностной значимости; ответственность за его благополучие [5].

В научной литературе городская идентичность рассматривается в двух взаимосвязанных аспектах: как принадлежность личности к определенному сообществу (community identity); как осознание уникальности и привлекательности городского пространства (place identity), включающее восприятие его исторических и культурных особенностей [13].

Теоретическое исследование зарубежных и отечественных подходов позволило сформулировать следующее определение городской идентичности: это социально-психологический феномен, отражающий осознание личностью своей принадлежности к городскому сообществу, выраженное в определенном отношении к городу и его жителям и проявляющееся в соответствующем городском поведении.

Н.С. Дягилева и Л.А. Журавлёва [4] выделяют три группы факторов формирования городской идентичности:

- Стабильные (географическое положение, климатические условия, историческая траектория развития города).
- Изменчивые (численность населения и масштабы городской территории, визуальный облик города, динамика культурных традиций).
- Символические (городская символика, политическая атмосфера, культурно-поведенческие коды жителей).

Анализ научных трактовок феномена городской идентичности позволяет выделить ее базовые признаки, отражающие сущностные характеристики данного понятия [9]. Ядро городской идентичности составляет социальный аспект, связанный с территориальной принадлежностью и идентификацией с конкретной городской общностью – населением данного города. Городская идентичность имеет многоуровневую структуру, включающую: эмоциональный компонент – отношение к городу и к себе как его жителю, удовлетворенность городской жизнью, интерес к истории и культуре города, чувства к землякам; когнитивный компонент – сформированный образ города и городского пространства, осознание его



уникальности; поведенческий компонент – действия, маркирующие человека как горожанина (участие в городских инициативах, пожертвования на городские нужды, благоустройство либо, напротив, акты вандализма); мотивационный компонент – выраженность желания (или нежелания) оставаться жителем данного города, проявляющаяся в миграционной динамике [9].

Важным аспектом изучения городской идентичности является анализ типов взаимодействия личности с городской средой. В.И. Панов выделяет шесть моделей таких отношений, которые особенно релевантны при исследовании взаимодействия молодежи с городским пространством [2]:

- Объект-объектные отношения – потребительское отношение к городской среде, игнорирование собственной роли в ее развитии. Деятельность мотивирована дефицитарными потребностями без учёта бытийных мотивов.
- Субъект-объектные отношения – осознание себя как активного участника преобразования городской среды, где город выступает «сценой» для самореализации. Однако отсутствие рефлексии обратного воздействия среды ведёт к автономии и нечувствительности к ее вызовам.
- Объект-субъектные отношения – принятие себя как объекта воздействия среды, позиция «ученика», демонстрирующего выученную беспомощность и подчинение средовым требованиям. Активность носит реактивный и репродуктивный характер.
- Субъект-обособленные отношения – взаимная инициативность без понимания роли реципиента, что приводит к недиалогичным отношениям и девиантному поведению (например, вандализму).
- Субъект-совместные отношения – коэволюционное развитие личности и городской среды. Человек воспринимает город как ресурс для саморазвития, изменяя его своей деятельностью.
- Субъект-порождающие отношения – городская среда стимулирует постоянные изменения личности, формируя специфические новообразования. Человек проявляет творческий подход к организации собственной жизни и окружающего пространства [2].

Таким образом, городская идентичность представляет собой сложный, многомерный феномен, интегрирующий социальные, когнитивные, эмоциональные и поведенческие компоненты. Ее формирование и проявление неразрывно связаны с характером взаимодействия индивида и городской среды, что обуславливает необходимость комплексного подхода к ее изучению.

В отечественной науке долгое время городская среда рассматривалась преимущественно как физический контекст социальных процессов, без учета ее психологических свойств и способности влиять на поведенческие реакции человека. Однако современные исследования демонстрируют, что городская среда – не просто фон, а активный участник совместной жизнедеятельности человека и города: встраивается в аксиологическую систему личности; определяет творческие интенции; формирует социальные проявления деятельности индивида и общества [2].

Взаимодействие человека с городской средой носит субъект-субъектный характер: индивид выстраивает особую систему отношений, воспринимая пространство как: объект воздействия; поле проявления активности; партнера; инициатора, вызывающего ответные реакции [2].

Исторически понятие «городская среда» начало оформляться в рамках чикагской школы социологии при изучении вовлеченности местных сообществ в социально-экономические преобразования города. Р. Парк одним из первых выделил два ключевых параметра: природную среду; обустроенное человеком пространство в границах города [14].

Обобщая подходы, можно определить комфортную городскую среду обитания как естественно-природное пространство в административных границах города; совокупность застройки (здания, сооружения); наполнение предметами и знаками, удовлетворяющими индивидуальные и социальные потребности населения.

Цель такой среды – повышение качества жизни горожан. Таким образом, городская среда представляет собой сложную, многоуровневую систему, интегрирующую природные, антропогенные, социальные, экономические и технологические компоненты [10].

Существенные различия между городом и селом прослеживаются не только в уровне доходов и доступности услуг, но прежде всего в характере социальных связей; культурных особенностях сообществ [15].

Территориальное сообщество выполняет функцию транслятора социальных норм и установок, что обуславливает специфику переживания субъективного благополучия в разных типах поселений. В этой связи анализ социокультурных особенностей субъективного благополучия (включающего общую удовлетворенность жизнью, психологическое и эмоциональное благополучие) приобретает особую значимость. Он позволяет выявить универсальные и специфические факторы благополучия; определить основания его формирования в различных территориальных условиях [15].

С середины XX века субъективное благополучие стало самостоятельным предметом научных исследований, причем в экономически развитых странах интерес к изучению общей удовлетворенности жизнью только растёт – в том числе из-за парадоксального снижения субъективного благополучия на фоне роста материального благосостояния. При анализе феномена важно различать психологическое и субъективное благополучие: согласно Э. Динеру, второе является компонентом первого. Субъективное благополучие трактуется как интегральный показатель качества жизни, объединяющий объективные (пол, возраст, доход, здоровье, экология) и субъективные (отношение к жизни, ценности, удовлетворенность, локус контроля) факторы. В науке сложились два основных подхода: гедонистический (акцент на достижении положительных эмоций и избегании боли; представлен в концепциях Э. Динера, Н. Брэдберна, Ш. Шварца, Д. Канемана, С. Любомирски) и эвдемонистический (ориентир на личностный рост, самореализацию и позитивное функционирование; восходит к Аристотелю, развит в трудах К. Роджерса и К. Риффа). Современные исследователи все чаще критикуют гедонистическую модель за ее ограниченность, подчеркивая, что ориентация исключительно

на удовлетворение потребностей не обеспечивает подлинного субъективного благополучия и может порождать ощущение бессмысленности жизни [3].

Психологическое содержание субъективного благополучия личности носит многогранный и многоаспектный характер. Оно выступает интегративной характеристикой, отражающей: богатство и разнообразие жизненного опыта субъекта; определенность его жизненной позиции; сложность внутренней структуры личности. Ключевой аспект субъективного благополучия – субъективность, то есть способность человека самостоятельно устанавливать связи между: внешними объектами и явлениями (включая эффекты собственного поведения); внутренними психическими состояниями и ценностями.

Субъективное благополучие отражает не просто объективные условия жизни, но и способ их осмысления и переживания субъектом [7]. Структура субъективного благополучия включает следующие компоненты:

- Когнитивный – связанный с оценкой собственной успешности в деятельности, осмысленностью жизненных целей и реалистичностью представлений о себе и мире.
- Эмоциональный – отражающий удовлетворенность межличностными связями, качеством общения и общим эмоциональным фоном.

В совокупности эти компоненты формируют интегральный показатель психологического благополучия, который, в свою очередь, коррелирует с уровнем сформированности городской идентичности: чем глубже переживание принадлежности к городскому сообществу, тем выше вероятность позитивной самооценки и ощущения осмысленности жизни в данном пространстве [1]. Социальное благополучие индивида во многом определяется степенью согласованности между переживаемой идентичностью (как человек сам себя осознает) и приписываемой идентичностью (как его воспринимают окружающие). Гармоничное совпадение этих двух планов способствует устойчивой социальной ориентации, тогда как их диссонанс – осознаваемый или неосознанный – может приводить к социальной дезориентации. Под последней понимается размытость критериев, необходимых для принятия решений о совершении социальных действий. С точки зрения социологии, анализ идентичности предполагает изучение характера взаимосвязи индивида и социальной структуры, а также степени «встроенности» человека в социально конструируемые категории. Именно эта мера встроенности составляет предмет специфически социологического анализа идентичности [10].

### **Выводы**

Таким образом, ценностная неоднородность городского пространства, специфика формирования городской идентичности и парадоксальность ощущения субъективного благополучия обуславливают необходимость комплексного изучения социокультурных факторов, определяющих качество жизни в различных территориальных сообществах.

### **Литература**

1. Алимбаева Р.Т., Мартаева, А.У. Субъективное благополучие и удовлетворенность жизнью // Инновационная наука. 2016. № 11-3. С. 142-143.

2. Брунер Т.И., Кружкова О.В. Стратегии взаимодействия молодежи мегаполиса с городской средой // Педагогическое образование в России. 2015. № 11. С. 76-82.
3. Гоффе Н.В. Субъективное благополучие в пространственном измерении // Общественные науки и современность. 2023. № 6. С. 75-86. <https://doi.org/10.31857/S0869049923060060>
4. Дробышева Т.В., Журавлев А.Л. Город как объект исследования в социальной психологии: к истории вопроса // Социальная и экономическая психология. 2016. Т. 1, № 1. С. 196-213.
5. Емельянова Т.П., Викентьева Е.Н., Шибаета Л.В., Хохлова Н.И. Ресурсы жизнеспособности горожан: опыт сравнения двух городов // Известия Саратовского университета. Серия: Акмеология образования. Психология развития. 2022. № 4 (44). С. 328-339.
6. Ефимов А.В., Мина А.П. Феномен городской идентичности // АМИТ. 2021. № 1 (54). С. 262-267.
7. Кадырова М.Ш. Субъективное благополучие личности // Мировая наука. 2020. № 3(36). С. 248-251.
8. Киенко Т.С. Социальные факторы городской идентичности: по материалам опроса жителей южно-российских городов // Социальная политика и социальное партнерство. 2019. № 11.
9. Озерина А.А. Городская идентичность как социально-психологический феномен // Logos et Praxis. 2016. № 4. С. 135-139.
10. Петрулевич И.А. Городская идентичность в ценностной парадигме современного российского общества // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2023. Т. 14, № 4. С. 1-10. <https://doi.org/10.15862/83SCSK423>
11. Тимофеева Т.С., Озерина А.А., Голубь О.В. Разработка инструментария для исследования основных факторов формирования городской идентичности // Человеческий капитал. 2021. № 4(148). С. 142-150. <https://doi.org/10.25629/НС.2021.04.13>
12. Тучина О.Р. Идентичность с городом: ценностные детерминанты и связь с психологическим благополучием // Национальный психологический журнал. 2025. Т. 20, № 4. С. 92-102. <https://doi.org/10.11621/npj.2025.0407>
13. Тучина О.Р. Культурное пространство современного города как фактор формирования городской идентичности (на материале исследования жителей красnodара) // АНИ: педагогика и психология. 2023. № 3(44). С. 145-148.
14. Уханова Ю.В., Жданова А.Э. Участие молодежи в развитии комфортной городской среды // Caucasian Science Bridge. 2022. № 4(18). С. 136-146.
15. Шамянов Р.М. Базовые убеждения и культурные установки как предикторы эмоционального и психологического благополучия горожан и сельчан // Социальная психология и общество. 2015. Т. 6, № 4. С. 109–122. <https://doi.org/10.17759/sps.2015060408>

**Минибаев Р.Р.**Нижневартковский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

## **ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ У СТАРШИХ ПОДРОСТКОВ С ИНТЕРНЕТ-ЗАВИСИМОСТЬЮ**

### **Введение**

Современное общество характеризуется стремительным развитием цифровых технологий, что оказывает значительное влияние на психическое развитие подростков. Интернет стал неотъемлемой частью жизни старших школьников, обеспечивая доступ к информации, социальным сетям и онлайн-развлечениям. Однако чрезмерное использование интернета может привести к формированию интернет-зависимости - состояния, при котором наблюдается потеря контроля над временем, проводимым в сети, и снижение качества реальных межличностных контактов [1, с. 45].

Особую актуальность данная проблема приобретает в подростковом возрасте - периоде активного формирования личности, самоидентификации и социальной адаптации. Исследования последних лет указывают на связь между высоким уровнем интернет-зависимости и трудностями в построении межличностных отношений, снижением эмпатии и ростом социальной тревожности [3, с. 112]. В связи с этим целью настоящего исследования стало изучение психологических особенностей межличностных отношений у старших подростков с различным уровнем интернет-зависимости.

### **Методология исследования**

В исследовании приняли участие 20 учащихся общеобразовательной школы в возрасте 16–17 лет. Из них 10 юношей и 10 девушек.

Для достижения цели были использованы следующие психодиагностические методики:

1. Методика «Диагностика компьютерной зависимости учащихся» (Л.Н. Юрьева, Т.Ю. Больбот) – позволяет выделить три уровня зависимости: отсутствие зависимости, средний уровень и высокий уровень.

2. Методика Т. Лири «Круг интерперсональных отношений» - оценивает два основных параметра: «доминирование» и «дружелюбие» [4, с. 78].

3. Опросник К. Томаса и Р. Килмана – выявляет пять стратегий поведения в конфликте: «конфронтация», «сотрудничество», «компромисс», «уклонение», «приспособление» [7, с. 204].

### **Результаты исследования**

1. На первом этапе: Уровень интернет-зависимости

По результатам методики Л.Н. Юрьевой и Т.Ю. Больбот распределение участников по уровням интернет-зависимости следующее:

Таблица 1

**Распределение участников по уровню интернет-зависимости**

| Уровень зависимости | Количество участников | Процент |
|---------------------|-----------------------|---------|
| Отсутствие          | 4                     | 20%     |
| Средний             | 11                    | 55%     |
| Высокий             | 5                     | 25%     |



- Отсутствие зависимости в данной группе 4 человека, что составляет 20% от общего числа участников.

У этих участников отсутствуют признаки интернет-зависимости, то есть их использование интернета контролируемо, не оказывает негативного влияния на психоэмоциональное состояние, учебу, работу или социальные взаимодействия.

Эта группа представляет собой «здоровую» часть выборки, которая умеет регулировать свое время в сети и не демонстрирует симптомов зависимости.

Наличие такой группы важно для сравнительного анализа, чтобы понять, какие факторы или особенности отличают их от людей с более высоким уровнем зависимости. Это может помочь в выявлении ресурсов и защитных механизмов.

В целом, группа с отсутствием зависимости характеризуется стабильным типом поведения в интернете и является важным эталоном для оценки остальных участников.

- Средний уровень – 11 человек (55%)

Преобладание среднего уровня зависимости.

Большинство участников (55%) находятся на среднем уровне зависимости, что свидетельствует о наличии устойчивых, но пока не крайней степени влияния интернета на поведение и образ жизни.

Это может быть стадией риска, требующей внимания для предотвращения дальнейшего ухудшения.

- Высокий уровень – 5 человек (25%)

Наличие высокой зависимости у 25%

Четверть участников серьезно подвержены интернет-зависимости, что представляет значительную проблему и может негативно сказываться на их психическом, социальном и физическом состоянии.

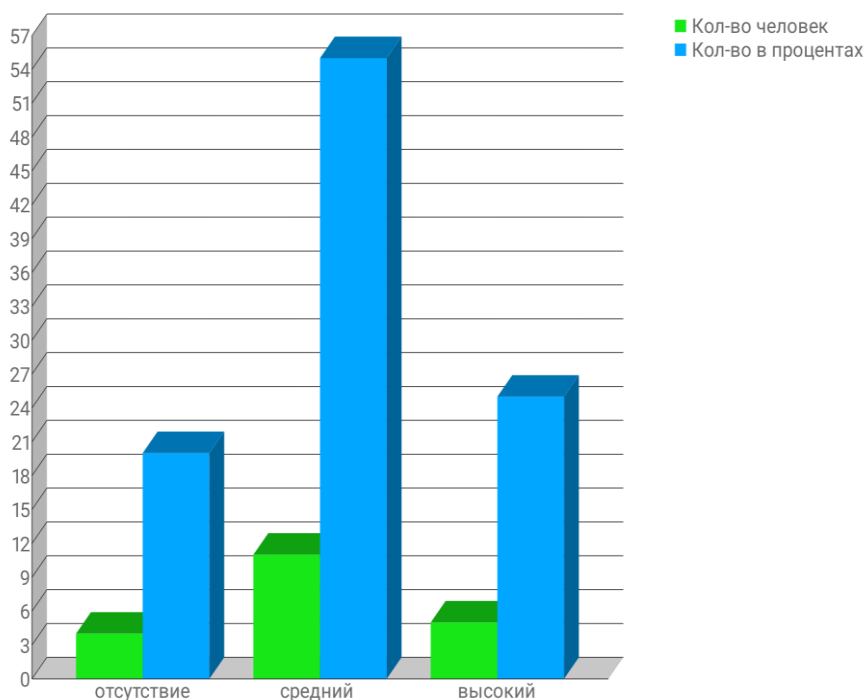


Рис. 1. Уровни интернет-зависимости

На основе этих данных была проведена дальнейшая дифференциация выборки на три подгруппы для сравнительного анализа.

## 2. На 2 этапе: Показатели по методике Т. Лири

Средние значения по шкалам «доминирование» и «дружелюбие» в подгруппах представлены в таблице 2

Таблица 2

**Показатели по методике Т. Лири в подгруппах**

| Группа          | Доминирование ( $M \pm \sigma$ ) | Дружелюбие ( $M \pm \sigma$ ) |
|-----------------|----------------------------------|-------------------------------|
| Без зависимости | $4,2 \pm 0,8$                    | $6,1 \pm 0,7$                 |
| Средний уровень | $5,1 \pm 1,1$                    | $4,9 \pm 1,0$                 |
| Высокий уровень | $6,3 \pm 0,9$                    | $3,4 \pm 0,8$                 |

- Доминирование ( $M \pm \sigma$ )
- Дружелюбие ( $M \pm \sigma$ )

Анализ показателей по методике Т. Лири

Группа

Без зависимости, " $4,2 \pm 0,8$ ", " $6,1 \pm 0,7$ "

Средний уровень, " $5,1 \pm 1,1$ ", " $4,9 \pm 1,0$ "

Высокий уровень, " $6,3 \pm 0,9$ ", " $3,4 \pm 0,8$ "

### 1. Рост доминирования с увеличением зависимости

У лиц без зависимости средний уровень доминирования самый низкий (4,2), при среднем уровне зависимости он повышается (5,1), а при высоком становится максимально высоким (6,3).

Это может свидетельствовать о возрастании чувства контроля, агрессивности или стремления влиять на ситуацию у людей с более выраженной зависимостью.

### 2. Снижение дружелюбия при возрастании зависимости

Наоборот, шкала дружелюбия убывает с ростом зависимости: с 6,1 у без зависимости до 3,4 у лиц с высокой зависимостью.

Это указывает на снижение открытости и дружелюбия, возможно, возрастает замкнутость и конфликтность.

### 3. Взаимосвязь доминирования и дружелюбия

Наблюдается обратная связь: с ростом доминирования падает дружелюбие. Такая динамика может отражать изменение межличностных стилей и эмоциональных особенностей, связанных с уровнем зависимости.

У подростков с высоким уровнем больше преобладает доминирование, чем дружелюбие.

Анализ показал достоверные различия ( $p < 0,05$ ) между группами: чем выше уровень интернет-зависимости, тем выше выраженность доминирования и ниже - дружелюбия. Это свидетельствует о склонности подростков с высокой зависимостью к контролю в общении и снижению открытости в межличностных контактах.

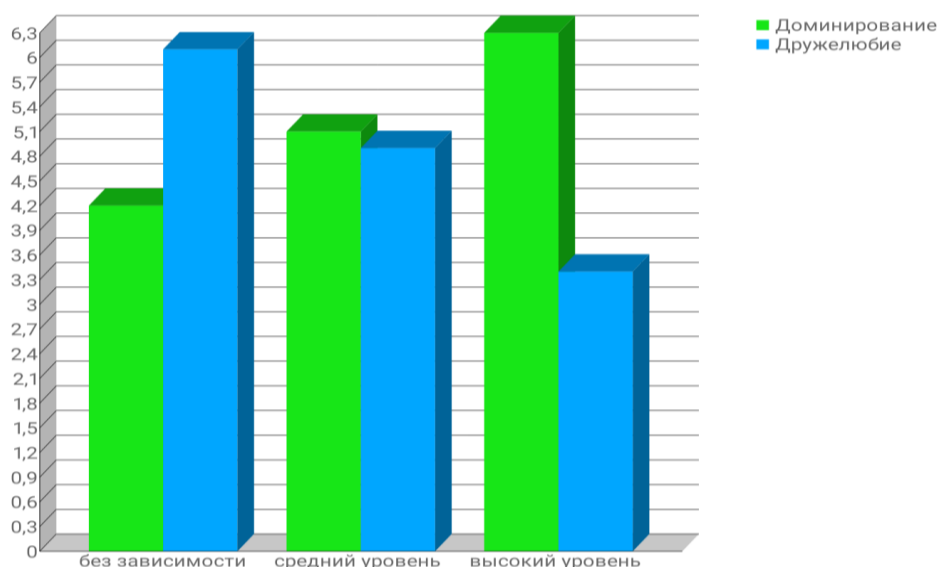


**Рис. 2. Показатели доминирования и дружелюбия**

3. На 3 этапе: Стратегии поведения в конфликте (опросник Томаса–Килмана)

Распределение доминирующих стратегий поведения в конфликте представлено в таблице 3.

Таблица 3

**Распространённость стратегий поведения в конфликте (%)**

| Группа          | Конфронтация | Сотрудничество | Компромисс | Уклонение | Приспособление |
|-----------------|--------------|----------------|------------|-----------|----------------|
| Без зависимости | 12%          | 40%            | 28%        | 10%       | 10%            |
| Средний уровень | 18%          | 27%            | 23%        | 20%       | 12%            |
| Высокий уровень | 10%          | 12%            | 18%        | 42%       | 18%            |

Группа

- Конфронтация
- Сотрудничество
- Компромисс
- Уклонение
- Приспособление

Без зависимости, 12%,40%,28%,10%,10%

Средний уровень, 18%,27%,23%,20%,12%

Высокий уровень, 10%,12%,18%,42%,18%

1. Снижение сотрудничества с ростом зависимости

У лиц без зависимости самый высокий уровень сотрудничества (40%).

При среднем и высоком уровне зависимости этот показатель значительно снижается (27% и 12%).

Это говорит о том, что зависимые люди менее готовы искать совместные решения в конфликте, возможно, испытывают трудности в конструктивном взаимодействии.

2. Рост уклонения и приспособления при высокой зависимости

Уклонение резко возрастает у группы с высоким уровнем зависимости (42% против 10–20% в других группах).

Приспособление также увеличивается с повышением зависимости (до 18%).

Это свидетельствует о тенденции избегать прямого столкновения или уступать позиции, возможно, из-за неуверенности или пассивности.

### 3. Изменения в кон-фронтации и компромиссе

Конфронтация наиболее выражена у группы со средним уровнем (18%), но падает у группы с высокой зависимостью (10%).

Компромисс снижается по мере увеличения зависимости – от 28% (без зависимости) до 18% (высокий уровень).

Это может означать уменьшение активных столкновений и одновременное уменьшение гибкости в поиске взаимовыгодных решений.

С ростом уровня зависимости снижается открытое конструктивное взаимодействие (сотрудничество, компромисс), возрастает избегание конфликтных ситуаций и уступчивость. Поведение становится более пассивным и направленным на уклонение, что может затруднять эффективное разрешение конфликтов у лиц с высокой зависимостью.

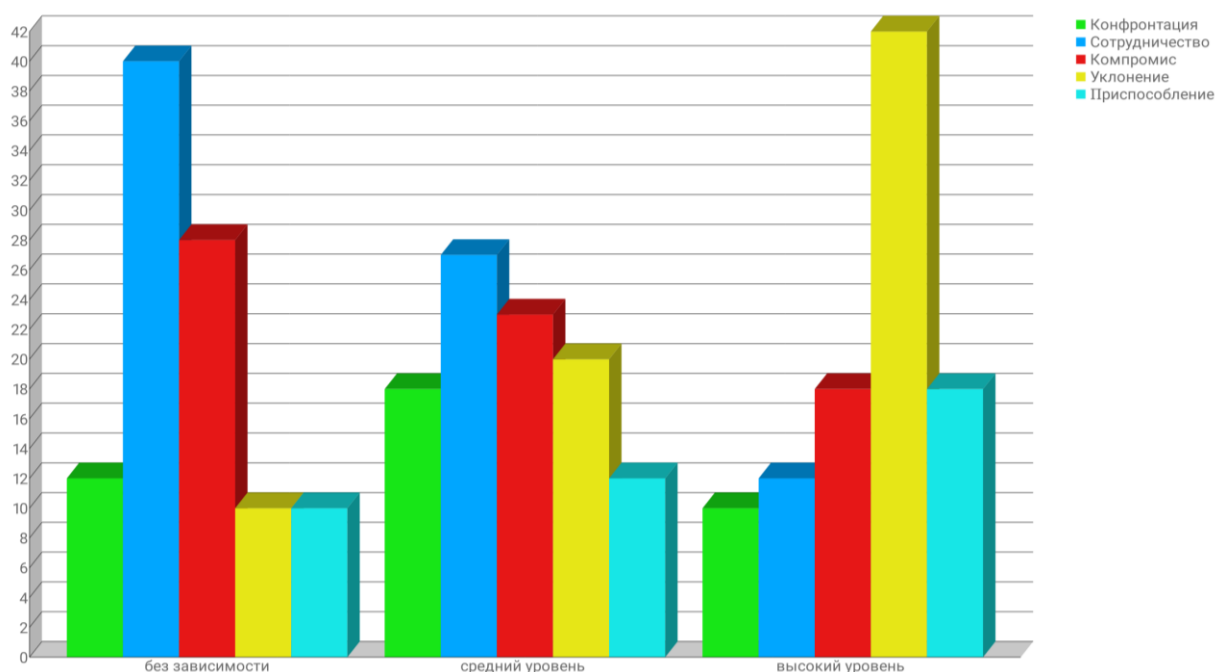


Рис. 3. Стратегии поведения в конфликте

Корреляционный анализ выявил обратную связь между уровнем интернет-зависимости и показателем дружелюбия ( $r = -0,68$ ,  $p < 0,01$ ), а также положительную связь с уклонением от конфликта ( $r = 0,71$ ,  $p < 0,01$ ).

Полученные данные согласуются с результатами современных исследований, указывающих на то, что интернет-зависимость у подростков ассоциирована с дефицитом социальных навыков и эмоциональной регуляции [2, с. 89; 8, с. 156]. Преобладание доминирования при снижении дружелюбия может быть связано с компенсаторными механизмами: в виртуальной среде подростки часто получают иллюзию контроля и признания, что затрудняет адаптацию к реальным, менее предсказуемым социальным ситуациям.

Высокая частота стратегии уклонения в конфликте среди подростков с выраженной интернет-зависимостью подтверждает гипотезу о том, что такие подростки избегают эмоционально напряженных ситуаций, предпочитая «отключаться» от реальности [5, с. 67]. Это может способствовать социальной изоляции и усугублению зависимости.

Сравнение с нормативными данными по методике Томаса–Килмана показывает, что у здоровых подростков преобладают стратегии сотрудничества и компромисса, что соответствует возрастной норме развития коммуникативной компетентности [6, с. 102].

### **Заключение**

Исследование выявило значимые различия в межличностных отношениях старших подростков в зависимости от уровня интернет-зависимости. Подростки с высоким уровнем зависимости характеризуются повышенной склонностью к доминированию, сниженным дружелюбием и предпочтением избегающих стратегий в конфликте. Эти особенности могут выступать как факторами риска развития социальной дезадаптации, так и маркерами уже существующих трудностей в общении.

Полученные результаты подчеркивают необходимость ранней диагностики интернет-зависимости и внедрения в образовательную среду программ социально-психологической поддержки, направленных на развитие эмоционального интеллекта, навыков конструктивного общения и разрешения конфликтов.

### **Литература**

1. Баранов А.А., Смирнова Е.В. Интернет-зависимость как феномен современного подросткового возраста // Психологическая наука и образование. 2022. Т. 27, № 2. С. 43-52.
2. Данилова Е.В. Эмоциональный интеллект и интернет-зависимость у старшеклассников // Экспериментальная психология. 2024. Т. 17, № 1. С. 87-95.
3. Ковалёв С.В. Социальная тревожность и интернет-зависимость в подростковом возрасте // Психологические исследования. 2022. Т. 15, № 4. С. 110-118.
4. Лири Т. Интерперсональные отношения и их измерение // Психологическая диагностика. 2020. № 1. С. 75-82.
5. Caplan S.E. Theory and measurement of generalized problematic internet use: A two-step approach // Computers in Human Behavior. 2020. Vol. 102. P. 65-72.
6. Thomas K.W., Kilmann R.H. Thomas-Kilmann Conflict Mode Instrument: Twenty-five years of research and application // Group & Organization Management. 2020. Vol. 45, № 1. P. 100-120.
7. Kilmann R.H., Thomas K.W. Manual for the Thomas-Kilmann Conflict Mode Instrument. Tuxedo, NY: XICOM, 2021. 48 p.
8. Pontes H.M. The psychology of internet use disorder // Current Addiction Reports. 2024. Vol. 11, № 2. P. 150-162.

© Минибаев Р.Р., 2026



**Сабелькина Е.С., Коваленко С.В.**  
Нижневартовский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

## **ДЕТСКО-РОДИТЕЛЬСКИЕ ОТНОШЕНИЯ У МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ С РАЗНЫМ СТИЛЕМ СЕМЕЙНОГО ВОСПИТАНИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ АДЕКВАТНОЙ САМООЦЕНКИ**

Детско-родительские отношения, понимаемые как сложный, двусторонний процесс отражения семейных связей, опосредующий совместную деятельность родителей и детей [1; 2], выступают фундаментальным фактором развития личности ребенка. Они являются первичной моделью социального взаимодействия, закладывая основы самооценки, эмоциональной регуляции и поведенческих стратегий. Проблема влияния стиля семейного воспитания на характер этих отношений и, как следствие, на адаптацию ребенка, особенно актуальна в младшем школьном возрасте. Этот период (6–11 лет) характеризуется сменой социальной ситуации развития, становлением ведущей учебной деятельности, формированием произвольности и внутреннего плана действий [4], что делает ребенка особенно чувствительным к качеству семейного взаимодействия.

Цель исследования – теоретическое обоснование и эмпирическое исследование детско-родительских отношений в семьях у младших школьников с разным стилем семейного воспитания как фактор развития адекватной самооценки.

Объект исследования – детско-родительские отношения в семьях с детьми младшего школьного возраста.

Предмет исследования – детско-родительские отношения у младших школьников с разным стилем семейного воспитания как фактор развития адекватной самооценки.

Гипотеза исследования: у детей младшего школьного возраста будет заниженная либо компенсаторно завышенная самооценка, если преобладающим стилем родительского отношения является авторитарный; у детей младшего школьного возраста будет неадекватно завышенная самооценка, если преобладающим стилем родительского отношения является гиперопекающий (симбиотический); у детей младшего школьного возраста будет нестабильная самооценка (заниженная или компенсаторно завышенная), если преобладающим стилем родительского отношения является отстраненный (формальный); у детей младшего школьного возраста будет адекватная самооценка (средняя или высокая в пределах возрастной нормы), если преобладающим стилем родительского отношения является демократический (кооперативный).

Задачи исследования:

1. Изучить и описать подходы к понятию детско-родительских отношений в семьях с младшими школьниками с разным стилем семейного воспитания в отечественной и зарубежной литературе.
2. Охарактеризовать детско-родительские отношения в семьях с младшими школьниками с разным стилем семейного воспитания в отечественной и зарубежной литературе.
3. Выполнить анализ результатов констатирующего эксперимента.

Исследованием и разработкой теоретических аспектов изучения детско-родительских отношений занимались такие отечественные ученые, как А.Я. Варга [3], Мясищев [5], Д.Б. Эльконин [8].

Современные ученые определяют детско-родительские отношения как процесс и результат индивидуального отражения семейных связей, опосредующих внешнюю и внутреннюю активность родителей и детей в их совместной деятельности [5]. А.Я. Варга рассматривает эти отношения как двустороннюю систему, включающую взаимообусловленные ресурсы ребенка, получаемые из контактов с родителями, и ресурсы родительства, обрастаемые во взаимодействии с детьми [3].

В научной литературе сложились две основные позиции к рассмотрению данного феномена. Первая, интегрирующая психоаналитический, неопрейдистский и бихевиористский подходы, рассматривает влияние семьи как определяющее, а личность ребенка – как объект формирования со стороны родителей. Вторая позиция, представленная гуманистической психологией, рассматривает семью как среду, сопровождающую и содействующую развитию личности ребенка через создание условий для становления его субъектности [6].

В отечественной психологии Л.С. Выготский выдвинул концепцию, согласно которой развитие личности ребенка в целом и присвоение им социального опыта происходит через опосредованное общение со взрослым как носителем норм и образцом поведения. Д.Б. Эльконин подчеркивали, что развитие осуществляется через усвоение смыслов деятельности и норм общения, а также через формирование потребностей в активной деятельности. В.С. Мухина указывала на два взаимосвязанных направления развития: усвоение правил взаимоотношений и способов взаимодействия с предметным миром, что осуществляется через взрослого и сверстника.

Таким образом, в различных психологических школах прослеживается общая идея двойственности родительских отношений, сочетающих безусловную любовь, принятие и безопасность с условными требованиями, контролем и социализацией. Эта полярность («любовь и контроль», «безусловность и условность») является сущностной характеристикой данных отношений, где задача родителя заключается в нахождении динамического баланса между этими полюсами.

### Методы

Для проведения эмпирического исследования детско-родительских отношений в семьях с детьми младшего школьного возраста были поставлены следующие задачи:

1. Выявить особенности восприятия ребенком семейной ситуации и его социально-эмоциональной адаптации.
2. Диагностировать родительские установки и стили воспитания.
3. Установить взаимосвязь между стилем родительского воспитания и особенностями социально-психологического состояния ребенка.

Для решения этих задач была применена комплексная диагностическая процедура, включающая три взаимодополняющих этапа сбора данных (триангуляция):

*Качественное интервью с родителями* для сбора демографической информации, истории воспитательных практик и контекстуальных данных о семейной жизни.

*Проективная методика «Фильм-тест» Рене Жиля*, направленная на диагностику социально-психологической адаптации ребенка и его восприятия отношений с родителями и сверстниками. Проводилась индивидуально в комфортной обстановке.

*Тест-опросник родительского отношения (А.Я. Варга, В.В. Столин)*, позволяющий объективировать родительские установки по ключевым шкалам (Принятие/Отвержение, Кооперация, Симбиоз, Авторитарная гиперсоциализация, Инфантилизация).

*Методика исследования самооценки (Т.В. Дембо, С.Я. Рубинштейн)*, позволяющая оценить уровень самооценки личных качеств, основанный на непосредственном оценивании [7].

### Результаты исследования

Исследование проходило в соответствии с основными методическими требованиями. Результаты выполнения всех заданий фиксировались и подвергались анализу. На основе полученных данных был проведен количественный анализ результатов, представленный на рисунках 1, 2, 3, 4 и 5.

Анализ данных выявил ряд тревожных тенденций. Наиболее проблемной зоной оказались отношения с отцовской фигурой. У 15 детей из 24 (63%) показатель «отношение к отцу» находился в критически низкой зоне (ниже 20%), что свидетельствует о распространенности эмоциональной дистанции или депривации в этих отношениях.

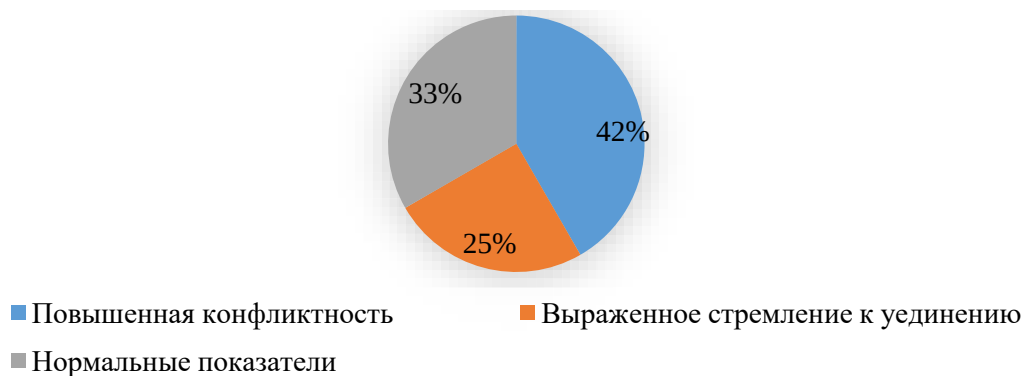


**Рис. 1. Проблемные показатели социальной адаптации (составлено авторами)**

Параллельно у 10 детей (42%) был зафиксирован повышенный уровень конфликтности, а у 6 (25%) – выраженное стремление к уединению, указывающее на трудности социальной адаптации.

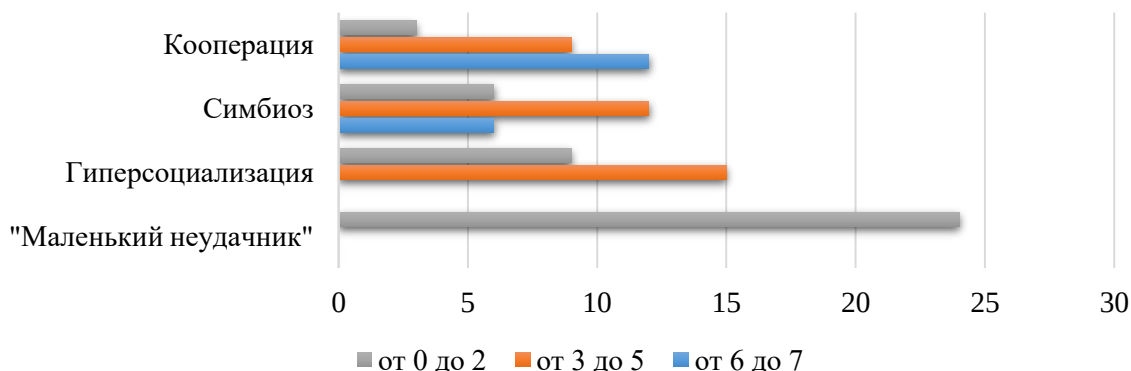


**Рис. 2. «Тест-опросник родительского отношения» (А.Я.Варга, В.В.Столин)»  
(составлено авторами)**

Картина родительских установок оказалась неоднозначной. С одной стороны, абсолютное большинство родителей (91.7%) продемонстрировали высокий уровень безусловного принятия ребенка. С другой стороны, анализ шкалы «Кооперация», отражающей готовность к диалогу и партнерству, показал глубокий разрыв: лишь 41.7% родителей показали результаты, соответствующие демократическому стилю, в то время как 33.3% имели низкие баллы, характерные для директивного, авторитарного взаимодействия.

