



# АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

ISSN 2713-1513



#33 (112)

2022

# Актуальные исследования

Международный научный журнал

2022 • № 33 (112)

Издается с ноября 2019 года

Выходит еженедельно

ISSN 2713-1513

**Главный редактор:** Ткачев Александр Анатольевич, канд. социол. наук

**Ответственный редактор:** Ткачева Екатерина Петровна

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей.

При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

## РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

**Абидова Гулмира Шухратовна**, доктор технических наук, доцент (Ташкентский государственный транспортный университет)

**Альборад Ахмед Абуди Хусейн**, преподаватель, PhD, Член Иракской Ассоциации спортивных наук (Университет Куфы, Ирак)

**Аль-бутбахак Башшар Абуд Фадхиль**, преподаватель, PhD, Член Иракской Ассоциации спортивных наук (Университет Куфы, Ирак)

**Альхаким Ахмед Кадим Абдуалкарем Мухаммед**, PhD, доцент, Член Иракской Ассоциации спортивных наук (Университет Куфы, Ирак)

**Асаналиев Мелис Казыкеевич**, доктор педагогических наук, профессор, академик МАНПО РФ (Кыргызский государственный технический университет)

**Атаев Загир Вагитович**, кандидат географических наук, проректор по научной работе, профессор, директор НИИ биогеографии и ландшафтной экологии (Дагестанский государственный педагогический университет)

**Бафоев Феруз Муртазович**, кандидат политических наук, доцент (Бухарский инженерно-технологический институт)

**Гаврилин Александр Васильевич**, доктор педагогических наук, профессор, Почетный работник образования (Владимирский институт развития образования имени Л.И. Новиковой)

**Галузо Василий Николаевич**, кандидат юридических наук, старший научный сотрудник (Научно-исследовательский институт образования и науки)

**Григорьев Михаил Федосеевич**, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент (Арктический государственный агротехнологический университет)

**Губайдуллина Гаян Нурахметовна**, кандидат педагогических наук, доцент, член-корреспондент Международной Академии педагогического образования (Восточно-Казахстанский государственный университет им. С. Аманжолова)

**Ежкова Нина Сергеевна**, доктор педагогических наук, профессор кафедры психологии и педагогики (Тулский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого)

**Жилина Наталья Юрьевна**, кандидат юридических наук, доцент (Белгородский государственный национальный исследовательский университет)

**Ильина Екатерина Александровна**, кандидат архитектуры, доцент (Государственный университет по землеустройству)

**Каландаров Азиз Абдурахманович**, PhD по физико-математическим наукам, доцент, декан факультета информационных технологий (Гулистанский государственный университет)

**Карпович Виктор Францевич**, кандидат экономических наук, доцент (Белорусский национальный технический университет)

**Кожевников Олег Альбертович**, кандидат юридических наук, доцент, Почетный адвокат России (Уральский государственный юридический университет)

**Колесников Александр Сергеевич**, кандидат технических наук, доцент (Южно-Казахстанский университет им. М. Ауэзова)

**Копалкина Евгения Геннадьевна**, кандидат философских наук, доцент (Иркутский национальный исследовательский технический университет)

**Красовский Андрей Николаевич**, доктор физико-математических наук, профессор, член-корреспондент РАЕН и АИН (Уральский технический институт связи и информатики)

**Кузнецов Игорь Анатольевич**, кандидат медицинских наук, доцент, академик международной академии фундаментального образования (МАФО), доктор медицинских наук РАГПН,

профессор, почетный доктор наук РАЕ, член-корр. Российской академии медико-технических наук (РАМТН) (Астраханский государственный технический университет)

**Литвинова Жанна Борисовна**, кандидат педагогических наук (Кубанский государственный университет)

**Мамедова Наталья Александровна**, кандидат экономических наук, доцент (Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова)

**Мукий Юлия Викторовна**, кандидат биологических наук, доцент (Санкт-Петербургская академия ветеринарной медицины)

**Никова Марина Александровна**, кандидат социологических наук, доцент (Московский государственный областной университет (МГОУ))

**Насакаева Бакыт Ермекбайкызы**, кандидат экономических наук, доцент, член экспертного Совета МОН РК (Карагандинский государственный технический университет)

**Олешкевич Кирилл Игоревич**, кандидат педагогических наук, доцент (Московский государственный институт культуры)

**Попов Дмитрий Владимирович**, PhD по филологическим наукам, доцент (Андижанский государственный университет)

**Пятаева Ольга Алексеевна**, кандидат экономических наук, доцент (Российская государственная академия интеллектуальной собственности)

**Редкоус Владимир Михайлович**, доктор юридических наук, профессор (Институт государства и права РАН)

**Самович Александр Леонидович**, доктор исторических наук, доцент (ОО «Белорусское общество архивистов»)

**Сидикова Тахира Далиевна**, PhD, доцент (Ташкентский государственный транспортный университет)

**Таджибоев Шарифджон Гайбуллоевич**, кандидат филологических наук, доцент (Худжандский государственный университет им. академика Бободжона Гафурова)

**Тихомирова Евгения Ивановна**, доктор педагогических наук, профессор, Почётный работник ВПО РФ, академик МААН, академик РАЕ (Самарский государственный социально-педагогический университет)

**Хаитова Олмахон Саидовна**, кандидат исторических наук, доцент, Почетный академик Академии наук «Турон» (Навоийский государственный горный институт)

**Цуриков Александр Николаевич**, кандидат технических наук, доцент (Ростовский государственный университет путей сообщения (РГУПС))

**Чернышев Виктор Петрович**, кандидат педагогических наук, профессор, Заслуженный тренер РФ (Тихоокеанский государственный университет)

**Шаповал Жанна Александровна**, кандидат социологических наук, доцент (Белгородский государственный национальный исследовательский университет)

**Шошин Сергей Владимирович**, кандидат юридических наук, доцент (Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского)

**Эшонкулова Нуржахон Абдужабборовна**, PhD по философским наукам, доцент (Навоийский государственный горный институт)

**Яхшиева Зухра Зиятовна**, доктор химических наук, доцент (Джиззакский государственный педагогический институт)

## СОДЕРЖАНИЕ

### МАТЕМАТИКА

**Масалова Е.Г.**

СПОСОБЫ ВЫЯВЛЕНИЯ МАТЕМАТИЧЕСКОЙ ОДАРЕННОСТИ УЧАЩИХСЯ  
НА УРОКАХ И ВО ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ..... 6

**Прокопенко В.Г.**

ЗАДАНИЕ РАЗЛИЧНОЙ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ОРИЕНТАЦИИ ЭЛЕМЕНТОВ  
СОСТАВНОГО ХАОТИЧЕСКОГО МУЛЬТИАТТРАКТОРА..... 10

### ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

**Лукьянова М.Е.**

ПЛАЗМЕННАЯ ОБРАБОТКА ШТАМПОВОЙ ОСНАСТКИ ..... 14

### ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

**Мишина Д.Г., Шарейко В.В.**

ПОСТРОЕНИЕ ГЕОМЕТРИЧЕСКИХ ФИГУР В КОМПЬЮТЕРНОЙ СРЕДЕ  
«КОМПАС 3D» ..... 17

### ФИЛОЛОГИЯ, ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ, ЖУРНАЛИСТИКА

**Рыбкина А.Д.**

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО ТИПАЖА «УЧИТЕЛЬ» В РАССКАЗЕ  
В. П. АСТАФЬЕВА «ФОТОГРАФИЯ, НА КОТОРОЙ МЕНЯ НЕТ»..... 20

### ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

**Ахмарова И.И.**

ИСКОВАЯ ДАВНОСТЬ (ОТЧЕТ О НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ)..... 23

**Сергиенко Т.В.**

ДЕЙСТВИЕ ПРИНЦИПА ТЕРРИТОРИАЛЬНОСТИ В ЮРИСДИКЦИИ  
МЕЖДУНАРОДНОГО УГОЛОВНОГО СУДА ..... 26

**Сорокин В.В.**

КОНСТИТУЦИОННЫЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ ..... 29

### МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, PR

**Бронников М.А.**

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА ..... 33

<b>Бронников М.А.</b>	
ПЛАНИРОВАНИЕ АНАЛИТИКИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ.....	38
<b>Попова Е.В., Рычкова А.А.</b>	
МАРКЕТИНГ И ЕГО РОЛЬ В СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ.....	42

## ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

<b>Бронников М.А.</b>	
ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕНЕДЖМЕНТА СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	46
<b>Конюшенко Д.С.</b>	
ОСОБЕННОСТИ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ВЫБОРГСКОМ РАЙОНЕ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ.....	50
<b>Конюшенко Д.С.</b>	
ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА .....	53
<b>Конюшенко Д.С.</b>	
КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА.....	56
<b>Конюшенко Д.С.</b>	
РЕСУРСЫ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА.....	59
<b>Конюшенко Д.С.</b>	
СУЩНОСТЬ И СПЕЦИФИКА КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА .....	62
<b>Лю Жуй</b>	
ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА ГЛОБАЛЬНОЙ ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК ПОД ВЛИЯНИЕМ ЭПИДЕМИИ НА АЗИАТСКУЮ ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ИНТЕГРАЦИЮ .....	65

## ПЕДАГОГИКА

<b>Nurmuradova F.R., Khoshaeva G.B.</b>	
ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF ONLINE EDUCATION IN FOREIGN LANGUAGE CLASS .....	72
<b>Вершков А.С., Лукьянчиков Э.Е.</b>	
ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО РЕСУРСА ЛИЧНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ОБЩЕВОЙСКОВЫХ ДИСЦИПЛИН В ВОЕННОМ ВУЗЕ .....	75
<b>Воронина Ю.В.</b>	
РАЗВИТИЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ УМЕНИЙ УЧАЩИХСЯ ЧЕРЕЗ ПРАКТИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА УРОКАХ ХИМИИ.....	78
<b>Мартынова М.Н., Субботина И.В.</b>	
ОБРАЗ ЖИЗНИ КАК ПРОФИЛАКТИКА САХАРНОГО ДИАБЕТА .....	81
<b>Старченко Т.С., Чумаченко Е.Ю., Доронина С.И.</b>	
ФОРМИРОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТАРНЫХ МАТЕМАТИЧЕСКИХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ У СТАРШИХ ДОШКОЛЬНИКОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ ЧЕРЕЗ ОРГАНИЗАЦИЮ ИГРОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	84



# МАТЕМАТИКА

**МАСАЛОВА Елена Геннадьевна**  
учитель математики, МБОУ «СОШ № 18»,  
Россия, г. Абакан

## СПОСОБЫ ВЫЯВЛЕНИЯ МАТЕМАТИЧЕСКОЙ ОДАРЕННОСТИ УЧАЩИХСЯ НА УРОКАХ И ВО ВНЕУРОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Аннотация.* Статья посвящена рассмотрению способов выявления математической одаренности учащихся на уроках и во внеурочной деятельности.

*Ключевые слова:* одаренность, учащиеся, внеурочная деятельность.

Проблема отбора лиц со способностями к математике является актуальной во всем мире ввиду широкой математизации различных отраслей науки и практики. Поэтому очень важной является задача диагностики и развития математических способностей обучающихся в массовой школе. В своей работе я рассматриваю эту задачу как прикладную, заключающуюся в применении принципов и методик диагностирования и развития математических способностей у средних и старших школьников. Главной задачей обучения математике, как мне кажется, становится не изучение основ математической науки как таковой, а формирование в процессе изучения математики качеств мышления, необходимых для жизни человека в современном обществе, ведь мы учимся «не для школы, а для жизни».

В науке выделяются две основные тенденции в изучении математической одаренности и способностей. Первая состоит в том, что в математических способностях и специальной математической одаренности пытаются выделить множество более частных способностей и изучить их в отдельности. Сторонником этого подхода является В.А.Крутецкий и его последователи. С другой стороны, существует тенденция найти в математической одаренности и способностях первооснову, в качестве которой выделяется либо общий фактор интеллекта (И.Вердерлин), либо скоростной фактор переработки информации (Г.Айзенк, Л.Т.Ямпольский), либо хороший уровень мышления вообще и математическая интуиция (Н.В.Метельский) в частности. А.Н.Колмогоров называл

математические способности «интегральными качествами ума». Последним теоретическим построением является четырехмерная модель интеллектуального диапазона, вершиной которой является формально-знаковый интеллект, формирующийся в последнюю очередь, который собственно и обеспечивает продуктивность математической деятельности.

Диагностика математических способностей наиболее актуальна на сегодняшний день при изучении одаренности детей. Во-первых, математика одна из наиболее древних наук, является неотъемлемой частью человеческой культуры, и овладение ее основами или элементами – жизненная задача каждого человека. Вторая причина состоит в том, что для овладения математическим материалом и успешного решения математических задач требуется высокий уровень развития абстрактного мышления».

Вот одно из определений математической способности: «Математическая способность рассматривается как свойство психологической функциональной системы деятельности (математической деятельности), а отдельные элементарные способности как свойства систем, ответственных за протекание познавательных процессов».

Таким образом, можно сделать следующий **вывод:** математические способности не сводятся к общему интеллекту, а представляют собой свойство системы познавательных процессов, проявляющееся в эффективном решении сложных познавательных задач, решение которых требует умственных операций с

пространственным и символическим материалом без опоры на наглядность.

**Целью** моей работы является обобщение и распространение опыта работы с одарёнными детьми в использовании диагностических знаний, методик и тестов по выявлению и развитию математической одаренности на уроках математики и во внеурочной деятельности.

#### Диагностический пакет.

#### 1. Тест математических аналогий – «Задачи Гайштута» (ТМА)

**Цель:** тест может быть использован для диагностики уровня развития общего интеллекта и математических способностей.

Тест обладает достаточной внутренней и внешней валидностью. Успешность выполнения теста связана с уровнем развития способности к мысленному решению задач, понятийного и пространственного мышления. Тест следует испытывать, при проведении контрольных и самостоятельных работ, так как он стандартизирован в этих ситуациях. Следует избегать включения теста в экзаменационные работы. ТМА следует применять после прохождения соответствующего учебного материала, т. е. в конце года (4, 5, 6 классы) или 2-х лет обучения (7-8, 9-10 классы).

Задачи, предложенные А. Г. Гайштуттом, сформулированы на основе материала из курса математики с 4 по 10 класс и состоят из 5 серий: 4 класс, 5 класс, 6-7 класс, 8 класс, 9-10 класс. Решение задач каждого типа предполагает знание учебного материала, но помимо того способность к мысленному обнаружению отношений между пространственными и знаковыми элементами условий задачи и умения производить математические операции с математическими структурами. Задачи теста обладают высокой однородностью. Если испытуемые решат больше 5 заданий, можно считать, что они обладают высоким уровнем развития способности мыслить аналогиями. Если меньше, то не

следует ставить определенного диагноза. Необходимо провести через некоторое время повторное обследование и использовать в качестве дополнения другие аналогичные тесты.

#### 2. Тест на выявление одаренности в той или иной области В.А.Крутецкого

**Цель:** Психологический тест предназначен для определения коэффициента математического интеллекта у детей подросткового, юношеского возраста и взрослых (от 14 до 50 лет). Общие способности позволяют обеспечить сравнительную легкость и продуктивность при получении знаний и в различных видах деятельности, их можно обозначить как одаренность. А вот специфические различия в одаренности проявляются в направлении интересов учащихся, почему одних интересует математика, других музыка, третьих литература и т.д. Тест содержит 25 заданий, требующих математических вычислений, понимания простых математических правил, логического мышления. В каждом задании испытуемые должны выбирать правильный ответ из четырех вариантов. Длительность теста составляет 15 минут.

Каждый правильный ответ оценивается одним баллом. Коэффициент математического интеллекта определяется с помощью специальной оценочной таблицы. Шкальная оценка имеет шесть градаций:

#### 3. Методика изучения индивидуальных особенностей решения задач

**Цель:** Изучение основных индивидуальных особенностей решения задач у школьников старших классов и взрослых (быстроты решения, интеллектуальной активности, выражающейся в целенаправленном нахождении наиболее рациональных путей решения задачи (в противоположность методу "проб и ошибок", качества решения).

**Материалы:** Бланки для решения, протокол эксперимента. Квадраты для усвоения условий решения задачи

	4	3	1	2	5
2	8				
5				10	
3			3		15
4					
1		3			

Сумма =39



Предлагаемые суммы находятся в промежутке от 39 до 51. Инструкция зачитывается столько раз, сколько необходимо для полного усвоения всех условий задачи. В 2-х квадратах испытуемые решают задачу без учета времени, с целью твердо усвоить условия задачи и опробовать варианты, пути ее решения. Далее испытуемый предлагает решить задачи на 2-х квадратах с учетом времени. Решения проверяются самими испытуемыми. Кроме времени выполнения заданий учитывается число исправлений (зачеркивания и пробные, поисковые обозначения) и число ошибок (неверный подбор сумм, неправильно поставленные произведения, использование 2-х клеток более чем в одной строке или в одном столбце). В сводный протокол вносятся среднее арифметическое каждого из двух решений и среднее арифметическое по группе испытуемых. Индивидуальные данные сравниваются с групповыми. Делаются заключения об индивидуальных особенностях решения задач. При этом учитывается, что: 1) время решения задач является показателем скорости протекания мыслительных процессов; 2) число исправлений служит показателем интеллектуальной активности. Чем меньше число исправлений, тем глубже анализ предлагаемых условий задачи и правильное построение в уме схемы предлагаемой совокупности действий. Большое число исправлений свидетельствует о том, что условия были недостаточно проанализированы, комбинаторное планирование осуществлялось слабо и, что задание выполнялось в основном путем "проб и ошибок"; 3) ошибки определяют качественную сторону интеллектуальной деятельности.

#### **4. Психологический тест «Аналитические математические способности (АМС)»**

**Цель:** Данный психологический тест предназначен для диагностики аналитических математических способностей, для индивидуальной и групповой диагностики. Методику можно применять и в школьной психологии при анализе математических способностей обучающихся, и в процессе профотбора на профессии, требующие хорошо развитых математических и аналитических способностей: разного рода аналитики, экономисты и др. Аналитические математические способности относятся к академическим. То есть в первую очередь они позволяют человеку лучше усваивать учебный материал, в данном случае –

математику. Аналитические математические способности тесно коррелируют с показателем IQ, и поэтому большинство тестов на IQ включают в себя субтесты на определение закономерностей в числовых рядах. Обладатели высоких показателей по аналитическим математическим способностям проявляют способности к анализу не только в области математики, но и в иных разнородных проблемах. Обладатели низких показателей по данному качеству не проявляют ни способностей, ни склонностей к анализу, зачастую совершают неоправданно легкомысленные поступки. Стимульный материал теста состоит из двадцати числовых рядов. Каждый ряд включает в себя десять чисел, находящихся в определённой взаимосвязи между собой. Одно из десяти чисел пропущено (отмечено троеточием). В задачу испытуемого входит найти это пропущенное число. Время прохождения теста: 15 минут. Запрещается пользоваться калькулятором и делать какие-то вспомогательные записи. Методика имеет четыре разные формы (А, Б, В и Г).

#### **Литература**

1. Методика для изучения социализированности личности учащегося (М.И.Рожков) [http://imz.ucoz.ru/seminar/Cirkova/odarennie/model\\_diagnostiki.doc](http://imz.ucoz.ru/seminar/Cirkova/odarennie/model_diagnostiki.doc)
2. Психодиагностика творческого мышления Елены Туник. <http://psy.1september.ru>
3. Гайштут и его друзья. <http://zadacha.uanet.biz/home/matematika/matematika-5-11-klass/uchebniki-i-uchebnye>
4. Каков Ваш творческий потенциал. <http://testoteka.narod.ru/pozn/1/02.html>
5. Опросник креативности Рензулли. <http://psy.1september.ru>
6. Аверина И. С., Щербанова Е. И., Перлет К. Адаптация мюнхенских тестов познавательных способностей для одаренных учащихся // Вопросы психологии <http://www.voppsy.ru/issues/1991/915/915152.htm>
7. Дружинин В. Психология общих способностей. / Синтон – тренинг центр / [http://www.syntone.ru/library/books/content/2620.html?current\\_book\\_page=all](http://www.syntone.ru/library/books/content/2620.html?current_book_page=all)
8. Эрудиция. Российская электронная библиотека / <http://www.erudition.ru>
9. Математическая одаренность по А.Н. Колмогорову. [http://vikent.ru/enc/2722/принципы\\_творчества/](http://vikent.ru/enc/2722/принципы_творчества/)

**MASALOVA Elena Gennadievna**  
math teacher, Secondary school No. 18,  
Russia, Abakan

## **WAYS TO IDENTIFY MATHEMATICAL GIFTEDNESS OF STUDENTS IN THE CLASSROOM AND IN EXTRACURRICULAR ACTIVITIES**

**Abstract.** *The article is devoted to the consideration of ways to identify mathematical giftedness of students in the classroom and in extracurricular activities.*

**Keywords:** *giftedness, students, extracurricular activities.*

ПРОКОПЕНКО Вадим Георгиевич

кандидат технических наук, Южный федеральный университет,  
Россия, г. Ростов-на-Дону

## ЗАДАНИЕ РАЗЛИЧНОЙ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ОРИЕНТАЦИИ ЭЛЕМЕНТОВ СОСТАВНОГО ХАОТИЧЕСКОГО МУЛЬТИАТТРАКТОРА

**Аннотация.** Рассмотрен способ задания различной пространственной ориентации локальных хаотических аттракторов в составе композиционного хаотического мультиаттрактора.

**Ключевые слова:** динамический хаос, генератор хаотических колебаний, хаотический аттрактор, мультиаттрактор, реплицирующий оператор, фазовая ячейка.

Фазовое пространство динамической системы имеющей составной хаотический мультиаттрактор, можно представить как совокупность ячеек, каждая из которых содержит локальный хаотический аттрактор, которому соответствует локальная система координат, отвечающая исходным уравнениям движения [1-5].

Для того чтобы иметь возможность задавать различную пространственную ориентацию локальных аттракторов, необходимо ввести в уравнения движения дополнительные константы, задающие поворот локальных систем координат относительно исходного координатного базиса, и присвоить им различные значения в каждой фазовой ячейке.

Пусть исходная автостохастическая система задана в системе координат  $x_0 = (x_{0_1}, x_{0_2}, \dots, x_{0_n})$ :

$$\dot{x}_0 = F(x_0, a), \quad (1)$$

где  $a = (a_1, a_2, \dots, a_m)$  – множество констант.

Запишем её в новой системе координат  $x = [x_1(x_0, b, \psi), x_2(x_0, b, \psi), \dots, x_n(x_0, b, \psi)]$ , имеющей общий центр с системой координат  $x_0$ , но повернутой на некоторый угол  $\psi$  относительно проходящей через начало координат оси с направляющими косинусами  $b = (b_1, b_2, \dots, b_n)$  [6]:

$$\dot{x} = F(x, a, b, \psi). \quad (2)$$

Мультиаттракторная система на основе уравнений (2) в общем виде будет выглядеть следующим образом [3, 5]:

$$\dot{x} = F[H(x), a, b, \psi], \quad (3)$$

где  $H(x) = [H_1(x_1), H_2(x_2), \dots, H_n(x_n)]$  – множество реплицирующих операторов.

Чтобы каждый локальный аттрактор получил индивидуальную пространственную

ориентацию, заменим в уравнениях (3) константы  $\psi$  и  $b$  специальными нелинейными функциями (назовем их ориентирующими), присваивая им эти константы различные значения в пределах каждой ячейки фазового пространства:

$$\dot{x} = F[H_i(x), a, b(x), \psi(x)], \quad (4)$$

где  $b(x)$  и  $\psi(x)$  – ориентирующие функции, задающие соответственно оси поворота и величины углов поворота локальных систем координат в каждой фазовой ячейке.

Так как при повороте локального аттрактора изменяется его протяженность по переменным репликации и положение относительно границ содержащей его фазовой ячейки, в уравнения (4) необходимо ввести также масштабирующие и симметрирующие функции, задающие индивидуальные значения масштабирующих и симметрирующих коэффициентов в каждой фазовой ячейке [5]. В окончательном виде уравнения динамической системы, имеющей мультиаттрактор, состоящий из различно ориентированных хаотических аттракторов системы (1) будут иметь вид:

$$\dot{x} = \frac{F[\varphi(x)H_i[(x+\theta(x)), a, b(x), \psi(x)]]}{\varphi(x)}, \quad (5)$$

где  $\theta(x)$  и  $\varphi(x)$  – соответственно симметрирующие и масштабирующие функции.

Проиллюстрируем результат применения данной технологии на следующем примере. В качестве исходной динамической системы используем вариант уравнений Лоренца:

$$\begin{aligned} \dot{x} &= A(x_2 - x_0_1); \\ \dot{x}_2 &= x_0_1(1 - x_0_3) - x_0_2; \\ \dot{x}_3 &= x_0_1 x_0_2 - C(x_0_3 + B - 1), \end{aligned} \quad (6)$$

отличающийся от классической формы записи [7] тем, что стационарные особые точки лежат на координатной оси  $OX_1$  (рис.1).

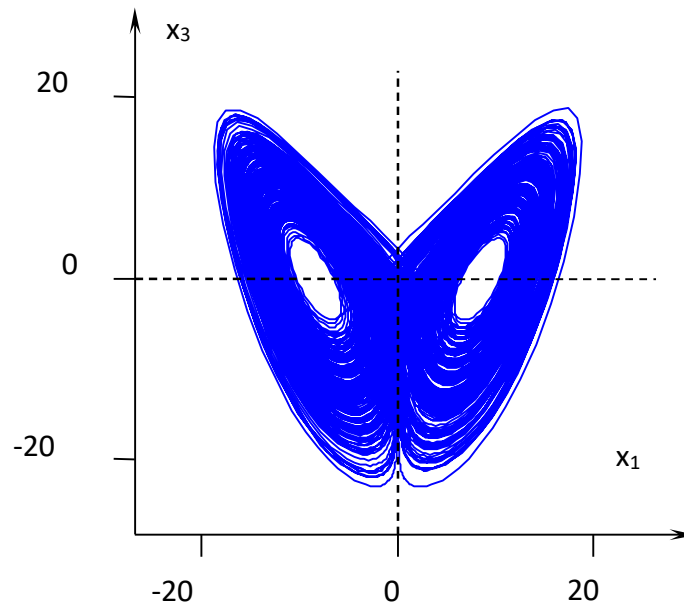


Рис. 1. Проекция аттрактора системы (6) на плоскость  $(x_1, x_3)$  при  $A=10.5, B=28, C=8/3$

Рассмотрим вращение локальных аттракторов в мультиаттракторной системе, полученной из (6) заменой независимых переменных  $x_1, x_3$  реплицирующими операторами  $H_1(x_1), H_3(x_3)$ , заданными уравнениями

$$H_j(x_j) = x_j + (d_j + 1)\{P1_j(x_j) - P2_j(x_j)\}, \quad (13)$$

$$P1(x_j) = \frac{|x_j+h_j| - |x_j+h_j+2\frac{h_j}{d_j}|}{2},$$

$$P2(x_j) = \frac{|x_j-h_j| - |x_j-h_j-2\frac{h_j}{d_j}|}{2},$$

где

$$F_1(x) = \frac{A[W_2(x)-W_1(x)]}{\varphi_1(x)},$$

$$F_2(x) = \frac{W_1(x)[1-W_3(x)]-W_2(x)}{\varphi_2(x)},$$

$$F_3(x) = \frac{W_1(x)W_2(x)-C[W_3(x)+B-1]}{\varphi_3(x)},$$

$$W_1(x) = \varphi_1(x_1, x_3)[H_1(x_1) + \theta_1(x_1, x_3)] \cos \psi(x_1, x_3) + \varphi_3(x_1, x_3)[H_3(x_3) + \theta_3(x_1, x_3)] \cos \psi(x_1, x_3),$$

$$W_2(x) = \varphi_2(x_1, x_3)[x_2 + \theta_2(x_1, x_3)],$$

$$W_3(x) = -\varphi_1(x_1, x_3)[H_1(x_1) + \theta_1(x_1, x_3)] \sin \psi(x_1, x_3) + \varphi_3(x_1, x_3)[H_3(x_3) + \theta_3(x_1, x_3)] \cos(x_1, x_3),$$

где нелинейные функции  $\psi(x_1, x_3), \phi(x_1, x_3), \theta(x_1, x_3)$  задающие соответственно углы поворота локальных аттракторов, согласование их

$$\psi(x_1, x_3) = S(x_1, x_3, \Psi_{i,j}),$$

$$\varphi_1(x_1, x_3) = S(x_1, x_3, \Phi_{1,i,j}), \varphi_2(x_1, x_3) = S(x_1, x_3, \Phi_{2,i,j}), \varphi_3(x_1, x_3) = S(x_1, x_3, \Phi_{3,i,j}),$$

$$\theta_1(x_1, x_3) = S(x_1, x_3, \Theta_{1,i,j}), \theta_2(x_1, x_3) = S(x_1, x_3, \Theta_{2,i,j}), \theta_3(x_1, x_3) = S(x_1, x_3, \Theta_{3,i,j}),$$

$$S(x_1, x_3, W) = \sum_{i=1}^3 \sum_{j=1}^3 Q_{3-i}(x_1) Q_j(x_3) W_{i,j},$$

$$Q_1(\xi) = \frac{1+\frac{h_i P_1(\xi)}{d_i}}{2}, Q_3(\xi) = \frac{1+\frac{h_i P_2(\xi)}{d_i}}{2}, Q_2(\xi) = 1 - Q_1(\xi) - Q_3(\xi),$$

где  $S(x_1, x_3, W)$  – структурная функция [5].

Пример композиционного мультиаттрактора с различной пространственной ориентацией локальных аттракторов, который может

быть реализован в системе (7), приведен на рис.2. Ему соответствуют следующие значения констант  $\Psi, \Phi, \Theta$ :

где  $h_j$  – половина протяженности фазовой ячейки, содержащей хаотический аттрактор исходной динамической системы, по  $j$ -й переменной репликации,  $d_j$  – модуль крутизны промежуточных сегментов реплицирующей функции по  $j$ -й переменной репликации.

При вращении локальных аттракторов относительно осей ортогональных плоскости  $(x_1, x_3)$  уравнения (6) примут следующий вид:

$$\begin{aligned} \dot{x}_1 &= F_1(x) \cos \psi(x) - F_3(x) \sin \psi(x); \\ \dot{x}_2 &= F_2(x); \\ \dot{x}_3 &= -F_1(x) \sin(x) + F_3(x) \cos(x), \end{aligned} \quad (7)$$

размеров и взаимное расположение в составе мультиаттрактора, определены следующими уравнениями:

быть реализован в системе (7), приведен на рис.2. Ему соответствуют следующие значения констант  $\Psi, \Phi, \Theta$ :

$$\Psi = \begin{bmatrix} \frac{7\pi}{4} & 0 & \frac{\pi}{4} \\ \frac{\pi}{2} & 0 & \frac{3\pi}{2} \\ \frac{5\pi}{4} & 0 & \frac{3\pi}{4} \end{bmatrix}, \Phi_1 = \begin{bmatrix} 4.3 & 3.6 & 4.3 \\ 4 & 3.6 & 4 \\ 4.3 & 3.6 & 4.3 \end{bmatrix}, \Phi_2 = \begin{bmatrix} 4.8 & 4.8 & 4.8 \\ 4.8 & 4.8 & 4.8 \\ 4.8 & 4.8 & 4.8 \end{bmatrix},$$

$$\Phi_3 = \begin{bmatrix} 4.3 & 4 & 4.3 \\ 3.6 & 4 & 3.6 \\ 4.3 & 4 & 4.3 \end{bmatrix}, \Theta_1 = \begin{bmatrix} -0.7 & 0 & 0.7 \\ -0.5 & 0 & 0.5 \\ -0.7 & 0 & 0.7 \end{bmatrix}, \Theta_2 = \begin{bmatrix} 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 \end{bmatrix},$$

$$\Theta_3 = \begin{bmatrix} 0.6 & 0.5 & 0.6 \\ 0 & -0.5 & 0 \\ -0.6 & -0.5 & -0.6 \end{bmatrix}.$$

Протяженность локальных аттракторов по всем независимым переменным выбрана

равной 5, присвоением соответствующих значений коэффициентам  $\Phi$ .