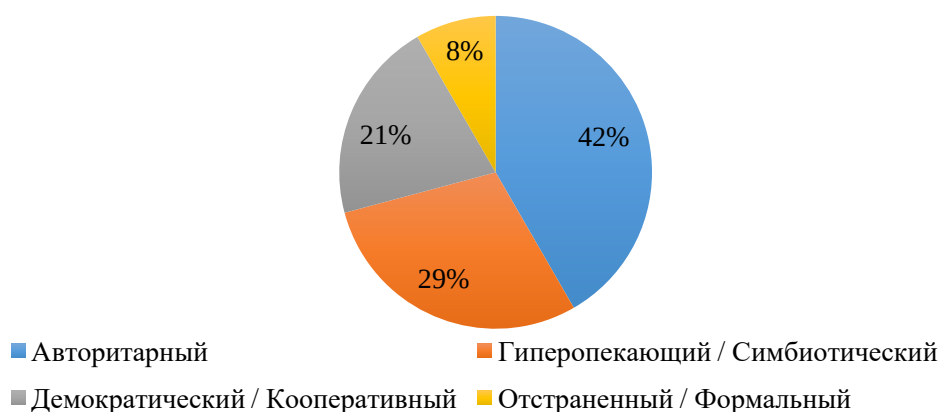
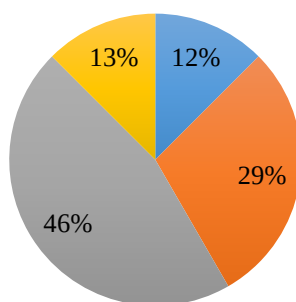


**Рис. 3. Распределение родителей по стилю воспитания по результатам анкеты  
(составлено авторами)**

Качественный анализ интервью с родителями позволил выделить четыре соответствующих стиля воспитания, которые в 87,5% случаев совпали с количественной классификацией детей:

1. Авторитарный (42%): Акцент на долге, послушании и наказании.
2. Гиперопекающий / Симбиотический (29%): Стирание границ, тревожная опека, использование «мы-формул».
3. Демократический / Кооперативный (21%): Ориентация на диалог, учет мнения ребенка, объяснение правил.
4. Отстраненный / Формальный (8%): Делегирование воспитания, дефицит эмоционального контакта.



■ Низкий ■ Средний ■ Высокий ■ Очень высокий

Рис. 4. Результаты методики исследования самооценки (Т.В. Дембо, С.Я. Рубинштейн)

*Завышенная самооценка (очень высокий уровень)* диагностирована у 12,5% детей. Эти школьники склонны переоценивать свои возможности, часто выбирают непосильные задачи и болезненно реагируют на неудачи. *Высокая самооценка* (часто являющаяся вариантом нормы или отражающая реальные успехи) характерна для 45,8% учащихся. Беседа с учителем подтвердила, что у большинства этих детей высокая самооценка подкреплена реальными учебными достижениями и социальным признанием, что позволяет считать ее адекватной, несмотря на высокие числовые значения. *Средняя (адекватная) самооценка* выявлена у 29,2% респондентов. Эти дети реалистично оценивают свои сильные и слабые стороны. *Заниженная самооценка* диагностирована у 12,5% школьников. Эти дети неуверенны в себе, тревожны, склонны избегать трудностей.

— Авторитарный — Гиперопекающий — Отстраненный — Демократический

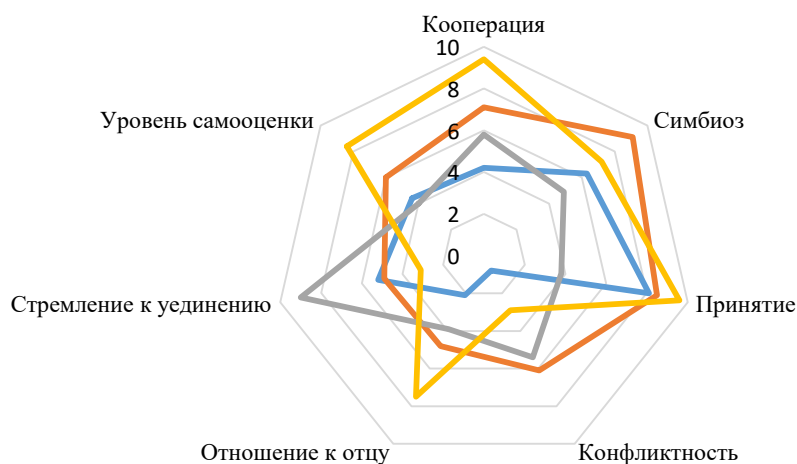


Рис. 5. Соотношение результатов методик «Фильм-тест Рене Жиля», «Тест-опросник родительского отношения» (А.Я.Варга, В.В. Столин) и методики исследования самооценки (Т.В. Дембо, С.Я. Рубинштейн), (составлено авторами)

По данным корреляционного анализа выявлены статистически значимые взаимосвязи между родительскими установками и уровнем самооценки детей.

Установлено, что *кооперативная родительская позиция* является ключевым фактором, снижающим конфликтность ребенка ( $r = -0,73$ ) и способствующим формированию



адекватной самооценки. В семьях с *демократическим стилем* воспитания (20,8% выборки) преобладает адекватная самооценка (средняя – 29,2%, высокая в пределах нормы – 45,8%).

*Гиперопекающий (симбиотический) стиль* (29,2%) связан с эмоциональной уязвимостью ребенка ( $r = +0,65$ ) и поляризацией самооценки: 12,5% детей демонстрируют завышенную самооценку как компенсаторный механизм, 12,5% – заниженную.

*Авторитарный стиль* (41,7%) коррелирует с повышенной конфликтностью (42%) и заниженной самооценкой, в отдельных случаях – с компенсаторно завышенной.

*Отстраненный стиль* (8,3%) характеризуется дефицитом принятия ( $r = -0,58$  со стремлением к уединению) и нестабильной самооценкой преимущественно заниженного типа.

Семья, как первичный и наиболее значимый социальный институт, закладывает фундамент личностного развития ребенка. Особенно эмоционально насыщенными и определяющими являются детско-родительские отношения в младшем школьном возрасте, когда ребенок осваивает новую социальную роль ученика. Однако, как показало проведенное исследование, именно характер этих отношений, задаваемый стилем семейного воспитания, часто становится источником трудностей и конфликтов.

Выявленная прямая зависимость между непродуктивными стилями воспитания (авторитарным, гиперопекающим, отстраненным) и нарушениями в социально-эмоциональной сфере ребенка (повышенной конфликтностью, ранимостью, стремлением к уединению, низкой фрустрационной толерантностью) подтверждает необходимость целенаправленной психолого-педагогической работы с семьей. На основании полученных данных в перспективе планируется разработка коррекционно-профилактической программы, ориентированной на оптимизацию детско-родительских отношений в семьях младших школьников.

Цель программы: Содействие установлению и развитию отношений партнерства и сотрудничества между родителем и ребенком через коррекцию родительских установок и формирование адекватной самооценки у детей.

Задачи программы:

- расширение представлений родителей о психологических особенностях младших школьников и влиянии различных стилей воспитания на развитие личности ребенка
- улучшение рефлексии родителями собственных воспитательных установок и их связи с поведенческими и эмоциональными трудностями ребенка;
- выработка новых навыков взаимодействия с ребенком;
- активизация коммуникаций в семье;
- формирование у детей младшего школьного возраста адекватной самооценки и устойчивости к трудностям.

Поскольку в системе детско-родительских отношений ключевой фигурой, определяющей качество контакта, является взрослый, ядром программы станет работа с родительской позицией. Упор будет сделан на формирование именно навыков сотрудничества, что, согласно полученным результатам, имеет сильнейшую обратную связь со снижением конфликтности у детей. Признание за ребенком права на собственный выбор и

уважение его позиции рассматривается как база для перехода от отношений контроля к отношениям диалога и взаимного понимания.

### **Заключение**

Таким образом, результаты исследования наглядно демонстрируют: самооценка младшего школьника – это зеркало его отношений с родителями. Именно стиль семейного воспитания становится тем вектором, который определяет, как ребенок будет воспринимать себя и свои возможности.

Ключом к развитию адекватной самооценки является переход к кооперативному взаимодействию, сочетающему свободу действий с личной ответственностью ребенка. Роль родителя при этом трансформируется из контролирующей в поддерживающую. Создавая атмосферу доверия и признания, значимые взрослые помогают ребенку сформировать позитивное самоотношение, что является необходимым условием для его гармоничного развития и будущих достижений.

### **Литература**

1. Антоненко К.С., Игнатович С.С. Детско-родительские отношения как фактор психического развития ребенка в раннем детстве // Педагогика: история, перспективы. 2021. № 3. С. 92-101.
2. Белкевич Н.И. Взаимосвязь уровня взаимопонимания в детско-родительских отношениях и успешности обучения младших школьников // Журнал психологии и педагогики. 2020. № 2. С. 43-51.
3. Варга А.Я. Избаловать любовью? // Семья и школа. 2016. № 8. С. 25-27.
4. Киселева Н.С., Слотина Т.В. Детско-родительские взаимоотношения и компоненты социальной уверенности детей младшего школьного возраста // Комплексные исследования детства. 2020. Т. 2, № 2. С. 80-89.
5. Мясищев В.Н. Психология отношений. М.: Институт практической психологии; Воронеж: НПО «МОДЭК», 1995. 356 с.
6. Роджерс К.Р. Становление личности. Взгляд на психотерапию; пер. с англ. М. Злотник. М.: Эксмо-Пресс, 2001. 416 с.
7. Рубинштейн С.Я. Экспериментальные методики патопсихологии и опыт применения их в клинике. М.: Апрель-Пресс; Психотерапия, 2010. 224 с.
8. Эльконин Д.Б. Избранные психологические труды. М., 1989

© Сабелькина Е.С., Коваленко С.В., 2026

**Шардина З.М.**

Нижневартовский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

## **ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ МЕЖЛИЧНОСТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПОДРОСТКОВ С ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМИ НАРУШЕНИЯМИ СО СВЕРСТНИКАМИ И ПЕДАГОГАМИ**

В настоящее время образование детей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) ориентировано на обеспечение условий для достижения таким ребенком максимально возможного для него уровня социальной адаптации и социальной интеграции, а также на создание специальных условий для получения образования в соответствии с возрастными и индивидуальными особенностями школьника, его особыми образовательными потребностями [1, с. 2].

В Концепции развития образования обучающихся с инвалидностью и ОВЗ до 2030 года в качестве целевого ориентира воспитания и обучении школьников с ОВЗ выделяется создание «...для ребенка с ОВЗ среды, стимулирующей его социальное развитие, понимая важность создания условий для его полноценного общения со сверстниками...» [2, с. 6]. Социальное взаимодействие детей и подростков с ОВЗ включает в себе ключевые аспекты их восприятия и понимания друг друга, лидерство и руководство, сплоченность и конфликтность, межличностные отношения и т.д. Подчеркивается «... ценность задач воспитания ребенка как процесса обеспечения его аффективной стабильности, развития в ценностных ориентирах своей семьи и культуры, дающих устойчивость к деструктивным провокационным вызовам, предсказуемо возникающим в условиях кризисного характера современного детства и особенно опасных для детей с ОВЗ» [2, с. 6]. Самой сложной в плане психофизического благополучия нозологической группой является группа детей и подростков с умственной отсталостью (нарушениями интеллекта).

Одной из серьезных проблем современного общества является широкая распространённость состояний психического недоразвития, которые являются следствием действия неблагоприятных биологических факторов (органические нарушения ЦНС) или следствием нарушения процесса онтогенетической социализации [3, с. 239-252].

Успешность социальной адаптации и интеграции лиц с такими нарушениями развития непосредственно связана с работой психолого-педагогической системы, направленной на развитие их межличностного взаимодействия как основы социализации. В связи с этим на актуальный уровень выводятся проблемы социализации детей и подростков и юношества с нарушениями психического развития, основной сферой осуществления которой является процесс межличностного взаимодействия [4].

Когнитивная, эмоциональная и мотивационно-потребностная сферы подростков с интеллектуальными нарушениями характеризуются определенной ограниченностью, что закономерно проявляется в специфике их межличностного взаимодействия. В различных социальных контекстах, включая образовательную среду, это выражается в устойчивых трудностях при формировании общего пространства взаимодействия, согласовании интересов, выборе адекватных средств коммуникации, достижении взаимопонимания в целях

и личностных установках, а также в обеспечении психологической совместимости и уважения к партнеру.

Как следствие, межличностное взаимодействие лиц с интеллектуальным недоразвитием часто отличается низкой продуктивностью и может приобретать деструктивный характер [5]. Данные трудности являются ключевой причиной повышенного риска социальной дезадаптации, формирования асоциальных форм поведения и образа жизни у значительной части данной категории.

Для выявления и описания психологических характеристик межличностного взаимодействия подростков с интеллектуальными нарушениями в условиях школьного класса было осуществлено эмпирическое исследование.

В качестве объекта исследования определена сфера межличностного взаимодействия подростков с интеллектуальными нарушениями. Предмет исследования - психологические характеристики межличностного взаимодействия подростков с интеллектуальными нарушениями в условиях школьного класса.

Гипотеза исследования: у большинства подростков с интеллектуальными нарушениями межличностное взаимодействие со сверстниками и педагогами в условиях школьного класса может характеризоваться положительно, благополучно; при этом у части подростков могут выявляться трудности общения и межличностного взаимодействия.

Эксперимент проводился на базе КОУ ХМАО-Югры «Нижневартовская школа для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья № 2», г. Нижневартовска. В выборку испытуемых вошли 9 учащихся одного из седьмых классов школы (возраст – 14-15 лет). У всех школьников имеется заключение врача-психиатра о постановке диагноза: Легкая умственная отсталость; закреплен статус «ребенок с ограниченными возможностями здоровья», имеются рекомендации ТПМПК г. Нижневартовска о создании условий для получения таким ребенком образования (ФГОС УО, вариант 1) [6].

Данное образовательное учреждение осуществляет образовательную деятельность по адаптированным основным общеобразовательным программам обучающихся с умственной отсталостью (интеллектуальными нарушениями). Все обучающиеся охвачены коррекционной работой, включающей в себя занятия с учителем-дефектологом, учителем-логопедом, педагогом-психологом. Также в школе созданы условия для получения профессионального образования обучающимися старших классов.

Для проведения экспериментального исследования были использованы методики: проективная методика «Моя Вселенная» и графическая беседа «Мой круг общения» (автор - Т.Ю. Андрущенко).

Выбор данных методик определила доступность их формулировок для понимания подростками с интеллектуальными нарушениями, наглядность и образность инструкций, что позволяет построить более ясную картину внутреннего мира школьника и его взаимодействия, и общения посредством наглядных образов.

Для достижения цели исследования и реализации его задач использовалась проективная методика «Моя Вселенная», позволяющая изучить межличностное взаимодействие и общение

умственно отсталых подростков. Диагностические сведения оценки подростками образа «Я» и личностных качеств, эмоционального состояния, влияния референтных лиц, выбора занятия, значимого в жизни, представлены ниже (см. табл. 1).

Таблица 1

**Характеристика показателя «Восприятие подростками образа Я» (методика «Моя Вселенная»)**

| № п.п. | Уровни сформированности понимания, переживания ценности собственного Я | Показатели         |              |
|--------|------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------|
|        |                                                                        | абс. (кол-во чел.) | относит. (%) |
| 1.     | Высокий                                                                | 1                  | 11,1 %       |
| 2.     | Адекватный                                                             | 4                  | 44,5 %       |
| 3.     | Низкий                                                                 | 4                  | 44,4 %       |

Как показали результаты данной методики, у 44,5% подростков обнаруживается адекватное восприятие собственного Я. У этих испытуемых свой знак, обозначающий Я, адекватного размера, расположен посередине листа, что связано с нормальным, традиционным восприятием собственного «Я».

У 44,4% умственно отсталых подростков отмечается низкий уровень сформированности понимания, ценности собственного Я. Это подтверждают такие графические характеристики, как малый размер своего значка и его расположение в нижней части листа.

У одного подростка (это составило 11,1% от общего числа испытуемых) отмечается высокий уровень понимания, ценности собственного Я. Подросток изобразил свой знак Я очень большого размера, расположил на листе выше значков остальных испытуемых, что свидетельствует о его стремлении противопоставить себя другим людям, продемонстрировать силу и ценность своего Я.

Показатель «Эмоциональное состояние» описывает сформированность психологического благополучия подростков с интеллектуальными нарушениями на уровнях высоком, адекватном и низком.

У большинства испытуемых – 55,6% – обнаруживается низкий уровень психологического благополучия, они испытывают ощущение социальной изоляции.

Психологическое благополучие отмечается у 11,1% (высокий уровень) и у 33,3% (адекватный уровень) умственно отсталых подростков. Таким испытуемым свойствен эмоциональный комфорт и адекватные межличностные отношения, в которых партнеры взаимно зависимы друг от друга.

Характеристика показателя «Влияние референтных лиц» представлена в рисунке 1. Данный показатель определялся по наличию нарисованных планет, заселенных значимыми, важными для жизни подростка, людьми.





**Рис. 1. Характеристика показателя «Влияние референтных лиц» (методика «Моя Вселенная»)**

Как видно из рисунка, у большинства подростков – 77,8% - имеются референтные лица (в основном, это родители), которые оказывают на них влияние, являются авторитетом. Подростки с интеллектуальными нарушениями описывают значимые события, связанные с референтными лицами: семейная встреча Нового года, празднование дня рождения, катание на коньках, мальчики-подростки выделяют совместную рыбалку с отцом, езду за рулем автомобиля и пр.

У двоих испытуемых (это составило 22,2% от общего числа испытуемых) не отмечено наличие значимых, референтных в их жизни людей. Такие подростки ощущают дистанцию между собой и референтными для них лицами, психологический дискомфорт во взаимоотношениях с этими лицами.

Характеристика показателя «Выбор занятия, значимого в жизни» представлена в рисунке 2.

Рисунок показывает, что выбор значимого занятия сделали 88,9% подростков. Они выбрали такие важные для себя занятия, как религия, спорт, рисование, рукоделие. У 11,1% испытуемых (это один подросток) нет значимого занятия, увлечения.



**Рис. 2. Характеристика показателя «Выбор занятия, значимого в жизни» (методика «Моя Вселенная»)**

Графическая методика «Мой круг общения» (автор – Т.Ю. Андрущенко), позволяет выявить характер переживаний испытуемым межличностных взаимоотношений с окружающими его взрослыми и одноклассниками с помощью методического приема, где графически изображался круг общения. В ходе дальнейшей доверительной беседы с испытуемыми были получены следующие результаты (см. табл. 2).

Таблица 2

**Диагностический показатель «Заселенность» круга общения (методика «Мой круг общения» (автор - Т.Ю. Андрущенко)**

| № п.п. | Диагностический показатель беседы                              | Показатели         |              |
|--------|----------------------------------------------------------------|--------------------|--------------|
|        |                                                                | абс. (кол-во чел.) | относит. (%) |
| 1.     | «Сверхзаселенный» круг общения (много людей в каждом секторе). | 6                  | 66,7 %       |
| 2.     | «Малозаселенный» круг общения.                                 | 3                  | 33,3 %       |

Как показывают данные таблицы, у большинства подростков с умственной отсталостью (это составляет 66,7% от общего числа испытуемых) круг общения плотно заселен. Испытуемые обозначили в данном круге членов семьи, родственников, школьных учителей, тьюторов, воспитателей, благодаря которым обеспечивается их потребность в одобрении и поддержке. В целом, такая социальная ситуация развития может оцениваться как благополучная.

У 33,3% подростков с интеллектуальными нарушениями круг общения заселен мало. У таких испытуемых обнаруживается неблагоприятный предшествующий опыт общения, трудности построения коммуникации и становления групповой идентичности.

Сектор «Взрослые вне школы» характеризует общение со взрослыми людьми во внеучебное время. Полученные результаты характеризуют общение со взрослыми людьми вне учебы в школе. У половины испытуемых (это составляет 55,6%) сектор заполнен только близкими людьми, членами семьи. Это люди, которым подростки доверяют более всего.

У 22,2% подростков данный сектор не заполнен вообще, а у одного человека отношения с этим кругом взрослых имеет отрицательную окраску. Такое общение со взрослыми свидетельствует о конфликтности и сложностях общения.

Анализ результатов по сектору «Взрослые в школе» показывает преобладание значимых отношений подростков с интеллектуальными нарушениями со взрослыми в школе (это обнаруживается у 77,8%). К ним относят учителей, тьюторов, воспитателей, с которыми у испытуемых сложились доверительные и искренние отношения.

Однако у 22,2% испытуемых данный сектор не заполнен значимыми взрослыми из школы, что свидетельствует о негативных отношениях к педагогам, потере интереса к школьной жизни.

Сектор «Сверстники в школе» характеризует межличностное взаимодействие умственно отсталых подростков с одноклассниками. Согласно полученным данным, можно сделать вывод о преобладании у подростков с интеллектуальными нарушениями стремления стать значимым, признанным членом группы среди одноклассников, возможно, даже зависимости от группы сверстников. Такое стремление найти свое место в группе отмечается у 77,8% испытуемых.

Остальные подростки с умственной отсталостью (по 11,1% соответственно) негативно оценивают взаимодействие с группой одноклассников.

Сектор «Сверстники вне школы» характеризует межличностное взаимодействие умственно отсталых подростков со своими ровесниками вне школы. Анализ показал, что

большинство подростков с интеллектуальными нарушениями в общении предпочитают взаимодействие со сверстниками (это составляет 66,7% испытуемых). С ровесниками им легко устанавливать контакты, находить общие интересы.

Примерно треть испытуемых предпочитает общение либо с более старшими по возрасту подростками (11,1%), либо с более младшими (22,2%).

Таким образом, на основании проеденного исследования можно сделать следующие выводы.

1. Большинство подростков с интеллектуальными нарушениями в межличностном взаимодействии с окружающими их взрослыми и одноклассниками выделяют значимых взрослых из семьи и школы. Отношения с членами семьи, родственниками, школьными учителями, тьюторами, воспитателями окрашены положительно. От этих взрослых подростки получают заботу и поддержку. Однако среди общего числа испытуемых выделяется определенная часть подростков (около 20-30%), которые демонстрируют низкий уровень эмоционального благополучия, трудности построения коммуникации и становления групповой идентичности.

2. Одноклассники также являются для подростков с интеллектуальными нарушениями предпочитаемыми партнерами по межличностному взаимодействию и общению. Большинство испытуемых стремится стать полноценным членом подростковой группы, найти свое место, ориентируется на мнение большинства членов социальной группы – школьного класса. При этом также выявляются испытуемые с неблагоприятным предшествующим опытом общения со сверстниками и одноклассниками, трудностями межличностного взаимодействия.

3. В ходе исследования гипотеза нашла свое подтверждение.

4. Полученные данные не претендуют на исчерпывающее решение проблемы межличностного взаимодействия подростков с интеллектуальными нарушениями со сверстниками и педагогами, напротив, проведенное исследование показало необходимость дальнейшего изучения различных аспектов данной проблемы.

### Литература

1. Бабкина Н.В. Ракурсы понимания категории психологического сопровождения в системе общего и специального образования // Клиническая и специальная психология. 2018. Т. 7. № 4. С. 1-18.
2. Концепция развития образования обучающихся с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья до 2030 г. М.: ФГБНУ «ИКП РАО», 2019. 120 с.
3. Коробейников И.А., Бабкина Н.В. Ребенок с ограниченными возможностями здоровья: прогнозирование психосоциального развития в современной образовательной среде // Клиническая и специальная психология. 2021. Т. 10. № 2. С. 239-252.
4. Рогов Е.И. Настольная книга практического психолога в 2 ч. Ч. 1. Система работы психолога с детьми разного возраста: практическое пособие. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2022. 412 с.

5. Талызина Н.Ф. Педагогическая психология. Практикум. 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2024. 90 с.

6. Федеральный государственный образовательный стандарт образования обучающихся с умственной отсталостью (интеллектуальными нарушениями) // Утвержден приказом Минобрнауки России от 19 декабря 2014 г. № 1599; в ред. приказа от 08.11.2022 г. № 955. <https://clck.ru/3TcQXR>

© Шардина З.М., 2026

**Шеховцова Е.А.**

Нижневартровский государственный университет;  
Нижневартовская школа для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья № 1  
г. Нижневартовск, Россия

**Тюстина Г.Г.**

Нижневартровский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

## **ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ГОТОВНОСТЬ СЛАБОСЛЫШАЩИХ ПОДРОСТКОВ- ВОЛЕЙБОЛИСТОВ К СОРЕВНОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

В современном спорте всё большее распространение получают инклюзивные практики, предоставляя возможности для занятий физической культурой и спортом детям и подросткам с различными особенностями развития. Особое место в этом контексте занимает работа со слабослышащими спортсменами, для которых спортивная деятельность становится не только способом физического развития, но и важным инструментом социальной интеграции, формирования позитивной самооценки и личностного роста [5].

Волейбол как командный вид спорта предъявляет особые требования к коммуникации между участниками, что создаёт дополнительные психологические барьеры для слабослышащих подростков [1]. Подростковый возраст, сопровождающийся естественными процессами самоидентификации и повышенной чувствительностью к социальному одобрению, в сочетании с особенностями сенсорного восприятия формирует уникальный психологический профиль спортсмена, требующий специфических подходов к подготовке [1].

Психологическая подготовка слабослышащих подростков-волейболистов к соревнованиям представляет собой комплексную междисциплинарную проблему, находящуюся на стыке специальной психологии, педагогики, спортивной тренировки и социальной политики [4].

Волейбол как командный вид спорта предъявляет особые требования к коммуникации между участниками, что создаёт дополнительные психологические барьеры для слабослышащих подростков. Кроме того, волейбол является эмоциональной игрой. «Различные игровые ситуации вызывают у спортсменов чувство радости или отчаяния, удовлетворения или разочарования. Очень важно, чтобы эмоции не деформировали командные взаимодействия, а служили мобилизирующим фактором» [1]. Подростковый возраст, сопровождающийся естественными процессами самоидентификации и повышенной чувствительностью к социальному одобрению в сочетании с особенностями сенсорного восприятия формирует уникальный психологический профиль спортсмена, требующий специфических подходов к подготовке.

Научная проблема исследования заключается в противоречии между:

- ростом числа инклюзивных спортивных программ и отсутствием специализированных методик психологической подготовки слабослышащих спортсменов;
- высокими требованиями командной спортивной деятельности к коммуникации и ограничениями в коммуникативных возможностях лиц с нарушениями слуха;



- наличием развитой законодательной базы для поддержки инклюзивного образования и недостаточной разработанностью ее практического применения в области спортивной психологии.

Актуальность настоящего исследования определяется практической потребностью в разработке научно обоснованных программ психологической подготовки, учитывающих специфику нарушений слуха. Статистические данные свидетельствуют о масштабе проблемы: по данным Всемирной организации здравоохранения, нарушения слуха затрагивают свыше 1,5 млрд человек в мире; к 2050 году эта цифра может достичь 2,5 млрд. В России, по оценкам Всероссийского общества глухих, реальное число людей с тугоухостью превышает 13 млн человек, при этом в официальной статистике фигурирует около 150 тыс. зарегистрированных случаев [3].

Цель исследования: выявить и сопоставить особенности мотивационной и коммуникативной сферы у слабослышащих подростков с разным уровнем спортивного опыта в контексте соревновательной деятельности.

Гипотеза исследования: предполагается, что слабослышащие подростки с опытом систематических спортивных тренировок будут демонстрировать более высокий уровень психологической готовности к соревнованиям, выражающийся в особенностях мотивационной и коммуникативной сфер, по сравнению со сверстниками, не занимающимися спортом.

Задачи исследования:

1. Провести диагностику исходного уровня соревновательной мотивации и коммуникативных компетенций в целевых группах.
2. Создать модель инклюзивной соревновательной среды, интегрирующей участников с разным опытом.
3. Осуществить сравнительный анализ психологических показателей между группами, включая данные наблюдения за поведенческими реакциями в условиях турнирного стресса.

Организация и методы исследования

Для проверки теоретических положений было организовано экспериментальное исследование в условиях реального инклюзивного спортивного события. Эмпирической базой выступил волейбольный турнир «Знак равенства», проведенный 24 сентября 2024 года на базе МБОУ «Средняя школа №14» г. Нижневартовска при партнерском участии обучающихся Школы ОВЗ №1.

Характеристика выборки: В исследовании участвовали 10 слабослышащих подростков (13-16 лет) из Школы ОВЗ №1, разделенные на две группы по критерию наличия организованной спортивной практики:

- Группа 1 (спортивная, 5 человек): подростки, регулярно занимающиеся волейболом в секции (стаж от 1 года).
- Группа 2 (неспортивная, 5 человек): подростки, не имеющие системного опыта спортивных тренировок. Группы были уравнены по возрастному диапазону и характеру нарушения слуха.

Для оценки мотивационной сферы участников исследования использовалась адаптированная версия опросника мотивации достижения А. Мехрабиана [8]. Учитывая особенности речевого развития, ограниченный словарный запас и трудности в понимании абстрактных формулировок у слабослышащих подростков, оригинальный текст опросника был модифицирован: сложные лексические конструкции заменены простыми синтаксическими оборотами, а каждый пункт сопровождается визуальной опорой – стилизованными изображениями, отражающими содержание утверждения (например, «я люблю соревноваться» → изображение подростка, поднимающего руки после победы). Адаптация прошла пилотное тестирование на группе из трёх учащихся, не входивших в основную выборку, и была согласована с сурдопедагогом и педагогом-психологом, участвовавшими в исследовании. Это позволило обеспечить эквивалентность содержания и понимания вопросов без искажения диагностического замысла методики.

Коммуникативные склонности оценивались с помощью методики «Оценка коммуникативных и организаторских склонностей» (КОС 2) [2]. Ввиду специфики выборки – слабослышащих подростков с разным уровнем речевого развития – методика была дополнена системой экспертных оценок педагогов, работающих с участниками на постоянной основе. Эксперты (учитель физической культуры, сурдопедагог и педагог-психолог) независимо друг от друга оценивали поведенческие проявления коммуникативной активности учащихся в двух ситуациях: в привычной учебной среде и в условиях моделируемой соревновательной деятельности.

Оценка проводилась по четырём критериям:

1. инициативность в установлении контакта,
2. ясность и целенаправленность передачи информации (в том числе с использованием жестов, мимики, жестовых сигналов),
3. способность поддерживать взаимодействие в группе,
4. реакция на коммуникативные барьеры.

Интеграция психодиагностических данных и экспертных суждений позволила получить более полную и достоверную картину коммуникативного потенциала участников, что особенно важно при работе с категорией учащихся, чьи вербальные навыки не всегда отражают реальные способности к взаимодействию.

Проведённое исследование подтвердило выдвинутую гипотезу: слабослышащие подростки, имеющие опыт систематических занятий волейболом, демонстрируют более высокий уровень психологической готовности к соревновательной деятельности по сравнению со сверстниками без спортивной практики. Выявленные различия проявляются как в мотивационной сфере (преобладание мотивации достижения успеха у спортсменов и мотивации избегания неудач у новичков), так и в коммуникативной компетентности (развитые невербальные навыки, инициативность и оперативность обмена информацией в игровых условиях). Кроме того, поведенческие реакции в условиях турнирного стресса у подростков со спортивным опытом оказались более адаптивными и структурированными [9].

Полученные данные свидетельствуют о том, что регулярная спортивная деятельность в инклюзивной среде выступает не только как средство физического развития, но и как мощный психокоррекционный и социализирующий ресурс для слабослышащих подростков [10]. В то же время у начинающих участников наблюдается выраженный дефицит психологической подготовки, требующий целенаправленного педагогического и психологического сопровождения [7].

Таким образом, результаты исследования обосновывают необходимость внедрения в практику работы с данной категорией обучающихся интегрированных программ психологической подготовки, включающих развитие внутренней мотивации, формирование устойчивых невербальных коммуникативных стратегий и освоение техник саморегуляции в условиях стресса. Особую перспективу представляет модель поэтапной интеграции новичков в инклюзивные соревновательные мероприятия, как это было реализовано в рамках турнира «Знак равенства», – такой подход позволяет минимизировать тревожность, укреплять самооценку и постепенно формировать соревновательный опыт, необходимый для полноценного участия в командной спортивной деятельности.

Экспериментальное исследование также включало непрерывное структурированное наблюдение в рамках инклюзивного волейбольного турнира «Знак равенства», который выступил в качестве естественной экспериментальной среды. Такой формат позволил сохранить экологическую валидность исследования – участники вели себя в условиях, максимально приближённых к реальным соревнованиям, что повысило достоверность полученных данных.

Формирование смешанных команд (в каждую из которых вошли как опытные волейболисты, так и подростки без спортивной практики) стало ключевым методическим приёмом, позволившим смоделировать типичную инклюзивную соревновательную ситуацию. Это создало условия для наблюдения за взаимодействием участников с разным уровнем психологической и технической подготовки, а также за динамикой поведенческих реакций в условиях временных ограничений, соревновательного стресса и необходимости быстрой координации в команде.

Процедура проведения турнира включала три этапа:

1. вводный инструктаж с использованием визуальных схем и жестового сопровождения;
2. серия мини-игр по упрощённым правилам с постепенным усложнением задач;
3. финальная игра по стандартным правилам волейбола.

Такая поэтапная структура обеспечила плавную адаптацию всех участников к соревновательной среде и способствовала снижению тревожности у подростков без спортивного опыта, что, в свою очередь, позволило получить более репрезентативные данные о их коммуникативных и мотивационных проявлениях.

Наблюдение осуществлялось за поведенческими индикаторами участников на всех этапах турнира – от подготовительного инструктажа до завершения финальной игры. Наблюдение проводилось двумя независимыми исследователями (педагогом-психологом и

социальным педагогом), прошедшими предварительную согласование шкал и критериев фиксации поведения.

В качестве основных поведенческих индикаторов выступали:

- эмоциональные реакции – выраженность тревожности (мимика, поза, двигательная расторможенность/заторможенность), проявления радости, раздражения или фрустрации после игровых эпизодов (ошибка, победа, проигрыш);
- коммуникативные акты – инициация контакта, использование невербальных средств (жесты, мимика, зрительный контакт, хлопки), длительность и целенаправленность взаимодействия с партнёрами и соперниками, реакция на коммуникативные инициативы других [6].
- поведенческие стратегии саморегуляции – способы восстановления спокойствия после ошибки (самоинструкция, обращение к тренеру, ритуалы);
- включение в командную деятельность – готовность выполнять роль, участвовать в обсуждении тактики, поддержка партнёров.

Для фиксации данных использовалась разработанная исследователями карта наблюдения, включающая временные метки и шкалы частоты/интенсивности проявлений (от 1 – «отсутствует» до 5 – «выражено постоянно»). После каждой игры проводилось совместное обсуждение наблюдателей с целью минимизации субъективных интерпретаций и достижения консенсуса по спорным эпизодам. Полученные качественные данные были дополнительно сопоставлены с результатами психодиагностики и экспертных оценок, что позволило обеспечить триангуляцию методов и повысить валидность выводов исследования.

Для сравнения показателей применялся U-критерий Манна-Уитни. Качественные данные подвергались содержательному анализу.

Результаты и их обсуждение

Сравнительный анализ данных, полученных в результате предварительного тестирования, выявил статистически значимые различия между группами ( $p < 0.05$ ).

1. Сравнительный анализ мотивационной сферы.

У подростков Группы 1 (спортсмены) был диагностирован статистически более высокий уровень мотивации, ориентированной на достижение успеха (средний балл  $8.2 \pm 1.3$ ). Для них характерно восприятие турнира как закономерного этапа тренировочного процесса. В Группе 2 преобладала мотивация избегания неудач (средний балл  $4.6 \pm 2.1$ ) и внешняя мотивация.

2. Сравнительный анализ коммуникативных компетенций.

Результаты подтвердили более развитые коммуникативные навыки у подростков Группы 1 [6]. Они продемонстрировали высокую инициативность, свободное владение специальным невербальным кодом (системой жестов, хлопков) и умение быстро передавать информацию в условиях игры.

Участники Группы 2 испытывали заметные трудности: их коммуникация носила реактивный характер.

3. Качественные данные наблюдения. Поведение участников Группы 1 отличалось адаптивностью и структурированностью (сбор в круг для обсуждения, использование

жестовых сигналов, конструктивная реакция на ошибки). Участники Группы 2 показали положительную динамику в ходе игры, но их реакции на стресс были более эмоционально заряженными и дезорганизующими.

#### Выводы

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

1. Систематические занятия волейболом являются значимым фактором формирования психологической готовности слабослышащих подростков к соревнованиям, что выражается в устойчивой мотивации достижения и владении эффективными средствами коммуникации.
2. Инклюзивный турнир «Знак равенства» доказал свою эффективность как модель соревновательной среды для исследовательских целей, наглядно демонстрируя разницу в психологических ресурсах спортсменов и новичков.
3. У слабослышащих подростков, не занимающихся спортом, выявлен комплекс дефицитов психологической подготовки: преобладание мотивации избегания, недостаточное развитие оперативных коммуникативных навыков, низкая стрессоустойчивость.
4. Полученные данные обосновывают необходимость целенаправленной психологической работы в рамках тренировочного процесса с акцентом на развитие внутренней мотивации, невербальной коммуникации и техник эмоциональной саморегуляции. Для начинающих эффективной формой может являться их постепенное включение в инклюзивные соревновательные мероприятия.