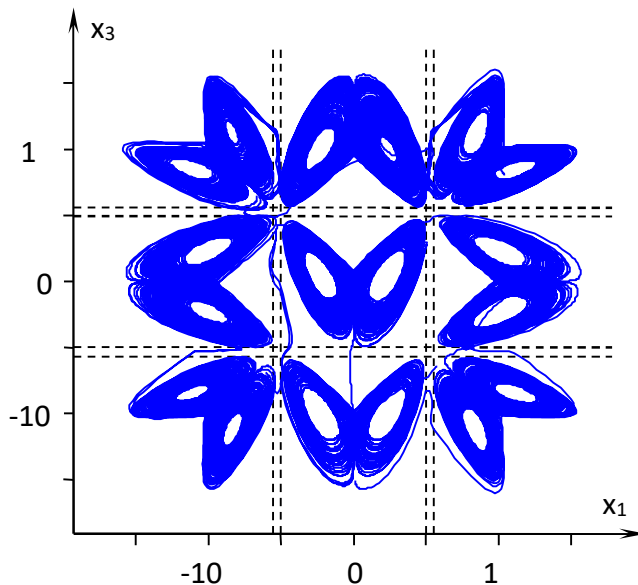


Рис. 2. Пример мультиаттрактора с заданной конфигурацией пространственной ориентации локальных аттракторов. Штриховыми линиями показаны границы фазовых ячеек

**Литература**

1. Прокопенко В.Г. Генератор хаотических колебаний // Пат. РФ № 2403672, Оpubл. 10.11.2010, Бюл. 31.
2. Прокопенко В.Г. Генератор гиперхаотических колебаний // Пат. РФ № 2680346, Оpubл. 2019, Бюл. 5.
3. Прокопенко В.Г. Редупликация хаотических аттракторов и построение составных мультиаттракторов // Нелинейная динамика. 2012. Т.8. №3. С.483-496.
4. Прокопенко В.Г. Управление распределением вероятностей движения на элементах составного мультиаттрактора // Вестник МГТУ

- им. Н.Э.Баумана, Сер. “Естественные науки”, 2013, №1(48), С. 61-72.
5. Прокопенко В.Г. Формирование композиционных хаотических мультиаттракторов, содержащих неоднородности // Журнал технической физики. 2017, том 87, вып. 8, С.1127-1135.
6. Корн Г., Корн Т. Справочник по математике. М.: Издательство «Наука». Главная редакция физико-математической литературы. 1977. 832 с.
7. Edward N. Lorenz. Deterministic nonperiodic flow. Journal of the Atmospheric Sciences. 1963. 20. P.130-141.

**PROKOPENKO Vadim Georgievich**

Candidate of Technical Sciences, Southern Federal University,  
Russia, Rostov-on-Don

## **SETTING THE DIFFERENT SPATIAL ORIENTATION OF THE ELEMENTS OF A COMPOSITE CHAOTIC MULTIATTRACTOR**

**Abstract.** *A method for setting different spatial orientations of local chaotic attractors as part of a composite chaotic multiattractor is considered.*

**Keywords:** *dynamic chaos, chaotic oscillation generator, chaotic attractor, multiattractor, replicating operator, phase cell.*

# ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

**ЛУКЬЯНОВА Мария Евгеньевна**

магистрант, Самарский государственный технический университет, Россия, г. Самара

## ПЛАЗМЕННАЯ ОБРАБОТКА ШТАМПОВОЙ ОСНАСТКИ

**Аннотация.** В ходе работы рассмотрены материалы для штампов, а также возможность проведения плазменной обработки. Выявлены достоинства и недостатки.

**Ключевые слова:** плазменная закалка, чугуны, структура.

### Плазменная закалка на образце ВЧ60

В ходе работы рассмотрен материал ВЧ60. Для определения микроструктуры образцы были использованы микроскоп Olympus мод. PMG-II.

Для определения химического состава спектроанализатор QSN 750.

В ходе проверки были выявлены следующие результаты. Химический состав марки приведен в таблице 1.

Таблица 1

Состав ВЧ60

Элемент	C	Si	Mn	P	S	Cr	Ni	Cu	Mg
Экспериментальное содержание	3,125	2,02	0,34	0,031	0,009	0,04	0,06	0,24	0,027
Содержание по ГОСТ 7293-85	3,0-3,3	2,4-2,8	≤0,8	≤0,1	≤0,02	≤0,15	≤0,4	≤0,3	

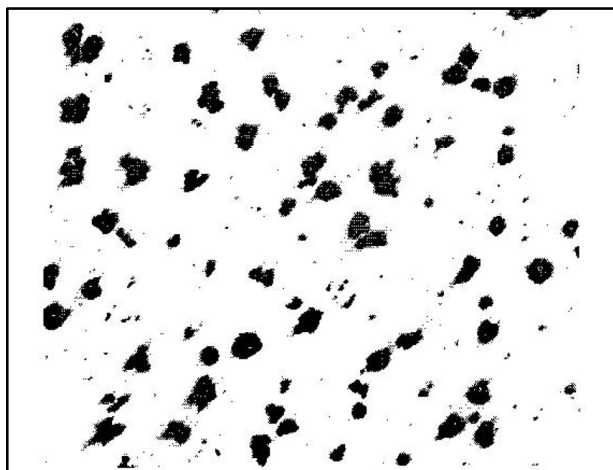
Результаты исследования микроструктуры показали следующее (таблица 2):

Таблица 2

Структура образца

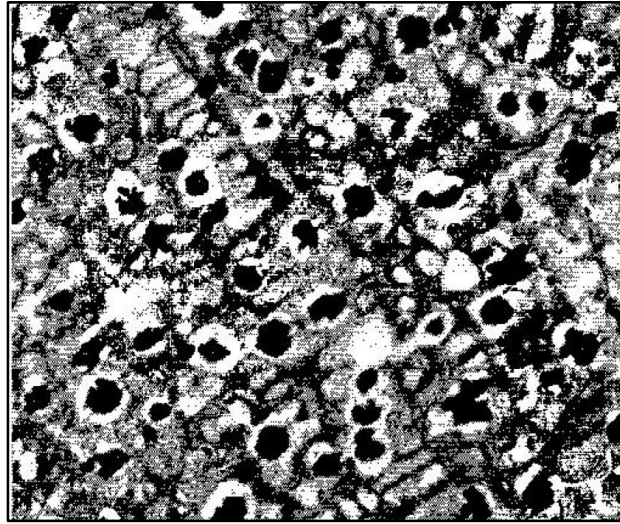
Основа	Карбид	Феррит	Графит
Перлит – 80%	В отдельных зонах до 1%	20%	Тип V, VI

Структура экспериментального чугуна представлена на рисунке 1.



а





б

Рис. 1. Структура ВЧ60: а – не травленный образец,  $\times 100$ ; б – травленный 2,5 мл.  $\text{HNO}_3 + \text{C}_2\text{H}_5\text{OH}$ ,  $\times 100$

Образец содержит меньше кремния, чем ГОСТовый образец, однако, все остальные показатели материала соответствуют

требованиям. Микроструктура закаленного чугуна состоит из плохо травящегося слоя с включением шаровидного графита (рисунок 2).

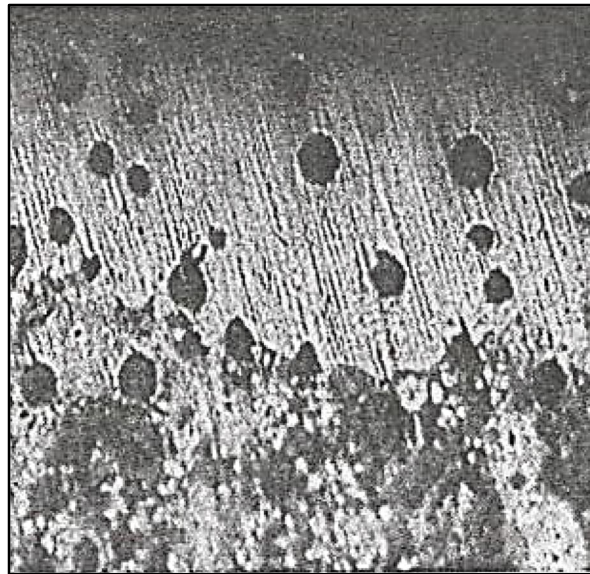


Рис. 2. Микроструктура ВЧ60 после плазменной закалки  $\times 100$

Плазменная закалка заключается в нагреве участка со скоростью  $103-104^\circ\text{C}/\text{с}$  до высоких температур. Затем идет охлаждение с большой скоростью, благодаря передачи тепла во внутренние слои. При этом идет формирование мелкодисперсной структуры с высокими свойствами на эксплуатацию. Линейная скорость плазменной дуги находилась в пределах 50-

1000А; Расстояние от сопла плазмотрона до поверхности изделия 2–100 мм. Значения твердости может находиться в пределах 50-60 HRC.

В ходе экспериментальной части была проведена плазменная закалка образцов из ВЧ60. На рисунке 3 представлен образцы, полученные в ходе эксперимента.



Рис. 3. Плазменная закалка на экспериментальных деталях

После получения экспериментальных образцов, было принято решение провести испытания на соответствие твердости полученных

деталей, требуемым деталям штампа. Измерения производились твердомером УЗИТ-3. Итоги исследования представлены в таблице 3.

Таблица 3

**Итоги измерения твердости**

Деталь штампа	Требуемая твердость HRC	Полученная твердость HRC
Матрица	53-59	55
Пуансон	53-59	57,3
Прижим	53-59	55

В ходе экспериментов можно сказать, что данная обработка может быть использована для производства штамповой оснастки.

Преимущества плазменной закалки: Глубина больше, по сравнению с другими методами; Высокий КПД нагрева (до 85%); Не требуются дополнительные химические препараты и вещества; Не требуется специальная среда; Низкая стоимость, простота, малые габариты оборудования; Возможность применения автоматизированных процессов. Экономическая эффективность: Повышение износостойкости,

снижение затрат на необходимость ремонта или производства запасных деталей; Снижение времени и средств из-за снижения сложности процесса; Уменьшение рабочего персонала.

**Литература**

1. Коротков В.А Поверхностная плазменная закалка / В.А.Коротков; М-во образования и науки РФ; ФГАОУ ВПО «УрФУ им. Первого Президента России Б.Н.Ельцина», Нижнеталил. Технол. Ин-т (фил.) – Нижний Тагил: НТИ (филиал) УрФУ, 2012. – 64с.

**LUKYANOVA Mariya Evgenevna**

Master's student, Samara State Technical University, Russia, Samara

**PLASMA MACHINING OF STAMPING EQUIPMENT**

**Abstract.** In the course of the work, materials for stamps were considered, as well as the possibility of plasma processing. Advantages and disadvantages are revealed.

**Keywords:** plasma hardening, cast iron, structure.

# ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

**МИШИНА Дарья Геннадиевна**

студентка, Воронежский государственный педагогический университет;  
учитель, МБОУ гимназия «УВК №1», Россия, г. Воронеж

**ШАРЕЙКО Виктория Вадимовна**

студентка, Воронежский государственный педагогический университет,  
Россия, г. Воронеж

## ПОСТРОЕНИЕ ГЕОМЕТРИЧЕСКИХ ФИГУР В КОМПЬЮТЕРНОЙ СРЕДЕ «КОМПАС 3D»

**Аннотация.** В статье автоматизированное построение геометрических фигур рассматривается как интеграция учебных предметов геометрии и информатики. Подробно рассмотрено геометрическое построение по алгоритму математического моделирования. Можно сделать вывод, что системы компьютерного черчения удобно использовать не только для решения задач на построение, но и для решения вычислительных геометрических задач, а также для доказательств.

**Ключевые слова:** компьютерная модель, этапы построения, система компьютерного черчения, «КОМПАС 3D».

В школьном курсе геометрии не только изучаются различные геометрические модели (теоремы), но и рассматривается процесс их построения с использованием линейки и циркуля. Для создания геометрических моделей на компьютере удобно использовать системы компьютерного черчения.

Рассмотрим систему компьютерного черчения КОМПАС 3D, которая специально предназначена для обучения компьютерному черчению в школах. КОМПАС можно использовать для выполнения геометрических построений с помощью циркуля и линейки, а также при создании чертежей деталей.

**КОМПАС 3D** – компьютерное средство моделирования, являющееся комплексной системой автоматизированного проектирования. Компас 3D используется в приоритете для разработки чертежей, проектирования кабельных систем и создания документов для инженерных проектов [1, с. 153]. Однако программа имеет и свои недостатки: могут возникать проблемы при загрузке 3d моделей из других программ, проектирование в 3d сложнее для новичка, чем 2d, требуется полноценное освоение моделирования, не очень хорошая

возможность визуализации объектов, система поверхностного моделирования имеет недостатки в оформлении.

Примером выполнения геометрических построений в программе используем задачу из практической работы 2.3 «Выполнение геометрических построений в системе компьютерного черчения КОМПАС» (по учебнику информатики за 9 класс Н.Д. Угриновича) [3, с. 128].

### 1. Постановки задачи

**Задача:** построить угол, равный данному углу.

**Геометрические объекты, заданные в условии задачи:** произвольный угол и отрезок.

### 2. Математическая модель

Математическая модель процесса геометрического построения зафиксирована в форме **алгоритма:**

1. С помощью Компактной панели вызвать панель *Геометрия*.

Выбрать объект *Отрезок* и построить сначала произвольный угол  $A$  (начертить два отрезка, выходящих из одной точки), а затем построить произвольный луч  $OM$  (начертить отрезок).

Введем обозначения точек на чертеже с помощью панели *Обозначения*.

2. С помощью *Компактной панели* вызвать панель *Обозначения*.

Щелкнуть по кнопке *Ввод текста* и последовательно ввести обозначения угла и концов отрезка.

Построим окружность произвольного радиуса с центром в вершине заданного угла  $A$ , которая пересечет стороны угла в точках  $B$  и  $C$ .

3. На панели *Геометрия* выбрать объект *Окружность* и построить окружность с центром в точке  $A$ .

На панели *Обозначения* щелкнуть по кнопке *Ввод текста* и обозначить точки пересечения окружности со сторонами угла буквами  $B$  и  $C$ .

Построим окружность того же радиуса с центром в начале заданного луча  $OM$ , которая пересечет отрезок в точке  $D$ .

4. На панели *Геометрия* выбрать объект *Окружность*.

На *Панели свойств* щелкнуть правой кнопкой мыши по полю *Радиус* и в контекстном меню выбрать пункт *Между 2 точками*.

На чертеже навести курсор сначала на точку

$A$ , а затем на точку  $B$ .

Центр появившейся окружности заданного радиуса переместить в точку  $O$ .

5. С помощью *Компактной панели* вызвать панель *Обозначения*. Щелкнуть по кнопке *Ввод текста* и обозначить точку пересечения окружности с отрезком  $OM$  буквой  $D$ .

Построим окружность с центром в точке  $D$  заданного радиуса  $BC$ .

6. На панели *Геометрия* выбрать объект *Окружность*.

На *Панели свойств* щелкнуть правой кнопкой мыши по полю *Радиус* и в контекстном меню выбрать пункт *Между 2 точками*. На чертеже навести курсор сначала на точку  $C$ , а затем - на точку  $B$ .

Центр появившейся окружности заданного радиуса переместить в точку  $O$ .

7. С помощью *Компактной панели* вызвать панель *Обозначения*. Щелкнуть по кнопке *Ввод текста* и обозначить точку пересечения окружностей буквой  $E$ .

8. Соединить отрезком точки  $O$  и  $E$ , угол  $EOD$ , равный углу  $A$ , построен.

### 3. Компьютерная модель

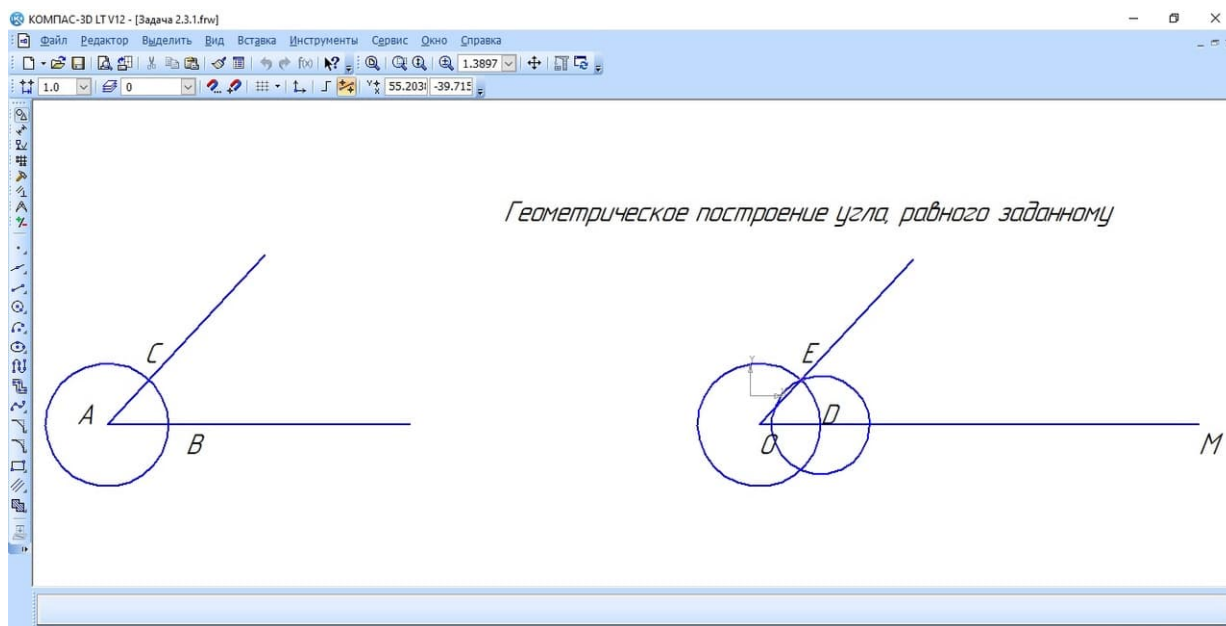


Рис. 1. Компьютерная модель построенного угла

### 4. Эксплуатация модели. Анализ полученных результатов

Анализ полученных результатов заключается в сравнении градусной меры данного и

получившегося углов. Проведение анализа возможно при помощи панели *Измерения*. Анализ градусных мер углов показал, что оба угла (данный и полученный) равны по  $47^\circ$  (рис. 2).



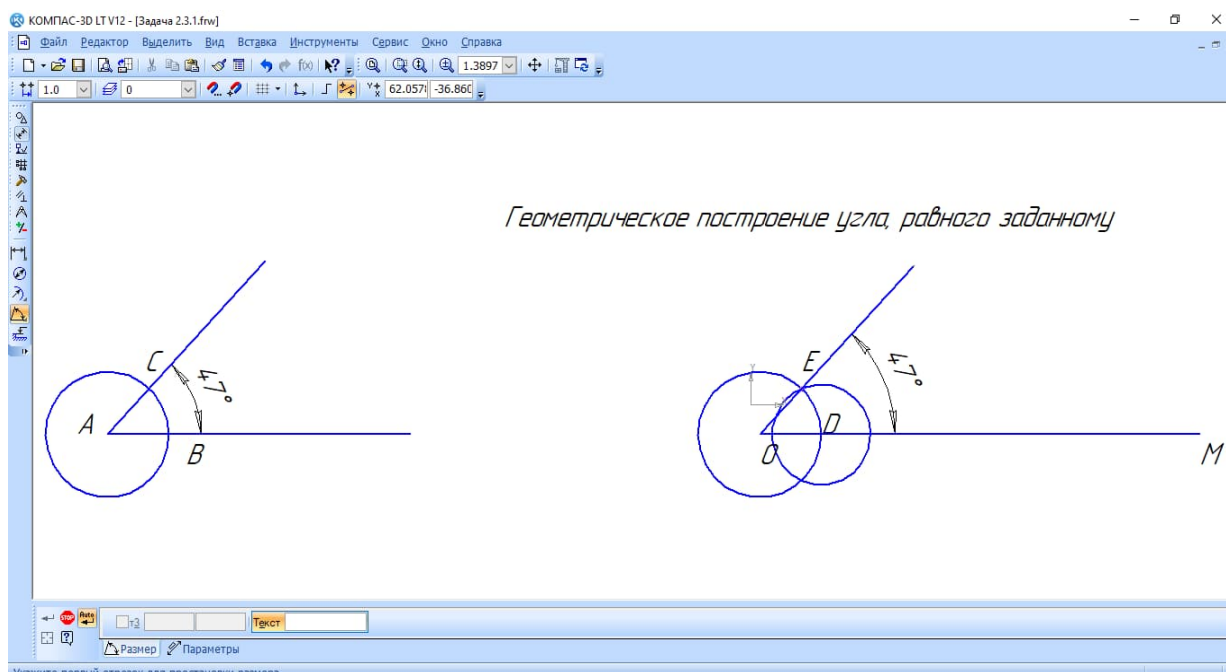


Рис. 2. Анализ полученных результатов

Таким образом, можно отметить, что в современных условиях учитель вправе реализовывать моделирование объектов в различных программных обеспечениях, средствах и пакетах, даже в ознакомительных целях [2, с. 16]. Это позволит современным школьникам не только научиться программировать в рамках раздела моделирование, но и самостоятельно ставить задачу, находить математические модели и области использования результатов решения задачи.

#### Литература

1. Богданова, М. В., Рощупкина, Е. В. Особенности преподавания компьютерного моделирования в средней школе // Молодой ученый. – 2017. – №44. – С. 152–155.
2. Захарова, И. Г. Информационные технологии в образовании: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений [Текст] / И. Г. Захарова – М.: Изд. центр Академия, 2003. – 192 с.
3. Поляков, К. Ю. Информатика. Базовый уровень. 9 класс: учебное издание. / К. Ю. Поляков, Е. А. Еремина. – Москва: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2021. – 352 с.

**MISHINA Daria Gennadievna**

student, Voronezh State Pedagogical University;  
teacher, MBOU gymnasium "UVK No. 1", Russia, Voronezh

**SHAREIKO Victoria Vadimovna**

student, Voronezh State Pedagogical University, Russia, Voronezh

## CONSTRUCTION OF GEOMETRIC SHAPES IN THE COMPUTER ENVIRONMENT "COMPASS 3D"

**Abstract.** In the article, the automated construction of geometric shapes is considered as the integration of educational subjects of geometry and computer science. The geometrical construction according to the mathematical modeling algorithm is considered in detail. It can be concluded that computer drawing systems are convenient to use not only for solving construction problems, but also for solving computational geometric problems, as well as for proofs.

**Keywords:** computer model, stages of construction, computer drawing system, "COMPASS 3D".

# ФИЛОЛОГИЯ, ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ, ЖУРНАЛИСТИКА

**РЫБКИНА Алина Дмитриевна**

магистрантка филологического факультета,  
Кубанский государственный университет, Россия, г. Краснодар

## РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО ТИПАЖА «УЧИТЕЛЬ» В РАССКАЗЕ В. П. АСТАФЬЕВА «ФОТОГРАФИЯ, НА КОТОРОЙ МЕНЯ НЕТ»

***Аннотация.** В статье рассматриваются нестереотипизированные характеристики лингвокультурного типажа «Учитель» в рассказе В.П. Астафьева «Фотография, на которой меня нет», делается вывод об индивидуально-авторском видении лингвокультурного типажа «Учитель».*

***Ключевые слова:** лингвокультурный типаж, стереотипизированные и индивидуально-авторские характеристики учителя.*

Лингвокультурология – это достаточно новая отрасль в языкознании, возникшая на стыке лингвистики и культурологии и исследующая проявления культуры народа, которые отразились и закрепились в языке [3 с. 28]. Но уже сейчас можно говорить о перспективности и актуальности данного направления в науке.

На сегодняшний день основательно лингвокультурологией в России занимаются несколько мощных школ: Московская, Волгоградская, Воронежская, Кемеровская. Стоит сказать, что методология данной науки еще находится на этапе формирования, поэтому работы каждой из вышеперечисленных научных объединений отличаются областью исследования, процедурами анализа и имеют собственные установки по поводу изучаемого. В данной работе хочу остановиться на исследовании Волгоградской лингвокультурологической школы (В.И. Карасик, О.А. Дмитриева и др.), а именно на изучении лингвокультурных типажей (далее ЛТ). Взяв за основу уже имеющуюся теоретическую базу, можно выделить следующие характеристики ЛТ: узнаваемость в той или иной культуре, ассоциативность, собирательность, повторяемость, возможность представления в карикатурном и упрощенном виде [1, с. 8]. ЛТ представляет собой типизированную личность с уникальным набором характеристик, узнаваемых данной культурой. Это концепт,

охватывающий понятийный, образный и оценочный элементы.

В данной работе будет рассмотрено воплощение ЛТ «Учитель». К середине прошлого века в русской языковой культуре успевает сложиться ЛТ «учитель», в основе которого находится набор соответствующих концептуальных признаков. Стоит сказать, исследования ученых демонстрируют, что ЛТ «учитель» в отечественной культурной среде имеет как положительные, так и отрицательные характеристики. К коннотативно отрицательным стереотипизированным относят нервозность, профессиональную некомпетентность, рассеянность, усталость, вспыльчивость, несправедливость и другие. К положительным характеристикам учителя относят высокое знание своего предмета, широкий кругозор, терпеливость, интеллигентность, вежливость, честность, нравственность, неравнодушие.

На страницах книг художественной литературы мы можем найти для себя объект исследования в области лингвокультурологии. Наше внимание привлёк известный автобиографический рассказ В. П. Астафьева «Фотография, на которой меня нет», который изучается в школах, а поэтому узнаваем среди детей, но также он находит отклик в сердцах и у старшего поколения. Главным героем рассказа является мальчик Витя, и сюжет развивается вокруг его

личности, но нельзя не выделить в повествовании семью молодых учителей.

В данной работе было решено проанализировать как воплощён образ педагога с точки зрения теории лингвокультурных типажей в данном произведении и в сознании отечественного культурного пространства. В собственном исследовании ЛТ была использована методика характеристики персонажа, предложенная А.А. Щербачевой [4, с. 78]. Рассмотрим следующие характеристики:

#### 1. Портретные характеристики.

Глазами рассказчика перед нами, по большей части, предстает динамический портрет, включающий совокупность мимики (движение мышц лица) и жестов, особенности походки и пластики тела, речевую манеру (голос, интонации, дикция).

Учитель появляется в эпизоде, в котором приносит в дом Витьки фотографию, на которую тот не попал из-за болезни. Учитель был одет по-зимнему: пальто, шапка, катанки. Отмечается, что педагог был воспитан, приветлив, обеспокоен здоровьем своего ученика. Улыбался, вроде бы грустно и в то же время ласково и приветно. Так умел только он. Ему было около двадцати пяти лет, но рассказчику он казался пожилым и очень солидным человеком. Также от героя мы узнаем статическую информацию о внешности педагога, а именно, что лицо у учителя было бледное и малоприметное, волосы зачесаны назад, уши торчали. «А так ничего больше особенного не было, разве что немного печальные и оттого необыкновенно добрые глаза» [2, с. 198]. Итак, перечисленные выше портретные характеристики, говорят о преимущественно положительной оценке образа учителя.

#### 2. Текстовые номинации – апеллятивы с элементами модальности.

О том как звали учителя и его жену (тоже учительницу) мы узнаем в самом конце рассказа: Евгений Николаевич и Евгения Николаевна, поэтому на протяжении всего текста встречается номинация учитель. Но для автора именно эта номинация особенно ценна. Глубокое уважение и признательность чувствуется со стороны автора по отношению к учителям. Эту мысль подтверждает следующая цитата из текста: «Но фамилию учителя можно и забыть, важно, чтоб осталось слово «учитель»! И каждый человек, мечтающий стать учителем, пусть доживет до такой почести, как наши учителя, чтоб раствориться в памяти народа, с

которым и для которого они жили, чтоб сделаться частицей его и навечно остаться в сердце даже таких нерадивых и непослушных людей, как я и Санька» [2, с.205].

#### 3. Особенности дискурса.

В рассказе представлен пример образцового педагога. Повествуется, что даже в сложное время, когда не хватало парт, скамеек, учебников и прочих школьных принадлежностей, учитель старался качественно и добросовестно обучать детей. Учитель трудился для общего блага, а главное для детей:

«В школе появились карандаши, тетради, краски вроде пуговиц, приклеенные к картонкам, переводные картинки. Учитель еще и еще ездил в город на сельсоветской кляче, выхлопотал и привез учебники, один учебник на пятерых. Потом еще полегчение было – один учебник на двоих» [2, с.201]. С явным восторгом героиня рассказывает, что учителю удалось пригласить фотографа в деревню, чтобы заснять детей и школу. Также стоит отметить прекрасные человеческие качества учителя, которые были продемонстрированы в эпизоде со змеей. Обнаружив, что детям угрожает опасность, он не задумываясь бросился их защищать, хотя сам, вероятно, испугался не на шутку, ведь ранее он не встречал змей: «Руки его дрожали. Ноздри и глаза его расширились, весь он был белый» [2, с.204].

Стратегии, которыми пользуется учитель в профессиональной деятельности: демонстрирует высокие профессиональные и человеческие качества, готов помочь в трудную минуту, отзывчив, справедлив, застенчив. Является авторитетным человеком не только для детей, но и для взрослых в деревне. Учитель и его жена были близки к простому человеку: «Учителя были заводилами в деревенском клубе. Играм и танцам учили» [2, с.201].

#### 4. Мнение и отношение других героев.

В тексте говорится, что уважение к учителю и учительнице было всеобщее, молчаливое. Вот что мы узнаем: «Учителей уважают за вежливость, за то, что они здороваются со всеми кряду, не разбирая ни бедных, ни богатых, ни ссыльных, ни самоходов. Еще уважают за то, что в любое время дня и ночи к учителю можно прийти и попросить написать нужную бумагу [2, с.200]». Вежливые беседы учителя благотворно влияли на пьяницу дядю Левонтия. Умел учитель найти подход к каждому. Жители деревни в благодарность угощали учителя молоком, творогом, ягодами, а учительнице



давали советы по хозяйству и помогали при-сматривать за ребеночком. А эпизод, где рассказчик и бабушка волнуются, когда сидят за одним столом с учителем, также является показательным. Для жителей деревни было волнительным и радостным событием, если учитель заходил в гости: «Учитель пил с бабушкой чай. И я первый раз в жизни сидел за одним столом с учителем и изо всей мочи старался не обляпаться, не пролить из блюдца чай. Бабушка застелила стол праздничной скатертью и поставила-а-а-а... И варенье, и брусника, и сушки, и лампасейки, и пряники городские, и молоко в нарядном сливочнике. Я очень рад и доволен, что учитель пьет у нас чай, безо всяких церемоний разговаривает с бабушкой, и все у нас есть, и стыдиться перед таким редким гостем за угощение не приходится» [2, с.202]. Сам рассказчик восхищался кругозором учителя, всегда внимательно слушал его рассказы. Вот таким он остался в его воспоминаниях: «...с чуть виноватой улыбкой, вежливого, застенчивого, но всегда готового броситься вперед и оборонить своих учеников, помочь им в беде, облегчить и улучшить людскую жизнь [2, с.205]».

#### 5. Речевые особенности героя

В тексте не встречаются монологи и длинные речи учителя, где мы можем оценить его речевые особенности. Но обратив внимание, на имеющиеся реплики в диалогах, можно сказать, что учитель выражается грамотно, лаконично, не допуская ошибок и просторечных слов.

Итак, работая над исследованием ЛТ «Учитель» на материале рассказа «Фотография, на

которой меня нет», можно сделать вывод, что Евгений Николаевич не обладает отрицательными стереотипизированными характеристиками учителя, ему присущи исключительно положительные характеристики, а именно: профессионализм, вежливость, воспитанность, любовь к детям, понимание психологии человеческого характера, широкий кругозор, желание помогать и делать добрые дела. Полагаю, что указанные характеристики формируют идеализированный образец учителя мечты.

#### Литература

1. Арнаутова, О. А. Реализация ядра концептуального пространства «УЧИТЕЛЬ – УЧЕНИЕ – УЧЕНИК» в русской лингвокультуре / О. А. Арнаутова // Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2001. – № 10. – С. 8–15.
2. Литература: 8 класс. Учеб. Для общеобразоват. Учреждений. В 2 ч. Ч. 2 / В. Я. Коровина, В. П. Журавлев, В. И. Коровин. – 5-е изд. – М.: Просвещение, 2017. – 368 с.: ил. – ISBN 978-5-09-046559-5.
3. Маслова В.А. Лингвокультурология: Учеб. Пособие для студентов высш. учеб. Заведений. – М.: Академия, 2001, - 208с.
4. Щербаева, А.А. Лингвокультурные типажы "учитель" и "врач": общекультурные и индивидуально-авторские характеристики: на материале прозы А.П. Чехова: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01: защищена 17.12.2010 : утв. 19.01.2011 / Щербаева Анастасия Александровна. – Краснодар, 2010. – 222с. – Библиогр.: С.78-81.

**RYBKINA Alina Dmitrievna**

Master student of the Faculty of Philology, Kuban State University,  
Russia, Krasnodar

## REPRESENTATION OF THE LINGUISTIC AND CULTURAL TYPE "TEACHER" IN THE STORY OF V. P. ASTAFYEV "THE PHOTO IN WHICH I AM NOT"

**Abstract.** The article deals with the non-stereotyped characteristics of the linguocultural type "Teacher" in the story of V.P. Astafiev "The Photograph on Which I Am Not", the conclusion is made about the individual author's vision of the linguocultural type "Teacher".

**Keywords:** linguocultural type, stereotyped and individual author's characteristics of a teacher.

# ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

**АХМАРОВА Ирина Ильфатовна**

магистрант, Московский финансово-промышленный университет «Синергия»,  
Россия, г. Москва

## ИСКОВАЯ ДАВНОСТЬ (ОТЧЕТ О НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ)

**Аннотация.** Исследование посвящено исковой давности в современном отечественном и зарубежном гражданском праве на основе отчета о проведенной научно-исследовательской работе.