#### Литература

1. Александров Д.Е. Эмоциональная устойчивость в спортивной деятельности волейболистов // XXII Всероссийская научно-практическая конференция Нижневартовского государственного университета: Материалы конференции (г. Нижневартовск, 06–07 апреля 2020 года). Ч. 2. Нижневартовск, 2020. С. 466-469.
2. Бойко В.В. Методика оценки коммуникативных и организаторских склонностей (КОС-2). СПб.: ЮНТА, 2001. 32 с.
3. Быков А.В. Психологическая подготовка спортсменов в адаптивном спорте. М.: Советский спорт, 2022. 184 с.
4. Выготский Л.С. Проблемы дефектологии. М.: Просвещение, 1982. 224 с.
5. Григорьева Н.В. Инклюзивный спорт как ресурс социализации детей с ограниченными возможностями здоровья // Вопросы образования. 2021. № 2. С. 210-225.
6. Королева Ю.А. Развитие коммуникативных навыков у слабослышащих подростков средствами командных видов спорта // Адаптивная физическая культура. 2023. № 4(96). С. 48-52.
7. Леонтьев Д.А. Мотивация и смысл в спортивной деятельности: современные подходы // Спортивный психолог. 2022. № 1(60). С. 12-18.
8. Мехрабиан А. Опросник мотивации достижения / адаптация М.Ш. Магомед-Эминова // Психологические тесты. <https://clck.ru/3TcerR>



9. Михаленко Т.Н. Особенности саморегуляции у подростков с сенсорными нарушениями в условиях соревновательного стресса // Дефектология. 2024. № 1. С. 34-42.
10. Сатаев А.Р. Формирование самооценки у подростков с нарушениями слуха в процессе физкультурно-спортивной деятельности // Вестник спортивной науки. 2021. № 3. С. 56-61.

© Шеховцова Е.А., Тюстина Г.Г., 2026

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

**Бойко В.А**

Нижневартовский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

### **ВЛИЯНИЕ ЗАНЯТИЙ ДЖАМПИНГОМ НА КОГНИТИВНЫЕ СПОСОБНОСТИ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ**

В современном мире, где дети всё больше времени проводят за экранами гаджетов и учебными материалами, вопрос физического развития школьников приобретает особую остроту. Особенно это касается младших школьников, находящихся в периоде активного формирования не только тела, но и интеллекта. Статистические данные показывают тревожную картину: более половины школьников имеют различные нарушения здоровья, а значительная часть страдает хроническими заболеваниями. Особенно заметно снижение двигательной активности детей в период начала школьного обучения – оно снижается примерно на 50%, по сравнению с дошкольным периодом.

В промежутке возрастного этапа от 6–7 до 9–10 лет происходит интенсивное физическое и психофизиологическое формирование детей, обеспечивающее возможность эффективного систематичного обучения в условиях учебного заведения. В первую очередь, улучшается деятельность головного мозга и нервной системы. Согласно сведениям физиологов, к 7-му году жизни ребенка кора полушарий мозга считается уже более «зрелой» [1]. При этом несовершенство ее регулирующей функции проявляется в свойственных младшим школьникам особенностям поведения, деятельности и эмоциональных реакциях: они часто отвлекаются, не могут длительно сохранять сосредоточенность внимания, импульсивны, легко возбудимы. В этот период наблюдается неравномерность развития психических и физиологических процессов; имеются различия в скорости их формирования и по гендерному признаку [2].

Регулярные занятия физическими упражнениями, особенно связанными с комплексным развитием координации и балансировки, способны повышать эффективность когнитивных процессов у детей младшего школьного возраста [4]. Изучение использования аэробных нагрузок в процессе занятий физической культурой и спортом показало важность применяемых параметров тренировки: умеренная интенсивность и регулярность занятий способствуют увеличению выносливости и величине аэробного порога, что сопровождается улучшением когнитивных функций. В частности, исследования, проведенные на студентах вузов, демонстрируют, что отказ от физической активности приводит к ухудшению памяти и академической успеваемости, в то время как систематические занятия содействуют сохранению и развитию этих показателей [3].

В поисках решения проблемы развития внимания и памяти детей младшего школьного возраста особое внимание привлекают занятия джампингом – относительно нового вида

физической активности, который стремительно набирает популярность. Джампинг, как современный вид двигательной деятельности, представляет особый интерес для ученых, поскольку сочетает в себе элементы аэробной нагрузки, координации и баланса. Занятия на батуте способствуют улучшению кровообращения, развитию моторики и укреплению мышечного корсета, что может оказывать положительное влияние и на когнитивные функции мозга. Таким образом, считаем актуальным проведение дополнительных исследований, направленных на выявление влияния занятий джампингом на развитие когнитивных способностей детей младшего школьного возраста.

Цель исследования – выявить и обосновать эффективность занятий джампингом как средства развития когнитивных способностей младших школьников.

В соответствии с поставленной целью исследования были определены следующие задачи:

1. Изучить в научно-методической литературе вопросы, связанные с обоснованием целесообразности занятий джампингом в младшем школьном возрасте.
2. Выявить применяемые в процессе занятий джампингом средства, методы, методические приемы, направленные на развитие когнитивных способностей занимающихся.
3. Оценить влияние занятий джампингом на показатели, характеризующие развитие когнитивных способностей младших школьников.

Исследование проводилось на базе фитнес клуба “Lite by Strong” г. Нижневартовска в период с сентября 2025 года по февраль 2026 года. В исследовании приняли участие школьники в возрасте 7–10 лет в количестве 10 человек, посещающие занятия по джампингу. В контрольную группу вошли их сверстники, в количестве 10 человек, не занимающихся спортом.

На первом этапе исследования изучалась научно-методическая литература, а также рассматривались вопросы значения занятия джампингом для развития детей младшего школьного возраста. На втором этапе осуществлялась систематизация упражнений, применяемых на занятиях джампингом, направленных на развитие памяти и внимания занимающихся. На следующем этапе проводилась оценка влияния занятий джампингом на показатели развития когнитивных способностей младших школьников. Основными методами исследования являлись корректурная проба и тест на оценку памяти. Проводилось сравнение результатов тестирования детей, занимающихся джампингом с показателями сверстников, не занимающихся спортом. На заключительном этапе анализировались полученные результаты исследования.

Анализ научно-методической литературы показал, что традиционная система физкультурно-оздоровительной работы не в полной мере удовлетворяет запросам общества, заинтересованного в здоровом подрастающем поколении [5]. Современные фитнес-технологии предлагают не просто физические упражнения, а целые системы, включающие элементы игр, соревнований, в том числе предполагающие использование цифровых инноваций. Их применение содействует развитию у детей критического мышления, учит анализировать свои собственные результаты, а также принимать обоснованные решения – всё

это является важным аспектом, содействующим успешному обучению. Как показали результаты исследований, проведенных в сфере детского фитнеса, значимым является включение в занятия с детьми таких физических упражнений, которые содействовали бы не только физическому функционированию, но и умственному, способствуя гармоничному развитию ребёнка. Занятия джампингом можно рассматривать в качестве универсального вида деятельности, комплексно влияющего на все органы и функции растущего организма.

Нами был проанализирован опыт инструктора по джампингу, занимающегося с детьми младшего школьного возраста. Отличительной особенностью его профессиональной деятельности являлось использование в процессе занятий упражнений, направленных на развитие когнитивных способностей занимающихся, а именно памяти и внимания.

Педагогическое наблюдение показало, что во время занятий джампингом инструктор применял специализированные комплексы физических упражнений, реализованные в игровой форме, и направленные на развитие когнитивных функций.

Для развития памяти, в основной части занятия, использовались игры «Цепочка памяти» и «Запомни и повтори». Упражнение «Цепочка памяти» начиналась с инструктора, который демонстрировал первое движение (например, Jumping Jack) затем первый ребенок воспроизводил показанное действие, задающее начало последовательности, а затем дополнял его собственным уникальным движением (Jumping Jack, Stomping). Последующие участники по очереди повторяли всю предыдущую последовательность движений и добавляли к ней новое индивидуальное движение. Заключительный ребенок должен безошибочно воспроизвести полную сформированную цепочку движений, включая все ранние добавленные элементы. При проведении этой игры на последующих занятиях очередность показа уникальных упражнений школьниками изменялась и определялась жеребьевкой (считалкой).

Игровое задание «Запомни и повтори» проводилось следующим образом: инструктор демонстрировал серию прыжков, создавая своеобразную танцевальную композицию из 3–4 элементов. После непродолжительной паузы, длительностью 30 секунд, дети должны были воспроизвести в точности те же движения. Игра построена по принципу постепенного усложнения. Сначала детям давались простые комбинации, затем, по мере усвоения и накопления опыта, количество элементов увеличивалось. В конце игры отмечались участники, не допустившие ошибок при повторе. По мере продолжения занятий, занимающимся предлагалось самостоятельно составлять свои комплексы и демонстрировать их своим сверстникам для последующего воспроизведения. Этот прием содействовал развитию творческого воображения и креативности.

Для развития внимания в процессе занятий использовались игровые задания «Съедобное-несъедобное» и «Слушай внимательно». В упражнении «Съедобное-несъедобное» дети должны были быстро различать съедобные и несъедобные предметы и показывать это с помощью прыжков. Когда тренер произносил название съедобного продукта (например, яблоко, торт, суп), игрок должен был выпрыгнуть вверх. При упоминании несъедобного предмета (камень, машина, книга) – выполнялся прыжок в сторону. Игра

усложнялась ускорением темпа называемых слов, что сокращало время для обработки информации и стимулировало к быстрому принятию решений.

Правилами игры «Слушай внимательно» предусматривалось выполнение прыжковых движений по звуковым командам инструктора. Были предусмотрены следующие типы команд: «Заяц» – прыжки на двух ногах, «Лягушка» – выпрыгивания из положения приседа, «Пони» – выполнение скрестных прыжков на батуте. От детей требовалась точность выполнения прыжков, в соответствии с услышанными командами. Отмечались участники, не допустившие ни одной ошибки.

Для оценки влияния занятий джампингом на показатели, характеризующие развитие когнитивных способностей младших школьников, нами были проведены корректурная проба и тест на развитие памяти. Тестирование проводилось до начала эксперимента и после его окончания.

Результаты корректурной пробы (таблица 1) на начальном этапе показали существенные отклонения от нормативных значений для данной возрастной группы. Прежде всего, отмечается значительное снижение объема обрабатываемой информации – испытуемые просматривают существенно меньшее количество знаков за единицу времени, по сравнению с возрастной нормой, которая для детей составляет от 600 знаков и выше, при этом допускается не более 5 ошибок. Наряду с этим, фиксируется существенное ухудшение способности к концентрации внимания. Как видно из таблицы 1, у детей контрольной группы количество просмотренных знаков составило 524,1 единицы, что меньше, по-сравнению с результатами их сверстников, занимающихся джампингом (563,5 единицы).

Таблица 1

**Изменения результатов корректурной пробы у детей в процессе эксперимента ( $M \pm \sigma$ )**

| Испытуемые              | До эксперимента                 |                   | После эксперимента              |                   |
|-------------------------|---------------------------------|-------------------|---------------------------------|-------------------|
|                         | Количество просмотренных знаков | Количество ошибок | Количество просмотренных знаков | Количество ошибок |
| Не занимающиеся спортом | 524,1±91,0                      | 6,7±3,9           | 623,1±115,6                     | 5,5±3,8           |
| Занимающиеся джампингом | 563,5±147,1                     | 7,4±4,7           | 693,0±126,3                     | 4,6±2,7           |

При этом, значительная величина среднеквадратичного отклонения в этой группе, говорит о ее неоднородности. Повторное проведение тестирования через 6 месяцев показало значительное улучшение результатов корректурной пробы, а именно, наблюдалось увеличение объема внимания и уменьшение количества ошибок. При этом у детей, занимающихся джампингом, показатель стал соответствовать нормативным показателям, как в количестве просмотренных знаков, так и в точности выполнения задания, а у школьников, не занимающихся спортом он достиг пределов нормы по параметру количества просмотренных знаков. Полученные результаты позволяют сделать заключение, что физическая активность, в частности занятия джампингом, оказывают положительное влияние на показатели объема внимания и ее концентрации.



Изменения результатов тестирования памяти у детей в процессе эксперимента представлены в таблице 2. Как видно из таблицы, на начальном этапе показатели соответствовали среднему уровню. При тестировании зрительной памяти оценивалось количество правильно воспроизведенных чисел. Нормативными значениями, на которые следует ориентироваться в данном возрасте, следующие: 9–12 – высокий уровень; 8 – выше среднего; 6–7 – средний уровень; 5 – ниже среднего; 0–4 – низкий уровень. В начале эксперимента количество допущенных ошибок в обеих группах существенно не отличалось: в группе занимающихся джампингом средний показатель превышал значения сверстников на 1 единицу. Повторное проведение тестирования показало улучшение значений в группе детей, занимающихся джампингом, выраженное в увеличении количества запомненных цифр и уменьшении количества допущенных ошибок. Примечательно, что обе группы показали положительную динамику, но характер изменений различен. У школьников наблюдается равномерное улучшение обоих показателей, а в группе детей, занимающихся джампингом, зафиксировано более выраженное снижение количества ошибок при одновременном росте обрабатываемой информации.

Таблица 2

**Изменения результатов теста на оценку памяти у детей в процессе эксперимента ( $M \pm \sigma$ )**

| Испытуемые              | До эксперимента  |                   | После эксперимента |                   |
|-------------------------|------------------|-------------------|--------------------|-------------------|
|                         | Количество чисел | Количество ошибок | Количество чисел   | Количество ошибок |
| Не занимающиеся спортом | $8,6 \pm 2,0$    | $3,5 \pm 1,9$     | $10,0 \pm 1,7$     | $2,3 \pm 1,6$     |
| Занимающиеся джампингом | $9,6 \pm 1,3$    | $3,6 \pm 2,0$     | $11,0 \pm 0,9$     | $1,8 \pm 1,5$     |

Таким образом, можно сделать вывод, что дети, которые занимались фитнесом на батутах, продемонстрировали более высокий прирост показателей, характеризующих проявление внимания и памяти, чем дети, которые не занимались спортом. Следовательно, джампинг может служить эффективным средством стимулирования когнитивного развития младших школьников, особенно в сочетании с достижениями в физической подготовленности. Комплексное улучшение физических и умственных функций создаёт возможность для успешного обучения и социальной адаптации ребёнка.

**Литература**

1. Водяха Ю.Е., Водяха С.А. Психология младшего школьника: учебно-методическое пособие. Екатеринбург: УрГПУ, 2018. 109 с.
2. Зотова М.О. Развитие когнитивной и эмоциональной сфер младших школьников в различных образовательных моделях: монография. Владикавказ: Северо-Осетинский государственный педагогический институт, 2019. 162 с.
3. Менькова Н.С., Подгало Д.Д., Леонов Е.Ю., Солодов Н.А. Влияние физических нагрузок на когнитивные функции здоровых юношей и девушек // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2022. №9 (211). С. 295-300.

4. Пашнина А.В., Пащенко Л.Г. Отношение к состязательной деятельности младших школьников, занимающихся аэройогой // Перспективные направления в области физической культуры, спорта и туризма: Материалы X Всероссийской научно-практической конференции (г. Нижневартовск, 20 ноября 2020 года). Нижневартовск, 2021. С. 228-232.

5. Пащенко Л.Г., Тамочкина Я.Ю. Применение игрового метода в процессе занятий акробатикой с младшими школьниками // Всероссийский форум молодых исследователей: сборник статей Всероссийского форума молодых исследователей (г. Петрозаводск, 10 мая 2020 года). Петрозаводск, 2020. С. 106-110.

© Бойко В.А, 2026

**Дурнова У.М., Черняев А.М.**

Владимирский юридический институт Федеральной службы исполнения наказаний  
г. Владимир, Россия

## **ЗАНЯТИЯ СПОРТОМ КАК СРЕДСТВО ПРОФИЛАКТИКИ ПЕНИТЕНЦИАРНОЙ ПРЕСТУПНОСТИ**

Неутихающий научный интерес вызывает вопрос поиска эффективных средств профилактики преступности, в частности, пенитенциарной. Современные исследователи обращают внимание, например, на необходимость создания условий для плодотворного досуга молодежи [2, с. 124], проведения качественной воспитательной работы с проблемными категориями лиц [1, с. 56], а также усиление контроля со стороны государственных органов и совершенствование законодательства в данной области [3, с. 259]. Одним из ответов на данный вопрос может служить вовлечение проблемного контингента, детей и подростков из неблагополучных семей, а также лиц, уже отбывающих наказание за совершенные преступления, в спортивную деятельность.

Спорт – важнейший инструмент воспитания, актуальный для любого человека. Занятия спортом помогают развивать физические способности, направляя деятельную энергию в позитивное русло. Спорт способствует развитию психологического аспекта личности, даёт возможность расслабиться, отдохнуть, отвлечься от насущных проблем и дел, являясь, таким образом, эффективным средством борьбы со стрессом. Психологическая разгрузка является очень важной частью занятия спортом. Силовые тренировки и пробежки разгружают мысли и дают почувствовать свободу и независимость.

О.В. Трякшина и Е.Н. Ефименко отмечают, что совершение преступлений случается из-за различных факторов, среди которых неконтролируемое потребление информации из интернета, нехватка внимания от родителей, плохая компания [6, с. 56]. В социальном плане подростковая фаза – это продолжение первичной социализации. При этом подросток не имеет собственного заработка, а, значит, и средств к существованию. В этих условиях появляется подростковое чувство взрослости, характеризующееся стремлением доказать свою самостоятельность, не имеющую под собой материальной базы. Появляется постоянное стремление подростка к самоутверждению во взрослом статусе, что проявляется и во внешней атрибутике поведения – в манере одеваться и говорить, в пристрастиях к табаку и алкоголю, обусловленных не реальной зависимостью, а, скорее, склонностью к демонстративному поведению. Для мальчиков характерны свои особенности, в частности – копирование стереотипов поведения «крутых парней», навязанных посредством демонстрации в кино и на телевидении. В условиях отсутствия материальных ресурсов способом утверждения собственного статуса становится физическая сила, показная мужественность, раскованность, употребление жаргона или сленга. Стремление доказать свою взрослость и достичь социального успеха и одобрения в группе может привести подростка на грань, перешагнув которую он становится на путь девиантного поведения, а дальше – преступности.

И именно в этот момент родителям необходимо донести до своих детей, что занятия спортом помогут им в дальнейшем в жизни, что это в первую очередь здоровье, саморазвитие

и самосовершенствование, спорт – это залог продуктивной и плодотворной жизни. Необходимо отметить, что в период переходного возраста часто происходит смена приоритетов. Подростки могут отказываться от ранее практикуемых видов плодотворной конструктивной деятельности в пользу развлечений, прогулок и беззаботного времяпрепровождения, но это ошибочный шаг. Здесь обостряется риск принятия девиантных форм поведения, вовлечения в подростковую преступность.

А.Ю. Шишкина обращает внимание на то, что подростки зачастую безразлично относятся к своему здоровью, что становится фактором совершения преступлений, связанных с наркоманией и алкоголизмом [8, с. 396]. Причинами этому могут служить негативное влияние компаний восприятие чужого мнения слишком близко, копирование повеления. Всё это приводит к пагубному влиянию как на собственное здоровье, так и на социальное благополучие, в частности – на общественный порядок и безопасность.

Когда ребёнок не знает, чем себя занять, то в его голову приходят идеи совершить то, что когда-то было ему запрещено. Чаще всего это совершение преступлений и правонарушений. В этой ситуации обостряется актуальность поиска эффективных средств профилактики. И таким средством может стать как раз спорт.

К занятиям спортом, как правило, приступают с детства. Родители отдают своих детей в различные секции и кружки, чтобы направить способности ребёнка и занять его чем-либо. Вид спорта выбирают в зависимости от особенностей ребёнка от его развития, предрасположенности. Конечно, важную роль играет желание ребёнка и его настрой на занятие спортом. В юном возрасте у детей много энергии и именно спорт является тем направлением, в котором ее наиболее целесообразно и действенно можно применить. В таких ситуациях родители должны поддерживать детей в их начинаниях и помогать ребёнку продвигаться по спортивному пути. Спорт может стать как дальнейшим жизненным призванием, возможно даже профессией, так и остаться на любительском уровне. Но самое главное, что в спорте бывают неудачи и поражения, падения и взлёты, и родители в такие моменты должны находиться рядом со своим ребёнком и поддерживать его. Таким образом, уже в раннем детстве и особенно в подростковом возрасте спорт приобретает превентивную функцию, способствуя вовлечению детей в социально одобряемые формы активности и защищая от вовлечения в деструктивную деятельность.

Детская преступность бывает связана так же с завистью и доказыванием, что кто-то лучше другого, попытками взять друг друга «на слабо». Но дети и подростки, поступая таким образом, зачастую выходят за рамки допустимых форм поведения в обществе. Спорт может показать, что отношения между собой можно выяснять, не совершая ничего противозаконного. Соревнования и борьба должны происходить на занятиях, а не в уличных схватках.

Исследователи утверждают, что спорт не только является средством поддержания здорового образа жизни и эмоционального благополучия, а ещё и помогает становлению личности развитию и социализации, нахождению общих интересов среди людей и налаживанию контактных связей. Так же спорт может помочь в достижении своих целей и

получении значимых результатов, а также мотивирует на дальнейшее продвижение и развитие в своих начинаниях [4, с. 555].

На практике спортивные занятия должны проходить в команде, ведь это позволяет приобрести такие черты как солидарность, чувство ответственности. Командный дух помогает ощутить рядом с собой поддержку и опору, научиться распределять обязанности между членами команды и ответственно их выполнять, помогает понять, что команда должна действовать воедино и без одного игрока она сломается.

Ещё одна полезная с точки зрения превентивной функции практика – это участие в соревнованиях и конкурсах для развития духа здорового спортивного соперничества и конкуренции. Ведь каждый ребёнок хочет выиграть и показать свой результат. Участие в соревнованиях так же поможет осознать собственный уровень подготовки, определить ориентиры и стремления. Так же у участников вырабатываются такие черты как самокритика и способность принять тот факт, что кто-то может быть лучше, чем они. Самообладание и сдержанность так же являются не отъемлемой частью соревновательного процесса.

О.К. Хотькина и А.И. Задоя утверждают, что «криминологической науке следует заняться фундаментальной разработкой теории досуговой профилактики с главенствующей ролью привлечения молодежи в спорт, которая будет иметь большое значение в борьбе с преступностью несовершеннолетних» [7, с. 201]. Такая теория должна включать множество нюансов, поскольку должна быть применимой и эффективной в отношении всех групп несовершеннолетних преступников. Разработка этой программы должна быть направлена на выработку самообладания и контроль эмоций у осуждённых ведь чаще всего именно этот фактор выступает как побуждающий подростка к совершению преступления. Занятия спортом, например такими видами как борьба, бокс и бег, помогают сбавить эмоциональный напор, успокоиться и выпустить негатив. Многие преступления совершаются с применением физической силы и связаны с причинением вреда здоровью различной степени тяжести. В этих случаях занятия спортом помогают осознать, что лучше применение силы будет в занятиях на ринге, чем применение силы в отношении посторонних людей. Яркие сильные эмоции, внезапный импульс и неспособность совладать со порывом resultируются в совершении противоправных действий. Выброс эмоций во время занятий помогает разобраться в своих мыслях, привести потоки эмоций в порядок и наладить психологическое состояние

Определенной спецификой как в плане факторов генезиса, так и в плане средств профилактики обладает преступность в условиях уголовно-исполнительной системы Российской Федерации. Пенитенциарная преступность – это совокупность противоправных деяний, совершаемых в условиях принудительной изоляции от общества, в местах лишения свободы. К пенитенциарной преступности относятся преступления, например, совершённые в исправительных колониях, лечебных исправительных учреждениях, колониях-поселениях, воспитательных колониях, тюрьмах, следственных изоляторах.

К факторам, способствующим совершению преступлений в условиях изоляции от общества, относятся высокая эмоциональная, межличностная и межгрупповая напряжённость среди осуждённых, изоляция от общества, влияние криминальной субкультуры. В научной



литературе выделяют также фактор вторичности профилактической функции по отношению к основной задаче пенитенциарного ведомства – исправлению осужденных [5, с. 384].

Лица, отбывающие наказания в местах лишения свободы, особенно несовершеннолетние, находятся условиях строгих ограничений. При этом начинают испытывать давление и стресс. Именно здесь спорт приобретает актуальность и эффективность как средство воспитательного воздействия.

Конечно, чтобы не допустить нарушений среди осужденных в условиях изоляции от общества применяются различные способы и инструменты. Одним из них является занятие спортом, которое помогает отвлечься от суровых будней отбывания наказания, поддержать физическую форму. Коллективные виды спорта способствуют объединению и сплочённости.

Спорт способствует снижению преступности и в исправительных учреждениях для несовершеннолетних преступников. В подразделениях пенитенциарного ведомства обустривают спортивные площадки и спортивные залы. Занятия спортом и активное участие в культурной жизни помогает разнообразить досуг лиц, отбывающих наказание в виде лишения свободы, внести яркие краски в суровый быт.

Физическое воспитание как одна из форм воспитательной работы с осужденными помогает привить дисциплину и сформировать навыки контроля над своими эмоциями, что не мало важно для любого человека и имеет критическое значение в условиях изоляции от общества.

Таким образом, рассматривая направления положительного воздействия занятий спортом на личность осужденных, можно выделить следующие: При этом существуют механизмы воздействия занятия спортом на ресоциализацию заключённых:

1. Физическая активность помогает разнообразить досуг в условиях отбывания наказания в виде лишения свободы, уменьшая количество времени, которое можно было бы использовать для различного рода деструктивных форм поведения.
2. Занятия спортом помогает укрепить физическое здоровье и уверенность в себе, что способствует успешной ресоциализации, восстановлению полезных общественных связей.
3. Участие в командных видах спорта обеспечивает сплочение коллектива, что уменьшает разногласия в нём и способствует объединению, формируя и укрепляя навыки социально одобряемого коллективного взаимодействия.
4. Занятия спортом формируют навыки социальной ответственности, что способствует более быстрому исправлению, отказу от девиантного поведения.

В заключении стоит отметить, что спорт как инструмент профилактики преступности у несовершеннолетних, в том числе в условиях пенитенциарных учреждений является актуальным и действенным средством воздействия и способствует снижению количества совершаемых правонарушений и преступлений. Он оказывает влияние как с психологической, так и с физической стороны, помогает устроить досуговое время, разнообразить будни лиц, отбывающих уголовное наказание в виде лишения свободы. Занятия спортом формируют социально одобряемую картину мира и добиваться поставленных социально значимых целей. Научная разработка и практическое внедрение программ спортивной адаптации и интеграции

лиц, находящихся в зоне риска или уже совершивших преступления, являются одними из наиболее перспективных направлений как в области научных исследований, так и в сфере правоохранительной деятельности.

### Литература

1. Орлов А.В. Вопросы профилактики совершения преступлений экстремистской и террористической направленности лицами, исповедующими экстремистскую идеологию, в местах лишения свободы // Вестник Пермского института ФСИН России. 2025. № 2(57). С. 51-57.
2. Полочкина А.А. Профилактика совершения преступлений в состоянии опьянения // Законность и правопорядок: история, современность, актуальные проблемы: Материалы VIII Всероссийской межвузовской студенческой научной конференции (г. Москва, 28 ноября 2023 года). М., 2024. С. 122-126.
3. Столярова А.А. Проблемы профилактики совершения преступлений против жизни, здоровья и половой неприкосновенности несовершеннолетних // Проблемы правоохранительной деятельности на современном этапе: сборник трудов III Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции (г. Кострома, 25–26 апреля 2024 года). Кострома, 2024. С. 255-260.
4. Сухоруков Н.Н. Роль физической культуры, спорта, медицины и правоохранительных органов в профилактике асоциальных проявлений, наркомании и преступности среди молодежи // Актуальные проблемы физической культуры, спорта и туризма: Материалы XIII Международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию кафедры физического воспитания УГАТУ (г. Уфа, 21–23 марта 2019 года). Уфа, 2019. С. 552-555.
5. Тепляшин П.В. Профилактика пенитенциарной преступности: обуславливающие факторы, принципы, источники и их классификация // Пенитенциарная наука. 2023. Т. 17, № 4(64). С. 382-389. <https://doi.org/10.46741/2686-9764.2023.64.4.005>
6. Трякшина Ю.В., Ефименко Е.Н. Роль личности в преступности несовершеннолетних. Причины несовершеннолетней преступности // Вестник Совета молодых учёных и специалистов Челябинской области. 2021. Т. 1, № 1(32). С. 54-58.
7. Хотькина О.К., Задоя А.И. Спорт как мера профилактики правонарушений несовершеннолетних // Актуальные проблемы предупреждения преступности несовершеннолетних: сборник материалов межвузовского научно-практического круглого стола, посвященного памяти профессоров В.И. Игнатенко и З.С. Зарипова (ко Дню российской науки) (г. Рязань, 10 февраля 2023 года). Рязань, 2024. С. 199-204.
8. Шишкина А.Ю. Студенческие спортивные клубы как механизм профилактики деструктивного поведения среди молодёжи // От международных спортивных игр «дети Азии» к университетскому спорту: Сборник научных трудов Международной научной конференции, в рамках VIII Международных спортивных игр «Дети Азии» и 25-летнего юбилея Чурапчинского государственного института физической культуры и спорта (г. Якутск, 04–05 июля 2024 года). Якутск, 2024. С. 395-399.

**Косарева Е.А.**

Нижневартровский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

## **К ВОПРОСУ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МУЗЫКАЛЬНО-РИТМИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ НА ФИЗКУЛЬТУРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЯХ**

Музыкально-ритмическое воспитание представляет собой значимый компонент системы физического воспитания и оздоровительной работы с разновозрастными группами населения. В образовательных организациях (дошкольных учреждениях, общеобразовательных школах, высших учебных заведениях), а также в спортивно-оздоровительных комплексах музыкальное сопровождение зачастую используется в качестве методического средства при проведении занятий.

В рамках музыкально-ритмического воспитания наряду с задачами физического развития осуществляется эстетическое воспитание занимающихся. Правильно подобранная музыка усиливает восприятие движений, способствует формированию мышечного чувства и развивает слуховую память. Это позволяет ученикам не только запоминать движения в контексте музыкального сопровождения, но и вырабатывать привычку двигаться ритмично и красиво.

Цель исследования – изучить теоретические аспекты музыкально-ритмического воспитания и его роль в физическом воспитании, а также особенности физического развития детей младшего школьного возраста с акцентом на использование музыкально-ритмических элементов в физкультурно-оздоровительных занятиях.

Одним из первых государств Древнего мира, официально интегрировавших музыку в физическое воспитание и спорт, была Спарта. Здесь гимнастические упражнения и приемы борьбы исполнялись под звуки «гипнопедий» – специфических песен-плясок, которые, по свидетельству древнегреческого историка Атеней, исполнялись обнаженными атлетами в палестрах. Эти музыкальные произведения создавали единый ритм, способствующий синхронному выполнению физических упражнений.

Аристоксен, другой древнегреческий историк, описывал тренировки в палестре как ритмичные танцы юношей, которые воссоздавали различные образы и фигуры.

Внедрение музыки в физическую культуру Спарты сыграло значительную роль в успехах спартанских атлетов на Олимпийских играх VII века до н.э., где они завоевали большинство наград.

Пример Спарты вдохновил другие государства на аналогичные практики. С VI века до н.э. пифагорейская школа начала оказывать влияние на развитие музыкальной стимуляции в спорте. Пифагор активно способствовал внедрению музыки в физическое воспитание на научно-теоретической основе, а философы Платон и Аристотель связывали музыку с системой государственного образования и воспитания. Для древних греков музыка была не только средством развлечения, но и важным стимулятором физической и умственной деятельности.

В конце XIX века швейцарский педагог и музыкант Э.Ж. Далькроз разработал систему музыкально-ритмического воспитания, введя термин «ритмическая гимнастика». Эта система,

изначально предназначенная для развития слуха и чувства ритма у музыкантов, оказалась также эффективной для физического воспитания, основываясь на органическом сочетании музыки и движений [4]. Основная цель данной системы заключается в формировании у детей способности воспринимать и интерпретировать музыкальные ритмы через движение и жесты. Это подразумевает не только осознание связи между звуковыми сигналами и физическими действиями, но и умение переводить музыкальный ритм в выразительные движения тела [3].

Согласно свидетельствам Нины Георгиевны Александровой, одной из учениц и последовательниц Э. Жак-Далькроза, сыгравшей ключевую роль в популяризации его идей в России, разработанная им система ритмического воспитания включает обширный комплекс упражнений, разделенный по целевому назначению. В данную структуру входят: музыкально-ритмические, пластико-гимнастические, волевые и выразительные упражнения, а также ритмические игры, этюды и танцы и т.п. Такая дифференциация обеспечивает вариативность применения методики: программа может быть адаптирована с учётом возрастных особенностей, пола, индивидуальных характеристик личности, профессиональной специфики.

Концепцию единства музыки и движения активно продвигала американская танцовщица Айседора Дункан. В 1921 году она прибыла в Москву с целью организации балетной школы, где основной акцент делался на развитие естественности, эмоциональной искренности, грациозности и свободы движений у исполнителей.

Современные системы музыкально-ритмического воспитания разрабатывались многими музыкантами и педагогами, среди которых выделяются Н.Г. Александрова и ее ученики: Е.В. Конорова, Н.П. Збруева, В.И. Гринер, Н.Е. Кизевальтер и М.А. Румер [4].

Чувство музыкального ритма обладает моторной и эмоциональной природой, основываясь на восприятии выразительности музыки. Оно проявляется в способности человека активно интерпретировать музыку через движения, что позволяет ему ощущать эмоциональную насыщенность и динамику музыкального произведения. Следует отметить, что формирование и развитие музыкально-ритмического чувства возможно исключительно в ходе музыкально-ритмической деятельности.

Развитие музыкально-ритмических навыков является ключевым элементом обучения, поскольку они помогают учащимся осваивать законы ритмического строения музыкальных произведений. Это включает в себя умение различать и интерпретировать характер музыки, а также понимать изменения темпа и динамики, которые могут существенно влиять на исполнительское мастерство.

Ритмические упражнения воспитывают чувство ритма, а также способность различать сильные и слабые доли такта, что способствует ритмичному исполнению движений. Каждое музыкальное произведение обладает уникальным ритмом, который определяется такими параметрами, как метр и темп.

Навыки выразительного движения направлены на развитие и совершенствование культуры движений, что в процессе занятий способствует их большей свободе, ритмичности и координации.

Взаимосвязь движений с музыкальными формами ярко проявляется в гимнастических упражнениях.

Гимнастические комплексы, выполняемые как с предметами, так и без них, а также различные построения и перестроения способствуют формированию навыков понимания не только музыкальных канонов, но и ориентации в пространстве.

Музыка – это искусство, в основе которого лежит система организованных звуковых последовательностей, структурированных по параметрам высоты, длительности, громкости, ритма, тембра и тональности. Такие звуковые комплексы, создаваемые человеком посредством музыкальных инструментов или голоса, отражают окружающую действительность и оказывают многостороннее воздействие на психоэмоциональную и физиологическую сферы личности.

В контексте физического воспитания целенаправленный подбор музыкального сопровождения выступает значимым методическим фактором. Он не только повышает эффективность и качество занятий, но и способствует комплексному решению образовательных задач: содействует физическому развитию, оздоровлению, формирует эстетический вкус, воспитывает нравственные качества, мотивирует занимающихся к регулярным занятиям.

Подбор музыкального сопровождения для занятий физической культурой – сложная и ответственная задача, требующая комплексного подхода. При выборе музыкальных композиций необходимо учитывать ряд факторов. Важно принимать во внимание характеристики самого музыкального произведения: его стиль, темп, ритм, эмоциональный характер, образность и продолжительность звучания. Не менее значимы цели и специфика занятия, включая его форму организации, направленность и этап обучения – будь то ознакомление с новыми движениями, их разучивание или совершенствование техники выполнения упражнения. Существенную роль играют также особенности контингента: возраст, пол, уровень физической и музыкальной подготовленности, индивидуальные и групповые музыкальные предпочтения. Кроме того, следует учитывать квалификацию педагога – его музыкальную грамотность, развитость музыкально-ритмических способностей и индивидуальные вкусы, которые формируют основу для выбора подходящих композиций [1].

Во время занятий физической культурой музыкальное сопровождение может выполнять функцию инструмента эмоциональной разрядки. Оно даёт возможность проявить подавленные эмоциональные состояния, как отрицательные, так и неочевидные позитивные реакции. Помимо этого, музыка положительно влияет на усвоение двигательных навыков: помогает запоминать последовательность упражнений и быстрее осваивать новые движения [2].

Чтобы интеграция музыкально-танцевальных практик в физкультурные занятия была эффективной, они должны соответствовать основным целям и задачам физического воспитания. Это требует использования теоретических знаний в области двигательного обучения, соблюдения методических принципов физической культуры, а также учёта подходов музыкально-ритмического и оздоровительно-гимнастического воспитания.



В процессе физической культуры музыкальное сопровождение реализует ряд ключевых функций:

1. Аксиологическая функция (ценностная) – формирует ценностное восприятие музыкальной и двигательной культуры;
2. Эстетическая функция – формирует у занимающихся музыкальный вкус и обогащает их чувственный опыт, позволяя занимающимся видеть взаимосвязь между музыкальной композицией и структурой движений, а также осознавать красоту и эстетику выполнения движений под музыку;
3. Оптимизирующая функция – помогает более эффективно решать стоящие перед занятием задачи и его отдельными частями;
4. Организаторская функция – способствует более четкой организации занятий и структурированию комплексов упражнений;
5. Психорегулирующая функция – облегчает переключение внимания и преодоление монотонности, снижает нервное напряжение и стресс, улучшая общее психологическое состояние занимающихся и создавая положительный эмоциональный фон на занятиях, содействует позитивному взаимодействию участников педагогического процесса;
6. Гедонистическая функция – способствует получению удовольствия от прослушивания музыки и выполнения двигательных действий под её сопровождение.

Физкультурно-оздоровительные занятия приобретают особую значимость в современном обществе, где дети подвержены гиподинамии из-за интенсивной учебной нагрузки, домашних заданий и длительного пребывания за компьютером. Интеграция музыкально-ритмических упражнений в программу таких занятий способна сделать уроки более интересными и полезными для укрепления здоровья и поддержания интереса к физической культуре.

Музыкально-ритмические упражнения выполняют сразу несколько важных функций:

- улучшают координацию движений и моторные навыки;
- способствуют формированию правильной осанки и поддержанию мышечного тонуса;
- стимулируют активность сердечно-сосудистой и дыхательной систем;
- формируют чувство ритма и музыкального восприятия;
- увеличивают мотивацию и удовольствие от занятий.

Важно отметить, что музыка создает положительную атмосферу на занятии, помогает детям легче адаптироваться к физическим нагрузкам и поддерживает их энтузиазм. Преподаватель может варьировать темпы музыки, создавая разные уровни интенсивности, подходящие каждому этапу занятия. Например, энергичные композиции ускорят темп выполнения упражнений, тогда как спокойные мелодии будут способствовать расслаблению и восстановлению сил.

Кроме того, выполнение упражнений под музыку развивает творческое мышление, фантазию и креативность. Дети начинают воспринимать физические усилия не как рутинную обязанность, а как увлекательную игру, наполненную эмоциями и радостью.