**Ключевые слова:** исковая давность, правовое регулирование, общественные отношения.

В период подготовки к написанию научно-исследовательской работы передо мной стояли следующие цели:

- всесторонняя подготовка к научно-исследовательской работе в области юриспруденции;
- развитие практических навыков самостоятельной профессиональной, научно-исследовательской работы;
- получение необходимого информационного материала для написания научно-исследовательской работы.

Совместно с научным руководителем была выбрана следующая тема научно-исследовательской работы: «Исковая давность в современном отечественном и зарубежном гражданском праве».

Для реализации целей необходимо решить следующие задачи:

1. Обоснование выбранной темы исследования и ее актуальности.
2. Определение объекта, предмета, а также теоретической основы исследования.
3. Провести краткий анализ литературы и судебной практики по выбранной теме.

Совместно с научным руководителем был определен следующий план научно-исследовательской работы:

Введение

Глава 1. Общие положения о сроках в гражданском праве

- 1.1. Понятие, значение, исчисление сроков
- 1.2. Понятие и значение исковой давности

Глава 2. Правовое регулирование, исчисление и применение исковой давности

- 2.1. Применение исковой давности
- 2.2. Начало течения срока исковой давности
- 2.3. Последствия истечения срока исковой давности
- 2.4. Приостановление срока исковой давности
- 2.5. Перерыв, восстановление срока исковой давности

Заключение

Список использованных нормативно-правовых актов и литературы.

Исковая давность относится к числу наиболее фундаментальных институтов гражданского права, поскольку практически все гражданско-правовые отношения характеризуются той или иной временной протяженностью, подавляющее их большинство тесно связано с гражданско-правовым институтом сроков и институтом исковой давности.

Актуальность темы научно-исследовательской работы обусловлена тем, что своевременное осуществление и защита нарушенных прав способствует достижению той цели, которую преследуют субъекты, вступая в те или иные гражданские правоотношения, и определяется несколькими теоретическими и практическими положениями. Фактор времени играет важную роль в хозяйственной деятельности и при решении социальных проблем, он приобретает важное значение и как мера оценки социальных процессов и явлений, и как средство целенаправленного регулирования

человеческой деятельности. Особую значимость учет фактора времени имеет в хозяйственных отношениях. Существование прав и обязанностей во времени – важное средство юридического воздействия на поведение участников гражданских правоотношений. Сроки упорядочивают гражданский оборот, способствуют своевременному выполнению договоров, повышают их роль. Проблема времени (сроков) играла и продолжает играть большую роль не только в узко-хозяйственной деятельности, но и в экономике государства в целом. Оценка любой работы немыслима без соблюдения сроков, которые упорядочивают договорные обязательства и способствуют их выполнению. Осуществление и защита гражданских прав неразрывно связаны с фактором времени. Гражданское законодательство с моментами или периодами времени связывает возникновение, изменение и прекращение правоотношений, совершение действий, предусмотренных договором или законом, возможность принудительного осуществления нарушенного права.

Исковая давность необходима, так как спорные обстоятельства не всегда могут быть установлены по прошествии длительного периода времени. Стороны могут утратить доказательства, позабыть о существенных обстоятельствах, которые имеют важное значение для правильного разрешения дела. Применение исковой давности защищает лицо от необоснованных притязаний и одновременно побуждает стороны правоотношений своевременно заботиться об осуществлении и защите своих прав и тем самым способствует укреплению финансовой и хозяйственной дисциплины в гражданском обороте.

Объектом исследования являются общественные отношения, возникающие в связи с исчислением и применением исковой давности.

Предметом исследования являются положения российского и зарубежного законодательства, доктрины частного права и правоприменительной практики об исковой давности, анализ которых позволил выделить и обосновать тенденции развития правил об исковой давности. В контексте исследования под современным иностранным правом понимаются выявленные автором на примере в основном европейского континентального гражданского права и негосударственных актов частного права наиболее общие характерные черты

текущего состояния и правопонимания исковой давности в зарубежном праве и законодательстве. Цель исследования состоит в обзоре доктрины, законодательства и практики применения исковой давности, выявлении сходств, различий и последних тенденций развития правил об исковой давности в современном российском и зарубежном праве, а также предложить, там, где это необходимо, новое толкование или пути реформирования российского права в сфере исковой давности.

Введение содержит рассмотрение следующих вопросов: охарактеризована актуальность темы, поставлены основные цель и задачи, определены объект, предмет исследования, приведена теоретическая база и эмпирическая основа исследования.

В первой главе рассмотрены общие положения о сроках в гражданском праве, раскрыты понятие и значение исковой давности в российском и зарубежном праве, исчисления сроков, проведен анализ понятия «исковая давность», дана характеристика срокам в гражданском праве.

Во второй главе исследуются вопросы правового регулирования сроков исковой давности, выявлены подходы к определению начала срока давности в российском и зарубежном праве, рассмотрены основания приостановки и перерыва исковой давности в российском и зарубежном праве, изучено изменение срока давности соглашением сторон и компетентным органом в российском и зарубежном праве. Кроме того, исследуется действие, применение, последствия окончания срока давности в российском и зарубежном праве, описаны основные последние тенденции развития правил об исковой давности в отечественном и зарубежном праве.

По результатам исследования нормативной и научной литературы, материалов судебной практики по теме научно-исследовательской работы был составлен список использованных источников. При написании работы использовались труды отечественных и иностранных авторов (С.Н. Абрамов, М.М. Агарков, А.Л. Боровиковский, М.И. Брагинский, Г.С. Бургучев, С.И. Вильнянский, Д.Д. Grimm, Л.Б. Дорн, А.П. Зацаринский, О.С. Иоффе, и др.), нормы российского законодательства (Конституция Российской Федерации, Гражданский кодекс Российской Федерации, Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации, Налоговый кодекс Российской Федерации),

Комментарии к Гражданскому кодексу РФ, Гражданский кодекс РСФСР, Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 22.11.2016 № 54 «О некоторых вопросах применения общих положений Гражданского кодекса Российской Федерации об обязательствах и их исполнении», Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 29.09.2015 № 43 «О некоторых вопросах, связанных с применением норм Гражданского кодекса Российской Федерации об исковой давности» и другие.

Обобщение, анализ и оценка материалов судебной практики, используемые в рамках настоящей работы, могут способствовать разрешению ряда противоречий практического плана.

### Литература

1. Григорьева А.Г. Исковая давность в свете концептуальных изменений гражданского законодательства России // Теория и практика общественного развития. 2015. №17. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/iskovaya-davnost-v-svete-kontseptualnyh-izmeneniy-grazhdanskogo-zakonodatelstva-rossii>
2. Кузнецова О. А., Захаркина А. В. Объект и предмет исследования в цивилистических диссертациях // Методологические проблемы цивилистических исследований. 2019. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obekt-i-predmet-issledovaniya-v-tsivilisticheskikh-dissertatsiyah> (дата обращения: 15.08.2022).

**AKHMAROVA Irina Ilfatovna**

Master's student, Moscow Financial and Industrial University "Synergy",  
Russia, Moscow

## LIMITATION PERIOD (REPORT ON RESEARCH WORK)

**Abstract.** *The study is devoted to the limitation period in modern domestic and foreign civil law on the basis of a report on the research work carried out.*

**Keywords:** *statute of limitations, legal regulation, public relations.*

**СЕРГИЕНКО Татьяна Валерьевна**

студентка 4 курса второй группы Института прокуратуры,  
Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина,  
Россия, г. Москва

## **ДЕЙСТВИЕ ПРИНЦИПА ТЕРРИТОРИАЛЬНОСТИ В ЮРИСДИКЦИИ МЕЖДУНАРОДНОГО УГОЛОВНОГО СУДА**

*Аннотация.* В данной статье рассматривается действие принципа территориальности в юрисдикции Международного уголовного суда.

*Ключевые слова:* юрисдикция, принцип территориальности, субъективная территориальность, объективная территориальность, доктрина последствий.

В международно-правовых актах юрисдикция, как правило, рассматривается с точки зрения распространения суверенной власти государств-участников на какие-либо объекты или определенные участки территории, а также как проявление территориального верховенства [10, с. 14, 29]. Так, в ст. 2 Проекта Декларации прав и обязанностей государств (1949) предусмотрено право каждого государства осуществлять юрисдикцию над своей территорией и над всеми лицами и вещами, находящимися в ее пределах, с соблюдением признанных международным правом иммунитетов [6].

Исходя из положений Римского статута, в компетенцию Международного уголовного суда входят только преступления, которые были совершены либо на территории государства-участника, либо гражданином государства-участника. По-большому счету, если не соблюдается ни личный, ни территориальный принцип, Суд не правомочен осуществлять правосудие.

Однако, в доктрине, посвященной вопросам деятельности международного уголовного права, имеет место расширение принципа территориальности путем включения в его состав субъективной и объективной территориальности. Под субъективной территориальностью понимается осуществление государством уголовной юрисдикции в отношении преступления, совершенного на его территории, но оконченного за границей. субъективной

территориальностью проявляется, когда преступление в целом совершено за пределами территории государства, однако его последствия затрагивают интересы этого государства [10, с. 111]. Для применения принципа объективной территориальности и осуществления Судом его юрисдикции достаточным условием является совершение лишь части объективной стороны преступления на территории государства-участника Статута.

Принцип объективной территориальности обладает всеми необходимыми для признания в качестве международно-правового обычая элементами: практика государств и признание в качестве обязательной нормы права (*opinio juris*)<sup>1</sup>. В частности, в решении по делу о Ситуации в Мьянме МУС подтвердил его статус в качестве международно-правового обычая [8].

Тем не менее, наиболее полно данный принцип был исследован в решении по делу С.С. Лотус. В соответствии с этим решением: «преступления, совершенные иностранцами на территории другого государства, должны рассматриваться как совершенные на национальной территории [государства, устанавливающего юрисдикцию], если там имел место один из составных элементов преступления, в частности, его эффект» [7].

Помимо объективной и субъективной территориальности выделяется также доктрина эффекта или доктрина последствий. Она имеет экстерриториальный признак, проявляющийся в установлении юрисдикции в отношении

<sup>1</sup> North Sea Continental Shelf.

иностранного гражданина, действия которого на территории иностранного государства имеют серьезные последствия на территории государства, устанавливающего юрисдикцию. Таким образом, понимание территориальности или экстерриториальности исходит не из географических границ государства, а степени связи конкретного дела с иностранной или национальной юрисдикцией.

Возникает вопрос, насколько правомерно пользоваться доктриной в данной ситуации. Согласно статье 21 Римского Статута, суд применяет: *во-первых*, сам Статут, Элементы преступлений и свои Правила процедуры и доказывания; *во-вторых*, в соответствующих случаях, применимые международные договоры, принципы и нормы международного права, включая общепризнанные принципы международного права вооруженных конфликтов; *в-третьих*, в определенных случаях возможно применение общих принципов права, взятых им из национальных законов правовых систем мира. Как известно, Устав ООН является международным договором, Статут международного суда ООН – часть Устава ООН, а значит, часть международного договора, в статье 38 которого указывается о возможности применения судебных решений и доктрины наиболее квалифицированных специалистов по публичному праву различных наций в качестве вспомогательного средства для определения правовых норм. Таким образом, опираться на доктрину в решении указанной выше ситуации мы имеем полное право.

Продолжая рассуждения, термины статьи 12(2)(а) Статута устанавливают юрисдикцию Суда, когда «поведение», о котором идет речь, «имело место» на территории государства-участника. Эти термины в их обычном значении не объясняют, сколько требуется поведения или что включает в себя поведение. Они также не объясняют, обязательно ли «событие» включает в себя начало и конец такого «поведения» или достаточно соответствующих событий между ними [2].

Обычное значение терминов пункта 2(а) статьи 12 Статута не дает никакой ясности относительно того, (1) должны ли все правовые элементы преступления иметь место на территории государства-участника, или (2) только один правовой элемент преступления должен иметь место на территории государства-участника, или (3) не все правовые элементы преступления должны иметь место на территории

государства-участника, но они должны включать те элементы, которые непосредственно связаны с действиями обвиняемого. Кроме того, другие, столь же авторитетные, лингвистические версии Статута не разъясняют этот вопрос. Поэтому Защита считает, что значение слова, приравниваемого к «поведению» по смыслу статьи 12(2)(а), столь же изменчиво, в зависимости от его контекста, на арабском, китайском, французском, русском и испанском языках, как и на английском.

Однако в соответствии с общими нормами международного права статью 12(2)(а) Статута правильно толковать как требующую, чтобы преступление совершалось на территории государства-участника полностью или частично. Это не только общее мнение, сформировавшееся в научных кругах [9], но, что еще более важно такое толкование, вытекает из обычного значения используемых терминов, читаемых в контексте их объекта и цели.

Около 168 государств ратифицировали по крайней мере один международный договор, который требует от них признать, что другое государство-участник может осуществлять юрисдикцию в отношении поведения, которое имеет место лишь частично на их территории [5]. Кроме того, по меньшей мере 66 государств также приняли на себя международные обязательства осуществлять внутреннюю юрисдикцию в отношении серьезных преступлений, совершаемых лишь частично на их территории [1]. Многие государства также прямо предусматривают в своем внутреннем законодательстве общее положение, устанавливающее юрисдикцию в отношении преступлений, частично совершенных на их территории, включая обстоятельства «объективной территориальности». Например, Франция, которая предусматривает, что преступление считается совершенным на территории Франции, если один из «составных элементов» имел место на территории Франции [4], или Исламская Республика Иран, которая предусматривает, что преступление «считается совершенным на территории Исламской Республики Иран», когда «часть» преступления «или его результат» произошли на территории Ирана [3].

Таким образом, принцип территориальности при рассмотрении его в ракурсе юрисдикции Международного уголовного суда понимается и толкуется более широко, чем предусмотрено в самом Римском статуте.

**Литература**

1. African Union Convention on Preventing and Combating Corruption (1 July 2003), s 13(1)(a); The European Parliament and the Council Directive 2011/92/EU of 13 December 2011 on Combating the Sexual Abuse and Sexual Exploitation of Children and Child Pornography, and Replacing Council Framework Decision 2004/68/JHA of 17 December 2011, Art. 17(1)(a).

2. Application under regulation (Prosecution's Request for a Ruling on Jurisdiction under Article 19(3) of the Statute) (9 April 2018) <[https://www.icc-cpi.int/CourtRecords/CR2018\\_02057.PDF](https://www.icc-cpi.int/CourtRecords/CR2018_02057.PDF)> accessed 27 February 2021.

3. Islamic Republic of Iran, Islamic Penal Code, book I, chapter 2, § 4.

4. France, Code Pénal, § 113(2).

5. Конвенция Организации Объединенных Наций по морскому праву (принята 10

декабря 1982 г., вступила в силу 16 ноября 1994 г.) 1833 UNTS 3, ст. 27(1)(a)(b).

6. Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН 375 (IV), UN Doc. A/RES/375(IV) (6 декабря 1949 г.).

7. See Lotus case (Fr. v. Turk.), 1927 P.C.I.J. (ser. A) No. 10, at 12.

8. Myanmar Factsheet. February 2016 [Электронный ресурс] // Report of UN High Commissioner for Refugees 2016. URL: <https://www.unhcr.org/protection/operations/50001cf99/myanmar-fact-sheet.html> (дата обращения: 28.12.2018).

9. Cassese, Gaeta, and Jones, The Rome Statute of the International Criminal Court, vol 1 (OUP 2002) 567; Rynjaert, Jurisdiction in International Law, (2nd edn, OUP 2015) 76.

10. Каюмова А.Р. Уголовная юрисдикция в международном праве (Казань, Центр инновационных технологий 2016).

**SERGIENKO Tatiana Valeryevna**

4th year student of the second group of the Institute of Public Prosecutor's Office,  
Moscow State Law University named after O.E. Kutafin,  
Russia, Moscow

## OPERATION OF THE PRINCIPLE OF TERRITORIALITY IN THE JURISDICTION OF THE INTERNATIONAL CRIMINAL COURT

**Abstract.** *This article examines the operation of the principle of territoriality in the jurisdiction of the International Criminal Court.*

**Keywords:** *jurisdiction, the principle of territoriality, subjective territoriality, objective territoriality, the doctrine of consequences.*



**СОРОКИН Виталий Вячеславович**

студент кафедры теории и истории государства и права,  
Московский университет С.В. Витте, Россия, г. Москва

**КОНСТИТУЦИОННЫЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ**

***Аннотация.** Рассматриваются конституционные нормы, на которых базируются принципы социальной политики в Российской Федерации. Кратко исследована концепция социального государства. Дан анализ соответствия показателей эффективности государственной социальной политики содержанию рассматриваемых конституционных норм. Делается вывод о декларативном характере конституционных норм о социальном государстве ввиду отсутствия механизма их практической реализации, а также их несоответствии современным нормам международного права.*

***Ключевые слова:** Конституция, социальная политика, социальное государство, конституционные нормы, социальная справедливость.*

Конституционные основы российской социальной политики основываются на ряде фундаментальных положений Конституции РФ [2]. В соответствии со ст. 7 Конституции Россия – это социальное государство, что выражается в направленности реализуемой политики на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь человека. Часть 2 ст. 7 Конституции развивает данный принцип в том ключе, что государство гарантирует охрану труда и здоровья людей, устанавливает минимально допустимый размер оплаты труда, обеспечивает поддержку семьи, материнства, отцовства и детства, социально незащищённых категорий граждан посредством развитой системы социальных служб. Кроме того, устанавливаются гарантии социальной защиты, такие, как пенсии и пособия. Перечисленные в ст. 7 Конституции гарантии государства обозначают основные точки, по которым должна развиваться социальная политика.

Помимо этой базовой декларации в ст. 7, Конституция содержит ряд смежных со ст. 7 положений, расширяющих и конкретизирующих, что подразумевается под социальным государством в конституционном смысле. Это ст. 41 о бесплатной медицинской помощи в государственных и муниципальных учреждениях, ст. 43 о доступном образовании, ст. 37 о праве на свободный труд, ст. 39 о гарантированных государством пенсиях и пособиях, а также ряд других норм аналогичного содержания.

Назначение подобных норм в Конституции – это необходимость служить нормой-целью для государства и общества, задавать правильный вектор социального развития.

Советские и российские ученые-правоведы В.Д. Зорькин и Л.В. Лазарев, давая толкование конституционно-правовым основам социальной политики государства, раскрывали понятие социального государства как государства, достигнувшего такого общественного развития, «<...> которое основывается на доктринальных правах и принципах социальной справедливости, всеобщей солидарности и взаимной ответственности. Социальное государство призвано помогать слабым, влиять на распределение экономических благ, чтобы обеспечить каждому человеку достойное существование» [5, с. 37].

Иногда в литературе можно встретить мнение, толкующее социальную политику государства как «<...> систему осуществляемых им конкретных мер и мероприятий, направленных на жизнеобеспечение населения. С помощью социальной политики государство обеспечивает минимальный уровень социальных гарантий, создавая благоприятные условия для жизнедеятельности людей» [8, с. 3]. Такое понимание в корне неверно, поскольку противоречит самому содержанию ст. 7 Конституции, в которой говорится именно о достойной жизни и свободном развитии, а не определенном минимальном «пакете услуг» от государства для поддержания жизнедеятельности.

Современное общество предъявляет достаточно высокие социальные стандарты. Чтобы реализовать их, необходима деятельная и активная социальная политика. Как отмечают специалисты, по своей природе она является «масштабной социальной технологией,

инструментом решения социальных проблем государства и общества» [4, с. 29].

Такая социальная политика должна сочетать достаточность материально-финансовых ресурсов с передовыми социальными технологиями, квалифицированными кадрами и политической волей государства, реально заинтересованного в качественном и оперативном решении социальных проблем. Эти условия создадут среду, в которой активная деятельность государства будет сочетаться с аналогичной активностью от общества, бизнеса и граждан, и способствовать развитию социальной сферы, условий труда, качества и доступности образования, благосостояния людей. Если такие тенденции в обществе присутствуют, то можно заключить, что декларируемая политика государства как социального соответствует реальному положению дел.

В контексте понимания главной задачи социальной политики государства удачным представляется трактовка российского ученого А.Г. Чепурного, который трактует её как деятельность государства «<...> по поддержанию такого характера равенства и неравенства, который способствует сбалансированному развитию общества и обеспечивает стабильность правления» [10, с. 44]. Из этого можно заключить, что конституционные основы социальной политики предполагают не только декларацию о её приоритете для государства, но и действенный механизм реализации такой политики.

Специалисты по конституционному праву отмечают, что за тот почти тридцатилетний период, который действует Конституция 1993 года, произошли изменения как по толкованию конституционных норм, так и по практике их применения, «<...> изменился подход законодателя к пониманию основополагающих конституционных норм и, соответственно, их развитию в нормах российского законодательства» [6, с. 45].

С одной стороны, те конституционные декларации, которые можно было считать актуальными и достаточными на момент начала 90-х и образования нового государства, не следует считать достаточными в сегодняшней реальности по ряду причин. С другой – следует согласиться с мнением тех специалистов, которые утверждают, что «Российская правовая реальность постепенно расслаивается на идеальную конституционную, фрагментарную

законодательную и дефективную правоприменительную» [6, с. 45].

Общеизвестным для подтверждения данных утверждений стал пример с фактическим одобрением Конституционным Судом РФ в 2019 году Федерального закона об изменениях пенсионного законодательства и отказом в рассмотрении обращения группы депутатов Государственной Думы ФС РФ по вопросу увеличения возраста выхода граждан на пенсию [см. 4, с. 25]. В данном случае были прямо нарушены не только нормы Конституции, устанавливающие основы социальной политики, но и положения ст. 55 Конституции, ч. 2 которой прямо запрещает издавать законы, отменяющие или умаляющие права и свободы человека и гражданина.

Специалисты такой темп регрессивных изменений отмечали достаточно давно. Ещё в 2016 г. авторский коллектив под редакцией Е. Лукьяновой и И. Шаблинского в своём докладе по конституционному кризису в России вывели три основные формы кризиса конституционного правоприменения: «<...> отклонение правоприменительной практики от базовых конституционных принципов, ограничения в реализации базовых конституционных прав и свобод, блокировка работы ключевых конституционных прав и свобод» [7, с. 5]. Российское же общество в целом заметило данный регресс только после принятия одиозного и серьёзного пакета законодательных изменений в социальной сфере.

Чтобы оценить, насколько декларируемые конституционные основы социальной политики государства как государства социального соотносятся с объективными показателями действенности политики в данной сфере, следует обратиться к фактическим данным.

По данным Высшей школы экономики и Института исследований и экспертизы Внешэкономбанка на 2019 г. 3 % населения Российской Федерации владели 89% всех финансовых активов страны, 92% всех срочных вкладов и 89 % всех наличных сбережений. На 20 % самого бедного населения страны приходилось 6% финансовых активов, 4 % срочных вкладов и 3 % наличных сбережений [см. 4, с. 25]. По оценкам Всемирного банка доля благосостояния, которым владеет 1% самых состоятельных людей России самая большая среди всех стран мира, превосходя даже Индию (в России 1 % населения владеет 66 % всех богатств страны, в Индии – 58 %) [см. 5, с. 38]. Такое неравенство в

распределении благосостояния характерно для стран, где основная часть благ присваивается элитой.

В какой-то мере сложившаяся ситуация объясняется тем, что в действующей редакции Конституции не прописанных механизмы реализации декларируемых ею же норм. Так, ст. 37 Конституции, говоря о праве на минимальный размер оплаты труда, игнорирует тот факт, что, как правило, взрослый человек на свою зарплату содержит не только себя, но и свою семью. Это противоречит международной европейской практике по исчислению минимального порога заработной платы. Часть 1 ст. 4 «Европейской социальной хартии» (пересмотренная, принята в г. Страсбурге 03.05.1996) прямо предусматривает «<...> право работников на вознаграждение за труд, которое позволит обеспечить им и их семьям достойный уровень жизни» [1]. Показательно, что Российская Федерация не только не внесла соответствующие изменения в ст. 73 Конституции во время последнего пересмотра её положений в 2020 г., но и не ратифицировала конкретно ч. 1 ст. 4 Европейской социальной хартии [3].

В действующей редакции Конституции отсутствуют правовые основы для механизма реализации справедливого распределения материальных благ и реализации социальной справедливости. В этой связи представляет интерес проект Конституции России под редакцией С.С. Сулакшина, в котором он для достижения данных целей предлагает прописать в Конституции, что «<...> государстве создаёт государственные фонды общественного потребления, устанавливает прогрессивное налогообложение доходов физических и юридических лиц, ограничивает и регулирует ренту: обеспечивает трудовую занятость трудоспособных граждан в соответствии с их предпочтениями, уровнем образования, профессиональной подготовкой» [9, с. 72].

Таким образом, можно заключить, что декларативные конституционные нормы о социальном государстве не были реализованы, а практика правоприменения только отдалилась от основ конституционного строя, заложенных в Главе 1 Конституции. В сложившихся условиях конституционный концепт социального государства нуждается в ряде изменений и дополнении его механизмом реализации, а также приведении его в соответствие с нормами международного права в соответствующей области.

## Литература

1. «Европейская социальная хартия (пересмотренная)» (принята в г. Страсбурге 03.05.1996) // <http://www.consultant.ru>. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_120807/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_120807/) (дата обращения: 30.05.2022).
2. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993 г., в ред. от 01.07.2020 г.) // <http://www.constitution.ru>. – URL: <http://www.constitution.ru> (дата обращения: 30.05.2022).
3. Федеральный закон «О ратификации Европейской социальной хартии (пересмотренной) от 3 мая 1996 года» от 03.06.2009 № 101-ФЗ // <http://www.consultant.ru>. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_88272/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_88272/) (дата обращения: 30.05.2022).
4. Глотов С.А., Ращупкина М.Г. И снова о ст. 7 Конституции Российской Федерации (как мы строим социальное государство) / С.А. Глотов, М.Г. Ращупкина // Безопасность бизнеса. – 2019. – № 4. – С. 22–32.
5. Социальная политика государства: конституционно-правовые основы, российская и зарубежная практика: Учебно-методическое пособие / С. А. Глотов и др. – М.: Федеральный центр образовательного законодательства, 2019. – 458 с.
6. Демидов Д.Г. Положения Конституции Российской Федерации в контексте правоприменения: к проблеме правовой реальности // Администратор суда. 2020. № 4. С. 43–47.
7. Конституционный кризис в России и пути его преодоления. Доклад «Открытой России» и Института Современной России / под ред. Е. Лукьяновой, И. Шабинского, В. Пастухова. – М., 2016. – С. 5.
8. Скачкова Г.С. Социальная политика Российского государства и трудовое законодательство // Трудовое право в России и за рубежом. – 2017. – № 4. – С. 3–6.
9. Конституция России (проект) / Под общ. ред. С.С. Сулакшина. М.: Научный эксперт, 2013. 264 с.
10. Чепурной А.Г. Конституционные основы социальной политики государства: современные концепции / А. Г. Чепурной // Вестник Московского университета МВД России 2013. – № 11. – С. 44–52.

**SOROKIN Vitalii Viacheslavovich**

student of the department of theory and history of state and law,  
Moscow Witte University, Russia, Moscow

## **THE CONSTITUTIONAL BASICS OF SOCIAL POLICY IN RUSSIA**

**Abstract.** *The article considers the constitutional laws are basic principles of social policy by the Russian Federation. The author investigates briefly welfare state concept. There is complains analysis of indicators by effectiveness of state social policy to the content of the considered constitutional law. The author summared about the formal nature of the constitutional laws on the welfare state by reason of no way implementation method, and inconsistency the constitutional laws for existing norms of international law.*

**Keywords:** *Constitution, social policy, welfare state concept, constitutional laws, social justice.*

# МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, PR

**БРОННИКОВ Максим Анатольевич**

доцент кафедры цифровых технологий в экономике и управлении, канд. экон. наук,  
Уфимский государственный авиационный технический университет, Россия, г. Уфа

## ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА

**Аннотация.** В статье рассматривается применение в цифровом маркетинге типических маркетинговых инструментов. Выявлены ключевые требования и особенности применения этих инструментов в цифровом маркетинге, главной из которых является сосредоточение ресурсов кампании продвижения на решающем маркетинговом инструменте.

**Ключевые слова:** цифровой маркетинг, коммуникационное маркетинговое воздействие, контент-маркетинг, маркетинг в поисковых системах, таргетированная реклама.

К настоящему времени отмечается важное явление: цифровой маркетинг (также именуемый интернет-маркетингом, веб-маркетингом или онлайн-маркетингом) развивается более быстрыми темпами, нежели маркетинг традиционный. Объемы онлайн-продвижения товаров и услуг вследствие ускоренной цифровизации сферы коммуникаций существенно превосходят продвижение другими способами как по затратам, так и по числу контактов с потребителями [1]. Можно сказать, что все новые предложения товаров и услуг осуществляются только онлайн.

Несмотря на такую ситуацию, следует подчеркнуть, что цифровой маркетинг фактически представляет собой продвижение товаров и услуг с более подробно и более плотно предоставляемой потребителям информацией, нежели используемой в коммуникациях традиционного маркетинга. Эта особенность формирует специфику инструментов цифрового маркетинга, ориентированных прежде всего на управление поиском и получением информации потребителями через цифровые коммуникации.

Цифровой маркетинг, управляя поиском и получением информации, объединяет в себе инструменты и методы, в традиционном маркетинге не присутствовавшие, но необходимые для достижения коммуникационных целей. К этим инструментам относятся поисковая оптимизация (SEO), контент-маркетинг, маркетинг в поисковых системах (SEM), таргетированная

реклама, чат-боты, видеомаркетинг, приложения для рекламы в социальных мессенджерах, визуальный поиск, сторителлинг в социальных сетях. Инструменты и методы цифрового маркетинга значительно в большей степени зависят от достижений, связанных с технологиями цифровой коммуникации, нежели традиционный маркетинг.

Особенностью цифрового маркетинга является его интерактивность, проявляющаяся в зависимости успешного применения инструментов цифрового маркетинга от участия потенциальных потребителей во взаимодействиях с ними. Посетители цифровых ресурсов не только должны знать основную информацию и способы использования цифровых коммуникаций, обладать знаниями, необходимыми для работы с цифровыми пользовательскими инструментами, но и проявлять лояльность по отношению к предпочитаемому бренду и быть уверенными в том, что получаемая ими информация действительно полезна для них, обеспечивая постоянство реакции на воздействие средств цифрового маркетинга.

Особенности функционирования цифрового маркетинга проявляются в последовательности взаимодействия потенциального потребителя и его инструментов, включающей в себя этапы: 1) подключение: посетитель может войти на веб-сайт в любое время и получить информацию, находясь в сети, в любой момент и точно также выйти со страницы или ресурса, что требует удержания его, обеспечивая

последовательность переходов. Перед традиционными рекламными средствами такая задача не ставится из-за её неисполнимости для них; 2) коммуникационное маркетинговое воздействие, в том числе реклама, осуществляемая в ходе посещения ресурса; 3) привлечение внимания посетителя путем демонстрации ему продвигаемого товарного предложения всеми средствами коммуникации. На этом совершаются пробные покупки потребителями-новаторами; 4) удержание: посетитель, превращаясь в потенциального клиента, вступает во взаимодействие с перечисленными выше инструментами цифрового маркетинга для формирования и поддержания своей лояльности; 5) рост: цифровой маркетинг использует все пригодные инструменты, чтобы обеспечить рост первичных и повторных продаж и повышение конкурентоспособности; 6) стимулирование продаж: на этом этапе обеспечивается поддержка первично созданного постоянного спроса путем применения информационно насыщенных инструментов цифрового маркетинга, например визуального маркетинга, контент-маркетинга, сторителлинга до обновления товарного предложения. Следует отметить, что большинство перечисленных выше информационно насыщенных инструментов цифрового маркетинга ориентированы в наибольшей степени на привлечение первичного внимания потенциальных покупателей, нежели на формирование их лояльности [2, с. 1-18]. Последнее требует большей интерактивности от продвигающей компании для обеспечения сервиса и поддержки пользователей в потреблении приобретенных ими товаров и услуг.

Как в формировании первичного спроса, так и в формировании лояльности через цифровую среду ключевое значение приобретает лидогенерация, конечной целью которой является вовлечение покупателей в бренд и обеспечение внимания их к маркетинговым коммуникациям бренда. Конечная задача лидогенерации заключается в том, чтобы клиент был сохранен для данного бренда как в цифровом, так и в обычном пространстве и не менял бренды. Ключевыми особенностями здесь являются: 1) обеспечение переходов на целевой интернет-ресурс с помощью блогов, социальных сетей и страниц с ключевыми словами, по которым посетитель осуществлял свой поиск; 2) обязательное использование призывов к действию на целевых страницах, форм

взаимодействия и прочих инструментов, с помощью которых клиенты будут вовлекаться в интерес к бренду и сам бренд; 3) формирование и продолжение отношений с клиентом, которые будут реализованы в форме электронной переписки через e-mail и мессенджеры, а также рабочих процессов систем CRM; 4) расширение глубины взаимодействия с клиентом через использование социальных сетей, реализацию интеллектуальных рабочих процессов взаимодействия.