Актуальность внедрения музыкально-ритмических упражнений в физкультурно-оздоровительные занятия обусловлена современными реалиями жизни школьников. В условиях постоянной занятости учебной, выполнением домашнего задания и продолжительного сидячего образа жизни многие дети страдают от недостатка двигательной активности, что негативно сказывается на их физическом и эмоциональном здоровье [5].

Интеграция музыки в занятия физической культурой решает целый спектр педагогических задач, делая уроки интереснее и эффективнее. Занятия с музыкальным сопровождением привлекают внимание учеников, формируют положительные эмоции и улучшают восприятие материала. Помимо повышения интереса, такие занятия способствуют нормализации сердечного ритма, улучшению координации движений и общего самочувствия ребенка.

Также музыкально-ритмическая гимнастика способствует развитию творческих способностей, фантазии и воображения, формирует способность чувствовать ритм и выражать себя через движение [3]. Данное направление играет важную роль в укреплении здоровья подрастающего поколения и формировании здорового образа жизни, соответствующего потребностям XXI века.

Таким образом, интеграция музыкальных элементов в физкультурно-оздоровительные занятия представляет собой мощный инструмент для повышения мотивации и оптимизации учебного процесса, обеспечивая одновременно физическое и психологическое благополучие детей.

### Литература

1. Безбородова Л.А., Пустовойтова М.Б. Музыкально-ритмическое развитие дошкольников и младших школьников // Наука и школа. 2012. № 5. С. 107-109.
2. Галеев А.Р. Стимулируемое развитие двигательных координаций у детей 10–12 лет, занимающихся спортивными танцами: автореф. дисс. ... канд. пед. наук. М., 2008. 22 с. EDN NKLNNJ.
3. Галянт И.Г. Ритмическая организация жизненного пространства детей как основа музыкально-творческого развития // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2015. № 3. С. 80-89.
4. Григорьева И.П., Рыкунов Ю.Н. Музыкально-ритмическое воспитание: учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по специальности 050720 «Физическая культура» и направлению «Педагогическое образование», профиль «Физическая культура». Воронеж: Воронежский государственный педагогический университет, 2012. 80 с.
5. Коричко Ю.В., Галеев А.Р. Эффективность применения разнообразных упражнений аэробики на физкультурно-оздоровительных занятиях // Мир науки. 2017. Т. 5, № 6. С. 28. EDN YRRTWI.

Лебедев М.В.

Нижневартовский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

## **К ВОПРОСУ О ПРОЕКТИРОВАНИИ ДОСУГОВОЙ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ НА ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИИ «СПОРТ ДЛЯ ВСЕХ»**

Современная социальная ситуация характеризуется ростом негативных факторов, негативно сказывающихся на состоянии здоровья подрастающего поколения. Среди таких факторов выделяются низкая физическая активность, ухудшение экологических условий, распространение вредных привычек и асоциального поведения. Современные тенденции показывают значительный рост интереса к массовым видам спорта и физкультурно-оздоровительным программам. Особенно важна доступность занятий спортом, обеспечивающая равные возможности для всех желающих. Одним из ключевых инструментов решения данной проблемы становится технология «Спорт для всех», которая подразумевает широкую популяризацию спортивных мероприятий и создание удобных условий для занятий спортом в повседневной жизни.

В настоящее время существует необходимость создания благоприятных условий для личностного роста и социализации молодежи, одним из важнейших компонентов которой выступают подростково-молодёжные клубы, функционирующие по месту жительства. Эти клубы служат уникальным механизмом взаимодействия поколений, обеспечивая пространство для конструктивного досуга и социальной адаптации молодёжи. Создаваемые государством институты поддерживают молодёжь, предоставляя ей альтернативу деструктивным действиям и оказывая влияние на формирование гражданских ценностей и мировоззрения.

Значимость клубов обусловлена тем, что они создают среду и оказывают существенное воздействие на восприятие подростками окружающей действительности. Таким образом, система работы с подростками по месту жительства представляется фундаментальным компонентом социальной стратегии, необходимым для гармонизации общественных процессов и стабилизации социальной обстановки в современном российском обществе.

Научные предпосылки исследования включают классические труды ученых в области физического воспитания и спорта. В исследованиях отмечается важная роль спортивных соревнований и тренировок в развитии физических качеств, формировании здоровых привычек и укреплении социальной сплоченности. В дополнение к этому, исследователи обращают внимание на необходимость учета интересов самих подростков и развития их мотивации к занятиям спортом. Здесь важны игровые и развлекательные формы физкультурно-спортивной деятельности, позволяющие обеспечить максимальную привлекательность занятий для молодёжи.

Клубы по месту жительства выступают уникальной формой организации свободного времени подростков, обеспечивая одновременно эмоциональную привлекательность и педагогическую целесообразность использования свободного времени детьми. Данный механизм создаёт уникальные условия для творческого развития и вовлечения подростков в активные занятия физической культурой и спортом.

Преимущества подростковых клубов по месту жительства заключаются в их доступности для различных социальных групп и детей с различными уровнями физической подготовки. Это позволяет превратить физкультурно-спортивную деятельность в массовые формы досуга, доступные широкому кругу лиц.

Органы местной и региональной власти осуществляют политику, направленную на поддержку подрастающего поколения, развивая инфраструктуру подростковых и молодежных клубов. Основные направления их деятельности включают:

- Создание условий для поддержки и развития сети подростковых и молодежных клубов по месту жительства.
- Обустройство игровых и спортивных площадок, предназначенных для занятий спортом и активного отдыха подростков.
- Повышение квалификации сотрудников, занятых работой с молодежью, путём регулярного прохождения курсов переподготовки и повышения квалификации.
- Проведение смотровых и конкурсных мероприятий среди клубов, стимулирующих качество предоставляемых услуг и успехи в воспитательной работе.

Таким образом, клубы по месту жительства играют ключевую роль в организации досуга подростков, содействуя их физическому и социальному развитию, а также поддерживая общие усилия по обеспечению гармоничного перехода от детства к ответственному и самостоятельному взрослому состоянию.

Мы предполагаем, что эффективная организация досуговой физкультурно-спортивной деятельности школьников возможна при условии последовательного решения ряда частных задач, которые позволят научно обосновать и воплотить инновационную модель, ориентированную на технологию «Спорт для всех». Планируется следующая поэтапная работа:

1. Анализ научно-методической литературы. Будут детально рассмотрены вопросы теории и практики организации досуговой физкультурно-спортивной деятельности с подростками в клубах по месту жительства. Мы планируем исследовать имеющийся отечественный и международный опыт, провести критический анализ имеющихся методик и выявить лучшие мировые практики.

2. Изучение физкультурно-спортивных потребностей школьников. Предполагается комплексное обследование физкультурно-спортивной среды в муниципальном образовании, изучение интересов и ожиданий школьников, выявление региональных особенностей и потенциальных барьеров, препятствующих вовлечению подростков в регулярные занятия спортом.

3. Создание модели организации досуговой физкультурно-спортивной деятельности. Намечаем построить структурированную модель, интегрирующую принципы «Спорта для всех» и особенности подростковых клубов по месту жительства. Основное внимание будет уделено поиску баланса между игрой, соревнованием и образовательной компонентой.

4. Разработка программно-методического обеспечения. Будем формировать систему дидактических и методических материалов, необходимых для реализации предложенной

модели. Сюда войдут сценарии мероприятий, учебные пособия, программы подготовки инструкторов и советы по организации физкультурно-спортивной деятельности в клубах.

5. Проверка эффективности разработанной модели. После завершения этапов построения и разработки модели запланирован пилотный проект, в рамках которого проверится её практическая реализуемость и эффективность. Итогом станет сбор и анализ результатов, подтверждающих либо опровергающих нашу гипотезу.

Предлагаемая гипотеза исходит из предположения, что правильно выстроенная модель организации досуговой физкультурно-спортивной деятельности сможет оказать позитивное влияние на физическое здоровье и социальную адаптацию подростков, стимулируя их всестороннее развитие и подготовку к будущей взрослой жизни.

Ожидаемый результат предстоящего исследования состоит в разработке и экспериментальном обосновании организационно-педагогических условий, способствующих эффективному осуществлению физкультурно-спортивной деятельности в подростковых клубах по месту жительства на основе проекта «Спорт для всех». Мы предполагаем, что введение указанных условий позволит существенно повысить интерес и мотивацию подростков и молодежи к участию в физкультурно-спортивных мероприятиях, развить у них устойчивую потребность в занятиях физической культурой.

Ожидания по результатам исследования основаны на глубокой проработке теоретических оснований, включающих современные концептуальные положения личностно-ориентированного, философско-культурологического и синергетического подходов. Мы рассчитываем применить современный арсенал методов исследования, соответствующий поставленным задачам, использовать опытно-экспериментальное подтверждение наших предложений, включить в эксперимент репрезентативную выборку участников и применить точные математико-статистические методы анализа данных.

Итогом планируемого исследования станет разработка научно обоснованной модели организации досуговой физкультурно-спортивной деятельности школьников в подростковых клубах по месту жительства. Основой этой модели выступит интеграция разнообразных методов и форм физкультурно-спортивной активности, которая позволит радикально повысить уровень вовлеченности подростков в занятия спортом и повысить эффективность проводимых мероприятий.

В первую очередь предстоит осуществить глубокий анализ и переработку накопленного мирового опыта в области физкультурно-спортивной деятельности, а также рассмотреть новейшие тенденции и подходы, применяемые в современных моделях организации подобного рода мероприятий. Это даст возможность выявить закономерности и разработать собственную, уникально адаптированную к российским условиям модель организации физкультурно-спортивной деятельности. Далее будет определен комплекс программно-содержательного обеспечения, призванного максимально полно соответствовать проекту «Спорт для всех». Главное преимущество данного подхода – индивидуальный подход к каждому ребенку, учитывающий физиологические и психологические особенности, а также степень готовности и желания к освоению различных видов спорта. Этот подход позволит



подросткам осознанно выбирать тот вид спорта, который наилучшим образом подходит их личным качествам и задаткам.

Наконец, особый акцент будет сделан на определении и обосновании организационно-педагогических условий, которые обеспечат высокую эффективность физкультурно-спортивной деятельности в подростковых клубах. Рассматриваемые условия включают приоритет игровых и соревновательных методов, непрерывность и целостность физической активности, а также объединение индивидуальных и коллективных форм организации занятий. Технология «Спорт для всех» представляет собой универсальную стратегию развития массового спорта и физкультурно-оздоровительной деятельности, ориентированную на вовлечение максимального числа занимающихся, независимо от возраста, уровня физической подготовки и социального статуса. Главная цель данной технологии - создание равных возможностей для занятий спортом и содействие ведению здорового образа жизни широким слоям населения.

Данная технология приносит целый ряд значительных преимуществ. Прежде всего, она обеспечивает широкую доступность занятий спортом, давая возможность заниматься физической активностью в любое удобное время и в комфортной обстановке. Технология оказывает сильное влияние на формирование у подростков и молодежи устойчивой мотивации к занятиям спортом и приверженности здоровому образу жизни. В результате повышаются показатели физического здоровья, снижается заболеваемость хроническими болезнями, укрепляется иммунитет.

Кроме того, технология «Спорт для всех» решает ряд социальных проблем, таких как социальная изоляция, депрессия и девиантное поведение, объединяя людей разных возрастов и профессий. Ещё одно достоинство технологии – экономичность и высокая эффективность: она позволяет достигать значительных результатов при небольших затратах, эффективно используя уже существующую спортивную инфраструктуру и оборудование.

Таким образом, технология «Спорт для всех» обладает большим потенциалом для реализации национальных стратегических целей по охране здоровья и формированию гармонично развитого общества. Применение данного подхода даёт государству важный инструмент для укрепления здоровья нации, профилактики заболеваний и усиления социальной сплочённости.

Важным преимуществом технологии является её инклюзивность: занятия подходят абсолютно всем, включая людей с ограниченными возможностями здоровья. Специально разработанные программы и инфраструктура обеспечивают доступность и комфорт для каждого гражданина, стремящегося вести активный образ жизни.

Технология «Спорт для всех» активно внедряется на региональном и местном уровнях, поддерживаемая государственными органами и некоммерческими организациями. Результатом её реализации становится рост физической активности населения, сокращение заболеваемости, улучшение психологического климата и повышение социальной активности граждан. Она обладает множеством преимуществ по сравнению с традиционными методами организации физкультурно-спортивной деятельности.

Наиболее значимые из них:

Во-первых, технология обеспечивает широкую доступность занятий для любых групп населения, независимо от возраста, уровня физической подготовки и финансового положения. В отличие от традиционных подходов, где требуются специализированные секции или дорогие экипировка и оборудование, «Спорт для всех» доступен буквально каждому.

Во-вторых, мероприятия проходят во дворах, парках, школах, стадионах, что снимает проблему транспортной доступности и значительно облегчает участие в спортивных занятиях.

В-третьих, важным достоинством является психологическая комфортность. Еще одно весомое преимущество – инклюзивность. Обычные формы физической активности далеко не всегда учитывают потребности инвалидов или пожилых людей. В рамках «Спорта для всех» учитываются потребности всех категорий граждан, позволяя инвалидам, пожилым людям и семьям с маленькими детьми свободно участвовать в мероприятиях.

Традиционные подходы к физкультуре редко предусматривают семейное участие, что сильно ограничивает круг вовлеченных людей. «Спорт для всех» дает прекрасную возможность родителям и детям заниматься спортом вместе, укреплять внутрисемейные связи и прививать любовь к активному образу жизни.

Также технология способствует формированию культуры здоровья. Дополнительно технология формирует дружелюбное и единое общество. Совместные занятия спортом сближают людей, формируют сильные сообщества, улучшают общественный климат и уменьшают конфликтность.

Итак, технология «Спорт для всех» выгодно отличается от традиционных методов, предоставляя гражданам удобства, свободу выбора, комфорт и хорошие условия для занятий физической активностью, способствуя укреплению здоровья и повышению качества жизни.

**Самоловova А.Н.**

Нижневартковский государственный университет;  
МАУДО г. Нижневартовска «СШОР»  
г. Нижневартовск, Россия

## **ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ К РЕГУЛЯРНЫМ ЗАНЯТИЯМ НАСТОЛЬНЫМ ТЕННИСОМ**

Современное общество остро нуждается в повышении физической активности населения. Экологические проблемы, стресс, ускоренный ритм жизни делают эту потребность особенно актуальной. Физическая подготовка в вузах признана заложить фундамент для здорового и активного образа жизни действующих студентов и выпускников. Настольный теннис, сочетающий физическую нагрузку с интеллектуальным развитием, является перспективным инструментом для достижения этих целей.

Однако на практике большинство студентов предпочитают пассивный отдых, игнорируя регулярные занятия спортом, включая и настольный теннис.

Основные причины:

- низкая мотивация студентов;
- непонимание реальных преимуществ занятий;
- отсутствие или недостаток свободного времени;
- недостаточная информативность о современных подходах к организации спортивного досуга.

Цель данной работы – выявить препятствия для массового увлечения у молодого поколения настольным теннисом и разработать комплекс мер по повышению мотивации к занятиям у студентов.

В первую очередь необходимо обратиться к теоретико-методическим обоснованиям изучения мотивации студентов к занятиям настольным теннисом.

Формирование мотивации обучающихся к регулярным занятиям спортом представляет собой важный элемент современной образовательной практики.

Настольный теннис выделяется среди других видов спорта своей доступностью, универсальностью и положительным влиянием на физическое и психоэмоциональное состояние студентов.

Рассмотрим ключевые положения, лежащие в основе исследования мотивации студентов к тренировочным занятиям настольным теннисом.

Мотивация определяется как совокупность внутренних и внешних факторов, определяющих поведение индивида, включая стремление к достижению целей и удовлетворение потребностей. В спортивной практике выделяет два основных типа мотивации:

1. Внешняя (экстернальная) мотивация обусловлена поощрениями, наградами, одобрением окружающих.
2. Внутренняя (интернальная) мотивация возникает из личного интереса, желания достичь высоких результатов и саморазвития.

Настольный теннис привлекает внимание студентов благодаря возможности быстро и легко освоить базовые технические приемы, доступностью инвентаря и оборудования, минимальными требованиями к физическим данным. Это создает предпосылки для формирования устойчивого интереса студентов к настольному теннису.

Однако среди современной молодежи есть особенности формирования мотивации к занятиям настольным теннисом.

Отличительной чертой нынешней молодежи является их энергичность и открытость к новым впечатлениям и увлечениям. Настольный теннис, предлагая идеальное сочетание доступности и азарта, становится все более привлекательным вариантом для студентов, ищущих увлекательный способ провести свое время и поддержать физическую форму.

Мы рассмотрим основные факторы, влияющие на формирование желания обучающихся заниматься настольным теннисом:

1. Доступность и интуитивность, которая делает настольный теннис таким привлекательным для молодежи. Он не требует больших финансовых затрат или специализированной для этого вида спорта площадки, ведь для игры необходимы только стол, ракетка и мяч. Это идеальное решение для студентов, стремящихся к физической активности. К тому же, освоить базовые приемы игры можно очень быстро, что поддерживает интерес и желание совершенствоваться.

2. Настольный теннис играет значимую роль в формировании и развитии социальных компетенций у студентов. Организация игрового процесса в командном или парном формате создает естественные условия для межличностного общения, способствуя усыновлению прочных дружеских связей и формированию позитивного социального климата. Совместная деятельность в рамках команды не только усиливает чувство принадлежности, но и является мощным мотивационным стимулом для регулярных занятий [3; 5].

3. Настольный теннис демонстрирует значительное позитивное воздействие на психоэмоциональную сферу обучающихся. Участие в данной активности способствует эффективному снятию психофизиологического фона. Динамический характер игры, требующий оперативной реакции, обеспечивает адекватную стимуляцию мозговой активности, что, в свою очередь, благоприятно отражается на развитии когнитивных способностей и улучшении концентрации внимания обучающихся [4].

4. Мотивация студентов к занятиям настольным теннисом демонстрирует разнообразный подход к выбору тенниса как вида деятельности. Индивидуальные мотивы могут варьироваться от стремления к физическому совершенствованию и необходимости психологической разгрузки до желания достичь успехов в соревновательной деятельности и получить одобрение со стороны академической среды.

5. Выбор настольного тенниса в качестве физической активности определяется несколькими причинами. С одной стороны, это внешние факторы, а именно: общественные тенденции, поддержка близких и удобство места для игры [3]. С другой стороны, это то, что игра привлекает благодаря внутренним стимулам. Это и личное удовольствие от процесса, и радость от преодоления себя и достижения целей. К тому же, настольный теннис – это

отличный способ укрепить здоровье, не перегружая суставы и сердце, и при этом значительно улучшить координацию, скорость реакции и способность концентрироваться.

6. Чтобы студенты по-настоящему полюбили настольный теннис и захотели им заниматься, университет должен создать для этого условия и активно поддерживать их начинания. Это значит предоставить свободное время в спортивном зале, найти тренеров, регулярно устраивать интересные соревнования и праздники, а также постоянно напоминать о пользе активного образа жизни.

Также необходимо рассмотреть и педагогические подходы к формированию устойчивой мотивации студентов к занятиям настольным теннисом.

Эффективность педагогических подходов зависит от учета возрастных и личностных особенностей обучающихся.

Применяются разнообразные стратегии и технологии, направленные на повышение заинтересованности студентов:

1. Проведение соревнований, турниров, товарищеских матчей.
2. Использование мультимедийных материалов, просмотр видеозаписей профессиональных игроков [1].
3. Учет уровней подготовки и способностей каждого обучающегося.
4. Поддержание положительного эмоционального фона на занятиях, создание благоприятной атмосферы.

Для полного раскрытия данной темы мы провели эмпирическое исследование уровня мотивации студентов к занятиям настольным теннисом.

Цель исследования заключалась в выявлении особенностей студентов к занятиям настольным теннисом, определением факторов, влияющих на привлекательность этого вида спорта, а также разработке рекомендаций по повышению уровня мотивации.

Исследование проводилось на базе Нижневартковского государственного университета и включало в себя:

1. Анкетирование. Студенты ответили на вопросы анкеты, разработанной нами. Анкета была составлена так, чтобы выявить внутренние и внешние факторы, стимулирующие занятия настольным теннисом.
2. Наблюдение. Проводилось наблюдение за действиями студентов во время тренировочных занятий и соревнований, фиксировались реакция на успехи и неудачи, отношение к соперникам и коллегам.
3. Оценка психологического благополучия (уровень тревожности, самооценка, стрессоустойчивость).

Выборочные характеристики опроса представлены в следующем виде:

1. Пол: 65% мужчины, 35% женщины.
2. Возраст: среднее значение 20,5 лет.
3. Уровень подготовки в игре: 95% новички, 5% опытные игроки.
4. Частота посещения занятий: 70% регулярно, 30% периодически.



Мы провели анализ полученных результатов анкетирования студентов относительно привлекательности занятий настольным теннисом.

Анализ полученных данных показал следующую картину предпочтений студентов:

1. Основной причиной посещения занятий настольным теннисом является укрепление здоровья (70%).
2. Важным фактором начать заниматься играет наличие друзей, играющих в настольный теннис (35%).
3. Многие отметили положительное влияние настольного тенниса на настроение, стресс и общий тонус организма (75%).
4. Основными причинами периодичности посещения занятий, согласно оценке опроса являются:
  - недостаток свободного времени (60%).
  - утомление после учебного процесса (25%).
  - отсутствие доступной инфраструктуры для занятия в непосредственной близости от места проживания (15%).

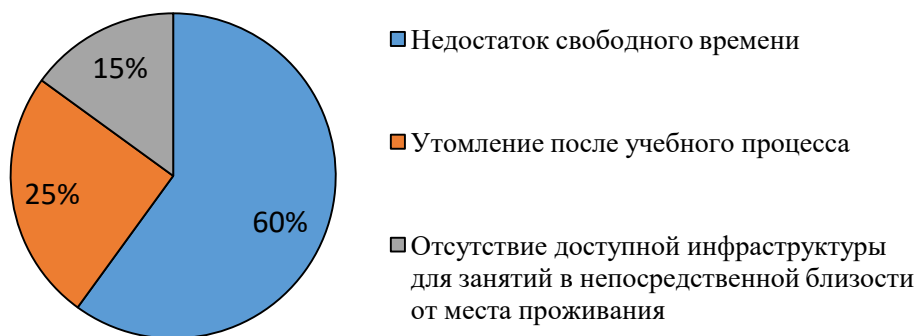


Рис. 1. Ответ на вопрос «Основные причины непосещения занятий»

5. Как показал опрос, современные студенты все чаще выбирают персональный подход:

- 65% предпочитают заниматься индивидуально с тренером.
- 35% выбирают групповые тренировочные занятия.

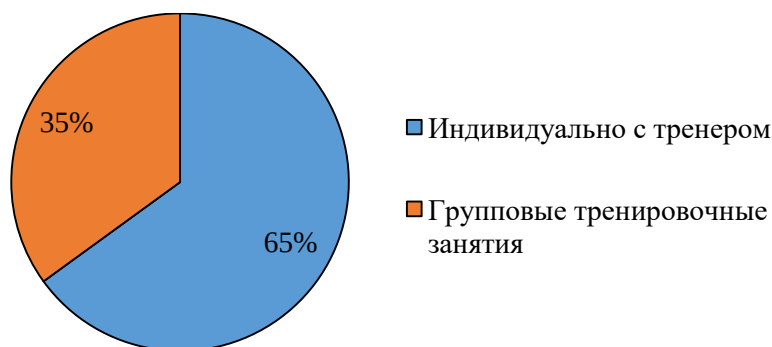


Рис. 2. Ответ на вопрос «Предпочитаемые типы проведения занятий»

Важно отметить, что значительная доля опрошенных высказала пожелание увеличить количество специализированных спортивных секций.

Подводя итог, можно сказать что, для того, чтобы студенты с энтузиазмом занимались настольным теннисом, требуется системный подход. Это означает сочетание продуманных тренировочных методик, увлекательных игровых форматов и внимание к потребностям каждого обучающегося. Такой подход не только сделает образовательный процесс более продуктивным, но и увеличит число студентов, активно участвующих в спортивной жизни университета.

Однако простого выявления проблемных аспектов будет недостаточно. Для достижения всестороннего исследования критически важным представляется разработка конкретных рекомендаций, направленных на повышение эффективности мотивационного компонента в процессе занятий настольным теннисом.

Исследование выявило несколько ключевых путей повышения мотивации у студентов к занятиям настольным теннисом:

1. Организация соревнований и турниров, а также привлечение известных личностей из мира настольного тенниса.
2. Создание секции по настольному теннису для улучшения социального взаимодействия и формирования более сплоченного коллектива [2; 6].
3. Применение современных и адаптированных тренировочных программ, учитывающих возрастные особенности и уровень подготовки студентов.
4. Расширение инфраструктуры, предназначенной для занятий настольным теннисом.

Таким образом, результаты исследования включены в основу рекомендаций, направленных на формирование идеальных условий для активного участия студентов в спортивной жизни университета, что положительно скажется на их здоровье и всестороннем развитии.

### Литература

1. Зверева Е.А., Лавина Т.А., Самоловов Н.А., Самоловова Н.В. Организация самостоятельной работы студентов по физической культуре и спорту средствами блог-технологий // Профессиональное образование и рынок труда. 2025. Т. 13. № 1(60). С. 120-131.
2. Кириллова К.А. Адаптивная физическая культура в формировании здорового образа жизни студентов с ограниченными возможностями здоровья // Адаптивная физическая культура. 2023. № 2(94). С. 48-50.
3. Маджуга А.Г., Юмагулова Н.И., Самоловов Н.А., Беляева Л.В., Гайсин Э.Д. Эмоциональная воспитанность как базовый индикатор личностной компетенции специалиста в социомных профессиях // Евразийский юридический журнал. 2022. № 9(127). С. 483-488.
4. Самоловов Н.А., Самоловова Н.В., Самоловова А.Н. Роль занятий настольным теннисом в поддержание эмоционального здоровья обучающихся в университете // Перспективные направления в области физической культуры, спорта и туризма: Материалы X Всероссийской научно-практической конференции. Нижневартовск, 2021. С. 288-292.

5. Самоловова А.Н., Самоловова Н.В., Самоловова А.Н. Понимание студентами вуза значимости эмоциональной воспитанности // Тенденции развития науки и образования. 2024. № 114-1. С. 138-141.

6. Самоловова Н.В., Самоловова А.Н., Самоловова А.Н. Квест-технологии в физкультурно-спортивной деятельности молодежи // Перспективные направления в области физической культуры, спорта и туризма: Материалы XIII Всероссийской научно-практической конференции. Нижневартовск, 2024. С. 309-313.

© Самоловова А.Н., 2026

**Чубарова С.В., Минаева М.В., Красникова М.А., Красникова О.С.**  
Нижневартовский государственный университет  
г. Нижневартовск Россия

### **ВЛИЯНИЕ ИНТЕНСИВНОСТИ СОРЕВНОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПОКАЗАТЕЛИ ИГРОВОЙ КОММУНИКАЦИИ ВОЛЕЙБОЛИСТОК СТУДЕНЧЕСКОЙ КОМАНДЫ НВГУ**

Игровая коммуникация в соревновательной деятельности спортсменов игровых видов спорта представляет собой междисциплинарную область исследований, находящуюся на пересечении социальной психологии и теории физической культуры и спорта. Интерес к данной теме обусловлен поиском эффективных способов и методов регулирования механизмов взаимодействия при специфичных условиях розыгрыша и выбора игровых действий между игроками. Очень часто характер и содержание игровых взаимодействий, в отдельные игровые эпизоды, подчиняются законам оперативности принятия решения, быстрого построения взаимодействий и достижения согласованности между партнерами, так как порой спортсмены ограничены во времени. Формирование игровых коммуникативных навыков в соревновательной деятельности представителей игровых видов спорта, становится важной задачей тренировочного процесса [4, с. 21].

Современный волейбол предъявляет высокие требования к технико-тактической подготовке игроков, но результативность игры обеспечивается во многом за счет правильно спланированного и успешно реализованного игрового взаимодействия между волейболистами. Важнейшую роль играет способность членов команды быстро обмениваться информацией, согласовывать действия и оперативно реагировать на изменения игровых ситуации на площадке. Исследования показывают, что эффективность игровых взаимодействий значительно возрастает при наличии чётко налаженной системы коммуникаций [10, с. 223].

В исследовании Л.Л. Романовой рассматриваются теоретические и практические основы формирования игровых действий на основе влияния коммуникативных факторов. Автором выделяются психологические и социальные предпосылки, оказывающие влияние на характер общения между волейболистками. Аналогичные исследования Г.Х. Насыровой и Е.М. Кузьминых, изучающие особенности коммуникативного поведения в женских командах, отмечают их излишнюю эмоциональность, чувствительность, тревожность, что отрицательно сказывается на характере игровой коммуникации. Согласно данным, в установлении согласованных действий и поддержании комфортных коммуникативных условий между игроками команды, огромное значение имеет их психологическое состояние. Исследование подчеркивает важность не только формирования игрового общения, с позиции гендерных предпочтений, но и способов управления коммуникативными процессами, находя пути положительного влияния на результативность соревновательной деятельности [5, с. 129; 8, с. 60].

В научной литературе отмечается большая эмоциональная чувствительность и нестабильность поведенческих состояний женщин. Изучение этого вопроса психологами позволило утверждать, что девушки явно превосходят юношей по эмоциональной

возбудимости, у них чаще отмечаются продолжительное сохранение эмоций и эмоциональная неустойчивость. Появление эмоциональной возбудимости в конфликтной ситуации и повышенная эмоциональная возбудимость девушек провоцируют проявление вспыльчивости, что негативно отражается на результативности игровой деятельности [3, с. 156]. Именно в напряженные моменты, которые могут возникнуть как в процессе игры, так и на тренировках очень важно сохранять концентрацию внимания, хладнокровие и сосредоточенность в решении тактических задач [6, с. 127].

Структура игровой коммуникации всегда рассматривается с трех позиций: коммуникативная часть – связана с механизмами передачи информации, интерактивная – направлена на установление взаимодействий между игроками команды и перцептивная – отвечает за достижение взаимопонимания. В игровой деятельности волейболисток общение направлено на решение задач взаимодействия, с целью обеспечить эффективные, согласованные технико-тактические взаимодействия [4, с. 20; 7, с. 62].

Специфика соревновательной деятельности в волейболе и эмоциональные предпочтения в поведении спортсменок женских команд определяют характер игровой коммуникации. Особое внимание специалистов обращено к поиску способов управления игровой коммуникацией, включающей в себя передачу и обмен информацией между игроками, организацию взаимодействия во время розыгрыша мяча и контроля собственного поведения, а также достижения понимания и согласованности действий. Выявление влияния нагрузки, в том числе эмоционального характера, на показатели вербальных и невербальных категорий игровой коммуникации, имеет большое значение в спортивной подготовке женских команд и заслуживает отдельного рассмотрения [2, с. 9; 9, с. 125].

Регистрация вербальных и невербальных категорий игровой коммуникации осуществлялась в процессе наблюдений за соревновательной деятельностью волейболисток студенческой команды Нижневартовского государственного университета. Для анализа количественных и качественных значений категорий игровой коммуникации была отобрана игра с высокой степенью эмоционального напряжения, так как встреча проходила с равным соперником, и разница в выигрыш партии составляла несколько очков. Такое противостояние соперников, когда присутствуют излишняя нервозность и эмоциональность во время активных взаимодействий игроков, создает повышенную напряженность, которая увеличивает интенсивность соревновательной деятельности. Вместе с тем, как отмечают в своем исследовании Г.Д. Бабушкин и Б.П. Яковлев, возникновения психической напряженности, повышение эмоционального фона, прирост коммуникации отрицательного характера в игровых моментах, способствуют существенному повышению влияния физической нагрузки на организм спортсменок [1, с. 181].

В проведенном нами исследовании было установлено, что интенсивность игровой деятельности оказывает значительное влияние на содержание игровой коммуникации вербального характера, показатели которой представлены в таблице 1. Достаточно активно вербальные категории используются волейболистками в начале игры. В первой партии спортсменки достаточно уверенно одерживают победу, что позволяет определить



рациональность применения вербальных средств, которые способствуют ориентированию игроков в последовательности установления взаимодействий, четкой передачи информации о намерениях и планируемых действиях игроками команды.

Для реализации задуманного плана, предшествующий розыгрышу тактической комбинации, связующий игрок часто информирует членов своей команды через систему «код-слово». Именно в первых двух партиях данная категория востребована, что приводит к слаженной организации игровых действий. В дальнейшем применение вербальных категорий в соревновательной деятельности волейболисток снижается, что установлено в третьей и четвертой партиях. Основными причинами становится возрастающее утомление, накапливающееся под воздействием физической нагрузки и чрезмерное увеличение функционирования респираторной системы. К тому же эмоциональность игры повышает воздействие физической нагрузки на организм. Данные функциональные сдвиги уменьшают количественные показатели вербальной игровой коммуникации до 26,1% и 25,7 % соответственно в третьей и четвертой партиях.

В результате проведенного исследования девушки волейбольной команды более активно применяют речевые категории стимулирующего характера. Однако, их частота применения сопровождается негативной экспрессии, что выражается в значительном повышении числа отрицательных высказываний. В первую очередь это заметно в первой и во второй партиях. Так, количество стимулирующих категорий в первой партии составляет 34 актов, на которые приходится 13 отрицательных случаев. Аналогичным образом и во второй партии отмечается высокий уровень стимулирующей речи – 45 случаев, что также повышает до 22 случаев применения отрицательной категории.

Таблица 1

**Результаты вербальных категорий игровой коммуникации, используемые волейболистками в соревновательной деятельности**

| Средства коммуникации   | 1 партия<br>25:17 | 2 партия<br>27:25 | 3 партия<br>12:25 | 4 партия<br>25:23 |
|-------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Стимулирующая           | 34                | 45                | 10                | 27                |
| Ориентирующая           | 17                | 4                 | 8                 | 6                 |
| Личностно-ориентирующая | 14                | 26                | 21                | 17                |
| -код-слово              | 7                 | 6                 | 0                 | 3                 |
| Оценочно-экспрессивная  | 5                 | 4                 | 5                 | 12                |
| а) положительные        |                   |                   |                   |                   |
| б) отрицательные        | 13                | 22                | 14                | 9                 |
| ИТОГО: 54,83            | 15,00             | 17,83             | 9,67              | 12,33             |
| Количество розыгрышей   | 42                | 52                | 37                | 48                |
| применения в партии, %  | 35,7              | 34,3              | 26,1              | 25,7              |

В третьей партии наблюдается минимальное применение стимулирующих и ориентирующих категорий игровой коммуникации, зато остается востребованной частота использования личностно-ориентированной категорий. Персонализация сообщений личностного характера (произношение имени партнера) позволяет сократить время передачи информации для участника взаимодействий. Однако отсутствие остальных, в том числе и код-слова, затрудняет организацию и управление игровыми взаимодействиями, и как итог – партию девушки проиграли.

В четвёртой партии установлен высокий уровень положительной оценки (до 12 случаев применения), отмечается рациональная частота применения стимулирующих сообщений (до 27 случаев), что благоприятно сказывается на выстраивание взаимодействий, создается комфортная рабочая атмосфера, и, несмотря на утомление, девушки одерживают победу.

Полученные результаты указывают на значительные колебания в структуре и интенсивности вербального общения в зависимости от этапа игры, что важно учитывать при анализе влияния внутрикомандных взаимоотношений на эффективность выступлений коллектива.

Проведённый эмпирический анализ позволил выявить закономерности функционирования процессов вербальной коммуникации в ходе четырёх партий. Было установлено различие типов вербального взаимодействия, представленных четырьмя основными видами: стимулирующим, ориентирующим, личностно-ориентированным и оценочно-экспрессивным. Эти виды включают также качественные характеристики, разделённые на позитивные и негативные проявления.

Полученные данные свидетельствуют о неоднородности распределения рассматриваемых категорий по отдельным партиям. С увеличением интенсивности игры демонстрируется преобладание стимулирующих и личностно-ориентирующих категорий, которые создают некоторые помехи в восприятии информации и организации взаимодействий. В дальнейшем это приводит к неудовлетворенности своих действий игроком и команды, что выражается в максимальном количестве используемых отрицательных компонентов оценочной составляющей. Такое положение в игровой деятельности порождает увеличение эмоций негативного характера, вызывая коммуникативные барьеры, а в условиях дефицита времени становятся причиной рассогласования взаимодействий.

Представленный анализ подтверждает предположение о наличии динамических изменений структуры и характера вербального общения и взаимодействия внутри команды в процессе спортивной встречи. Оптимальный количественный компонент вербальных средств необходим для организации взаимодействий, но чрезмерное их применение, зависящее от интенсивности соревновательной деятельности, способствует нарастанию эмоционального накала игры, что становится причиной ошибок команды. Следовательно, при формировании умений рационально использовать вербальные средства коммуникации между игроками команды во время розыгрыша мяча, необходим учёт ряда негативных факторов и оценки качества координации взаимодействий, что положительно скажется на результативности игры команды.

Таблица 2

**Результаты невербальных категорий игровой коммуникации, используемые волейболистками в соревновательной деятельности**

| Средства коммуникации           | 1 партия<br>25:17 | 2 партия<br>27:25 | 3 партия<br>12:25 | 4 партия<br>25:23 |
|---------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Код-жест                        | 6                 | 4                 | 0                 | 4                 |
| Хлопки                          | 23                | 24                | 7                 | 19                |
| Тактильная                      | 8                 | 15                | 9                 | 18                |
| Подбадривание в конце розыгрыша | 14                | 22                | 7                 | 18                |

|                        |       |       |      |       |
|------------------------|-------|-------|------|-------|
| Жестикулярная          | 0     | 0     | 0    | 0     |
| Моторная               | 0     | 0     | 0    | 0     |
| Расстановочная         | 6     | 9     | 4    | 4     |
| ИТОГО: 30,14           | 11,40 | 14,80 | 5,40 | 10,60 |
| Количество розыгрышей  | 42    | 52    | 37   | 48    |
| Применения в партии, % | 27,1  | 28,5  | 14,6 | 22,1  |

При изучении средств невербальной коммуникации, отмечается аналогичная тенденция, которая зависит от интенсивности соревновательной деятельности (табл. 2). Так, количество используемой невербальной коммуникации повышается при росте интенсивности игры. Результаты первых двух партий и последней, счет которых указывает на равную борьбу с командой соперника, наряду с повышенной физической и эмоциональной напряженностью, указывают на существенное применение невербальных средств. Однако, в третьей партии вдвое снижается применение невербальных категорий, наблюдалась эмоциональная апатия и скудность применяемых коммуникативных средств в установлении контактов, что послужило причиной рассогласования и ошибок во взаимодействиях, что отрицательно сказалось на итоговом результате партии.