Генерация лидов является полностью прозрачной для клиентов, что позволяет удерживать их наиболее полным образом. Лидогенерация проводится в рамках деятельности по поисковой оптимизации интернет-ресурсов компании, где компания значительно может увеличить посещаемость своих интернет-ресурсов. При таком подходе для генерации лидов обязательны к активному применению инструменты оптимизации веб-поиска интернет-ресурсов и контент-маркетинга.

В основе лидогенерации лежит сугубо маркетинговый подход: переходы на целевой ресурс или страницу формируются с помощью различных мероприятий кампаний маркетинговой коммуникации, проводимых с использованием идей, разработанных для кампаний продвижения продуктов компании. Переходы от посетителей на лэндинговые ресурсы обеспечиваются за счет создания ценности в самом действии перехода для них за счет правильно созданных презентаций и демонстрации сильных сторон как товарного предложения, так и его продавца в целом.

Особенности типических маркетинговых инструментов создают ряд проблем в их проектировании и применении в цифровом маркетинге.

Первой проблемой следует считать проведение сегментации клиентской аудитории. Основные признаки, применяемые при сегментации потребительских рынков в маркетинге: демография, образ жизни и поведение - представляют собой данные, измеряемые для интернет-аудиторий с крайне низкой релевантностью, в первую очередь из-за анонимности пользователей веб-ресурсов. Подобная ситуация, с одной стороны, порождает охоту за личными данными интернет-пользователей, а с другой стороны, вынуждает вводить определенные ограничения при формировании целевой аудитории - например, регистрацию посетителя с привязкой к личным данным при

получении им доступа к веб-ресурсу или к определенным правам посещения. В силу такой ситуации чаще всего маркетинговые кампании планируются, исходя из предположительных характеристик целевой аудитории, формулируемых исходя из накопленного опыта или некоторых априорных представлений о ней. Проверка структуры и размера целевой аудитории классическими способами выборочных исследований для интернет-аудиторий является крайне затруднительной, если вообще возможной. Наиболее релевантным способом оценки размера и состава интернет-аудитории является обработка сводных баз данных пользователей [3, с. 523-527]. Доступ к таким базам и обработка их требуют значительных затрат, которые далеко не всегда могут позволить себе небольшие компании, поэтому им затруднительно определить фактический размер и характеристики целевой аудитории, на которую будет ориентировано их товарное предложение.

Развитие локальных сообществ по психографическим или социометрическим показателям в социальных сетях как метод интернет-продвижения достаточно часто приводит к удачным результатам в смысле формирования лояльных групп пользователей и покупателей. Распространенным и достаточно эффективным инструментом продвижения для таких сообществ является использование специализированных чат-ботов. Однако и эффективное продвижение в таких сообществах обеспечивается в основном средствами поисковой оптимизации, ориентированными на использование для социальных сетей.

В целом продвижение бизнеса в социальных сетях требует значительно больше временных и финансовых затрат на продвижение, чем продвижение с использованием иных веб-ресурсов. Маркетинг в социальных сетях в качестве основных инструментов коммуникации применяет визуальную рекламу, баннеры и всплывающие окна. Широко используется и видеомаркетинг, где о продукте снимается несколько секунд видео, в котором реклама подается таким образом, чтобы привлечь потребителя. Визуальные эффекты привлекают больше внимания. Вообще следует отметить, что видеомаркетинг и маркетинг в социальных сетях уже начинает представлять собой единое целое.

Важной особенностью рекламы в социальных сетях является потребность в объеме

текстового и визуального контента, намного большем, чем у других веб-ресурсов. Требования к качеству такого контента в социальных сетях достаточно высоки, а создание его нуждается в значительном количестве времени и затрат. Потребность в контенте высокой оригинальности затрудняет ориентацию политики продвижения компании, особенно малой, исключительно на ресурсы в социальных сетях, заставляя выбирать между расширением круга ресурсов для продвижения и увеличением специализации запросов целевых аудиторий, что начинает влиять обратным образом на маркетинговую стратегию компании в целом. Как оптимизирующее решение, часто используется комбинация средств поисковой оптимизации для ресурсов в социальных сетях и инструментов продвижения через поисковые системы. Требования со стороны поисковой оптимизации к контенту любого веб-ресурса, ориентированного на продвижение, по-прежнему очень важны.

Ключевыми требованиями к созданию продвигающего контента выступают привлекательность и запоминаемость, позволяющие пользователю выделить и запомнить в постоянно поступающем к нему потоке информации маркетинговые послания. Дополнительные ограничения и требования накладывает и выдвигает специфика целевой аудитории, что усиливает проблемы в создании контента, обеспечивающего выполнение задач продвижения, особенно в отношении увеличения аудитории постоянных посетителей, т.н. подписчиков. Соблюдение всех этих требований требует использования труда высокопрофессиональных разработчиков, что затруднительно обеспечить малым компаниям, осуществляющим свое продвижение через интернет.

Маркетинг через сервисы электронной почты к настоящему времени состоит из множества индивидуальных коммуникаций, большинство из которых компания не отслеживает и не в состоянии поддерживать. Электронные письма отправляются массово и не отслеживаются ни одним из доступных инструментов. Ключевой проблемой этого способа продвижения через Интернет является отсутствие уверенности в получении реакции на коммуникацию. Дополнительную сложность создает сама форма, передаваемая при завязывании контакта клиентам для заполнения и требующие

от них предоставления информации о себе. Соответствующие письма рассылаются клиентам, но формы не всегда принимаются ими и тем более не всегда заполняются.

Специфичным элементом интернет-продвижения выступает онлайн-общение с посетителями. Онлайн-общение значительно сокращает темп получения информации посетителем, поэтому на смену ему приходят социальные сети и ведение блогов, где намного выше возможности повысить темп получения информации посетителем.

Вопрос общения с посетителем как потенциальным клиентом является принципиально важным для всего комплекса интернет-маркетинга компании, поскольку только персонализированное получение информации создает возможность завязывания достаточно длительного контакта с посетителем, а без таких контактов практически невозможно продвигать продукты, находить новых клиентов и создавать клиентов приверженных. Персонализация контакта создает для цифрового маркетинга сложную задачу оценки потенциала рынка, поскольку ограничивает возможности поступления информации о рынках и их сегментах в целом. Для решения вопроса о потенциале рынка и свойствах целевой аудитории, кроме указанных выше источников данных, активно начинает использоваться интернет вещей (IoT). Хотя неустанное расширение Интернета вещей продолжается уже несколько десятилетий, его ускорение гораздо более заметно именно в среде цифрового маркетинга [4], так как является наиболее перспективной на настоящий момент побочной сферой его применения.

Учитывая рост расходов на цифровой маркетинг в силу перечисленных выше причин, возникает задача использования методов получения более надежных оценок отдачи от цифрового маркетинга.

Обобщая все сказанное выше, можно сформулировать ряд актуальных на настоящий момент особенностей цифрового маркетинга: 1) использование в рамках единой кампании нескольких инструментов цифрового маркетинга одновременно с высокой вероятностью ведет к потере управления кампанией и значительным потерям клиентов, поэтому целесообразно

сосредотачивать ресурсы маркетинга только на одном инструменте; 2) маркетинговые инструменты, используемые в цифровом маркетинге, требуют специализации как в процедуре их применения, так и в планировании цифровой маркетинговой кампании в целом; 3) при необходимости использовать несколько инструментов цифрового маркетинга в рамках единой кампании целесообразно дифференцировать их контент, ориентируя его на различное поведение посетителей и потенциальных клиентов и стремясь повысить их информирование о взаимодействующем контрагенте в целом; 4) все инструменты и веб-ресурсы одной цифровой маркетинговой кампании должны тестироваться на взаимодействие с посетителем перед их запуском; 5) при планировании цифровой маркетинговой кампании целесообразно изучение поведения посетителей, взаимодействующих в различными веб-ресурсами для выявления характеристик целевой аудитории, целесообразно при этом использовать агрегацию и корреляцию данных в рамках концепции больших данных.

#### Литература

1. Priyanka Malik, Madhu Khurana, Rohit Tanwar. Digital Marketing: Transforming the Management Practices. Transforming Management with AI, Big-Data, and IoT [https://doi.org/10.1007/978-3-030-86749-2\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-030-86749-2_6)
2. Le, D., Nguyen, T.-M., Quach, S., Thaichon, P. and Ratten, V. (2021), «The Development and Current Trends of Digital Marketing and Relationship Marketing Research», Thaichon, P. and Ratten, V. (Ed.) Developing Digital Marketing, Emerald Publishing Limited, Bingley. <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-348-220211001>.
3. Manas Khatri. How Digital Marketing along with Artificial Intelligence is Transforming Consumer Behaviour? «International Journal for Research in Applied Science & Engineering Technology (IJRASET)», ISSN: 2321-9653; Volume 9 Issue VII July 2021.
4. Chithaluru, P., Al-Turjman, F., Kumar, M., & Stephan, T. (2020). I-AREOR: An energy-balanced clustering protocol for implementing green IoT in smart cities. Sustainable Cities and Society, 102254. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2020.102254>



**BRONNIKOV Maxim Anatolevich**

Associate Professor of the Chair of Digital Technologies in Economics and Management,  
Cand.Sci.(Econ.), Ufa State Aviation Technical University, Russia, Ufa

**FEATURES OF MODERN DIGITAL MARKETING**

**Abstract.** *The article discusses the use of typical marketing tools in digital marketing. The key requirements and features of the use of these tools in digital marketing are identified, the main of which is the concentration of the resources of the promotion campaign on a crucial marketing tool.*

**Keywords:** *digital marketing, communication marketing impact, content marketing, search engine marketing, targeted advertising.*

**БРОННИКОВ Максим Анатольевич**

доцент кафедры цифровых технологий в экономике и управлении, канд. экон. наук,  
Уфимский государственный авиационный технический университет, Россия, г. Уфа

**ПЛАНИРОВАНИЕ АНАЛИТИКИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ**

**Аннотация.** В статье рассматривается организация анализа данных маркетинговой и коммуникационной деятельности компаний в социальных сетях. Выявлены критерии оптимальной стратегии анализа данных деятельности в социальных сетях.

**Ключевые слова:** бизнес-аналитика, анализ социальных сетей, контент-стратегия.

**Б**изнес-аналитика – это процесс управления в компании, охватывающий все другие процессы. Цель бизнес-аналитики, в том числе и аналитики социальных сетей, по-прежнему заключается в улучшении измеряемых процессов и определяется тем, насколько существующие бизнес-процессы могут использовать аналитические данные для собственного улучшения [1].

Существует однозначная взаимосвязь между аналитикой и измеряемым процессом или деятельностью. Понимание этой взаимосвязи является ключевым для понимания концепции стратегии, связанной с аналитикой. Поэтому неизбежно, что мы должны рассматривать плановые аспекты деятельности, связанной с аналитикой, как часть самой стратегии анализа.

Хороший план учитывает как можно больше рискованных событий и изменений в окружающей среде и предлагает достаточно ресурсов для продвижения вперед, несмотря на трудности, для успешного завершения цикла или кампании или, по крайней мере, с незначительными потерями.

Стратегия аналитики может применяться на уровне кампании с относительно короткими циклами, а также на глобальном уровне с долгосрочными целями [2, с. 471-491].

Ключевыми элементами стратегии аналитической деятельности на этом этапе являются:

- доступность данных важна для эффективного планирования глубины и результатов аналитического процесса.
- данные о продуктах, рынках и конкурентах, в особенности о всех имеющихся маркетинговых активах, стратегиях и их дорожных картах.

- настройка показателей и панелей мониторинга веб-ресурсов, а также интеграция данных.

- готовность команды аналитиков к реализации выработанной стратегии анализа, для этого членам команды необходимо проходить профессиональную подготовку и повысить уровень образования.

- точность формулировки всех основных целей, достигаемых применением стратегии и всех промежуточных целей, связанных со стратегией аналитики.

- процедура планирования продолжительности циклов для отчетности по процессу анализа (затраты времени на подготовку отчетов, обмена информацией и обсуждения среди членов команды, выполнение аналитических процедур, получение обратной связи и внесение в зависимости от полученных результатов необходимых изменений в стратегию работы с социальными сетями).

- четкий и подробный график реализации процедур и этапов стратегии.

- планы действий в ситуациях, если в ходе реализации стратегии произойдут события, влияющие на постановку целей процесса анализа или на эффективность применения его инструментов. Особо должны быть учтены возможные реакции на воздействие на сами социальные сети, которые обнаруживаются аналитикой.

Скорость – это главный параметр, характеризующий процесс планирования стратегии. Время, которое тратится на планирование, в конечном счете увеличивает её стоимость, поэтому быстрота выполнения планирования и перехода к её реализации определяет конечную эффективность самой стратегии.

Согласование социальных сетей с общей бизнес-стратегией имеет важное значение.

Измерение имеет важное значение для такого согласования, и, следовательно, важность надежной стратегии измерения. Внешние знания, добавленные к планированию аналитики, усиливают влияние аналитики в социальных сетях, что затем действительно влияет на результаты бизнеса.

При планировании стратегии анализа социальных сетей важнейшим параметром эффективности является показатель рентабельности инвестиций – ROI. Применение инструментов анализа формирует оценки доходности в ROI. Знания и данные, привлекаемые со стороны, вне социальных сетей, то есть знания о бизнес-процессах и самом бизнесе в целом, будут определять величину необходимых инвестиций в рентабельности инвестиций.

В стратегии анализа социальных сетей учитываются следующие знания о бизнесе:

- культура и история бренда и сообщества компании дают результаты для сравнения и указывают возможности и ограничения для предложений в бизнес-стратегии, разрабатываемых на основе аналитики социальных сетей.

- конкурентная ситуация в отрасли дает представление о производительности в социальных каналах, идеях и возможностях социальной стратегии и элементах прогнозной аналитики при привлечении внимания общей аудитории (например, лучшее время для публикации, анализ платных сообщений и т.д.).

- рыночная конъюнктура и ситуация дают большую достоверность выполненных прогнозов на основе использования широкого круга сведений о тенденциях, демографии, эффективности партнерских отношений и сетей.

- исследование продукта позволяет выполнять анализ отзывов из социальных сетей и добавляет контекст к предложениям от аналитики до контент-стратегии.

- глобальные маркетинговые ресурсы и стратегия особенно полезны в крупных организациях, когда команда анализа социальных сетей отделена от других маркетинговых направлений организации. Они позволяют планировать содержание конкретного контента, определять направления межканального анализа и вырабатывать предложения по улучшению маркетинговой деятельности на основе аналитических данных.

- деятельность нерыночных отделов тогда полезна, когда большинство отделов компании участвуют в деятельности в социальных

сетях и хотят извлечь из этого выгоду. Эта деятельность обеспечивает подбор персонала, продажи с сетевым взаимодействием и лидогенерацией, поддержку клиентов и иные мероприятия вне маркетинговой деятельности организации. Такие отделы могут способствовать разработке предоставлению полезных аналитических материалов и предложений по улучшению стратегии. Команда аналитиков также может во многих случаях предложить внедрение новых технологий, связанных с социальными сетями, в такие отделы и даже обучить их принимать решения, основанные на данных.

- ключевые сотрудники компании могут обеспечить высокую вовлеченность целевой аудитории компании в её маркетинговые инициативы через социальные сети, мероприятия, интервью, исследования, образование, потоковую передачу контента. Они также могут указать на потенциальных влиятельных лиц для улучшения социальной стратегии. Может возникнуть необходимость добавления каналов таких сотрудников в аналитическую стратегию, чтобы быть уверенным, что они участвуют в общем анализе. Во многих случаях такие сотрудники обеспечивают большее взаимодействие с целевым сообществом, чем с самой компанией.

Следует иметь в виду, что использование знаний, выходящих за рамки того, что происходит в социальных сетях, может стать источником понимания будущих маркетинговых и иных инноваций компании.

Исследование аналитических инструментов и любых технологий для поддержки процессов измерения может начаться еще до стадии планирования стратегии. Существуют два основных фактора, определяющие выбор инструментов и технологий анализа социальных сетей, помимо наличия необходимых функций: содержание отношений с компаниями-владельцами аналитических инструментов и долгосрочная полезность этих инструментов.

Обычно технологические компании запрашивают долгосрочные контракты, некоторые предлагают краткосрочный вариант без обязательств, но обычно цены гораздо более привлекательны в долгосрочной перспективе. Для работы в таких отношениях компании целесообразно самой хранить свои данные. Это позволяет извлекать данные для анализа и использования инструментов, выбирая подходящий формат для их хранения на случай, если

необходимо будет использовать другие инструменты в будущем.