Экстралингвистическая категория, выраженная в игровой деятельности волейболисток в виде хлопков, преимущественно используется ими в начале любого розыгрыша, в момент выполнения подачи мяча своей или соперника и сопровождается голосовым подбадриванием. Следует рассматривать их применение как готовность к выполнению действий и помощи в случае ошибки. Подбадривание в конце розыгрыша выражается в форме обоюдных объятий всех игроков на площадке, или касаний или хлопков отдельных игроков друг с другом. Данные категории положительно сказываются на урегулировании взаимодействий, в том числе и эмоционального характера.

Следует подчеркнуть важность невербальных категорий игровой коммуникации в установлении положительного эмоционального климата, так как чаще используются в конце атаки, причем волейболистки подбадривают касанием рукой и хлопают друг друга в ладоши, независимо от исхода атаки (удачной или нет). Тем самым, сопровождающимся положительным подкреплением, активное использование тактильной коммуникации побуждает выражать поддержку друг другу, обеспечивает стремление у волейболисток команды ликвидировать излишнюю отрицательную напряженность и способствует развитию доверия в организации дальнейших взаимодействий.

Знаковая категория игровой коммуникации «Код-жест» наиболее значимый элемент в планировании тактических комбинаций. Обычно связующий игрок за спиной показывает кодовый сигнал в форме жеста, и игроки команды успевают до начала розыгрыша успешно его считать. При качественном приеме волейболистки могут успешно разыграть запланированную тактическую комбинацию. В результате исследования отмечается тенденция успешного применения данной категории в соревновательной деятельности, так как ее отсутствие ухудшает итоговый результат партии, как например, в третьей.

Основные категории невербальной коммуникации жестикулярные, моторные и расстановочные, которые успешно используются в игровых видах спорта, практически не

применяются волейболистками. Причина видится в характере технических приемов в волейболе, так как контроль за мячом осуществляется с помощью зрительного анализатора, контакт с мячом кратковременен и его розыгрыш молниеносен (у команды всего 3 касания), что затрудняет визуализацию партнера.

Таким образом, полученные данные свидетельствуют о существенном влиянии интенсивности на характер использования игровой коммуникации в соревновательной деятельности волейболисток. Активность использования вербальных категорий возрастает, если повышается эмоциональная составляющая (недовольство, тревожность, неуверенность) и напряженность игры. В свою очередь, если в начале игры применение вербальных категорий оправдано, то в дальнейшем их использование затруднено, так как приводит к стойкому состоянию утомления, становится функционально сложно говорить и сбивается дыхание. К тому же увеличение личностно-ориентирующей категории общения создает коммуникативные барьеры в установлении эффективных действий и увеличивает количество отрицательных эмоций. Как показало исследование, это привело к проигрышу в партии. А увеличение единиц информации в виде слов положительной коммуникации обеспечивает улучшение результативности игровых действий волейболисток.

Содержание и интенсивность применения волейболистками команды невербальной коммуникации обнаруживают существенную зависимость от этапа игры, демонстрируя высокую степень пластичности и адаптивных возможностей группового взаимодействия в командах. Установлены доминирования невербальных знаков ободрения и подбадривания до начала и по завершению розыгрышей. Выявленная картина может служить основанием для дальнейших научных разработок в области спорта и психологии спорта, направленных на формирование и рациональное применение игровой коммуникации с целью повышения эффективности и результативности командных взаимодействий.

### Литература

1. Бабушкин Г.Д., Яковлев Б.П. Психическая нагрузка в соревновательной деятельности и методика диагностики ее переносимости спортсменом // Омский научный вестник. 2013. № 5. С. 178-182.
2. Буреева М.О., Москаленко И.С., Яковлев Г.А., Курицына А.Е. Развитие коммуникативных навыков студентов средствами спортивных и подвижных игр на занятиях по физической культуре // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2024. № 12-2(99). С.8-9.
3. Коробова Е.В., Куманцова Е.С. Роль коммуникации в игровых видах спорта в современном мире // Инновационные технологии в спорте и физическом воспитании подрастающего поколения: материалы XII научно-практической конференции с международным участием. М., 2022. С. 155-159.
4. Красникова О.С. Формирование игровой коммуникации в технико-тактических действиях юных баскетболистов: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Сургут, 2005. 24 с.

5. Насырова Г.Х., Е.М. Кузьминых Роль коммуникативного взаимодействия в командных видах спорта // Актуальные и перспективные научные исследования: сборник статей V Международной научно-практической конференции. Пенза, 2024. С. 126-129.
6. Никитушкин В.Г. Психология спортивно-игровой деятельности. Омск: Изд-во СИБГУФК, 2019. 216 с.
7. Смоленцева В.Н. Психология взаимодействия в спорте: учебно-методическое пособие. Омск: СИБГУФК, 2015. 123 с.
8. Романова Л.Л. Влияние коммуникативных факторов на эффективность групповых действий в женском волейболе // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия «Педагогика и психология». 2018. № 1. С. 56-61.
9. Сорокин Б.Ф. Проблема игровой коммуникации в современном волейболе // Современные тенденции в науке и образовании. 2017. № 3. С. 124-128.
10. Чубарова С.В., Красникова О.С. Динамика реализуемых категорий невербальной коммуникации в игровой деятельности волейболисток студенческой команды // Проблемы совершенствования физической культуры, спорта и олимпизма: материалы Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов, магистрантов, соискателей и студентов. Омск, 2024. С. 219-224.

© Чубарова С.В., Минаева М.В., Красникова М.А., Красникова О.С., 2026



Шагаева Ю.А.

Уфимский университет науки и технологий  
г. Уфа, Россия

## **РОЛЬ ПОРТАТИВНЫХ ЦИФРОВЫХ УСТРОЙСТВ (ТРЕКЕРОВ АКТИВНОСТИ, СМАРТ-ЧАСОВ) В СТИМУЛИРОВАНИИ ИНТЕРЕСА УЧАЩИХСЯ К ФИЗИЧЕСКОМУ ВОСПИТАНИЮ**

В современном обществе сложилась любопытная и одновременно тревожная ситуация. Молодые люди – те самые поколения Z и «альфа», которые родились уже в окружении смартфонов и умных колонок, – проводят колоссальное количество времени уткнувшись в экраны, и при этом их физическая активность оставляет желать лучшего. Парадокс ведь налицо: техника, которую принято ругать за то, что она «приковывает» к дивану, на самом деле может стать отличным инструментом, чтобы с этого дивана наконец подняться. И статистика это подтверждает: если в 2015 году фитнес-приложениями пользовались около 134 миллионов человек по всему миру, то к 2022 году их число перевалило за 650 миллионов [4, с. 2]. Людям это реально нужно и интересно. Более того, по данным Global Market Insights, в 2023 году объем мирового рынка фитнес-приложений оценивался уже примерно в 16,1 млрд долларов, и продолжает активно расти. Но вот беда: традиционные уроки физкультуры в школах и вузах часто воспринимаются студентами как скучная повинность, где все делают одно и то же под команду преподавателя. Никакой тебе индивидуальности, никакого выбора. И здесь как раз современные носимые устройства – от простых браслетов до продвинутых часов – могут сыграть роль того самого мостика, который соединит скучную обязательку с увлекательным миром спорта, где ты сам видишь свой прогресс и сам за ним охотишься [5, с. 5].

Психологические аспекты влияния цифровых технологий на побуждение к активности. Стремление человека к физическим нагрузкам обусловлено сложным переплетением внешних стимулов (оценки, соревновательный элемент, одобрение) и внутренних побуждений (получение удовольствия от движения, осознание личного роста) [4, с. 4].

Мобильные устройства умудряются задействовать и те и другие сразу. Прежде всего, это игровизация и наглядность: твоя обычная пробежка или комплекс упражнений превращаются в графики, значки и рейтинги. Мозг реагирует на это выбросом дофамина – того самого гормона удовольствия, который заставляет нас возвращаться в игру снова и снова [5, с. 7]. Для подростков, выросших на компьютерных играх, это вообще родная стихия.

Не менее важным фактором выступает реализация индивидуального подхода. Программное обеспечение современных гаджетов позволяет выстраивать персональные тренировочные планы, ориентируясь на уникальные антропометрические параметры и целевые установки каждого пользователя [7, с. 60]. Такая кастомизация тренировочного процесса усиливает чувство личной причастности и формирует ответственность за собственные спортивные достижения.

Существенную роль играет и система непрерывного мониторинга физиологических показателей. Регистрируя объективные данные, будь то частота пульса, пройденная дистанция или количество сожженных калорий, устройства предоставляют пользователю возможность

трезво оценивать актуальное состояние организма и своевременно фиксировать даже незначительные позитивные сдвиги, что служит дополнительным подкрепляющим стимулом [2, с. 146].

Наконец, особого внимания заслуживает социальная составляющая взаимодействия: возможность выложить результат в сеть, посоревноваться с друзьями, вместе участвовать в виртуальных забегах [3, с. 108]. Это превращает физкультуру из индивидуальной рутины в коллективную практику, где есть место общению, поддержке и здоровой конкуренции. Кстати, масштабный мета-анализ, опубликованный в *British Medical Journal* и охвативший 121 исследование с участием почти 17 тысяч человек, подтвердил: устройства с обратной связью действительно повышают активность – в среднем люди начинают проходить на 1235 шагов в день больше и добавляют почти 50 минут умеренной или интенсивной активности в неделю [7, с. 62].

Современный рынок предлагает широкий спектр портативных устройств, различающихся как по функциональной насыщенности, так и по степени воздействия на мотивационную сферу обучающихся [5, с. 3]. Понимание дидактического потенциала каждой категории гаджетов позволяет выстраивать стратегию их интеграции в образовательный процесс наиболее эффективным способом. Разновидности портативных устройств и их возможности:

- фитнес-браслеты – наиболее демократичные по цене приборы, базово оснащенные акселерометром и шагомером. Они ведут учет пройденных шагов, расхода энергии, продолжительности и качества ночного отдыха, а многие современные модели – и частоты сердечных сокращений [1, с. 113];

- смарт-часы предлагают пользователю расширенный функционал: точное позиционирование в пространстве благодаря GPS, детальный мониторинг работы сердца, установку сторонних приложений, систему интеллектуальных уведомлений. В Уфимском университете, например, заметили: студенты, которые пользовались умными часами, подходят к тренировкам гораздо осознаннее, внимательнее следят за своими показателями. И конечно, отдельная история – специализированные приложения для смартфонов. Они выступают связующим звеном, собирают данные и помогают строить программы. Такие платформы, как *Strava* или *MapMyRun*, открывают доступ к виртуальным соревнованиям и огромным сообществам, а игровые проекты вроде *Zombies, Run!* вообще превращают обычную пробежку в захватывающий квест, где ты убегаешь от зомби [5, с. 9];

- специализированные приложения для смартфонов служат связующим звеном, предоставляя удобную среду для анализа информации и построения персональных тренировочных программ. Такие платформы, как *Strava* или *MapMyRun*, открывают доступ к виртуальным соревнованиям, а игровые проекты вроде *Zombies, Run!* превращают обычную пробежку в захватывающее приключение.

Рассмотренные устройства, будь то фитнес-браслеты или смарт-часы, создают предпосылки для роста интереса к физической активности, но степень их реального влияния

на мотивацию студентов требует эмпирической проверки. Такая проверка была осуществлена в ходе эксперимента 2023-2024 учебного года.

Но теория теорией, а что на практике? Эксперимент 2023-2024 учебного года, в котором участвовали 28 студентов (их разделили на две группы: одни занимались как обычно, другие получили умные часы и трекеры), В начале и те и другие проявляли примерно одинаковый, довольно низкий интерес к физкультуре. Но уже через некоторое время разница стала очевидной: те, кто использовал гаджеты, показали стабильно высокий уровень мотивации (18-21 балл по специальной шкале), причем главным драйвером стало именно удовольствие от процесса. В контрольной группе ничего не изменилось.

Похожий опыт был и в Московском Педагогическом колледже. Он подтвердил эффективность применения трекеров на уроках легкой атлетики. Преподаватели получили в свое распоряжение инструмент, позволяющий реализовывать индивидуальный подход, опираясь на актуальные данные о пульсе каждого обучающегося. Это позволило дозировать нагрузку в соответствии с физиологическими возможностями студентов.

Внедрение портативных цифровых устройств в образовательный процесс сопряжено не только с очевидными преимуществами, но и с рядом потенциальных рисков, которые требуют внимательного анализа и методической рефлексии. Игнорирование этих факторов способно не только нивелировать положительный эффект от использования гаджетов, но и привести к негативным последствиям для здоровья и психоэмоционального состояния обучающихся.

Прежде всего, существует реальная угроза формирования психологической зависимости. Постоянное взаимодействие с гаджетами, стремление отслеживать каждый шаг и пульс могут перерасти в нездоровую привязанность, провоцирующую сбой режима сна, повышение уровня тревожности и навязчивое стремление к достижению виртуальных показателей в ущерб реальному самочувствию [1, с. 115]. В связи с этим особенно важно устанавливать четкий регламент использования устройств и формировать у студентов критическое отношение к цифровым метрикам.

Не менее серьезной проблемой выступает эффект так называемой «мнимой активности». Владельцы фитнес-трекеров склонны существенно переоценивать свой реальный уровень физической нагрузки, полагаясь исключительно на показания прибора. Во избежание формирования искаженной картины собственных достижений необходима постановка конкретных, измеримых задач, а также смещение акцента с виртуальных цифр на реальную отработку практических умений и двигательных навыков.

Отдельного внимания заслуживают вопросы информационной безопасности. Биометрические параметры, такие как частота сердечных сокращений, данные о сне и энергозатратах, относятся к категории конфиденциальных сведений, требующих максимальной защиты от несанкционированного доступа [2, с. 147]. Их сбор, хранение и обработка должны сопровождаться применением современных криптографических методов, прозрачной политикой конфиденциальности и обязательным получением информированного согласия участников образовательного процесса.

Наконец, нельзя игнорировать и фактор технологического расслоения в студенческой среде. Неравный доступ к современным цифровым устройствам способен не только создать предпосылки для нездоровой конкуренции, но и усугубить существующее социальное неравенство, порождая у части обучающихся чувство ущемленности или неполноценности. Данный аспект требует от педагога особой тактичности и поиска альтернативных форм вовлечения всех студентов в активную деятельность независимо от их технического оснащения.

Для того чтобы интеграция портативных технологий в учебный процесс принесла ожидаемые результаты и была действительно продуктивной, целесообразно придерживаться определенной стратегии, учитывающей как педагогические, так и организационные аспекты. Такой подход позволит избежать типичных ошибок и выстроить работу с гаджетами максимально эффективно.

На начальном этапе внедрения рекомендуется ограничиться факультативным применением несложных мобильных приложений, ориентированных на самостоятельные занятия студентов. Это позволит участникам процесса постепенно привыкнуть к новому формату, освоить базовый функционал устройств без излишнего давления и оценить собственные возможности. В дальнейшем следует поэтапно вводить элементы интерактивного взаимодействия уже непосредственно на уроках, при этом обязательно осуществляя постоянный педагогический мониторинг нагрузки и самочувствия обучающихся, чтобы цифровые инструменты не подменяли собой живой контроль со стороны преподавателя [6, с. 122].

Крайне важным условием успешной работы выступает грамотное целеполагание. Необходимо формулировать предельно ясные, конкретные и поддающиеся количественной оценке цели, что позволяет нивелировать риск так называемой «иллюзорной активности», когда студент удовлетворяется виртуальными показателями в ущерб реальным достижениям. Параллельно с этим рекомендуется активно внедрять механики игрофикации, которые способствуют усилению групповой вовлеченности и превращают рутинные упражнения в увлекательное командное взаимодействие.

Отдельное внимание следует уделить соблюдению законодательных норм в области защиты персональной информации. Поскольку биометрические данные относятся к категории конфиденциальных сведений, образовательное учреждение обязано гарантировать их надежное хранение и обработку в строгом соответствии с действующим законодательством. При этом важно понимать, что инновационные цифровые средства ни в коем случае не должны полностью заменять собой проверенные методики преподавания, а напротив, призваны органично дополнять их, создавая эффект синергии.

Наконец, для объективной оценки эффективности всех предпринимаемых нововведений необходимо организовать систему регулярного тестирования физической формы студентов. Только сопоставляя цифровые данные с реальными показателями физического развития, можно сделать обоснованные выводы о том, насколько успешно происходит интеграция

технологий и действительно ли они способствуют росту интереса к занятиям физической культурой.

Если подвести итог, то портативные устройства – это действительно мощный инструмент, который может заново открыть для студентов радость движения. Но работает он только в умелых руках. Сами по себе часы или браслеты ничего не сделают – нужен грамотный преподаватель, который направит, подскажет и не даст увлечься виртуальными значками в ущерб реальному здоровью. Главная задача – сделать так, чтобы внешние стимулы вроде рейтингов и наград со временем превратились во внутреннюю потребность: в желание двигаться, чувствовать свое тело, быть активным просто потому, что это круто и приносит удовольствие. И если нам удастся найти этот баланс между технологиями, игрой, личным подходом и реальными достижениями, мы действительно сможем вырастить поколение, для которого спорт и физкультура будут не скучной обязанностью, а естественной и любимой частью жизни. Будущее физического воспитания – за разумной интеграцией технологий, учетом всех рисков и постоянным контролем результатов. Преподаватели, которые не боятся обновлять классические форматы и идти в ногу со временем, получают шанс воспитать ребят, для которых двигаться так же естественно, как дышать.

### Литература

1. Мельник А.А., Рыбак В.А. Возможности современных фитнес-браслетов и трекеров для отслеживания состояния детей: педагогический потенциал и психологические риски // Начальное образование в новой реальности: направления развития, актуальные проблемы, лучшие практики: сборник трудов конференции. Чебоксары, 2025. С. 112-116.
2. Терещенко В.А., Костенко Е.Г. Цифровые платформы для мониторинга физической активности студентов // Педагогика, психология, общество: от теории к практике: сборник трудов конференции. Чебоксары, 2025. С. 145-148.
3. Benítez Chica O.J., León Quinapallo X.P., Lara Reimundo J.J., Reina Cherrez M.C., Cabrera Maya L.G., Herrera Villarreal B.G. Wearable Devices in Physical Education Classes: Impact on Exercise Motivation // MENTOR Journal of Educational and Sports Research. 2025. Vol. 4. № 1. P. 100-115. <https://doi.org/10.56200/mried.v4i1.11296>
4. Han Y., Wang S., Zhang Z., Fan J. The impact of wearable sports equipment on college students' physical exercise persistence: a mediated model of physical exercise motivation moderated by social support // Frontiers in Sports and Active Living. 2025. Vol. 7. Article 1691032. <https://doi.org/10.3389/fspor.2025.1691032>
5. Martín-Rodríguez A., Madrigal-Cerezo R. Technology-Enhanced Pedagogy in Physical Education: Bridging Engagement, Learning, and Lifelong Activity // Education Sciences. 2025. Vol. 15. № 4. Article 409. <https://doi.org/10.3390/educsci15040409>
6. Meina Z., Osman N.B., Yin T.T. Teachers' Perspectives on the Effectiveness of Smart Wearable Devices in 800m Running Instruction // International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. 2025. Vol. 15. № 7. P. 112-128. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v15-i7/26011>



7. Ryu S. Feasibility and Preliminary Efficacy of Health Wearable-Based Physical Education to Improve Physical Activity and Psychosocial Beliefs among Underserved Adolescents: A Quasi-Experimental Study: PhD dissertation. Minneapolis: University of Minnesota, 2024. 157 p. <https://clck.ru/3ThYGB>

© Шагаева Ю.А., 2026

## **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ И МОНИТОРИНГ ФИЗИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ, ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ, ЗДОРОВЬЯ НАСЕЛЕНИЯ**

**Белова Е.А.**

Нижневартовский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

**Киселева Н.В., Павлов Ж.В., Лесникова П.Н.**

Нижневартовский социально-гуманитарный колледж  
г. Нижневартовск, Россия

### **ОРГАНИЗАЦИЯ ФИТНЕС-СРЕДЫ КАК УСЛОВИЕ ЭФФЕКТИВНОГО ВОССТАНОВЛЕНИЯ ЖЕНЩИН В ПОСЛЕРОДОВОМ ПЕРИОДЕ**

Беременность и роды представляют собой естественные физиологические процессы, которые одновременно являются серьезным испытанием для организма женщины [5]. В течение беременности в организме происходят изменения в состоянии опорно-двигательного аппарата: растяжение и расхождение прямых мышц живота (диастаз), опущение диафрагмы, расслабление мышц тазового дна, изменение осанки, искривление позвоночника. Сосудистые изменения, сопровождающиеся варикозным расширением вен, вызванного увеличением массы тела и застоем крови в области малого таза. Наблюдаются гормональные изменения и колебания уровня гормонов, влияющие на психоэмоциональное состояние, метаболизм и процессы восстановления тканей [1, с. 9-11]. Послеродовой период может осложняться болевыми ощущениями, функциональными и органическими нарушениями тазовых органов, включая недержание мочи и пролапс органов малого таза, хронической усталостью и депрессией, что обуславливает потребность в восстановлении не только физического, но и психоэмоционального состояния женщины [5, с. 312-316]. Период после родов требует от женщины внимательного отношения к своему здоровью и разумного распределения физических и моральных сил [3, с. 18-34].

В данном периоде для некоторых женщин характерны психоэмоциональные изменения, обусловленные адаптацией к новой социальной роли, стрессу, связанному с уходом за ребенком, тревожностью, недостатком сна. Гормональные изменения сопровождают течение послеродового периода и несут психологический дискомфорт женщине [2, с. 14-20]. Длительно протекающие неблагоприятные внутренние психоэмоциональные состояния (усталость, недовольство внешним видом, в связи с произошедшими изменениями формы тела во время и после беременности, дефицит времени для ухода за собой), а также внешние факторы – отсутствие психологической и физической поддержки, вынужденная изоляция, все это может привести к появлению послеродовой депрессии. Перечисленные факторы указывают на важность организации благоприятной среды, содействующей эффективной послеродовой реабилитации, включающей в себя как традиционные методы и средства (физические упражнения, ЛФК, массаж, физиотерапию), а также инновационные технологии.

Актуальность разработки и применения комплексных программ послеродового восстановления обусловлена высокой частотой осложнений, встречающихся у 64,5% женщин, родивших детей в России в 2023 г., согласно данным федерального статистического наблюдения. Таким образом, изучение современных методов реабилитации, их эффективности и доступности представляет собой важное направление врачебно-педагогических исследований, способствующих улучшению качества жизни женщин в послеродовом периоде [7, с. 147-148].

Многие женщины в период вынашивания ребенка и восстановления после родов опасаются физических нагрузок и негативных последствий тренировок. Тем не менее доказано, что физическая активность для беременных и женщин в послеродовом периоде имеет положительное значение для здоровья матери и ребенка. Для обеспечения успеха реабилитационного процесса в комплексном лечении необходимо шире использовать такой метод, который бы характеризовался бы одновременным воздействием, как на соматическую, так и на психическую категорию личности, другими словами, на физический и психический аспект реабилитации: способствовал бы повышению тонуса и тренированности всего организма, уверенности в восстановлении своих сил, совершенствовал бы двигательные навыки и нейрогуморальную регуляцию функций основных систем; был бы естественным и физиологичным, характеризовался бы универсальностью, т.е. широким спектром действия на организм. Методом, отвечающим этим требованиям, является лечебная физкультура [7, с. 142-145].

В руководстве по ЛФК в акушерстве и гинекологии рассмотрены медицинские подходы к лечению и устранению конкретных проблем женщин в послеродовом периоде. Вместе с этим, видится целесообразным необходимость обеспечения комплексного подхода к улучшению физического и психического состояния женщин [6]. Решить задачи быстрого и качественного восстановления женщин в ранний послеродовой период призваны средства оздоровительной физической культуры, являющейся содержательной частью современного направления «фитнес».

Понятие «фитнес» согласуется с понятием «оздоровительная физическая культура» и зачастую в практической деятельности используется как тождественное. В настоящее время в системе физической культуры разрабатывается большое количество инновационных технологий, методик и оздоровительных программ [4]. Появляющиеся в фитнес-индустрии фитнес-технологии выходят далеко за ее пределы и находят свое применение во всех видах физической культуры. Так, грамотное и целенаправленное внедрение фитнес-технологий в систему непрерывного физкультурного образования, в занятия физической культурой для оздоровления, развития и воспитания детей и подростков, учащейся молодежи, работающей молодежи, лиц зрелого и старшего возраста содействует повышению качества жизни всего населения нашей страны [8, с. 2-4].

Однако, на сегодняшний день существует недостаток специализированных фитнес-программ, ориентированных на женщин в послеродовом периоде. Большинство фитнес-занятий предлагают стандартные нагрузки, не учитывая особенности организма после родов.

Фитнес-технологии реализуются, в первую очередь, с целью повышения оздоровительной эффективности, содействуя гарантированному достижению результата на основе свободного мотивированного выбора занятий физическими упражнениями с использованием инновационных средств, методов, организационных форм занятий, современного инвентаря и оборудования [8, с. 12]. При этом, для практического применения представлено незначительное количество программ, адаптированных под особенности женского организма в до- и послеродовом периоде. Этим обусловлена необходимость разработки современных, эффективных программ, учитывающих физиологические и психологические особенности женщин после рождения ребенка. Оптимальным решением видится создание фитнес-среды, предусматривающей активное использование фитнес-технологий, содействующей быстрому восстановлению женщин в послеродовом периоде.

Целью исследования явилось изучение отношения женщин, имеющих новорожденных и грудных детей, к созданию «фитнес-клуба молодых мам». Для достижения поставленной цели было проведено анкетирование в онлайн формате с участием 17 женщин, находящихся в декретном периоде по уходу за ребенком (от 1, 5 месяцев – до года). Целью опроса являлось определение конструкторов (доступность, удобство, безопасность, привлекательность, полезность) безопасной фитнес-среды для восстановления после родов. Возрастной диапазон женщин, принявших участие в опросе: до 25 лет – 40%, 25-29 лет – 30%; 30-34 года – 23%; старше 35 лет – 7%. Длительность послеродового периода на момент прохождения опроса: от 1,5 месяцев – 13%; от 3-6 месяцев – 41%; более полугода – 47% респондентов. Интерес к особенностям вскармливания имеет значение, так как говорит об имеющемся дополнительном ресурсе времени у женщины. У женщин, практикующих грудное вскармливание уход за младенцем требует больше временных затрат, соответственно меньше времени остается на уход за собой (30% опрошенных). Женщины, практикующие искусственное вскармливание (по определенным причинам), могут позволить себе заниматься работой, любимым делом, что, с психологической точки, зрения вызывает меньшую нагрузку.

Исследование вопроса о степени информированности рожавших женщин о правилах безопасности при возобновлении физической активности показало, что треть опрошиваемых молодых мам имеют представление о данном вопросе. Такая осведомленность поможет избежать травм, ухудшения состояния здоровья после родов. Правила рационального и грамотного применения средств физической активности имеет под собой научно-методическую базу, незнание или игнорирование принципов дозирования физической нагрузки может привести к нежелательным последствиям. Однако у 43% опрошенных интерес к данному вопросу не возникал.

В таблице 1 представлены результаты ответов на вопрос об источниках информации, которые наиболее востребованы у женщин для получения сведений о параметрах здоровья молодых мам после родов, средствах и формах физической активности, рекомендуемых в данный период. Большинство женщин получают информацию из интернета (частные блоги, практики известных спортсменок и т.п.), социальных сетей, семьи. Консультируются с медицинскими работниками 35% женщин.

Таблица 1

**Предпочтения к выбору источников информации для получения необходимых знаний (и/или практических навыков) о здоровье и физической активности**

| № | Варианты ответов                                   | Количество ответов (%) |
|---|----------------------------------------------------|------------------------|
| 1 | Врач/медицинский работник                          | 35,3                   |
| 2 | От беременных женщин/от женщин послеродовой период | 5,9                    |
| 3 | Из интернета(сайты, блоги)                         | 70,6                   |
| 4 | Из социальных сетей                                | 52,9                   |
| 5 | От подруг/в семье                                  | 52,9                   |
| 6 | В мобильных приложениях                            | 23,5                   |
| 7 | другое                                             | 5,9                    |

Содержательные аспекты, связанные с организацией безопасной фитнес-средой, по мнению женщин, представлены в таблице 2. Данный вопрос подсвечивает востребованные направления образовательного контента для женщин: например, предупреждение травм во время занятий, гигиенические требования к физической нагрузке, безопасное применение оборудования и т.п. Полученные результаты показывают, что естественные факторы природы (прогулки) являются самой доступной формой двигательной активности у большинства женщин (76%). Популярность этой формы занятий в том, что в процессе совместных пеших прогулок (как правило, проходящих в аэробном режиме), адаптируют младенца к окружающей среде, климатическим условиям места проживания. Потребность в восстановлении и коррекции телосложения после родов с применением силовых нагрузок выявлена у трети респондентов. Полученные данные помогли определить приоритеты для формирования адаптированных программ и рекомендаций по безопасной активности.

Таблица 2

**Содержательные аспекты организации безопасной фитнес-среды**

| № | Варианты ответов                                            | Количество ответов (%) |
|---|-------------------------------------------------------------|------------------------|
| 1 | Прогулки/ходьба пешком                                      | 76,5                   |
| 2 | Йога/пилатес                                                | 23,5                   |
| 3 | Специальные послеродовые занятия для мам                    | 17,6                   |
| 4 | Упражнения силового характера (в домашних условиях)         | 35,3                   |
| 5 | Кардио-нагрузки(бег, велосипеды, плавание, ходьба на лыжах) | 23,5                   |
| 6 | Онлайн-курсы/интерактивные программы                        | 23,5                   |
| 7 | другое                                                      | 5,9                    |

Следующий вопрос раскрывает понимание заинтересованности женщин в регулярных тренировках: ежедневные занятия предпочли 17% опрошенных, 3-4 раза в неделю – 35%.

Обращает внимание запрос на создание комфортной среды для занятий, а именно, выбор предпочтительного формата занятий. Выявление преимуществ и потенциальных барьеров позволит адаптировать программы занятий или услуг (консультации, психологические тренинги и т.п.) под индивидуальные возможности. Такой подход содействует повышению вовлеченности женщин в пространство коммуникации организованной фитнес-среды.

В таблице 3 представлены ответы на вопрос: «С какими проблемами и препятствиями, ограничивающими возможность занятий фитнесом, сталкиваются женщины?». При разработке адаптированных программ, ответы на данный вопрос, позволят нивелировать



сложности, с которыми сталкиваются женщины. Важно, чтобы фитнес-программы были практичными и соответствовали действительности с учетом реальных обстоятельств и социальных условий женщин в послеродовом периоде.

Таблица 3

**Причины и барьеры для занятий фитнесом у женщин в послеродовом периоде**

| № | Варианты ответов                                                   | Количество ответов (%) |
|---|--------------------------------------------------------------------|------------------------|
| 1 | Не хватает времени                                                 | 58,8                   |
| 2 | Постоянная усталость /недосыпание                                  | 41,2                   |
| 3 | Болезненные состояния/восстановительные период(если была операция) | 11,8                   |
| 4 | Недостаток информации по безопасности упражнений                   | 29,4                   |
| 5 | Отсутствие внешней помощи (бабушки, няни и ..)                     | 29,4                   |
| 6 | Доступность/недоступность(стоимость)занятий                        | 11,8                   |
| 7 | Отсутствие мотивации к двигательной активности                     | 35,3                   |
| 8 | Нет препятствий                                                    | 5,9                    |

Результаты опроса о формах поддержки в данный период показывают, каким образом женщины могут эффективно реализовать себя в фитнес-среде и заботиться о своем здоровье. Выбор большинства показал, что наиболее привлекательной формой поддержки для женщины, в послеродовом периоде, является создание доступной фитнес-среды. Сюда относится обеспечение круглосуточного доступа к интерактивным материалам с безопасным и качественным содержанием, не требующим дополнительных материальных затрат и ориентированным на реальные потребности женщин (24%). Необходимость онлайн-программ, важность общения в сообществе фитнес среды, возможность получения консультаций от специалистов – все это одинаково значимо для молодых мам.

В таблице 4 представлены результаты вопроса, направленного на выявление моментов, связанных с безопасностью в процессе взаимодействия с организованной фитнес-средой. Важными аспектами являются учет рисков для здоровья, профилактика травм, создание доверительной и комфортной среды, а также повышение мотивации к регулярным занятиям. Не менее важными аспектами являются – наличие сертифицированных инструкторов, соблюдение гигиенических требований, грамотное дозирование нагрузки с учетом медицинских рекомендаций.

Таблица 4

**Важность аспектов фитнес-среды в плане безопасности**

| № | Варианты ответов                          | Количество ответов (%) |
|---|-------------------------------------------|------------------------|
| 1 | Контроль за состоянием (ЧСС)/самочувствие | 23,5                   |
| 2 | Рекомендации по питанию                   | 29,4                   |
| 3 | Гибкость графика под режим                | 41,2                   |
| 4 | Реабилитационные упражнения               | 58,8                   |
| 5 | Правильная техника выполнения упражнений  | 29,4                   |
| 6 | Безопасные подходы к физической нагрузке  | 47,1                   |
| 7 | Не актуально                              |                        |

Последний вопрос призван подвести итог исследованию и сформулировать важные выводы. Более половины женщин, принявших участие в онлайн-опросе, согласились и

поддержали концепцию создания специально организованного фитнес-пространства, создающего условия для общения, обмена опытом, занятий фитнесом, получения и оказания эмоциональной поддержки. Полученные данные позволяют констатировать о высокой значимости и социальной обусловленности организации фитнес-среды, позволяющей создавать условия для укрепления физического здоровья и психологического благополучия мамы и их детей, а также оптимизации семейных отношений в целом.

### Литература

1. Камарова И.Н., Садикова К.А. Современные аспекты реабилитации женщин с послеродовыми травмами промежности // Journal of Integrated Education and Research. 2023. Т. 2, № 1. С. 9-11.
2. Коваль М.В., Омарбекова А.Т., Прохорова А.А. «Актуальные способы реабилитации женщин в послеродовом периоде» // Вестник СурГУ. Медицина. 2025. Т. 18, № 3. С. 14-20.
3. Лазарева О.В., Баринев С.В., Шифман Е.М. Клиническая характеристика и результаты лечения женщин с различными формами инфекционно-воспалительных заболеваний послеродового периода // Уральский медицинский журнал. 2024. Т. 23, № 6. С. 18-34. <https://doi.org/10.52420/umj.23.6.18>
4. Никодимова В.Р., Сергин А.А., Мифтахов А.Ф. Лечебная физическая культура для послеродового восстановления организма женщин // Наука и спорт: современные тенденции. 2023. Т. 11, № 1. С. 142-148. <https://doi.org/10.36028/2308-8826-2023-11-1-142-148>
5. Нормальный послеродовый период (послеродовая помощь и обследование): клинические рекомендации. 2024-2026. <https://clck.ru/3ThbwS>
6. Пащенко Л.Г., Волков Л.А. Индивидуально-типологические особенности молодежи, вовлеченной в физкультурно-спортивную досуговую деятельность // Теория и практика физической культуры. 2024. № 2. С. 43-45.
7. Редди С.Ю., Мендес М.Д., Плавшич С.К. Актуальные проблемы акушерства и гинекологии: иллюстрированный справочник / пер. с англ.; под ред. А.Л. Тихомирова. М.: ГЭОТАР-Медиа, 2023. 464 с.
8. Сайкина Е.Г. Фитнес в модернизации физкультурного образования детей и подростков в современных социокультурных условиях. СПб.: Образование, 2008. С. 2-12.

© Белова Е.А., Киселева Н.В., Павлов Ж.В., Лесникова П.Н., 2026

**Бребан С.В., Самоловова Н.В.**

Нижневартовский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

## **РОЛЬ ПОДВИЖНЫХ ИГР ПРИ ОБУЧЕНИИ ПЛАВАНИЮ ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА**

Обучение плаванию детей старшего дошкольного возраста представляет собой актуальную педагогическую задачу, имеющую не только оздоровительное, но и жизненно важное значение. В условиях современного образовательного пространства особую значимость приобретает поиск эффективных методов и методик, способствующих формированию устойчивых плавательных навыков у детей 5–7 лет. Проблема исследования заключается в необходимости разработки и внедрения таких педагогических технологий, которые бы учитывали возрастные психофизиологические особенности дошкольников, обеспечивали безопасность занятий в водной среде и способствовали формированию положительной мотивации к обучению плаванию [1, с. 6].

Применение подвижных игр на занятиях по плаванию с дошкольниками началось с осознания того факта, что вода как нестандартная среда вызывает у детей естественные стрессовые реакции. Игровые формы позволяют преодолеть психологические барьеры, связанные с аквафобией, которая встречается у значительной части детей младшего возраста. Исторически сложилось, что игры стали естественным мостиком между страхом воды и любопытством, превращая процесс обучения в увлекательное приключение [2, с. 69].

В муниципальном автономном дошкольном образовательном учреждении города Нижневартовска детском саду №29 «Ёлочка» на протяжении трех лет реализуется программа по обучению плаванию детей старшего дошкольного возраста с активным использованием подвижных игр. Работа строится на основе методики проведения игровых форм двигательной активности в водной среде, адаптированной к возрастным особенностям детей 5–7 лет [4, с. 23]. Основными принципами организации занятий стали: безопасность и дозировка нагрузки, мотивация и позитивный настрой, вариативность и постепенное усложнение задач. Безопасность в водной среде рассматривается как многоуровневая категория, включающая физиологическую, техническую и психологическую составляющие. Для детей старшего дошкольного возраста установлена продолжительность активной фазы занятия 20–25 минут при частоте сердечных сокращений 120–140 уд./мин. Глубина бассейна для начинающих не превышает 1,2 м (поясная зона), что исключает панические реакции и обеспечивает психологический комфорт [3, с. 23].

Структура игрового занятия включает пять последовательных этапов. Начальный этап психологической настройки предполагает использование игр-знакомств с водой, таких как «Волшебные пузыри», где дети погружают лицо в воду и медленно выдыхают воздух через нос, создавая цепочку пузырей. Этот прием создает доверительную атмосферу, развивает основы дыхательных навыков и формирует позитивное настроение. Групповые занятия «Круг доверия» способствуют развитию командного духа и укреплению доверия между

участниками. Основная часть занятия строится по принципу постепенного нарастания нагрузки.

Адаптационно-подготовительный блок включает игры «Водные жмурки» и «Поплавки», направленные на освоение водной среды и активацию сенсомоторных систем.

Блок развития базовых двигательных навыков представлен играми «Гребные гонки» и «Синхронное зеркало», которые формируют технику плавания и улучшают нейромышечную координацию. Особое внимание уделяется тому, что сопротивление воды в 12–14 раз превышает сопротивление воздуха, что создает естественную силовую нагрузку, способствующую развитию мышечной системы.

Командно-социальный блок включает игры, направленные на развитие умений сотрудничать в команде. «Эстафета с мячом» развивает координацию и командное взаимодействие, «Водные кольца» тренируют внимание, память и стратегическое мышление, а «Угадай, кто я?» способствует развитию творческого мышления и коммуникации.

Когнитивно-адаптивный блок представлен играми с элементами STEM, такими как «Архимедова сила», где дети исследуют плавучесть объектов разной формы, что формирует понимание физических законов через двигательный опыт.

Завершающий релаксационно-восстановительный блок включает игры на расслабление «Морская звезда» и «Дыхание прибоя», которые нормализуют физиологические показатели и стабилизируют психоэмоциональное состояние. Обсуждение в кругу «Кубок успеха» позволяет закрепить положительные эмоции от тренировки и сформировать устойчивую мотивацию к дальнейшей активности [5, с. 18].

Методические особенности проведения занятий с детьми старшего дошкольного возраста учитывают, что ведущей деятельностью в этом возрасте остается игра. Объем внимания детей 5–7 лет ограничен 7–15 минутами, доминирует наглядно-образное мышление, эмоциональная сфера отличается высокой лабильностью и зависимостью от внешней оценки. Эти особенности требуют применения методов, сочетающих игровые элементы, сенсорную стимуляцию и четкую структуризацию задач [4, с. 72].

Важным компонентом успешной реализации программы обучения плаванию с использованием подвижных игр стала систематическая работа с родителями и создание методической копилки для педагогов. Работа с родителями строилась на принципах открытости, информированности и вовлеченности в образовательный процесс. Регулярно проводились родительские собрания, на которых демонстрировались видеофрагменты занятий, обсуждались достижения детей и давались рекомендации по закреплению навыков в домашних условиях. Особое внимание уделялось формированию у родителей понимания важности игрового подхода в обучении плаванию и его психолого-педагогических основ.

Для методического сопровождения педагогов была создана комплексная система материалов, включающая информационный материал для специалистов ДОУ с подробным описанием возрастных особенностей детей старшего дошкольного возраста, специфики работы в водной среде и принципов организации игровой деятельности. Разработана специальная информация для родителей и инструкторов по обучению плаванию

дошкольников, посвященная формированию навыков правильного дыхания, включающая практические упражнения и рекомендации по их выполнению в игровой форме.

В методическую подборку «Игры на воде» вошли план-конспекты занятий по плаванию для всех возрастных групп детского сада, адаптированные под особенности каждой возрастной категории. Созданы сценарии игровых сюжетных занятий по совершенствованию плавательных умений, где каждый элемент занятия вплетен в единый сюжет, что повышает мотивацию и вовлеченность детей. Составлена подборка практических материалов «Игры на воде», включающая более 50 различных игр, классифицированных по целям, сложности и возрастной направленности. Для обеспечения информационной поддержки был собран и систематизирован материал из различных источников: телевидения, газет, журналов, методической, научно-популярной, публицистической и художественной литературы. Активно использовались интернет-ресурсы для поиска современных методик и обмена опытом с коллегами из других регионов. Создана коллекция видео и аудио информации на различных носителях, включающая записи мастер-классов, открытых занятий и методических семинаров. Составлен подробный список литературы по проблеме обучения плаванию детей дошкольного возраста, включающий как классические работы по педагогике и психологии, так и современные исследования в области физического воспитания. Организовано повышение квалификации педагогов через ознакомление с семинарами и конференциями, участие в мастер-классах и мероприятиях по обмену опытом. Созданная картотека игр, систематизирована по разделам: игры для адаптации к воде, игры для развития дыхания, игры для обучения технике плавания, командные игры, релаксационные игры.

Для оценки эффективности применения подвижных игр на занятиях по плаванию было проведено анкетирование 35 детей старшего дошкольного возраста (5–7 лет), посещающих МАДОУ г. Нижневартовска детский сад № 29 «Ёлочка». Анкетирование проводилось после трех месяцев систематических занятий с использованием игровых форм. Анкета включала вопросы, адаптированные к возрастным особенностям детей и представленные в форме пиктограмм и простых формулировок. Результаты анкетирования представлены в таблице ниже.

Таблица

Результаты анкетирования

| Вопросы                             | Результаты                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Отношение к занятиям плаванием      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 94% детей (33 человека) отметили, что им «очень нравится» заниматься плаванием</li> <li>2. 6% детей (2 человека) выбрали вариант «нравится»</li> <li>3. 0% детей не выразили отрицательного отношения к занятиям</li> </ol>                      |
| Эмоциональное состояние на занятиях | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 91% детей (32 человека) указали, что чувствуют себя «весело и радостно» во время игр в воде</li> <li>2. 9% детей (3 человека) отметили состояние «спокойно и уверенно»</li> <li>3. 0% детей не испытывали негативных эмоций</li> </ol>           |
| Преодоление страха воды             | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 86% детей (30 человек) сообщили, что перестали бояться воды после занятий с играми</li> <li>2. 14% детей (5 человек) отметили, что страх уменьшился, но полностью не исчез</li> <li>3. 0% детей указали на сохранение сильного страха</li> </ol> |



|                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Любимые игры в воде        | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 71% детей (25 человек) назвали любимой игрой «Волшебные пузыри»</li> <li>2. 57% детей (20 человек) выделили «Эстафету с мячом»</li> <li>3. 43% детей (15 человек) предпочли «Водные кольца»</li> <li>4. 29% детей (10 человек) отметили «Морскую звезду» как наиболее приятную игру</li> </ol> |
| Социальное взаимодействие  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 83% детей (29 человек) указали, что научились лучше играть вместе с другими детьми</li> <li>2. 77% детей (27 человек) отметили, что помогают другим детям во время занятий</li> <li>3. 69% детей (24 человека) сообщили, что стали более уверенными в общении со сверстниками</li> </ol>       |
| Двигательные достижения    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 89% детей (31 человек) отметили, что научились лучше держаться на воде</li> <li>2. 80% детей (28 человек) указали на улучшение навыков ныряния</li> <li>3. 74% детей (26 человек) сообщили о том, что стали плавать на более длинные расстояния</li> </ol>                                     |
| Желание продолжать занятия | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 100% детей (35 человек) выразили желание продолжать занятия плаванием</li> <li>2. 91% детей (32 человека) хотели бы, чтобы занятий было больше</li> <li>3. 86% детей (30 человек) сообщили, что рассказывают о занятиях родителям с радостью</li> </ol>                                        |

Качественный анализ ответов показал, что дети особенно ценят в занятиях элемент игры, который превращает процесс обучения в увлекательное приключение. Многие дети в свободных комментариях отмечали, что игры помогают им «не бояться», «веселиться» и «учиться вместе с друзьями». Особенно значимым оказался факт, что 100% детей выразили желание продолжать занятия, что свидетельствует о высокой мотивационной составляющей методики.

Сравнительный анализ с данными анкетирования, проведенного до внедрения игровой методики (в контрольной группе), показал значительные различия. В контрольной группе, где занятия проводились по традиционной методике без активного использования игр, только 65% детей выражали положительное отношение к занятиям, 40% сохраняли страх воды, а 75% хотели бы продолжать занятия. Эти данные подтверждают эффективность игрового подхода в формировании положительного отношения к плаванию и преодолении психологических барьеров.

Проведенное исследование и анализ опыта работы по обучению плаванию детей старшего дошкольного возраста с использованием подвижных игр в МАДОУ г. Нижневартовска детский сад №29 «Ёлочка» позволяют констатировать, что игровая методика является высокоэффективным средством формирования плавательных навыков и преодоления психологических барьеров, связанных с водной средой. Результаты анкетирования 35 детей показали, что систематическое применение подвижных игр способствует формированию устойчивого положительного отношения к занятиям плаванием, что подтверждается данными о 94% детей, выразивших явное предпочтение игровым формам обучения. Значительное снижение уровня аквафобии с 40% до 14% свидетельствует о психокоррекционном потенциале игровой методики, а высокие показатели социального взаимодействия (83% детей улучшили навыки командной работы) подтверждают ее

воспитательную ценность. Комплексный подход, включающий работу с родителями и создание методической копилки, обеспечивает системность и преемственность образовательного процесса, что особенно важно в условиях дошкольного образования. Полученные результаты обосновывают необходимость дальнейшего развития и распространения игровых методик обучения плаванию, а также их интеграции в образовательные программы дошкольных учреждений для обеспечения гармоничного физического, психологического и социального развития детей.

### Литература

1. Адамова И.В. Методика проведения интерактивных занятий при обучении детей 3–4 лет плаванию // Педагогико-психологические и медико-биологические проблемы физической культуры и спорта. 2024. № 19(2). С. 6-14.
2. Муминов Ф.М. Особенности методики обучения плаванию дошкольников 4–7 лет // Фан-Спорта. 2020. № 4. С. 52-55.
3. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ «Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодёжи» от 28.09.2020 №28 (ред. от 30.08.2024) // Российская газета. 2020 г. №28. С. 23-58.
4. Постольник Ю.А. Игровой метод как средство преодоления признака водобоязни у детей на занятиях плаванием // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2021. Т. 6. № 2. С. 69-74.
5. Сочеванова Е.А. Подвижные игры для старших дошкольников: интеграция образовательных областей в двигательной деятельности» (для детей 5–7 лет). СПб.: Детство-Пресс, 2020. 122 с.

© Бребан С.В., Самоловова Н.В., 2026

**Гостенко Е.Г., Дубровина Н.А.**

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина  
г. Екатеринбург, Россия

**Нестерюк А.А.**

Нижневартковский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

## **НЕЙРОМЫШЕЧНАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ КАК ТЕХНОЛОГИЯ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ ЖЕНЩИН ПЕРВОГО И ВТОРОГО ПЕРИОДОВ ЗРЕЛОГО ВОЗРАСТА С НАРУШЕНИЯМИ МЫШЕЧНОГО БАЛАНСА**

В настоящее время наблюдается высокий рост гиподинамии среди женщин первого и второго периодов зрелого возраста [1, с. 15]. Длительное пребывание в статичном положении сидя, характерное для офисной работы, приводит к развитию адаптивного укорочения подвздошно-поясничной мышцы и формированию устойчивых мышечных дисбалансов, в частности «нижнего перекрестного синдрома» [7, с. 156]. Возникающий дисбаланс нарушает постуральный контроль и биомеханику тазобедренных суставов (далее ТБС) [2, с. 104], часто становясь причиной неспецифической поясничной боли [3, с. 101]

В условиях развития миостеатоза традиционные методы «закачки» мышц становятся неэффективными, актуализируя необходимость нейромышечного переобучения - упражнений с высокой концентрацией внимания и проприоцептивной обратной связью [5, с. 112]. Исследования подтверждают, что привычка стоять с опорой на одну ногу приводит к перекосу таза и нарушению осанки. Это негативно влияет на работу всех суставов и связочного аппарата [4, с. 118; 6, с. 451], что подчеркивает необходимость поиска новых подходов в физическом воспитании женщин [8, с. 33].

Основной целью данного исследования была разработка и научное обоснование технологии нейромышечной оптимизации (далее НМО) для коррекции мышечных дисбалансов ТБС у женщин зрелого возраста. Для реализации цели были поставлены задачи: выявить биомеханические причины дисбалансов, разработать программу упражнений, направленную на интеграцию мобильности в глобальный паттерн и обучение контролю центрирования таза, а также оценить ее результативность.

Экспериментальное исследование проводилось на базе фитнес-клуба «Лирика фитнес» г. Нижневартовск с участием 24 женщин (средний возраст 36 лет), разделенных на экспериментальную (ЭГ, n=12) и контрольную (КГ, n=12) группы.

Для оценки состояния ТБС использовались: гониометрия, тест Томаса (эластичность сгибателей бедра), тест Тренделенбурга (стабильность таза), тест «Присед» (двигательный паттерн), Визуальная аналоговая шкала (далее ВАШ) (интенсивность боли) и биоимпедансный анализ InBody.

Статистическая обработка проводилась с использованием U-критерия Манна-Уитни, критерия Уилкоксона и определялось стандартное отклонение.

Экспериментальная группа выполняла программу НМО в течение 10–12 недель (30 занятий). Программа включала:

1. Миофасциальный релиз (далее МФР) триггерных зон, направленный на механическое и неврологическое расслабление ригидных тканей [2, с. 102];
2. Функциональное удлинение (активный стретчинг и мобилизация суставов) для восстановления анатомической длины мышц и устранения капсульных ограничений [7, с. 156];
3. Нейромышечную активацию (билатеральные и унилатеральные упражнения) с акцентом на восстановление качественного проприоцептивного сигнала в целевых мышечных группах [5, с. 112];
4. Функциональную интеграцию, обеспечивающую закрепление полученной мобильности в глобальных двигательных паттернах [8, с. 33].

Этапы исследования:

1. Теоретико-методологический: обоснование механизмов НМО на основе анализа литературы.
2. Диагностический: выявление дефицитов ТБС и определение векторов коррекции.
3. Экспериментально-практический: реализация программы НМО, интеграция мобильности в паттерны и обучение контролю центрирования таза.
4. Аналитико-обобщающий: итоговое тестирование, статистический анализ и формулировка рекомендаций.

Таблица 1

**Разработанная программа тренировок для экспериментальной группы**

| Часть тренировки                    | Тренировка № 1:<br>Базовая мобилизация<br>и стабилизация                                                                                                                                             | Тренировка № 2:<br>Стабильность                                                                                                               | Тренировка № 3:<br>Амплитуда под<br>нагрузкой                                                                                                                                           | Тренировка<br>№ 4:<br>Восстановление                                                                                                        |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| I. Подготовительная<br>(15–20 мин.) | 1. Кардио (7–15 мин.)<br>2. МФР (таз, бедро, стопы, голени)<br>3. *Мобилизация: амплитудные боковые выпады с растяжкой, Z-сед с ротацией<br>4. Активация: Разведение ног в тренажере и «мертвый жук» | 1. Кардио (7–15 мин.)<br>2. МФР (таз, бедро, стопы, голени)<br>3. *Мобилизация: растяжка в позе «четверки» сидя<br>4. Активация: птица-собака | 1. Кардио (7–15 мин.)<br>2. Полный комплекс МФР<br>3. *Мобилизация: амплитудные боковые выпады с растяжкой Z-сед с ротацией<br>4. Активация: Разведение ног в тренажере и «мертвый жук» | 1. Кардио 30–45 мин<br>2. Суставная гимнастика                                                                                              |
| II. Основная<br>(45–60 мин)         | 1. Приседания «Гоблет»<br>2. Тяга вертикального блока<br>3. Гиперэкстензия<br>4. Ягодичный мостик<br>5. Жим гантелей в наклонной скамье<br>6. Разведение ног                                         | 1. Тяга на 1 ноге у стены*<br>2. Жим ногами в тренажере<br>3. Тяга гантелей в наклоне<br>4. Разгибание голени<br>5. Скручивания на пресс      | 1. Приседания «Плие»<br>2. Подтягивания/Тяга вертикального блока<br>3. Разгибания бедра в блоке*<br>4. Жим гантелей лежа<br>5. Отведение ноги в блоке*                                  | 1. МФР всего тела<br>2. Мобилизация ТБС: вращение бедра, растяжка задней поверхности бедра, амплитудные выпады*, растяжка в позе «четверки» |

|                                  |                                         |                                      |                                      |                                                                                    |
|----------------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
|                                  |                                         |                                      | 6. Горизонтальная тяга               | сидя*, динамические «дворники», «бабочка»<br>Мобильность грудного отдела и шейного |
| III. Заключительная (10–15 мин.) | Стретчинг с акцентом на ягодичные мышцы | Стретчинг: Аналогично тренировке № 1 | Стретчинг: Аналогично тренировке № 1 | Дыхательная гимнастика                                                             |

\*-унилатеральные движения

По завершении экспериментального этапа и проведении повторного тестирования, результаты были подвергнуты статистической обработке для оценки эффективности разработанной технологии нейромышечной оптимизации. Динамика показателей мышечной и жировой массы нижних конечностей представлена в таблице 2.

Таблица 2

**Динамика показателей мышечной и жировой массы нижних конечностей**

| Мышечная масса (кг.) |    |           |           |       |          |
|----------------------|----|-----------|-----------|-------|----------|
| правая нога          | ЭГ | 5,55±0,44 | 5,87±0,3  | 5,7   | p < 0,05 |
|                      | КГ | 5,77±0,17 | 5,79±0,2  | 0,3   | p > 0,05 |
| левая нога           | ЭГ | 5,05±0,51 | 5,76±0,23 | 14,1  | p < 0,01 |
|                      | КГ | 5,42±0,09 | 5,63±0,25 | 3,8   | p > 0,05 |
| Жировая масса (кг.)  |    |           |           |       |          |
| правая нога          | ЭГ | 7,55±0,49 | 6,1±0,46  | -19,2 | p < 0,01 |
|                      | КГ | 7,25±0,19 | 7,14±0,2  | -1,5  | p > 0,05 |
| левая нога           | ЭГ | 8,04±0,77 | 6,13±0,44 | -23,7 | p < 0,01 |
|                      | КГ | 7,42±0,14 | 7,18±0,18 | -3,2  | p > 0,05 |

Методика нейромышечной оптимизации продемонстрировала эффективность в коррекции состава тела, обеспечивая целенаправленное изменение показателей мышечной и жировой массы.

1. Мышечная масса:

- В экспериментальной группе зафиксирован значительный прирост мышечной массы на левой (+14,1%, p < 0,01) и умеренный на правой (+5,7%, p < 0,05) ноге, что указывает на целенаправленную активацию мышц.

- В контрольной группе прирост мышечной массы был незначительным (+3,8% на левой, +0,3% на правой) и статистически недостоверным по сравнению с экспериментальной группой (p > 0,05).

2. Жировая масса:

- В экспериментальной группе отмечено существенное снижение жировой массы на обеих ногах (левая -23,7%, правая -19,2%, при p < 0,01), свидетельствующее об улучшении локального метаболизма и мышечной активности.

- В контрольной группе динамика жировой массы была минимальна (-3,2% на левой, -1,5% на правой) и статистически незначима.



Таким образом, протокол НМО способствовал целенаправленному увеличению мышечной массы и снижению жировых отложений на более слабой стороне, тогда как стандартные тренировки показали незначительный эффект.

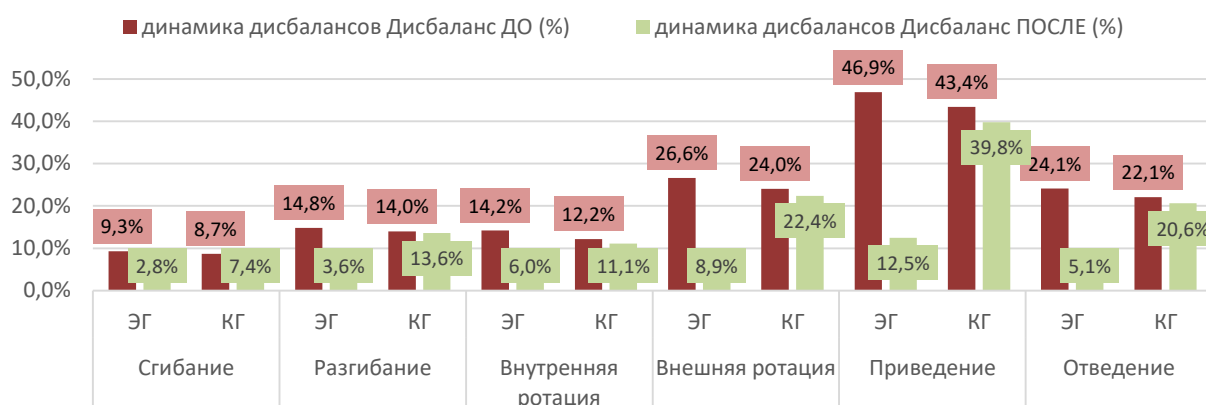


Рис. Динамика показателей гониометрии ТБС (градусы)

На начальном этапе исследования группы были статистически однородны ( $p > 0.05$ ) при выраженном ограничении подвижности тазобедренных суставов во всех плоскостях.

Результаты гониометрии выявили в экспериментальной группе достоверный прирост амплитуды движений во всех плоскостях ( $p < 0,05$ ), тогда как в контрольной группе динамика отсутствовала. Согласно анализу дисбаланса, методика НМО обеспечила выравнивание показателей до физиологической нормы (менее 12%). Наибольшая эффективность зафиксирована в коррекции приведения (снижение асимметрии с 46,9% до 12,5%), отведения (с 24,1% до 5,1%) и внешней ротации. Программа не только увеличила мобильность, но и устранила функциональные перекосы, в то время как в контрольной группе сохранилась выраженная асимметрия.

Таблица 3

### Результаты функционального тестирования

| Показатель                   | группа | До (баллы) | После (баллы) | Динамика, % | p-значение |
|------------------------------|--------|------------|---------------|-------------|------------|
| Присед                       | ЭГ     | 1,3±0,5    | 2,5±0,5       | +92,3       | $p < 0,01$ |
|                              | КГ     | 1,3±0,5    | 1,7±0,7       | +30,8       | $p > 0,05$ |
| Тест Томаса(правая)          | ЭГ     | 1,8±0,6    | 1,0±0,4       | -44,4       | $p < 0,01$ |
|                              | КГ     | 1,8±0,6    | 1,6±0,5       | -11,1       | $p > 0,05$ |
| Тест Томаса(левая)           | ЭГ     | 2,0±0,6    | 1,3±0,5       | -43,5       | $p < 0,01$ |
|                              | КГ     | 2,4±0,7    | 2,0±0,7       | -8,3        | $p > 0,05$ |
| Тест Тренделенбурга (правая) | ЭГ     | 1,7±0,6    | 1,0±0,4       | -41,2       | $p < 0,01$ |
|                              | КГ     | 1,6±0,7    | 1,4±0,7       | -6,3        | $p > 0,05$ |
| Тест Тренделенбурга (левая)  | ЭГ     | 2,1±0,6    | 1,1±0,7       | -47,6       | $p < 0,01$ |
|                              | КГ     | 2,3±0,8    | 2,0±0,9       | -4,3        | $p > 0,05$ |

В тесте «Присед» в экспериментальной группе зафиксирована выраженная перестройка биомеханики движения и оптимизация межмышечной координации, что свидетельствует о качественном улучшении двигательного паттерна. В контрольной группе (КГ) изменения оказались незначительными и не достигли порога статистической значимости.

Анализ функциональных дефицитов по тестам Томаса и Тренделенбурга в экспериментальной группе выявил устойчивое снижение баллов на 41–47%. Данные результаты подтверждают эффективность разработанной программы в устранении гипертонуса сгибателей бедра и повышении динамической стабильности таза. В контрольной группе аналогичные показатели изменились в пределах 4–8%.

Оценка тестов Томаса и Тренделенбурга на наличие асимметрий показала, что протокол нейромышечной оптимизации обеспечил не только общее улучшение показателей, но и выравнивание функциональных возможностей правой и левой сторон. В контрольной группе значимого выравнивания сторон и снижения асимметрии не произошло.

Таблица 4

**Интенсивность болевого синдрома по шкале ВАШ**

| Группа | До (баллы) | После (баллы) | Динамика, % | р-значение |
|--------|------------|---------------|-------------|------------|
| ЭГ     | 4,7±2,5    | 1,1±0,6       | 76,6        | p < 0,05   |
| КГ     | 4,7±2,5    | 3,0±2,0       | 36,2        |            |

Методика в экспериментальной группе позволила практически полностью уменьшить болевой синдром (снижение до 1,1 балла), в то время как в контрольной группе боль осталась на уровне «умеренной» (3,0 балла).

При межгрупповом сравнении групп после лечения математически доказывает превосходство программы нейромышечного переобучения над стандартными методами.

Таким образом, технология нейромышечной оптимизации «МФР-мобилизация-активация-интеграция» доказала эффективность в коррекции дисбалансов у женщин первого и второго периодов зрелого возраста, снизив их уровень до нормы (<12%) и увеличив мышечную массу на слабой стороне на 14,1% (p < 0,01). Использование нейромышечного переобучения позволило восстановить мобильность суставов и сформировать качественные двигательные паттерны, что способствует профилактике дегенеративных изменений ОДА и повышению качества жизни женщин зрелого возраста.

### Литература

1. Аксенова А.В., Капилевич Л.В. Влияние двигательной активности на здоровье женщин зрелого возраста // Человек. Спорт. Медицина. 2023. Т. 23, № 1. С. 13-20.
2. Барулин А.Е., Курушина О.В. Постуральные нарушения и синдром перекреста в практике невролога // Неврология, нейропсихиатрия, психосоматика. 2021. Т. 13, № 4. С. 102-108.
3. Парфенов В.А. Причины, диагностика и лечение неспецифической поясничной боли // Терапевтический архив. 2021. Т. 93, № 1. С. 101-107.

4. Семенова Н.В., Павлов С.А. Биомеханические аспекты нестабильности тазобедренного сустава у женщин // Спортивная медицина: наука и практика. 2023. Т. 13, № 2. С. 115-122.
5. Челноков А.А. Особенности нейромышечного аппарата человека при различных режимах мышечной деятельности. Великие Луки: ВЛГАФК, 2021. 210 с.
6. Шевцов А.В., Красноперова Т.В. Сравнительный анализ биомеханических показателей статодинамического баланса у женщин // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2021. № 5(195). С. 448-453.
7. Янда В. Мышечный дисбаланс: подход Владимира Янды. М.: Бином, 2021. 320 с.
8. Ярмоленко Г.В. Биомеханическая коррекция осанки женщин средствами функционального фитнеса // Научный вестник физической культуры. 2023. № 1. С. 33-39.

© Гостенко Е.Г., Дубровина Н.А., Нестерюк А.А., 2026

**Ендерюкова А.Е., Макаров А.П., Чуенко О.А.**  
Нижневартковский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

## **ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ПОВЫШЕНИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ ГОТОВНОСТИ ДОШКОЛЬНИКОВ К СДАЧЕ НОРМ ВФСК «ГТО»**

Физическое воспитание детей дошкольного возраста должно быть направлено на повышение двигательной активности ребенка и формирование основ здорового образа жизни. Задачи по развитию и совершенствованию физических способностей, укреплению мышечного корсета и повышению двигательных кондиций могут успешно быть решены в результате подготовки дошкольников к выполнению нормативов Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ВФСК «ГТО»).

Опираясь на результаты научных публикаций последних лет и опыт специалистов, следует отметить, что в подготовке детей дошкольного возраста к выполнению нормативов ВФСК «ГТО», следует применять комплексный подход, включающий разнообразные средства и методы физического воспитания. Важнейшими аспектами остаются учет индивидуальных особенностей детей и соблюдение принципов системности и постепенности возрастания физической нагрузки. Помимо этого, необходимо осуществлять анализ степени освоения техники контрольных упражнений, с целью верного подбора средств и методов для успешного овладения техникой соответствующих двигательных действий [2, с. 169].

Сегодня специалисты выделяют следующие причины, негативно сказывающиеся на выполнении нормативов ВФСК «ГТО». К ним относят: неготовность мышц и мышечно-связочного аппарата дошкольника к выполнению двигательных действий; слабое развитие физических качеств и низкие показатели работы функциональных систем, в силу продолжающегося формирования организма и роста костных и мышечных тканей. Как подчеркивают в своей работе Н.И. Синявский и А.В. Фурсов, самыми проблемными испытаниями комплекса «ГТО» I-ой ступени являются координационные, силовые и скоростно-силовые способности, причем как у мальчиков, так и у девочек [7, с. 69]. Наряду с этим, некачественное исполнение дошкольниками техники контрольных упражнений, определяет необходимость в обучении правильного выполнения двигательного действия [1, с. 287; 5, с. 116].

Следовательно, поиск средств, методов и технологий, которые можно применить или адаптировать в физическом воспитании дошкольников, в настоящее время остается актуальным. Разработка методической системы подготовки дошкольников к выполнению тестовых заданий ВФСК «ГТО», остается востребованным на сегодняшний день. Проведенное нами пилотажное исследование показало, что у дошкольников отмечаются низкие показатели при выполнении тестов на координацию движений, выносливость и гибкость (особенно у мальчиков). Выполняя данные тесты, дети чаще испытывали трудности. Потеря ценных показателей, не позволяет ребенку получить значок «ГТО» установленного образца [6, с. 234].

Предложенная нами физкультурно-спортивная технология должна обеспечить всестороннее физическое развитие дошкольника и оказать положительный эффект в организации подготовки их к выполнению норм ВФСК «ГТО». Учет интересов и возрастных возможностей детей позволил

определить основные средства и методы педагогического воздействия. Для этого подбирались разнообразные средства доступные детям в виде беговых, гимнастических, танцевальных и даже плавательных средств, с применением игрового метода. Достижению высоких результатов будет способствовать увеличение упражнений для развития физических качеств с учетом гендерных особенностей дошкольников.

Физкультурно-спортивная технология подготовки детей старшего дошкольного возраста к сдаче норм ВФСК «ГТО» включает в себя три этапа: концептуальный, организационный и контрольный. Концептуальный этап позволяет сформулировать цель, задачи, теоретические сведения и принципы на которые опирается данная технология. Приступая к методической разработке технологии, следует соблюдать принцип сознательности и активности, допускающий понимание детьми заданий, правил подвижных игр, а также активное их участие. Принцип доступности и индивидуализации – позволяющий создать оптимальные условия для развития физических качеств, формирования двигательных умений и навыков, совершенствования функциональных показателей. Принцип наглядности обеспечивает успех в обучении техники контрольных упражнений норм ВФСК «ГТО», так как благодаря ему формируется образ и правильное представление как выполнять двигательное действие, что способствует быстрому его овладению ребенком. У детей 6-7 лет продолжают формироваться структуры головного мозга, что затрудняет включение познавательных процессов в понимании и осознании того, как должны выглядеть форма и структура двигательных действий. Именно поэтому в процессе обучения чаще прибегают к использованию метода наглядности, так как дети легко перенимают и воспроизводят движения, часто подражая взрослым, в процессе их визуального просмотра. Принцип систематичности, базирующийся на последовательности освоения учебного материала, соблюдении регулярности занятий и методическом обеспечении занятий грамотным чередованием нагрузок и отдыха.

Организационный этап, реализуемый в физкультурно-спортивной технологии, позволяет запланировать виды и формы проведения занятий в режиме дня дошкольников. Воздействие на воспитание физических качеств будет осуществляться во время проведения занятий по физической культуре, три раза в неделю, продолжительностью 30 минут. Два раза в неделю планируются проведения занятий по плаванию. Во время занятий в бассейне, дети знакомятся с элементами плавания, способами передвижения в воде, осваивают способы задержки дыхания и выдохов в воду. Упражнения для освоения с водой развивают координацию движений, повышают показатели выносливости и оказывают положительное воздействие на функциональные показатели дыхательной и сердечно-сосудистой систем организма дошкольника. Два раза в неделю, во время прогулок на открытом воздухе, будут применяться средства педагогического воздействия на воспитание выносливости, координации и быстроты во время подвижных игр, эстафет, игр с мячом, бега, перемещений на лыжах, продолжительностью 20-30 минут.

Содержание технологии представлено процессом комплексной подготовки, направленной на развитие всех физических качеств: силы, выносливости, быстроты, гибкости и ловкости. Дошкольный возраст характеризуется определенными особенностями развития моторики,



координации движений и психоэмоционального состояния. Важно учитывать, что физическая подготовка должна соответствовать уровню сформированности организма ребенка и проходить поэтапно с постепенным увеличением нагрузки.

Запланированные занятия с детьми дошкольного возраста необходимо проводить регулярно, подбирать физическую нагрузку соответственно возрастным особенностям детей, физические упражнения должны быть разнообразными по содержанию и включать элементы соревнований и игровых форм. Применения игровых заданий, которые изучались в исследовании Л.Г. Пащенко и Р.Ф. Хазиевой, способствовали активизации игрового взаимодействия детей при проведении игр и эстафет, разнообразию двигательного потенциала детей, а также повышению уровня физической подготовленности и как следствие подготовить детей к выполнению нормативов «ГТО» I-ой ступени [8, с. 44]. С.В. Денисенко, А.В. Лихошерстов, Е.И. Стародубцев в своем исследовании подтверждают развитие физических качеств детей дошкольного возраста посредством подвижных игр [3, с. 139].

Вместе с тем, как утверждают в своем исследовании Т.П. Завьялова, Ю.И. Воробьева, включение акробатических танцевальных упражнений на занятиях физической культуры с дошкольниками 6-7 лет не только способствует подготовке к сдаче норм «ГТО», но и положительно сказывается на эластичности мышц и подвижности суставно-связочного аппарата [4, с. 120].

Таблица

**Рекомендуемые средства физкультурно-спортивной технологии  
для воспитания физических способностей дошкольников**

| Физические качества                                           | Средства                                     | Примеры                                                                                                     | Форма проведения                                    |
|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Воспитание скоростных способностей и двигательной координации | Подвижные игры                               | «Волк во рву»,<br>«Салки»,<br>«Чай-чай выручай»                                                             | Занятия по физической культуре (ФК),<br>на прогулке |
|                                                               | Эстафеты                                     | Бег из различных положений,<br>Бег с препятствиями<br>Бег с предметами                                      | Занятия по физической культуре                      |
| Воспитание статической координации и гибкости                 | Танцевальная аэробика                        | Танца под музыку с элементами аэробики                                                                      | Занятия по ФК                                       |
|                                                               | Упражнения на растягивания с элементами игры | Растяжка животных:<br>«Бабочка»,<br>«Кот и верблюд»,<br>«Змея»                                              | Утренняя гигиеническая гимнастика,<br>Занятия по ФК |
|                                                               | Упражнения с элементами йоги                 | «Собака мордой вверх»<br>«Собака мордой вниз»<br>«Растущее деревцо»                                         | Утренняя гигиеническая гимнастика,<br>Занятия по ФК |
|                                                               | Упражнения на растягивания – стретчинг       | Наклоны из положения стоя, седа, лежа. Лежа на спине, подъем прямых ног с касанием носками за головой и пр. | Утренняя гигиеническая гимнастика,<br>Занятия по ФК |
|                                                               | Упражнения на подвижность в суставах         | Махи ногами, выпады, круговые движения руками, отведение рук                                                | Занятия по ФК                                       |

|                                                                         |                          |                                                                                          |                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| Воспитание скоростно-силовых и силовых способностей                     | Подвижные игры           | «Светофор»,<br>Перетягивание каната                                                      | Занятия по ФК,<br>на прогулке                    |
|                                                                         | Круговая тренировка      | Прыжки через обручи, Упражнение «лодочка»,<br>Стойка в упоре лежа                        | Занятия по физической культуре                   |
|                                                                         | Упражнения с отягощением | Броски набивного мяча в парах, упражнения с гантелями с небольшим отягощением            | Занятия по ФК, утренняя гигиеническая гимнастика |
| Воспитание выносливости, развитие функциональных возможностей организма | Подвижные игры           | «Паровозик», «Северный и южный ветер»                                                    | Занятия по физической культуре                   |
|                                                                         | Интервальный бег         | Бег с переходом на ходьбу каждую минуту в течение 6 мин.                                 | Занятия по ФК на прогулке                        |
|                                                                         | Плавание                 | Дыхательные упражнения для освоения с водой, элементы плавания                           | Занятия в плавательном бассейне                  |
|                                                                         | Ходьба на лыжах          | Передвижения на лыжах                                                                    | В зимнее время года на улице                     |
| Координационные способности                                             | Подвижные игры           | «Снайперы», «Мышеловка», «Кот и золото»                                                  | Занятия по ФК, на прогулке                       |
|                                                                         | Упражнения с мячом       | Бросок и ловля мяча над собой, броски мяча в парах, броски мяча в кольцо                 | Занятия по физической культуре                   |
|                                                                         | Упражнения на равновесие | Ходьба по гимнастической скамейке с мешочком на голове, стойки на одной ноге, «ласточка» | Занятия по ФК                                    |

На протяжении всего этапа важно уделять на занятиях время знакомству, овладению и закреплению правильного выполнения детьми техники контрольных упражнений, представленных в нормативах ВФСК «ГТО». Следует применять дифференцированные и индивидуальные подходы в процессе обучения, особого внимания заслуживает подбор подготовительных и подводящих упражнений.

В основе физкультурно-спортивной технологии лежит комплексный подход, предполагающий системное развитие всех физических качеств дошкольников, необходимых для выполнения нормативов ВФСК «ГТО» I-ой ступени, с активным внедрением средств развития гибкости. В заключительной части каждого занятия обязательно включаются 4-5 упражнений для развития гибкости дошкольников. Рекомендуемые средства физкультурно-спортивной технологии для воспитания физических качеств дошкольников представлены в таблице. Физические упражнения и подвижные игры необходимо последовательно и систематично включать на занятиях физической культурой, во время утренней гигиенической гимнастики и прогулок. Внедрение предложенной физкультурно-спортивной технологии предполагается в течение года, с целью успешной подготовки детей к выполнению нормативов.

На заключительном контрольно-оценочном этапе будет оцениваться эффективность внедрения физкультурно-спортивной технологии подготовки детей к выполнению нормативов ВФСК «ГТО» I-ой ступени. Данный этап планируется на период весенних

контрольных этапов проведения ВФСК «ГТО» I-ой ступени, участие в котором будут принимать дошкольники МАДОУ детский сад № 80 «Светлячок» города Нижневартовска.

Соблюдение этапов внедрения физкультурно-спортивной технологии обеспечит регулярность воздействия средств и методов воспитания физических способностей дошкольников. На данном этапе физического развития дошкольников, следует учитывать нестабильность проявления, как физических качеств, так и техники выполнения двигательных действий, что требует многократного повторения и комплексного развития физических качеств. Монотонность и однообразность работы снижает интерес детей к занятиям, следовательно, важно использовать разнообразные средства физического воспитания. Особого внимания заслуживают показатели гибкости, так как последние изменения норм ВФСК «ГТО» I-ой ступени привели к увеличению требований в проявлении данного качества. Рекомендуется ежедневно включать упражнения на развитие гибкости и подвижности суставно-связочного аппарата, желательно в конце занятия и строго дозировано. Таким образом, технология представляет собой инструмент для организации качественной подготовки дошкольников к выполнению норм ВФСК «ГТО» I-ой ступени, обеспечивающей всестороннее физическое развитие.

### Литература

1. Амбарцумян Н.А. Анализ методики повышения уровня физической готовности дошкольников 5-6 лет как фактор успешной сдачи норм ГТО 2 ступени в школе // Векторы развития дошкольного образования в едином образовательном пространстве: материалы международной научно-практической конференции (г. Махачкала, 01 октября 2024 года). Махачкала, 2024 С. 280-288.
2. Ведерникова О.Б., Ушаков А.С., Прокопчик Е.Ю., Щелгачева К.Б., Воронцова Е.А. Роль физического воспитания в формировании здорового образа жизни дошкольников в условиях дошкольного образовательного учреждения // Человек. Спорт. Медицина. 2024. № S1. С. 166-175.
3. Денисенко С.В., Лихошерстов А.В., Стародубцев Е.И. Развитие физических качеств детей дошкольного возраста посредством подвижных игр // Инновационная наука. 2025. № 7-2. С. 138-140.
4. Завьялова Т.П., Воробьева Ю.И. Акробатический рок-н-ролл в физическом воспитании дошкольников 6-7 лет как эффективное средство подготовки к сдаче норм комплекса ГТО // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2021. № 3 (193). С. 115-121.
5. Корнакова Е.И., Побелянская Ю.Н. Методика физического воспитания детей дошкольного возраста // Наука-2020. 2020. №8 (44). С. 113-117.
6. Красникова О.С., Ендерюкова А.Е. Анализ результатов сдачи нормативов ВФСК ГТО дошкольниками 6-7 лет // Физическое воспитание и спорт в системе образования: современное состояние и перспективы: материалы VI Международной научно-практической конференции, приуроченной к Международному дню спорта. Омск, 2025. С. 230-234.

7. Синявский Н.И., Фурсов А.В. Физическая подготовленность детей дошкольного возраста по результатам выполнения нормативов первой ступени Комплекса ГТО // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2018. № 4(55). С. 66-70.

8. Хазиева Р.Ф., Пащенко Л.Г. Интеграция познавательной и двигательной активности дошкольников на основе игровых средств // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. 2019. № 4. С. 43-44.

© Ендерюкова А.Е., Макаров А.П., Чуенко О.А., 2026

**Косых Ю.В.**

Самарский государственный социально-педагогический университет  
г. Самара, Россия

## **ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ СРЕДИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ**

Самарская область – это регион, который отводит особое место формированию здорового образа жизни у населения. В регионе реализуется программа «Укрепление здоровья и формирование здоровьесберегающей среды». Главной целью программы является увеличение доли населения Самарской области, которая ведёт здоровый образ жизни, а также создание здоровьесберегающей среды. Одной из категорий населения, на которую направлена программа, является студенческая молодёжь.

Важной составляющей благополучия региона является состояние здоровья его граждан. Формирование здорового образа жизни у населения должно происходить с детства. Также следует отдавать особое внимание студенческой молодёжи, ведь люди этого возраста в большей степени подвержены влиянию вредных привычек.

Исходя из результатов исследования уровня состояния здоровья у студентов первокурсников Самарского государственного технического университета, которое проходило в период с 2017 года по 2020 год, уровень здоровья студентов снижается. Студенты испытуемые проходили тест для оценки уровня здоровья по Апанасенко. Тенденция такова, что количество студентов с высоким показателем уровня здоровья уменьшается, тем временем как количество студентов с низким показателем растёт [10, с. 387].

Актуальность исследования определяется выявлением факторов, оказывающих негативное влияние на формирование здорового образа жизни среди студенческой молодёжи, которые в дальнейшем влияют на качество жизни студентов, их психоэмоциональное состояние и профессиональное выгорание.

Задачи исследования:

- выявить факторы, влияющие на состояние здоровья студентов;
- обозначить проблемы формирования здорового образа жизни;
- предположить дальнейшую тенденцию динамики уровня состояния здоровья студентов в Самарской области.

Ежедневно студенты сталкиваются с большим количеством факторов, которые могут оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на состояние их здоровья. Условно все факторы можно поделить на три группы: бытовые, учебные и факторы окружающей среды. Эксперты считают, что наиболее значительное влияние имеют факторы условий и образа жизни людей (40–50%), которые мы отнесём к бытовым, а факторы окружающей среды имеют меньшее влияние (20–30%) [7, с. 13].

Бытовые факторы включают в себя широкий спектр мероприятий, составляющих основу студенческой жизни. К ним относятся режим питания, сна, труда и отдыха, гидратация, условия жизни студентов, физическая активность.



Всемирная организация здравоохранения включает сон в перечень важных «критериев здоровья». По оценке Всемирной организации здоровый сон должен длиться 7–8 часов. Это время, за которое человек может восстанавливать силы и поддерживать оптимальную производительность труда. Также организация даёт рекомендации, среди которых поддержание нормальной температуры в комнате (+18–+22), полная темнота и тишина.

Рекомендации Всемирной организации здравоохранения подтверждает исследование, проведённое на студентах Самарского государственного медицинского университета. Исследование проводилось с целью оценки качества сна у студентов, а также для выявления показателей, на которые оно влияет. Результаты опроса показали, что 9 из 10 студентов имеют недостаток сна, половина студентов отмечают неприятные сны [1, с. 2].

Плохие показатели сна негативно сказываются на работоспособности студентов, их успеваемости и самочувствии. А нормализация сна и доведение его длительности до показателя в 7–8 часов способствует положительному эффекту на организм.

В аналогичном исследовании на студентах Самарского государственного технического университета отмечается, что регулярная физическая активность помогает нормализовать показатели сна. Предпочтительной становится аэробная физическая активность средней интенсивности в первой половине дня, а наилучший эффект достигается за счёт использования разнообразных средств и методов тренировки, при этом регулируя интенсивность [2, с. 24].

Следующим неотъемлемым фактором, влияющим на состояние здоровья является режим питания студенческой молодёжи. Исследование режима питания студентов Самарского государственного медицинского университета показало, что количество добавленного сахара превышено в 2–4 раза при норме 25–50 граммов в день. Также выявлен недостаток потребления витаминов группы В, витаминов А и С [8, с. 64].

Недостаток витаминов группы В напрямую влияет на состояние нервной системы студентов, а также отрицательно сказывается на сне. Недостаток сна же в свою очередь повышает аппетит, который студенты пытаются погасить за счёт добавленного сахара и увеличенного количества жирной пищи, что впоследствии может привести к ожирению и диабету 2 типа.

Для формирования здорового образа жизни среди студенческой молодёжи необходимо повышать уровень осведомленности студентов самарских ВУЗов и ССУЗов. В исследовании, которое проводилось на базе Самарского государственного социально-педагогического университета, выявили уровень знаний студентов о здоровом образе жизни с помощью методов анкетирования и опросов. Результаты показали разный уровень осведомленности, что вызывало у студентов проблемы с режимом питания, сна и недостатком микронутриентов [9, с. 280]. Следовательно, одним из ключевых фактором, влияющих на формирование здорового образа жизни является недостаток знаний, что можно решить за счёт проведения образовательных семинаров, онлайн лекций и введения дополнительных образовательных предметов.

Под учебным фактором, влияющим на здоровье студентов, понимается учебная нагрузка, которая представляет из себя урочные занятия и самостоятельную подготовку

студентов к занятиям. Исследование формирования здорового образа жизни у обучающихся в Самарском университете показало наличие большого количества нарушений, среди которых нарушение режима сна, питания, употребление алкоголя и табачной продукции. Причиной таких нарушений студенты называют учебную нагрузку. В частности, употребление алкоголя и табака считается средством для снятия стресса и тревожности [3, с. 112].

Таким образом, бытовые и учебные факторы являются взаимосвязанными и требуют дополнительного внимания со стороны организаций, обеспечивающих обучение студентов.

Экологическая обстановка в Самарской области обуславливает фактор окружающей среды. В регионе находится большое количество производств (около 700), за счет которых происходит увеличение выбросов загрязняющих веществ в атмосферу, а также которые подвергают загрязнению почву, наземные и подземные источники пресной воды. Данные предприятия составляют опору экономики Самарской области и занимаются добычей нефти и природного газа, производством химических веществ и нефтепродуктов, обеспечением электроэнергией и газом [4, с. 82].

Большое влияние на состояние здоровья оказывает шум, вызываемый работой производств, увеличением количества автомобильных средств и работой логистических компаний по доставке крупногабаритных грузов [4, с. 82]. Самарская область лидирует по показателю количества автомобилей на душу населения среди субъектов Российской Федерации, в которых зарегистрировано более 1 миллиона автомобилей. По данным на 2025 год на каждых трёх жителей региона приходится по одному автомобилю.

Регион имеет тяжелую ситуацию с экологической обстановкой своих водных экосистем. Реки, относящиеся к категории малых, в своем большинстве имеют такие статусы загрязнения как «грязные» и «очень загрязненные». Мониторинг чистоты акваторий показал, что за последние годы река «Падовка» получила статус «очень загрязненная», а также наблюдается неуклонное снижение уровня чистоты реки «Малый Кинель» и реки «Большой Иргиз» [5, с. 2155].

Пресная вода из средних и больших рек региона используется для удовлетворения нужд населения и производства, а именно для водоснабжения городов, орошения сельскохозяйственных полей и работы электростанций. Главные водные артерии региона река «Волга» и река «Самара» имеют «большую» степень загрязнения. Одной из главных причин загрязнений является использование водного потенциала рек для нужд промышленности.

Проблемная экологическая ситуация в регионе может пагубно сказываться на здоровье его населения. Загрязнение атмосферы выбросами от работы крупных производств и автомобильной техники может привести к ухудшению состояния дыхательной системы человека, что ведет к таким заболеваниям как хронический бронхит, астма и другим хроническим заболеваниям дыхательных путей. Продолжительное загрязнение плодородных почв может привести к упадку или полной потере плодородия, что окажет сильное влияние на экономическую стабильность региона [6, с. 1109].

Наиболее остро в Самарской области стоит вопрос о загрязнении водоёмов. Доказано, что превышение содержания в воде количества бактерий и вредных химических веществ ведёт

к появлению у человека проблем с пищеварением, острым инфекционным заболеваниями и сильным отравлениям.

Таким образом, можно сделать вывод, что плохая экологическая ситуация в регионе влияет на состояние здоровья людей, но не связана с проблемой формирования здорового образа жизни у студенческой молодёжи.

Проводя анализ приведенных выше факторов, влияющих на состояние здоровья студентов, мы сделали выводы о том, какие проблемы существуют в формировании здорового образа жизни среди студенческой молодёжи Самарской области. Главной фундаментальной проблемой является отсутствие у студентов необходимых знаний о правилах ведения здорового образа жизни. Для решения данной проблемы необходимо проводить просветительские мероприятия в образовательных организациях, на которых будут объяснять важность формирования здорового образа жизни. Это позволит повысить мотивацию студентов для начала формирования привычек здорового образа жизни. Следующим этапом решения проблемы станет проведение физкультурно-спортивных праздников и викторин с целью ознакомления участников с полезными привычками. Этот шаг позволит студентам применить полученные знания в повседневной практике.

Ещё одной важной проблемой формирования здорового образа жизни является затрата больших энергетических ресурсов студентов в процессе получения образования, что в свою очередь ведет к нарушению питания, сна и режима труда и отдыха. Для решения этой проблемы студентам необходимо в первую очередь следить за режимом сна, ложиться спать и просыпаться в одно и то же время, спать в темном и тихом помещении, а также довести продолжительность сна до показателя в 7–8 часов. Ещё одним способом восстановления энергетических ресурсов являются эмоциональные разгрузки в виде участия в интеллектуальных квизах, посещения театров и выставок, а также занятий спортом. Поддержку в этом может оказывать образовательная организация, в которой учится студент. Организация может вводить регулярные интеллектуальные и спортивные мероприятия в виде различных чемпионатов по видам спорта и командных квизов на бесплатной основе.

В настоящее время к проблеме формирования здорового образа жизни среди студентов в Самарской области приковано пристальное внимание. Правительство и губернатор региона оценивают важность решения этой проблемы как «высокая». Правительство Самарской области издало распоряжение с утверждением региональной программы, целью которой является повышение мотивации населения к ведению здорового образа жизни. Также в регионе действует федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации», который предусматривает проведение пропаганды, а также обучение навыкам здорового образа жизни.

Также в области реализуются многочисленные программы, среди которых «Здоровая молодёжь – здоровая Россия», «Здоровый образ жизни» и другие. Стоит отметить, что большая часть программ реализуется в отдельно взятых образовательных организациях, что ограничивает степень их влияния на обучающихся. Для достижения наилучшего результата необходимо повсеместное введение таких образовательных программ в организациях среднего специального и высшего образования, что включает в себя регулярное проведение

образовательных и практических семинаров, введение консультаций по сохранению и укреплению здоровья, а также организация проведения тематических праздников.

Учитывая пристальное внимание со стороны властей к решению этой проблемы, обстановка с популяризацией здорового образа жизни в регионе в будущем должна наладиться, а проблемы формирования здорового образа жизни среди студентов должны свести свое влияние к минимуму.

### Литература

1. Аборина М.В., Фильштинская Е.Г. Изучение характеристик сна и психоэмоционального состояния студентов-психологов // Международный научно-исследовательский журнал. 2022. № 8(122). С. 1-4.
2. Зароченцева Ю.А., Рублева В.А. Влияние физической активности на качество сна // Наука через призму времени. 2025. № 10(103). С. 22-24.
3. Кретьева И.Г., Беляева О.В. Педагогические средства формирования здорового образа жизни студентов // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. 2018. № 4(40). С. 110-118.
4. Макарова Н.В., Баженова А.А. Анализ экологического состояния Самарской области с точки зрения влияния на экономику региона // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 12-2(82). С. 81-86.
5. Мистрюкова К.А. Экология Самарской области, воздействие негативных факторов на население // Вестник науки. 2024. № 6(75). С. 2151-2157.
6. Педько А.Д., Пиксаева М.Г. Влияние загрязнения окружающей природной среды на здоровье человека // Вестник науки. 2025. № 4(85). С. 1108-1113.
7. Почакаева Е.И. Региональные проблемы здоровья современной студенческой молодежи высшего учебного заведения // Медицина. Социология. Философия. Прикладные исследования. 2021. № 4. С. 13-17.
8. Сазонова О.В. Оценка состояния фактического питания студентов Самарского государственного медицинского университета // Вопросы детской диетологии. 2011. № 3. С. 63-65.
9. Хуссем Э.А. ЗОЖ у студентов: исследование в СГСПУ // Успехи гуманитарных наук (Modern Humanities Success). 2023. № 9. С. 279-282.
10. Чемпалова Л.С., Трофимов В.Н. Динамика состояния уровня здоровья и физической подготовленности студентов Самарского государственного технического университета // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2020. № 6(184). С. 386-388.

© Косых Ю.В., 2026

**Крючкова А.Д., Самолова Н.В.**

Нижневартовский государственный университет  
г. Нижневартовск, Россия

**Нажмутдинова Э.Р.**

Нижневартовская школа для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья № 2  
г. Нижневартовск, Россия

## **ТЕХНОЛОГИИ АДАПТИВНОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ СО ШКОЛЬНИКАМИ С ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМИ НАРУШЕНИЯМИ ЗДОРОВЬЯ НА ЗАНЯТИЯХ ПО БОЧЧЕ**

Актуальность применения технологий адаптивной физической культуры со школьниками с интеллектуальными нарушениями здоровья на занятиях по бочче обусловлена комплексным воздействием данного вида спорта на психофизическое и социальное развитие обучающихся.

В данном исследовании рассматриваются особенности организации занятий. Систематические занятия по бочче способствуют развитию координационных способностей, физических качеств, когнитивных функций у детей с интеллектуальными нарушениями.

Бочче, будучи адаптированным видом спорта, эффективно сочетает физическую активность, когнитивную нагрузку и возможности для социального взаимодействия, что принципиально важно для данной категории детей. Занятия способствуют коррекции координационных способностей – развивают пространственную ориентировку, равновесие, дифференцировку мышечных усилий и временных параметров движений. Одновременно совершенствуются физические качества: ловкость, сила, быстрота реакции, выносливость и глазомер. Игра стимулирует у детей внимание, концентрацию, пространственное мышление и стратегическое планирование, а командный формат содействует формированию коммуникативных навыков и социальной адаптации.

Возможность в игре бочче, у школьников повышается самооценка и мотивация к занятиям, а вариативность правил, использование вспомогательных средств (например, рампы или ярких мячей) позволяют адаптировать бочче под разные уровни нарушений, обеспечивая эффективность проводимых занятий.

При организации занятий по бочче со школьниками с интеллектуальными нарушениями необходимо учитывать все принципы адаптивной физической культуры, которые в совокупности обеспечивают коррекционно-развивающий эффект и способствуют социальной адаптации.

Прежде всего, следует опираться на принцип индивидуализации, предполагающий тщательный учёт степени интеллектуального нарушения, сопутствующих заболеваний, уровня физического развития, двигательных возможностей и личностных особенностей каждого ребёнка – это требует варьирования нагрузки, темпа выполнения упражнений и применения вспомогательных средств. Не менее важен дифференцированный подход, который позволяет разделить детей на подгруппы по физическим возможностям и потребностям, создавая разные варианты заданий для реализации индивидуального потенциала.



Обязательна системность и последовательность: занятия должны быть регулярными, а обучение – поэтапным, от простого к сложному, от известного к неизвестному – например, сначала формируется ориентировочная основа действия (показ захвата, способа держания мяча, исходного положения и др.), а потом закрепляются навыки через многократные повторения. Постепенность усложнения заданий обеспечивает оптимальный уровень нагрузки: по мере освоения базовых навыков увеличивают дистанцию броска, усложняют тактические задачи или сокращают физическую помощь педагога [1].

Существенную роль играет принцип наглядности – для школьников, это улучшения восприятия инструкций используют демонстрации, зрительные ориентиры, тактильную помощь, объёмные и плоскостные макеты тела, карточки с изображениями движений, видеоматериалы и звуковые сигналы. Чтобы повысить мотивацию и вовлечённость каждого ученика, важно обеспечить эмоциональную насыщенность занятий: применяют игровую форму, элементы сюжета, систему поощрений, яркие атрибуты и даже привлекают родителей к отдельным заданиям.

Безопасность остаётся неременным условием – педагоги строго контролируют технику выполнения упражнений, обеспечивают страховку, учитывают медицинские противопоказания, дозируют нагрузку и организуют перерывы при признаках утомления.

Бочке – это командный вид спорта, что естественным образом реализует принцип социализации и коммуникации школьников, помогая развивать взаимодействие, сотрудничество и культурное поведение.

Не менее значимый позитивный настрой. Педагог создаёт доброжелательную атмосферу, эмоционально поощряются даже малейшие успехи с применением мотивирующих приемов. Надо учитывать сензитивные периоды развития, потенциальные возможности ребёнка, ориентируясь на сохраняемые функции – например, если лучше развита тактильная чувствительность, делают на ней акцент при обучении. В результате можно превратить занятия бочке в эффективный инструмент коррекции, развития и социальной адаптации школьников с интеллектуальными нарушениями [4; 6].

Различные модификации правил игры в бочке для школьников с разной степенью интеллектуальных нарушений позволяют преодолевать специфические трудности, с которыми сталкиваются учащиеся. Например, сокращение количества шаров – например, до 2–3 на команду или даже до одного на игрока вместо стандартных четырёх – существенно снижает когнитивную нагрузку, связанную с необходимостью запоминать расположение множества объектов и планировать сложные тактические ходы.

В процессе адаптивной физической культуры детей с интеллектуальными нарушениями используются разнообразные средства для повышения уровня их физической подготовленности. При этом недостаточно изученными остаются вопросы применения специализированных игр, направленных на развитие способности к дифференцированию мышечных усилий и координационных способностей.

Не менее значимой модификацией выступает использование визуальных и тактильных ориентиров на площадке – ярких меток, контрастных линий, цветных флагов или рельефных

маркеров на полу. Такие приспособления компенсируют проблемы с пространственной ориентировкой, которые часто встречаются у детей с интеллектуальными нарушениями, помогают точнее выполнять действия, снижают количество ошибок из-за неверного восприятия дистанции или направления.

Для учащихся с нарушениями зрения или глубокой степенью интеллектуальных расстройств тактильные ориентиры становятся ключевым элементом, обеспечивающим возможность участия в игре. Эффективным изменением выступает ограничение времени партии либо введение раундов с фиксированным количеством бросков – например, по два на игрока. Подобная структура решает проблему концентрации внимания: чёткие временные рамки, а также предсказуемая последовательность действий предотвращают утомляемость, снижают риск эмоциональной перегрузки, что особенно важно для детей с гиперактивностью или дефицитом внимания.

Кроме того, такой подход делает игру более динамичной и понятной, позволяя педагогу оперативно корректировать ход занятия. Существенного внимания заслуживает адаптация правил для использования вспомогательных средств: желобов или рампы для катания шаров, специальных устройств, облегчающих удержание мяча, а также модификация самих шаров (изменение размера или текстуры поверхности) [5; 7].

Необходимо отметить, что эффективность перечисленных модификаций усиливается за счет поэтапного обучения (от имитационных упражнений к реальным броскам), наглядного объяснения правил с помощью схем, картинок или видеодемонстраций, а также систематической эмоциональной поддержки со стороны педагога. Например, использование карточек с изображениями действий («брось шар», «подбери паллино») облегчает понимание инструкций для детей с нарушениями речи или восприятия, а поощрение даже незначительных успехов повышает мотивацию, снижает тревожность.

В совокупности такие изменения не просто упрощают игру, но и трансформируют её в коррекционно-развивающий инструмент, способствующий формированию у школьников не только координационных и пространственных навыков, но и способности к социальному взаимодействию, планированию, принятию решений в условиях ограниченного выбора.

Значимым элементом безопасности выступает организация пространства. Игроки размещаются на достаточном расстоянии друг от друга, чтобы исключить столкновения во время бросков, а при использовании инвалидных колясок соблюдается дистанция около 1 метра и проверяется исправность тормозов. Для улучшения пространственной ориентировки на площадке размещают яркие линии, метки, флаги или рельефные маркеры, обозначающие стартовую линию и ключевые зоны – это помогает детям точнее выполнять действия и снижает количество ошибок.

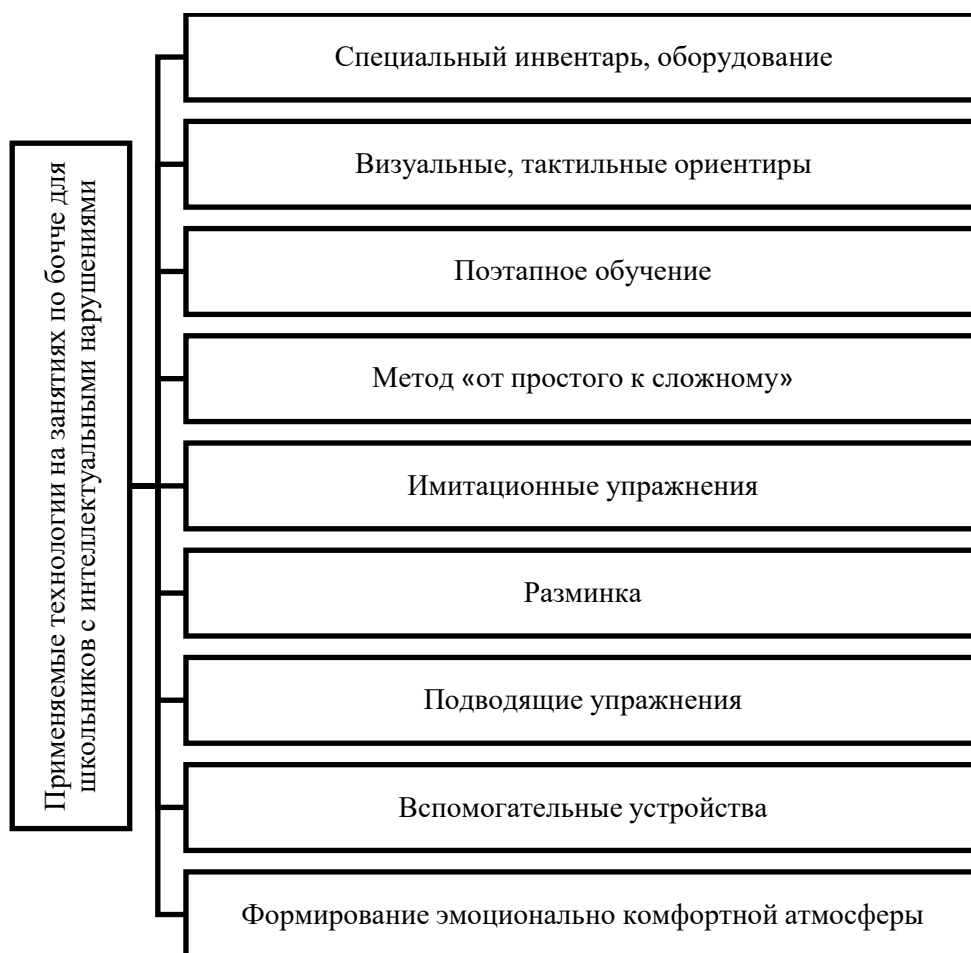


**Рис. Применяемые технологии на занятиях по бочке для школьников с интеллектуальными нарушениями [2]**

Сначала школьники осваивают базовые элементы – правильный захват шара, стойку у стартовой линии, технику катания паллино, и только после закрепления этих навыков переходят к более сложным действиям, таким как прицельные броски или выбивание шаров соперника. Этот подход не только снижает когнитивную и физическую нагрузку, но и формирует у ребёнка уверенность в своих силах. Дополняют его имитационные и подводящие упражнения – например, качение шара по прямой или прицеливание в паллино без выполнения полноценного броска.

Обязательным этапом перед основной частью занятия становится разминка, включающая общеразвивающие упражнения и растяжку мышц рук, плечевого пояса и кистей, что снижает риск травматизма. Для детей с двигательными нарушениями дополнительно применяют массаж и упражнения на развитие мелкой моторики. В случаях выраженных нарушений используют вспомогательные устройства – желоба для катания шаров, рампы или специальные приспособления для удержания мяча, а также адаптируют текстуру поверхности шаров для улучшения хвата.

Педагог не просто наблюдает, но активно участвует в игре, корректирует технику выполнения действий, следит за соблюдением правил и оперативно реагирует на потенциально опасные ситуации, постепенно уменьшая степень помощи по мере освоения детьми навыков. Перед каждым занятием проводится инструктаж по технике безопасности,

где детям в доступной форме объясняют правила поведения на площадке, важность соблюдения дистанции и необходимость сообщать о плохом самочувствии [2].

Поэтапное обучение двигательным действиям в бочке у школьников с интеллектуальными нарушениями выстраивается как непрерывный, логически последовательный процесс, опирающийся на принципы «от простого к сложному» и «от известного к неизвестному», что позволяет максимально учитывать индивидуальные возможности каждого ребёнка и планомерно формировать необходимые игровые навыки. Обучение начинается с этапа начального разучивания, на котором создаётся ориентировочная основа действия: педагог наглядно демонстрирует ключевые элементы техники – как правильно захватывать шар, держать паллино, принимать исходное положение для подачи.

Задействуются разные анализаторные системы: дети не только видят образец движения, но и получают его логическое объяснение, а также формируют кинестезическое ощущение – учатся чувствовать правильное положение кисти, распределение веса тела, амплитуду замаха. При освоении захвата кисть разворачивают ладонью вверх, кладут шар на ладонь и обхватывают его так, чтобы мизинец находился напротив большого пальца, – и педагог помогает прочувствовать это положение тактильно.

По мере усвоения базовых элементов обучение переходит на этап детализированного освоения: здесь формируется первоначальное умение на основе уже сложившегося представления о движении. Дети тренируют фиксированную стойку у стартовой линии – ставят опорную ногу к линии, толчковую ногу – сзади, отклоняют тело назад, отводят руку с шаром, затем плавно наклоняют туловище вперёд, подводя руку к стартовой линии и перенося центр тяжести с толковой ноги на опорную.

Педагог внимательно контролирует выполнение, корректирует ошибки – например, если ребёнок слишком сильно наклоняется или неправильно распределяет вес, – и делает это с опорой на зрительный и тактильный контроль, иногда физически направляя движения ученика.

На этом же этапе осваивают разные способы подачи паллино и шаров – в первую очередь катание, как наиболее доступный вариант, – и отрабатывают сочетание стойки и подачи в упрощённых условиях [3].

Следующий этап – закрепление и дальнейшее совершенствование – предполагает многократное повторение отработанных элементов уже в более динамичных и приближённых к реальной игре условиях. Дети повторяют захват, стойку, подачу, но теперь добавляют вариативность: учатся устанавливать мячи в разных позициях, реагировать на меняющуюся игровую ситуацию, принимать простейшие тактические решения. Например, если шар соперника оказался ближе к паллино, пробуют выбить его, отрабатывая прицельный бросок.

Важную роль на этом этапе играют подводящие и имитационные упражнения: они развивают специальные координационные способности – точность движений в пространстве, ритм, дифференцировку мышечных усилий, равновесие, пространственную ориентировку. Кроме того, в подготовительную часть занятий включают упражнения на развитие силы,

гибкости и быстроты реакции – комплекс общеразвивающих движений, который повторяют 8–10 раз, чтобы подготовить организм к нагрузке.

Для повышения эффективности обучения активно применяют визуальные и тактильные ориентиры: на площадке размещают яркие линии, метки или рельефные маркеры, обозначающие стартовую линию и ключевые зоны, – это помогает детям точнее ориентироваться в пространстве. Педагог также использует предписания алгоритмического типа, разбивая сложные действия на короткие понятные шаги, и постепенно сокращает степень помощи, стимулируя самостоятельность. Перед каждым занятием проводят инструктаж по технике безопасности, объясняя правила поведения на площадке и важность сообщать о плохом самочувствии. В результате такой работы школьники не только осваивают технику игры в бочке, но и развивают координационные способности, силу, быстроту реакции, пространственное мышление, а также учатся взаимодействовать в команде.

Вербальные стратегии органично дополняют визуальные средства: алгоритмы выполнения действий разбивают сложные двигательные задачи на простые, чётко очерченные шаги – скажем, алгоритм подачи шара может звучать так: «Поставь опорную ногу к линии, толчковую – сзади, отклони тело назад, отведи руку с шаром, плавно наклони туловище вперёд, подведи руку к стартовой линии, перенеси центр тяжести с толковой ноги на опорную». Такие пошаговые инструкции упрощают восприятие, снижают когнитивную нагрузку и позволяют ребёнку последовательно контролировать каждый этап движения.

Речевые формулы – краткие, ёмкие фразы вроде «Сначала стойка, потом подача» или «Кати шар плавно» – фиксируют ключевые моменты техники, закрепляют правильные шаблоны действий и помогают избежать избыточной информации, которая может дезориентировать. Педагог акцентирует внимание на самых существенных элементах – например, на положении кисти при захвате шара или на необходимости не пересекать стартовую линию, – и избегает развёрнутых, запутанных объяснений.

Вербальные и визуальные средства улучшают эффективность в освоении техники игры в бочке, стимулируя когнитивные, двигательные компетенции. Во-первых, улучшается понимание инструкций, поскольку зрительные образы подкрепляют и конкретизируют словесные указания; во-вторых, развивается самоконтроль – ребёнок учится сверять свои действия с наглядным эталоном и корректировать их в процессе выполнения; в третьих, снижается тревожность благодаря чёткой структуре и предсказуемости занятия, что особенно важно для детей, склонных к эмоциональным перегрузкам.

Кроме того, такие методы способствуют формированию пространственно-временных представлений – ребёнок начинает лучше понимать расположение объектов на площадке и последовательность игровых действий, а также развивают коммуникативные навыки, поскольку визуальные и вербальные опоры облегчают взаимодействие с педагогом и партнёрами по игре.



Таблица

**Поэтапное обучение двигательным действиям в бочче  
у школьников с интеллектуальными нарушениями [1, с. 123]**

| Этап обучения              | Цели                                                                                     | Основные действия                                                                                      | Методы и средства                                                                                        | Роль педагога                                                                                             | Ожидаемые результаты                                                                                              |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Начального разучивания     | Создать ориентировочную основу действия, сформировать первичное представление о движении | Освоение захвата шара, держания паллино, исходного положения для подачи                                | Демонстрация техники, словесное объяснение, тактильная помощь                                            | Показ эталонного выполнения, тактильная коррекция, эмоциональная поддержка, контроль безопасности         | Умение принять базовую стойку, правильно захватить шар и паллино, понимание последовательности и движений         |
| Детализированного обучения | Сформировать первоначальное умение, отработать точность движений                         | Отработка стойки у стартовой линии, подача паллино и шаров способом катания, сочетание стойки и подачи | Поэтапное выполнение по алгоритму, имитационные и подводящие упражнения, зрительный, тактильный контроль | Контроль соответствия движения эталону, коррекция ошибок, постепенное уменьшение помощи, инструктаж по ТБ | Умение выполнять подачу способом катания, согласование стойки, движения подачи, снижение количества грубых ошибок |
| Закрепления                | Закрепить навыки, развить способности у школьников.                                      | Многократное повторение захвата, стойки и подачи; установка мячей в разных позициях.                   | Игровые ситуации с упрощенными правилами, вариативные упражнения.                                        | Сокращение помощи, стимулирование самостоятельности, анализ действий ученика, контроль соблюдения правил. | Устойчивое выполнение базовых элементов, способность оценивать игровую ситуацию.                                  |

Таким образом, в результате проведенного исследования выявлены и обоснованы ключевые принципы организации занятий бочче с учетом индивидуальных особенностей обучающихся. Установлена эффективность поэтапного обучения, в частности, формирование базовых двигательных навыков, развитие координационных способностей и совершенствование игровых действий.

Модификации правил и использование вспомогательных средств позволяют адаптировать игру под различные уровни нарушений. Систематические занятия способствуют развитию физических качеств, улучшению пространственной ориентации, формированию коммуникативных навыков.

Применение принципов индивидуализации, наглядности и эмоциональной насыщенности занятий обеспечивает высокую мотивацию и эффективность коррекционного воздействия. Разработанные технологии могут быть использованы в практике адаптивного физического воспитания детей с интеллектуальными нарушениями, способствуя их социальной адаптации и всестороннему развитию.

## Литература

1. Ладыгина Е.Б. Развитие психомоторных способностей детей младшего школьного возраста с тяжёлыми нарушениями в развитии с применением элементов спортивных игр // Итоговая научно-практическая конференция профессорско-преподавательского состава Национального государственного Университета физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург, за 2021 г. 2022. С. 120-127.
2. Ласинская К.Е. Использование игры бочче для развития координации у детей 7-8 лет с интеллектуальными нарушениями // Современные технологии в физическом воспитании и спорте: Материалы всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Тула, 2023. С. 100-107.
3. Морозова Е.В. Игра в бочче как фактор социализации студентов на занятиях по адаптивной физической культуре // Человек. Общество. Инклюзия. 2021. № 4(48). С. 64-69.
4. Мостицкая Ю.Н. Использование игры бочче на уроках лечебной физической культуры в процессе адаптивного физического воспитания школьников с умственной отсталостью // Вестник Сибирского государственного университета физической культуры и спорта. 2021. № 1(1). С. 62-71.
5. Новичкова М.А. Применение элементов игры в бочче в процессе развития психомоторных способностей детей младшего школьного возраста с тяжёлыми нарушениями в развитии // Человек в мире спорта: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции молодых исследователей с международным участием, посвященной году науки и технологий. СПб., 2022. С. 160-169.
6. Самоловов Н.А., Самоловова Н.В., Ищенко А.Ю., Самоловова А.Н. Необходимость применения средств адаптивной физической культуры для совершенствования функциональных возможностей дыхательной системы детей с умственной отсталостью // Перспективные направления в области физической культуры, спорта и туризма: Материалы XIV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Нижневартовск, 2025. С. 220-225.
7. Самоловов Н.А., Самоловова Н.В., Галеев А.Р., Самоловова А.Н. Концептуальные предпосылки применения инновационных технологий в процессе общей физической подготовки школьников с умственной отсталостью // Физическая культура и спорт в XXI веке: актуальные проблемы и пути решения: Сборник материалов IV-й Международной научно-практической конференции. Волгоград, 2024. С. 370-374.

© Крючкова А.Д., Самоловова Н.В., Нажмутдинова Э.Р., 2026

**Нургалина Н.А., Штуккерт А.Л.**

Национальный государственный университет физической культуры,  
спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта  
г. Санкт-Петербург, Россия

## **ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В ПРАКТИКЕ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ ШКОЛЬНИКОВ МЕТОДА ПРОЕКТОВ**

Современное образование все чаще рассматривается не просто как трансляция знаний, а как пространство для формирования ключевых компетенций, необходимых человеку в быстро меняющемся мире. Одним из инструментов достижения этой цели выступает проектно-исследовательская деятельность, которая позволяет школьнику выйти за рамки учебника и включиться в процесс самостоятельного познания. В системе общего образования особое место занимает предметная область «Физическая культура, экология и основы безопасности жизнедеятельности», поскольку она непосредственно связана с формированием ценности здоровья, физического развития и безопасного образа жизни подрастающего поколения.

С 2020 года в общеобразовательных школах вводится обязательная защита итогового индивидуального проекта (ИИП) по выбранной теме. Толчком и нормативной базой послужил новый Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования (ФГОС СОО) [6].

Данное нововведение внесло изменение в формат итоговой аттестации в старшей школе и способствовало росту интереса к научно-методическому и научно-практическому поиску в области написания ИИП. Проект перестал быть просто формой контроля и превратился в способ интеграции урочной и внеурочной деятельности [3, с. 152].

Мы согласны с выводами, сделанными Горбуновой Т.В. и Замяткиной Н.А. о том, что проектная деятельность является эффективным инструментом развития личностного потенциала [1, с. 28; 2]. Данную концепцию развития личности также можно интегрировать и в школьную среду, так как проектная деятельность носит универсальный характер и при правильном сопровождении научного руководителя / педагога / тьютора / наставника будет в равной и всесторонней мере развивать школьников.

Традиционно сферу «ФКиС» принято воспринимать исключительно как область двигательной активности, практических навыков и нормативов. Однако внедрение проектного метода в корне меняет этот стереотип. Мы начинаем рассматривать физическую культуру как междисциплинарное поле, лежащее на стыке физиологии, социологии, педагогики и спортивной психологии. Современный школьный проект по ФКиС – это не просто реферат о пользе зарядки или истории видов спорта. Это попытка ученика исследовать мотивацию человека, его физические возможности, взаимосвязь здоровья и окружающей среды. Он трансформируется в междисциплинарный продукт, позволяющий найти ответы на вопросы, которые действительно волнуют обучающегося, и применить полученные знания на практике.

Проблемное поле включает в себя отсутствие должной систематизации, с нашей точки зрения, тематического спектра ИИП. Второй момент связан со слабой или недостаточной мотивацией школьников к выполнению научно-исследовательской деятельности. Ещё один аспект связан с активным применением такого инструмента как искусственный интеллект, что

негативно сказывается на развитии поисковой деятельности и самостоятельной работе с материалом.

Следует также отметить, что в существующей практике преобладают темы реферативного характера, не требующие от обучающегося проведения самостоятельного исследования, сбора эмпирических данных или экспериментальной работы. Это противоречит самой идее проектного обучения, заложенной во ФГОС, согласно которой выпускник должен продемонстрировать способность к самостоятельному решению лично и социально значимых проблем. В области физической культуры и спорта такой разрыв между декларируемыми целями и реальным содержанием проектов проявляется особенно остро, поскольку данная предметная сфера обладает богатым потенциалом для проведения практических исследований, связанных с измерением физических показателей, анализом двигательной активности, изучением мотивации и психофизиологических особенностей занимающихся.

В этой связи представляется необходимым выйти за рамки устаревших формулировок и определить, каким образом проектная деятельность по физической культуре может стать по-настоящему развивающим и исследовательским инструментом. Требуется не просто констатировать наличие сложившихся тематических направлений, но и предложить пути обновления содержания проектных работ с учетом современных тенденций развития спортивной науки, цифровизации образования и запросов самих обучающихся.

Целью нашей работы стало проведение анализа предлагаемой возможной тематики школьных проектов по физической культуре и спорту.

При реализации нашего исследования мы последовательно выполнили следующие шаги:

1 шаг исследования – изучение требований к написанию ИПП. Нами были изучены локальные нормативные документы нескольких образовательных заведений различных районов Санкт-Петербурга, находящихся в открытом доступе (например, Положение ГБОУ Школы № 1535; Положение МБОУ Школы № 12 и др.). Мы можем сказать, что структура школьных проектов унифицирована и имеет стандартные обязательные части [5].

Структура проекта унифицирована и включает:

1. Введение - обоснование актуальности и проблематики.
2. Целеполагание - формулировка цели и задач.
3. Теоретическая часть - обзор источников (не менее 10), описание методов.
4. Практическая часть - описание хода работы.
5. Продукт проекта - материальный или информационный результат (макет, буклет, видео, сайт и др.).
6. Заключение - выводы о соответствии результатов поставленным задачам.
7. Список литературы и приложения [1, с. 15].

ИПП, затрагивающем тему ФКиС, может быть реализовано либо в предметном, но чаще всего, в межпредметном формате. Согласно ФГОС и локальным актам образовательных организаций, результатом работы является завершённое учебное исследование или проект (информационный, исследовательский, творческий, социальный, прикладной, игровой или

инновационный) [4, с. 56]. Таким образом, формально школа обладает всей необходимой методологической базой для организации серьезной научно-исследовательской работы учащихся.

2 шаг исследования – поиск тем и первичное знакомство с проблемным полем будущего научно-исследовательского проекта неразрывно связан с сетью Интернет. Поэтому, мы посчитали необходимым составить эмпирическую классификацию типов сайтов, с которыми сталкиваются школьники, их родители и учителя. Анализ сайтов и различных информационных ресурсов в сети Интернет позволил нам выделить следующие группы:

- Первую группу составляют официальные сайты общеобразовательных школ. Ценность этих источников в том, что они отражают реальную, утвержденную практику. Но, при этом, не дают возможность поиска новых тем и креативного подхода в исследовательской работе;

- Вторую группу образуют профессиональные педагогические сообщества – площадки, где учителя публикуют авторские разработки и перечни тем возможных или уже реализованных школьных проектов. Материалы отражают живой опыт и часто содержат более разнообразные формулировки, чем официальные списки. Отсутствует формализм в подборе тем. В исследовательской работе происходит опора на реальные возможности реализации задуманного;

- Третью группу составляют специализированные образовательные порталы и электронные библиотеки. Данные ресурсы могут «оглушить» большим объёмом информации, что требует навыков поиска нужного материала и дальнейшего анализа или систематизации;

- Четвертую группу представляют персональные сайты и блоги учителей – авторские проекты энтузиастов, где можно увидеть индивидуальный подход к формулировке тем и примеры защит ученических работ. При знакомстве с данным форматом возможно ознакомиться с нестандартным подходом, креативными идеями, но в рамках индивидуального подхода, что затрудняет тиражирование полученного опыта;

- Пятую группу образуют коммерческие ресурсы с базами готовых работ. К сожалению, самые популярные и многочисленные ресурсы. Они несут методической ценности и часто содержат материалы сомнительного качества. Мы не будем останавливаться на очевидном вреде от использования данных ресурсов, так как это очевидно.

3 шаг исследования – с помощью мониторинга различных типов информационных и образовательных сайтов нам удалось провести анализ предлагаемой тематики школьных проектов по физической культуре и ЗОЖ. Наша выборка составила более 20 сайтов и открытых Интернет-ресурсов. Они подбирались по принципу популярности запросов и наличию агрессивной рекламы, которая обеспечивает более частое посещение данных сайтов (официальные сайты школ, педагогические сообщества, блоги учителей и коммерческие платформы).

Самым очевидным выводом оказался тот факт, что сайты изначально создавались для педагогов, как площадки для обмена опытом, идеями и наработками. Что совершенно не мешает использовать данные Интернет-ресурсы школьникам и их родителям. Таким образом,



мы видим слияние условно «профессиональных» ресурсов с «ученическими», что позволяет, с одной стороны, повысить качество школьных проектов, как результата совместной деятельности педагога и ученика. С другой стороны, такое положение дел позволяет говорить педагогу и ученику на одном языке и понимать стоящие задачи.

Если посмотреть на характер отобранных сайтов, то мы увидим следующее распределение: больше четверти (35%) – сайты школ, естественно содержащих всю необходимую документацию для реализации ИПП; 30% составляют профессиональные педагогические сообщества, что также ожидаемо, в связи с тем, что именно педагог дает своеобразный «толчок» в выборе будущей темы проекта и способов реализации поставленной цели перед школьниками; авторские блоги учителей составили 15% от общего числа; в равной мере, по 10% набрали специальные методические порталы и коммерческие ресурсы с готовыми работами. Мы можем констатировать, что всегда есть вероятность столкнуться с попытками упрощения и обхода имеющихся требований, например, через сомнительные ресурсы.

Если посмотреть на содержание тем ИПП на отобранных нами сайтах, то мы увидим следующее распределение: наблюдается ограниченный круг тем. На первое место выходят темы, связанных с историей спорта и Олимпийских игр – они составляют около 40% от общего числа формулировок. И это при том, что Олимпийские игры на данный момент полностью себя изжили и не могут уже нести в себе идеалы Олимпийского движения.

Второе место занимают темы медико-биологической направленности (примерно 35%). Например, это темы, связанные с влиянием физических упражнений на организм человека, профилактикой заболеваний, лечебной физкультурой, здоровым образом жизни.

И замыкает тройку сомнительная в практической значимости и реализации тематика, связанная с развитием техники и правил различных видов спорта (около 25%). Обычно такие темы выбирают те, кто занимается или занимался каким-либо видом спорта, имеет представления и спортивный опыт тренировочной и соревновательной детальности.

Такое распределение тематики школьных проектов объяснимо: эти темы плотно связаны и укладываются в рамки школьной программы. Существует полное обеспечение литературными источниками. К сожалению, только малая часть сайтов предлагает помимо перечня тем для ИПП ещё и базу статей, методические разработки и другие инструменты для самостоятельной поисковой активности учащихся. Нет жестких требований по проведению каких-либо сложных исследований, постановки экспериментов от школьников.

Проведенный анализ тематических сайтов, связанных с реализацией ИПП по физкультуре и спорту, выявляет существенное несоответствие. С одной стороны, образовательные стандарты и школьные документы провозглашают высокие задачи: воспитание исследователей, новаторов и способных решать актуальные проблемы личностей. С другой стороны, мы сталкиваемся с тем, что имеющиеся в распоряжении учеников и педагогов готовые темы зачастую сводятся к поверхностной реферативной работе, не способствующей развитию заявленных навыков и умений.

Мы видим, что на данном этапе использования в школьной среде метода проектов, данный тип работ выполняет обучающую функцию. Метод учит школьников работать с информацией, составлять документы и выступать перед аудиторией. Однако, в большинстве случаев, данный метод не может быть универсальным, так как не способен заменить собой полноценную научную работу. Истинные исследования в сфере физической культуры и спорта требуют не просто изложения фактов, а проведения экспериментов, статистической обработки данных и анализа психофизиологических особенностей – элементов, которые, к сожалению, практически отсутствуют в шаблонных темах школьных проектов.

Мы видим следующие возможные и вполне реальные перспективные пути развития в использовании метода проектов в школе:

- создание платформы для коллаборации школьных проектов, где будет происходить обмен практическим опытом и знаниями, а результаты смогут быть масштабированы и внедрены на уровне школ или СДЮШОРов.

- установление сотрудничества с научно-исследовательскими центрами физкультурных ВУЗов, так называемыми «Точками кипения», которые могли бы выступать в роли заказчиков исследований по конкретным проблемным областям, тем самым стимулируя мотивацию учащихся и создавая условия для развития нужных компетенций.

Современный педагог должен выйти за рамки этих готовых списков и помочь ученику отыскать уникальную тему, которая объединит теоретические знания с реальным практическим или исследовательским поиском.

### Литература

1. Горбунова Т.В., Замяткина Н.А., Социальный проект как инструмент развития личностного потенциала студентов //Яковлевский вестник. Гуманитарные науки. 2025. № 3(5). С. 28-34.
2. Замяткина Н.А. Личностный потенциал студентов: сущность и подходы к трактовке // Педагогический журнал. 2022. Т.12. № 6-1. С. 107-117.
3. Новикова Т.А. Проектные технологии на уроках и во внеурочной деятельности // Народное образование. 2000. № 7. С. 151-157.
4. Зотова С.С. Проектная деятельность школьников в условиях ФГОС: учебно-методическое пособие. Глазов: Глазов. гос. пед. ин-т, 2018.
5. Половкова М.В., Носов А.В., Половкова Т.В., Майсак М.В. Индивидуальный проект. 10-11 классы. Для общеобразовательных организаций. 3-е изд. М.: Просвещение, 2021. 159 с.
6. Обновленный Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования (ФГОС СОО), утвержденный Приказом Минпросвещения от 12.08.2022 № 732.

© Нургалина Н.А., Штуккерт А.Л., 2026

**Пашенко Е.С., Питулин А.В.**

Тюменский государственный медицинский университет  
г. Тюмень, Россия

## **ОСОБЕННОСТИ АДАПТАЦИИ ИНОГОРОДНИХ И ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ К УСЛОВИЯМ ОБУЧЕНИЯ В ВУЗЕ**

В условиях глобализации и растущей мобильности населения высшие учебные заведения сталкиваются с увеличением потока абитуриентов из других регионов страны и зарубежья. Учеба вдали от дома заставляет студентов противостоять таким вызовам, как трудности вхождения в новый коллектив, эмоциональное напряжение, финансовая неустойчивость и др. [3; 6]. В отличие от студентов вузов, приехавших из других регионов нашей страны, иностранным студентам приходится решать проблемы, связанные с климатической адаптацией, языковым барьером, особенностями питания. Процесс адаптации к «новому» становится ключевым фактором, определяющим не только академическую успеваемость, но и физическое и психологическое благополучие молодых людей [1; 3].

Адаптация является сложным динамическим процессом взаимодействия человека с новой средой, в ходе которого происходит привыкание к изменившимся условиям и вырабатывается модель поведения, адекватная этим условиям. При успешной адаптации студентов к обучению в вузе можно наблюдать достижение ими успехов в учебной деятельности, ощущение социального благополучия, оптимизацию психологического состояния и налаживания комфортного быта. Дезадаптация считается нарушением взаимодействия между психофизиологическими возможностями человека и внешними вызовами. У обучающихся, переехавших из своих населенных пунктов в новый для себя мегаполис, при невозможности адаптироваться к новым условиям может наблюдаться снижение успеваемости, расстройство психоэмоционального статуса, социальная изоляция, девиантное поведение. Профилактика срывов адаптации является комплексной задачей, которая должна решаться как преподавателями высшего учебного заведения, так и самими студентами. В связи с этим, актуальным является изучение особенностей адаптации к условиям обучения в вузе студентов, приехавших из других населенных пунктов нашей страны, а также из других стран.

Задачами исследования явились:

1. Изучить режим дня, питания, двигательной активности иногородних и иностранных студентов в период адаптации к обучению в вузе.
2. Сравнить образ жизни студентов-первокурсников, проживающих в Тюмени, приезжих из других регионов и иностранных обучающихся.
3. Выявить тенденции изменения адаптационного периода у местных студентов, иногородних обучающихся и студентов из других стран.

Исследование проводилось на базе Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Тюменский государственный медицинский университет» Минздрава России. Участниками исследования стали студенты в возрасте от 17 до 24 лет ( $n=128$ ), которые были дифференцированы на группы: 1) студенты

1-го курса Тюменского ГМУ, проживающие в Тюмени ( $n=30$ ), 2) приезжие из других регионов страны студенты 1-го курса Тюменского ГМУ ( $n=28$ ), 3) иностранные студенты 2-го курса ( $n=70$ ) Тюменского ГМУ из Китая, Египта. Успешность адаптации может быть определена с помощью объективных и субъективных показателей. Для изучения особенностей адаптации респондентов к новым для себя условиям была разработана анкета, включавшая в себя вопросы о режиме дня, питании и двигательной активности. Математическая обработка полученных результатов осуществлялась с помощью программы MS Excel.

Адаптационные процессы у каждой исследуемой группы имеют свою качественную специфику. Студенты, проживающие в Тюмени, преимущественно испытывают академический стресс, связанный с изменением формата обучения, несмотря на стабильную социальную и бытовую сферу. Иногородние студенты переживают дополнительную нагрузку в виде бытовой и финансовой неустроенности, разрыва социальных связей. К иностранным студентам добавляется языковой барьер, культурная адаптация.

Анкетирование показало, что иностранные студенты в большей степени не придерживаются режима дня (проживающие в Тюмени – 3%, иногородние – 7%, иностранные студенты – 15%), а рациональным свой режим дня считают 27% проживающих в Тюмени (иногородние – 18%, иностранные студенты – 18%). Полученные данные соотносятся с ответами на вопрос «Сколько часов в сутки обычно вы спите?», в таблице 1 отмечается негативная динамика, связанная с увеличением количества опрошенных, кто спит менее 5 часов, от 3% среди местных студентов, до 11% приезжих студентов из других регионов и 21% студентов из других стран. Качество сна также претерпевает изменения у студентов-первокурсников: имеются небольшие проблемы с засыпанием или пробуждением, но в целом оценивают как хороший сон – 50% студентов из Тюмени, 54% иногородних и 40% студентов из Китая и Египта. Отмечается рост процентного количества студентов, кто считает свой сон плохим, систематически не высыпаются от 7% среди Тюменских и иногородних студентов до 17% у иностранных студентов.

Таблица 1

**Ответы студентов на вопрос – «Сколько часов в сутки обычно вы спите?» (%)**

| Варианты ответов | Проживающие в Тюмени<br>( $n=30$ ) | Иногородние студенты<br>( $n=28$ ) | Иностранные студенты<br>( $n=72$ ) |
|------------------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| Менее 5 часов    | 3                                  | 11                                 | 21                                 |
| 5–7 часов        | 63                                 | 54                                 | 52                                 |
| 7–9 часов        | 34                                 | 31                                 | 25                                 |
| Более 9 часов    | 0                                  | 4                                  | 2                                  |

Двигательная активность также подвергается изменениям в период адаптации обучающихся [2; 4]. Эти изменения имеют двойственное значение: с одной стороны, адаптационный стресс влияет на двигательное поведение, с другой – сама двигательная активность может стать инструментом, который облегчит адаптацию [5; 7]. Так, до поступления в вуз большинство опрошенных занимались спортом (студенты, проживающие в Тюмени – 70%, иногородние студенты – 79%, иностранные студенты – 80%). На рисунке мы можем видеть количество тех, кто после поступления в университет продолжил заниматься

физкультурно-спортивной деятельностью дополнительно к занятиям физической культурой. У иностранных студентов наблюдается наибольшая вовлеченность в дополнительные занятия спортом, в отличие от студентов из России (3% первокурсников из Тюмени, 15% иностранных студентов). Иногородные российские студенты имеют средний уровень двигательной активности: только 39% практикуют дополнительные занятия спортом, при этом большинство (57%) не занимаются спортом. Студенты-тюменцы оказались наименее активной группой: вовлечены в различные формы физкультурно-спортивной деятельности только 33% первокурсников, не уделяют время дополнительной спортивной активности 60% респондентов этой группы.

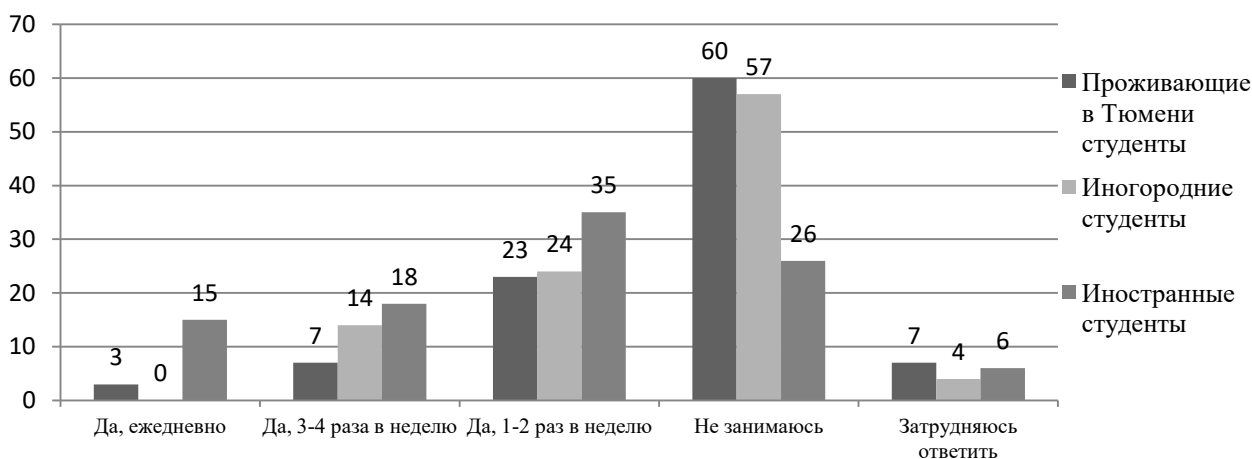


**Рис. Сравнительный анализ вовлеченности студентов физкультурно-спортивную деятельность (в спортивных секциях, фитнес-клубах, тренажерном зале) в дополнении к обязательным занятиям физической культурой в университете**

Питание играет важную роль в жизни студента, являясь основой не только физического здоровья, но и умственной активности. Анализируя ответы на вопрос «Изменилось ли ваше питание после окончания школы/приезда в Россию?» большинство респондентов ответили положительно: 50% первокурсников из Тюмени, 61% первокурсников из других регионов, 96% обучающихся из Китая и Египта. Для большинства опрошенных студентов-россиян (67% проживающих в Тюмени и 54% в других городах России) характерен режим с 3–4 приемами пищи в день. У иностранных студентов такое количество приемов пищи характерно для 46%. Половина иностранных студентов (50%) питаются всего 1–2 раза в день, показатель контрастирует с ответами первокурсников из Тюмени (20%) и иногородних студентов (24%). В таблице 2 представлены ответы студентов на вопрос об особенностях организации первого приема пищи. Полезную привычку завтракать перед учебным днем соблюдают 50% студентов из Тюмени, что значительно превосходит значения иногородних (25%) и иностранных (29%) студентов. Иногородные (57%) и иностранные студенты (58%) показывают практически идентичный и высокий уровень пренебрежения завтраком, это значительно превышает показатель опрошенных студентов жителей Тюмени (30%).



Таблица 2

Ответы студентов на вопрос – «Завтракаете ли Вы дома перед уходом в университет?» (%)

| Варианты ответов                   | Проживающие в Тюмени (n=30) | Иногородные студенты (n=28) | Иностранные студенты (n=72) |
|------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| да, ежедневно                      | 50                          | 25                          | 29                          |
| нет, не завтракаю                  | 30                          | 57                          | 58                          |
| завтракаю в университете           | 7                           | 7                           | 4                           |
| завтракаю и дома, и в университете | 10                          | 7                           | 3                           |
| затрудняюсь ответить               | 3                           | 4                           | 6                           |

В таблице 3 представлены ответы студентов на вопрос о месте приема пищи в будние дни. Можно наблюдать, что для значительного большинства респондентов-россиян основной пищей в будние дни является домашняя еда: ответы являются доминирующими среди первокурсников из Тюмени и их иногородних однокурсников (90% и 86% соответственно). Однако среди иностранных студентов таковых значительно меньше – 64%. Конкурентным вариантом ответа, оказавшимся на втором по популярности месте, был выбран «рестораны быстрого питания». На это указали 63% студентов из Тюмени, 32% из других регионов, 64% молодых людей, приехавших из Китая и Египта. У иностранцев доставка готовой еды пользуется большей популярностью (39%), по сравнению с иногородними (11%) и местными (7%) обучающимися.

Таблица 3

Ответы студентов на вопрос – «Укажите, где вы обычно питаетесь в будние дни» (% , множественный выбор)

| Варианты ответов                                           | Проживающие в Тюмени (n=30) | Иногородные студенты (n=28) | Иностранные студенты (n=72) |
|------------------------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Дома, домашнее питание                                     | 90                          | 86                          | 64                          |
| Дома с доставкой готовой еды (самокат, яндекс лавка и др.) | 7                           | 11                          | 39                          |
| Столовая в университете                                    | 20                          | 14                          | 13                          |
| Кафе                                                       | 20                          | 25                          | 22                          |
| Ресторан быстрого питания (вкусно и точка, rostic's)       | 63                          | 32                          | 64                          |
| Затрудняюсь ответить                                       | 0                           | 3                           | 1                           |

Полученные показатели соотносятся с результатами ответов на вопрос: «Как часто вы употребляете продукты из разряда фастфуд (бургеры, картошка фри, пицца, шаурма и т.д.)?»: 17% иностранцев признались, что ежедневно питаются фастфудом, в отличие от студентов-тюменцев и молодежи, прибывшей из других городов, которые не выбрали данный вариант ответа. 46% студентов из Египта и Китая и 30% первокурсников из Тюмени прибегают к данному питанию несколько раз в неделю, в меньшей степени так питаются молодые люди, приехавшие из других регионов (14%). Наибольший процент сознательно отказывающихся от фастфуда у иногородних студентов (17%), среди тюменцев и иностранцев таких обучающихся только 3%.

Таким образом, можно наблюдать изменения, происходящие в период адаптации к обучению в высшем учебном учреждении у студентов, проживающих в Тюмени, иногородних и иностранных обучающихся. Наиболее благополучным адаптационный период наблюдается у студентов, чье начало обучения в вузе не связано было со сменой места жительства - у них более благоприятный режим дня и наименьший дефицит сна. Иногородние студенты-россияне имеют проблемы с адаптацией к новым условиям обучения и проживания: у них ухудшаются показатели режима дня и наблюдаются нарушения продолжительности сна. Наибольшую «цену» адаптации платят иностранные студенты: каждый пятый обучающийся спит менее 5 часов, большинство систематически не высыпаются. Вместе с этим, студенты из других стран, приехавшие на обучение в российский город, более активно используют дополнительную двигательную деятельность в режиме дня, демонстрируя более конструктивную стратегию преодоления стресса, связанного со сменой места жительства и адаптацией к новым социокультурным особенностям страны. Выраженные изменения пищевых привычек характерны для иностранных студентов: они чаще пропускают завтраки, реже питаются домашней едой и активно потребляют фастфуд. Полученные данные необходимо учитывать при разработке программ оптимизации процессов адаптации иногородних и иностранных студентов к условиям обучения в вузе.

### Литература

1. Бикьянова Ф.Р. Здоровый образ жизни и физкультурно-оздоровительная деятельность в жизни студентов // Известия Тульского государственного университета. Физическая культура. Спорт. 2019. № 12. С. 3-8.
2. Ганузин В.М., Барабошин А.Т., Маскова Г.С., Шубина Е.В. Оценка качества жизни студентов и их приверженности здоровому образу жизни // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. 2020. № 1(4). С. 382-388.
3. Завертаная Е.И., Пашенко Е.С. Особенности режима и рациона питания современных девушек // Оригинальные исследования. 2024. Т. 14, № 12. С. 166-170.
4. Лубышева Л.И., Манжелей И.В., Заглевская А.И., Пешкова Н.В., Голубева Г.Н., Дворкина Н.И., Дворкин Л.С., Пашенко Л.Г., Ташманова Н.В., Звягинцев М.В., Борисенко О.В., Иванов Д.И. Концептуализация спортивной культуры: методология и технологии спортизации физического воспитания. М., 2023. 216 с.
5. Мельникова Т.Б., Пьянкова А.Ю. Влияние факторов социальной активности и образа жизни на ожидаемую продолжительность здоровой жизни населения региона // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. 2021. Т. 7, № 2. С. 53-60.
6. Пашенко Л.Г., Ведерников Р.А. Повышение активности участия первокурсников в физкультурных и спортивных мероприятиях вуза // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2020. № 5(183). С. 342-346. <https://doi.org/10.34835/issn.2308-1961.2020.5.p342-346>

7. Пащенко Л.Г., Чуенко О.А., Матюнина Н.В., Хорькова А.С. Самостоятельная физкультурно-спортивная деятельность молодежи в условиях досуга в аспекте социологического анализа // Теория и практика физической культуры. 2022. № 7. С. 47-49.

© Пащенко Е.С., Питулин А.В., 2026

Сагайдак С.Д., Иващенко Т.А.

Майкопский государственный технологический университет  
г. Майкоп, Россия

## **ФОРМИРОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И СПОРТУ**

Данная статья изучает всевозможные методы и стратегии для формирования устойчивой концепции здорового образа жизни у студентов, обучающихся в высших учебных заведениях, во время занятий элективными дисциплинами по физической культуре и спорту. Реализуется диагностика различных практических и теоретических инициатив, интерактивных образовательных методик, а также изучается возможность использования цифровых каналов коммуникации и спортивных мероприятий для популяризации здорового образа жизни. Пристальное внимание уделяется перспективе включения вопросов здоровья в учебный процесс с помощью разработки специализированных образовательных блоков. Выдвигается вероятность комплексного подхода к образованию у обучающихся устойчивых навыков и стремлений к здоровому образу жизни, который предполагает собой достаточное количество физической активности в течение дня, поддержание правил гигиенического ухода за собой, профилактику заболеваний, связанных с различными органами и системами органов человека и режим рационального питания, исключающий чрезмерное потребление быстрых углеводов, высокообработанных продуктов, изделий, содержащих транс-жиры, а также сильно соленой и острой пищи [3, с. 115].

Для зарождения фундаментальной концепции необходимо в первую очередь выяснить что же подразумевается под понятием здоровье? И так данный термин, если обращаться к определению от Всемирной Организации Здравоохранения, предполагает собой состояние полного физического, душевного, социального благополучия, а не только отсутствие болезни и физических дефектов. Но так ли это просто и возможно ли этого достичь? Идеал полного благополучия для каждого будет означать нечто свое и как таковой общности не имеет. Однако, к этому благополучию можно и нужно стремиться и в достижении этой цели здоровый образ жизни как раз таки и необходим. Определение ЗОЖ подразумевает собой индивидуальную систему поведенческих качеств человека, которая способна обеспечить ему физическое, душевное, социальное благополучие в окружающей его среде, а также активное долголетие. Создает наилучшие условия для нормального течения физиологических и психических процессов, происходящих в организме человека, что снижает вероятность развития патологий сердечно-сосудистой, пищеварительной, нервной, костно-мышечной систем, предупреждает множество заболеваний и обеспечивает увеличение продолжительности жизни, а также заметно улучшает ее качество.

В нынешних реалиях проблема здоровья и здорового образа жизни имеет исключительную значимость [2, с. 141]. Молодёжь, являясь будущим страны и нации, нуждается в формировании незыблемых принципов и привычек, которые могли бы поспособствовать сохранению и укреплению их здоровья. Занятия элективными дисциплинами по физической культуре и спорту в высших учебных заведениях

демонстрируют неповторимую возможность для реализации этой задачи. Но как донести уникальность возможности и развить желание воспользоваться ею в полной мере?

Актуальность темы обусловлена необходимостью создания эффективной системы формирования здорового образа жизни среди студентов, которая позволит не только укрепить их физическое здоровье, но и основать осознанное отношение к собственному благополучию. В обстановке постоянно растущей урбанизации, бесчисленной тревоги и психического напряжения, малоподвижного образа жизни и влияния деструктивных зависимостей вопросы здоровья оказываются наиболее актуальными для молодого поколения.

Целью данной статьи является исследование первостепенных методик формирования концепции здорового образа жизни среди молодёжи высших учебных заведений на занятиях по физической культуре и спорту. Для достижения задуманного результата необходимо решить ряд задач, включая анализ уже существующих методов и подходов, выявление наиболее высокоэффективных средств, а также организацию рекомендаций для тренерского и преподавательского состава.

Занятия элективными дисциплинами по физической культуре и спорту предоставляют специфическую возможность не только усовершенствовать физические показатели развития студентов, но и воспитывать у них навыки здорового образа жизни, мотивацию к регулярным занятиям спортом, отрешение от пагубных пристрастий, оптимизацию режима труда и отдыха и что не маловажно потребление достаточного количества белков, жиров и углеводов, то есть полноценное здоровое питание.

Таким образом для того, чтобы достичь поставленной цели и популяризовать тенденцию к соблюдению здорового образа жизни среди обучающихся высших учебных заведений в рамках занятий элективными дисциплинами по физической культуре и спорту следует задействовать такие методы и подходы как:

1. Осуществление образовательно-просветительских мероприятий, таких как лекции, семинары, дискуссии с привлечением различных специалистов в области здравоохранения и спорта. Данные мероприятия должны быть направлены на освещение важности здорового образа жизни, принципов рационального питания и негативных последствий деструктивных привычек. Например, это может быть вовлечение профессиональных спортсменов из различных видов спорта для проведения дискуссий или лекций на основе собственного опыта занятий спортом или же это может быть привлечение работников лечебно-профилактических учреждений для показательного влияния здорового образа жизни на организм человека, начиная с клеточного уровня и сравнение с тем, что происходит на данном уровне при воздействии вредных привычек и как в связи с этим будет изменяться общее самочувствие, внешний вид и продолжительность жизни.

2. Организация практических занятий и мастер-классов по различным видам спорта, которые могут позволить студентам не только осознать преимущества физической активности, но и освоить практические навыки в данной сфере, обучиться базовым началам в том или ином виде спорта и таким образом, возможно, найти себе новое увлечение. Большинство молодых людей не задумываются о пользе физической активности, считают это



напрасной тратой времени и никогда не пытались изучить какое-либо направление подробнее. По этой причине реализация таких мастер-классов может помочь развить подлинный интерес и поспособствует началу активной физической деятельности у студентов.

3. Использование информационно-цифровых ресурсов для продвижения концепции здорового образа жизни, включая создание и распространение информационно-мотивационного контента с помощью социальных сетей, форумов, блогов, видеоплатформ и иных электронных ресурсов. На данном этапе вся информация распространяется и познается из электронных ресурсов и исходя из интересов и предпочтений молодежи продвигать концепции ЗОЖ необходимо в тех ресурсах и в том формате, в котором они привыкли его получать. Это могут быть и короткие видео ролики, и изображения, и текстовый формат продвижения.

4. Организация различных спортивных мероприятий, таких как соревнования, фестивали, квесты, марафоны и турниры, с целью стимулирования студенческой аудитории к занятиям спортом через так называемый дух соперничества [1, с. 4]. Соревнования подогревают азарт и стремление доказать, что ты лучший и можешь победить, а также укрепляют командный дух и сплачивают коллектив. Неожиданный успех может поспособствовать раскрытию скрытого таланта, а в случае неудовлетворения результатом это может послужить источником вдохновения для дальнейшей работы над собой и достижения лучшего результата в будущем.

5. Привлечение волонтеров и активистов всевозможных добровольческих организаций к проведению встреч и бесед с обучающимися учебных заведений, а также к обмену опытом и мотивации к ведению здорового образа жизни [4, с. 219]. Примером такой добровольческой организации могут послужить «Волонтеры-медики», которые осуществляют беседы с обучающимися, разъясняя пагубное воздействие вредных привычек на организм и призывают к поддержанию здорового образа жизни, рассказывают о профилактике сердечно-сосудистых заболеваний, профилактике вируса иммунодефицита человека, методах борьбы со стрессом, обучают надлежащему уходу за собой.

6. Использование современных технологий и онлайн-ресурсов для обучения и мотивации студентов, включая разработку онлайн-курсов, мобильных приложений и платформ для мониторинга физической активности и состояния здоровья. В век цифровизации общества, приложения, позволяющие отслеживать активность в течение дня, а также физиологические показатели, являются одним из самых удобных методов. На данный момент существует множество программ, смарт-часов, фитнес-браслетов, подсчитывающих количество пройденных шагов, затраченное время и калории, измеряют пульс, артериальное давление, некоторые из них даже измеряют сатурацию, также данные девайсы отслеживают качество и время сна, уровень стресса, могут напоминать о посещении тренировок и о достаточном потреблении жидкости в течение дня.

7. Интеграция вопросов здоровья в учебный процесс путем включения в учебные планы занятий и мероприятий, направленных на формирование навыков здорового образа жизни. Это может включать лекции по вопросам здоровья в рамках социально-гуманитарных

дисциплин, а также введение элементов физической активности в расписание занятий (например, проведение физкультминуток или коротких разминок).

8. Организация проектной деятельности, в рамках которой студенты будут самостоятельно разрабатывать и реализовывать проекты, с помощью которых будет возможна популяризация здорового образа жизни среди своих сверстников. Существует множество конкурсов, позволяющих получить гранты на развитие своего проекта в случае его победы. Одним из направлений такой деятельности может быть тема пропаганды здорового образа жизни и охраны здоровья граждан.

9. Проведение индивидуальных консультаций и тренингов с учетом личных особенностей и потребностей студентов для более эффективного формирования у них навыков здорового образа жизни. Возможность услышать совет от профессионала, с учетом персональных особенностей и предпочтений человека, также является уникальной возможностью для любого студента, стремящегося к занятиям спортом.

10. Моделирование детализированных образовательных блоков в программах по физической культуре, охватывающих не только физические упражнения, но и иные аспекты здорового образа жизни, такие как:

- Принципы полноценного рационального питания, включающие в себя умеренность, то есть баланс потребляемой пищи и расходуемой энергии в течение дня, для исключения переедания; многообразие рациона, состоящего как из животного, так и из растительного происхождения, исключение быстрых углеводов и чрезмерного потребления сахаров; соблюдение режима питания, охватывающего количество потребляемой пищи, регулярность ее приема; сбалансированность- предполагает достаточное суточное потребление белков, жиров, углеводов, клетчатки, витаминов и минералов; достаточное потребление жидкости в течение суток.

- Гигиенические нормы, включают в себя регулярную гигиену полости рта, тела, конечностей, уход за волосистыми участками тела, поддержание чистоты одежды и обуви, принятие мер по удалению неприятного запаха, а также поддержание чистоты дома, для предупреждения возникновения бытовых аллергенов.

- Профилактика заболеваний неинфекционного генеза. К хроническим неинфекционным заболеванием следует отнести заболевание обмена веществ-ожирение, которое в свое очередь будет влиять и на другие системы органов. Провоцируя возникновение артериальной гипертензии, ишемической болезни сердца, сердечной недостаточности, сахарного диабета II типа, дислипидемии, дегенеративных изменений подвижности и работоспособности суставов, артроза, ночного апноэ.

11. Внедрение междисциплинарного подхода, предполагающего сотрудничество с преподавателями различных кафедр и факультетов для обеспечения комплексных программ, включающих элементы здорового образа жизни в контекст различных научных дисциплин (например, медицины, психологии, социологии).

Подводя итог всего вышесказанного, стоит выделить, что формирование идеи здорового образа жизни (ЗОЖ) среди обучающихся высших учебных заведений представляет собой как

исследовательскую, так и социокультурную значимость, которая требует междисциплинарного и многоуровневого подхода. В пределах данной научно-исследовательской статьи были тщательно проанализированы различные аспекты, касающиеся настоящего процесса, которые включали в себя инициативы не только теоретического, но и практического характера, интерактивные образовательные методики, а также использование «всемирной паутины» с целью продвижения концепции здорового образа жизни среди молодежи и организацию состязательных мероприятий в сфере спорта.

Разработанные подходы и методы могут служить основой для создания эффективной системы формирования у студенческой молодежи устойчивых навыков ведения здорового образа жизни. Это предполагает не только адекватную физическую активность и рациональное питание, но и строгую личную гигиену, а также меры по профилактике заболеваний [5, с. 242]. Достаточный уровень двигательной активности, питание, обогащенное макронутриентами, макроэлементами и микроэлементами, адекватный режим сна, труда и отдыха, а также отсутствие вредных привычек позволяет сократить риск тромбообразования, атеросклерозов, контролировать ИМТ (индекс массы тела), что позволяет снизить риск ожирения, улучшает перистальтику кишечника, что минимизирует нарушения пищеварения, а также во время физической активности концентрация «гормона стресса»- кортизола сокращается и на его место приходят «гормоны счастья»- дофамин, серотонин, эндорфин, что является профилактикой хронического стресса и нервных расстройств.

ЗОЖ – не панацея, а одна из мер профилактики, но с ее помощью можно и нужно улучшать общее самочувствие и укреплять свое здоровье.

«Здоровье гораздо более зависит от наших привычек и питания, чем от врачебного искусства» – Д. Леббок.

### Литература

1. Боярских Е.В. Роль физической культуры в высших учебных заведениях как основы здорового образа жизни современного студента // Материалы XIII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». <https://clck.ru/3TdcWt>
2. Калинова А.Е. Формирование здорового образа жизни // Eurasia Science: материалы XXXVII международной научно-практической конференции (г. Москва, 15 мая 2021 года). М., 2021. С. 141-142.
3. Новоселова Е.Н. Физическая культура и спорт как факторы здоровья и формирования здорового образа жизни // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2021. Т. 27. № 1. С. 112-130.
4. Семенцова М.Е., Удалова С.Н. Значение волонтерского движения в формировании здорового образа жизни // Здоровый образ жизни и фармакология спорта: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (г. Курск, 9 апреля 2024 года). Курск, 2024. С. 219-220.
5. Удалова С.Н., Шитова С.Н. Первичная и вторичная профилактика заболеваний сердца и сосудов// Здоровый образ жизни и фармакология спорта: Материалы Всероссийской



научно-практической конференции с международным участием (г. Курск, 9 апреля 2024 года).  
Курск, 2024. С. 241-242.

© Сагайдак С.Д., Иващенко Т.А., 2026