Обучение членов аналитической команды целесообразно основывать на использовании учебных траекторий и дальнейшем тестировании, проводимом для каждого члена команды после прохождения его собственной траектории. Каждый сотрудник аналитической команды может создать свою отдельную траекторию с использованием своего опыта. В ходе обучения желательно проводить ежемесячную сессию обучения, в ходе которой каждый член команды демонстрирует команде новые знания и навыки, полученные за время обучения. Такие сессии могут быть чрезвычайно полезны для того, чтобы стимулировать команду к дальнейшему развитию её опыта по аналитике социальных сетей. Подобные сессии могут быть частью более продолжительной стратегической сессии изучения аналитики, результатов и стратегии бизнеса.

Цели аналитики социальных сетей могут быть конкретно ориентированы на определенные области бизнеса и рынки компании. Своими советами и пожеланиями сотрудники продающих подразделений могут расширить цель аналитики до действий по конверсии потенциальных клиентов. Отдел кадров может определить свой взгляд на количество и способности новых кандидатов. Служба поддержки клиентов может высказать свои предложения, определяемые количеством обращений, которые необходимо разрешить. Команда разработчиков может предложить поиск потенциальных бета-тестеров для своего продукта. Возможно использовать процессы анализа, перед которыми не поставлено четко сформулированных целей для того, чтобы достичь принципиального понимания изучаемых объектов и выявить новые области знания.

Циклы и сроки представления отчетности по аналитике определяются возможностями компании эффективно внедрять изменения, указанные аналитикой. Это предполагает соответствие требованиям заинтересованных сторон, а также дорожной карте компании в отношении кампаний продвижения, выпуска продукта и любой деятельности в конкретных подразделениях, если они каким-то образом связаны с социальными сетями.

Ответственность за процесс аналитики должна выходить за рамки момента предоставления отчета. Важно завершить один цикл и охватить весь процесс поиска и применения

идей, чтобы затем измерить, оценить и внедрить следующий улучшенный цикл.

Если в компании имеются отдельные команды, которые занимаются разработками, генерацией и анализом данных, контент-стратегией, созданием контента и общей бизнес-стратегией, необходимо иметь контроль всего процесса и устанавливать связи между отдельными командами. Такой контроль целесообразно передать менеджеру по социальным сетям, который делегирует руководителям команд ответственность за выполнение командных целей; например, под руководством своего менеджера отдел контента самостоятельно корректирует размещаемые на ресурсах изображения, продолжительность видео, сроки публикации контента, также бюджет команды. Делегирование процесса принятия решений по результатам аналитики может сделать оптимальной всю стратегию продвижения, хотя всегда будет существовать необходимость в стратегической паузе и оценке всей стратегии в целом.

Оценка процесса аналитики определяет связь аналитической работы с её влиянием на все области бизнеса компании. Данные, собранные в ходе оценки, является основой для планирования следующего цикла. При участии всех членов команды в процессах оценки создание внутриорганизационного информационного ресурса для размещения такого материала («внутренняя википедия») может оказаться исключительно целесообразным.

Выполненная оценка требует корректировки или даже формирования новой стратегии. При этом новую стратегию не обязательно создавать с нуля. Для снижения рисков целесообразно использовать имеющиеся наработки, чтобы при необходимости вносить необходимые изменения. Поскольку время является ключевым ресурсом для большинства проектов продвижения в социальных сетях, анализ эффективности наработанной стратегии становится способом снижения рисков и экономии времени.

Процесс анализа стратегии требует изучения компонентов новой стратегии. Основой такого исследования становится исследование начальных взаимозависимостей и получении оценок эффективности задействованных инструментов и решений. Этот анализ позволяет определить направления дальнейших оценочной и аналитической работы.

Когда компания добивается рыночного успеха с минимальным использованием, или вообще не используя социальные сети, при разработке и внедрении новой стратегии аналитики анализу подвергается использование имеющихся каналов маркетинговой коммуникации. Даже такое исследование может выявить полезные инструменты и решения, которые могут быть применены как в аналитике социальных сетей, так и в SMM [3]. Но в любом случае основой эффективной аналитики является понимание поведения целевых и контактных аудиторий, деятельности их представителей и накопленных коммуникационных преимуществ, которые непосредственно связаны с каналами социальных сетей компании.

Знание поведения аудиторий позволяет определить как продолжительно актуальные цели для аналитики социальных сетей, так и цели технологической настройки аналитики: оптимальный состав инструментов и методы их применения. Краткосрочными целями будут выступать измеряемые показатели аналитики, информационные панели, сроки составления отчетов и форматы собираемых данных и их хранения.

Оптимальной стратегией аналитики социальных сетей будет та, которая не нуждается в серьезных изменениях достаточно

продолжительное время, позволяя параллельно широко использовать эксперименты и инновации. Но в любом случае переход к таким инструментам анализа, как машинное обучение, искусственный интеллект и интеллектуальное прогнозирование, возможно только после достижения постоянного улучшения всех результатов деятельности компании на основе досконального знания базового рабочего процесса.

### Литература

1. April Ursula Fox. Social Media Analytics Strategy: Using Data to Optimize Business Performance, ISBN-13 (pbk): 978-1-4842-8305-9, ISBN-13 (electronic): 978-1-4842-8306-6, <https://doi.org/10.1007/978-1-4842-8306-6>
2. Yun Wang, Qi Deng, Michel Rod & Shaobo Ji (2021) A thematic exploration of social media analytics in marketing research and an agenda for future inquiry, Journal of Strategic Marketing, 29:6, DOI:0.1080/0965254X.2020.1755351.
3. Honglei Zhang, Zhenbo Zang, Hongjun Zhu, M. Irfan Uddin, M. Asim Amin. Big data-assisted social media analytics for business model for business decision making system competitive analysis. Information Processing and Management 59 (2022) 102762, <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2021.102762>.

### BRONNIKOV Maxim Anatolevich

Associate Professor of the Chair of Digital Technologies in Economics and Management,  
Cand.Sci.(Econ.), Ufa State Aviation Technical University, Russia, Ufa

### SOCIAL NETWORK ANALYTIC

**Abstract.** *The article discusses the organization of data analysis of marketing and communication activities of companies in social networks. The criteria of the optimal strategy for analyzing activity data in social networks are revealed.*

**Keywords:** *business analytics, social media analysis, content strategy.*

**ПОПОВА Екатерина Владимировна**

магистрант, Московская международная высшая школа бизнеса МИРБИС, Россия, г. Москва

**РЫЧКОВА Анжела Анатольевна**

доцент кафедры экономики и менеджмента, кандидат культурологии,  
Московская международная высшая школа бизнеса МИРБИС, Россия, г. Москва

## МАРКЕТИНГ И ЕГО РОЛЬ В СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ

**Аннотация.** Статья посвящена роли маркетинга в компаниях. В современных условиях маркетинг становится одним из основных инструментов стратегического управления бизнесом. В статье рассматриваются проблемы в управлении бизнесом и функциональными подразделениями организаций. Формулируются основные положения по использованию маркетинга в управлении бизнесом.

**Ключевые слова:** маркетинг, компания, лояльность, стратегия, оперативность.

Определение маркетинга очень много. На взгляд авторов этой статьи, больше всего подходит следующее, маркетинг – это извлечение прибыли из удовлетворения потребителя. По мнению Филипа Котлера, цель маркетинга – привлекать новых клиентов, обещая высшую потребительскую ценность, и сохранять старых клиентов, понятно удовлетворяя их меняющиеся запросы [4].

Маркетинг делится на операционный и стратегический. Эти компоненты маркетинга взаимно дополняют друг друга, хотя и сильно отличаются по уровню планирования и определения задач предприятия [1]. Более детальная характеристика двойственности маркетинга как объективного наличия стратегической и операционной составляющей представлена Ламбен Ж. Ж. и показана на рисунке 1.

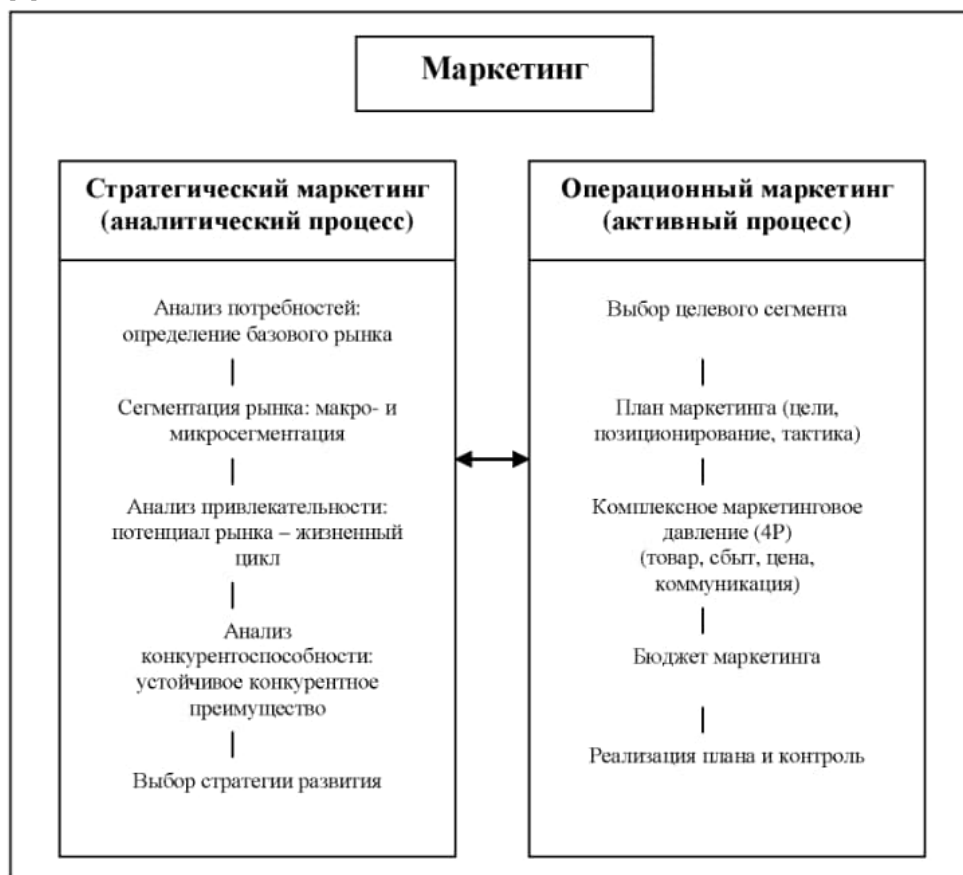


Рис. 1. Составляющие маркетинга [2]

Стратегический маркетинг, предполагает постоянный анализ потребностей, разработку эффективных товаров и сервиса, обеспечивающих устойчивое конкурентное преимущество и гибкость в условиях меняющейся внешней среды как профилактику кризисных состояний, является аналитическим процессом, ориентированным на долгосрочную перспективу.

Операционный (или тактический) маркетинг как организация сбыта, продаж, коммуникаций для демонстрации отличительных качеств продукта для покупателей при одновременном снижении затрат на их поиск. Это процесс краткосрочного планирования и тактического управления, отличающийся высокой активностью деятельности. Его основная цель - генерация доходов от продаж. Эта цель трансформируется в производственную программу и программу продаж.

Операционный маркетинг непосредственно влияет на краткосрочную рентабельность и позволяет быстро ориентироваться и корректировать стратегические планы с учетом рыночных изменений, а следовательно, эффективно предотвращать кризисные явления, возникающие вследствие неэффективного планирования.

В рамках операционного маркетинга предусматривается выбор целевого сегмента, разработка тактического плана (программы) маркетинга, формирование комплекса управления маркетингом, бюджетирование, реализация плана и контроль [1]. Система маркетинга во взаимодействии составляющих ее элементов была описана исследователями данной области Моисеевой Н. К. и Коньшевой М. В. и представлена на рисунке 2.



Рис. 2. Стратегический и операционный маркетинг [3]

Стратегический маркетинг – это процесс долгосрочного планирования, целью которого становится разработка маркетинговых мероприятий, позволяющих компании достигать поставленных бизнес-целей путем создания продуктов, обладающих высокой потребительской ценностью.

В отличие от операционного маркетинга, в котором все планы строятся на короткий срок (чаще всего на 1 год), горизонт планирования в стратегическом маркетинге составляет 3-5 лет и более. Из этого следует, в операционном маркетинге акцент падает на ценообразование и рекламу. А в стратегическом на предоставлении качественного товара по конкурентоспособной цене.

Маркетинговая стратегия – это, как правило, долгосрочный план реализации коммерческих и корпоративных целей компании. В рамках этих задач маркетологи занимаются продвижением бренда на рынок, продажами товаров и услуг, процессами ценообразования. Кроме того, сюда входит работа с клиентами и персоналом.

По мнению зарубежных ученых, таких как Филипа Котлера, Гари Армстронга, Вероники Вонг и Джона Сондерса, многие компании ведут свою деятельность безо всякого плана. Руководство новых компаний обычно слишком занято другими делами и не находит время для планирования. В мелких компаниях считают, что планирование необходимо только крупным фирмам. В зрелых компаниях полагают, что раньше прекрасно обходились без планирования и проживут без него дальше. Они не желают тратить время на составление планов. Можно услышать мнение и о том, что изменения на рынке происходят слишком быстро и план устаревает, не успев принести пользу [4].

Авторы статьи разделяют мнение о том, что отказываться от планирования, значит планировать провал. Поскольку последовательная реализация всех этапов планирования даст преимущество компаниям любого типа: крупным и мелким, новым и зрелым – будет стимулировать системное мышление; заставлять руководство компании четко формулировать желаемые цели. Утверждение о том, что планирование малоэффективно в изменчивой среде, весьма сомнительно. Многие исследования доказали, что тщательное планирование помогает компании вовремя заметить и оперативно отреагировать на внешние изменения, лучше подготовиться к внезапным переменам.

Для любой компании важно стратегическое планирование. Оно служит основой для разработки плана маркетинга и начинается с формулировки общей цели и миссии фирмы, на основе которых формулируются конкретные цели компании. Затем необходимо провести сбор и анализ информации о компании, конкурентах, рынке и влияющих на бизнес-факторах окружающей среды. В результате SWOT-анализа компания получает представление о своих сильных и слабых сторонах, возможностях и угрозах. Руководство решает, какими видами деятельности следует заниматься и какие ресурсы выделить для каждого из них. После этого формируются стратегические цели, на выполнение которых направлена деятельность компании. Маркетинговые планы составляются для подразделений компании, отдельных товаров и рынков. В отличие от стратегических, маркетинговые планы более детально рассматривают конкретные маркетинговые возможности. Например, штаб-квартира крупнейшей в мире компании по производству продуктов питания Nestle, находящейся в Швейцарии, разрабатывает общий стратегический план. Далее каждое стратегическое подразделение компании разрабатывает собственные стратегические планы. Те, в свою очередь, служат основой для стратегического планирования в подразделениях компании в других странах. На каждом из этих уровней разрабатываются маркетинговые и другие функциональные планы. Наконец, разрабатываются планы для отдельных торговых марок применительно к национальным рынкам [4].

Таким образом, стратегический маркетинг – это процесс, который осуществляется организацией с рыночной ориентацией с целью достижения показателей, превышающих среднерыночные, путем систематического проведения политики создания товаров и услуг, удовлетворяющих потребности более эффективно, чем товары и услуги конкурентов. Поэтому стратегический маркетинг – основной фактор экономического развития не только фирмы, но и региона, в котором она функционирует. Система стратегического маркетинга прислушивается к запросам населения региона, ориентирует инвестиции и производство на конкретные нужды, учитывает все разнообразие потребностей через сегментацию рынков, стимулирует инновации и предпринимательскую деятельность, способствует минимизации



возникновения кризисных ситуаций на предприятиях региона [1].

Подводя итог, мы можем сделать вывод о том, что к настоящему моменту в теории и практике маркетинга сформировалось несколько точек зрения на стратегический маркетинг. Одни ученые понимали маркетинговую стратегию более широко, основываясь на подходах, изложенных в работах по менеджменту, философии, социологии и т. д. Другие же определяли ее узко, больше с функциональной точки зрения, ограничиваясь в большей степени пристальным вниманием к элементам маркетинга-микс, чем к общим проблемам потребителей и взаимоотношений в каналах распределения. Третьи под стратегическим маркетингом понимают сам процесс разработки маркетинговой стратегии.

Сущность стратегического маркетинга можно представить совокупностью элементов, к которым относятся: анализ потребностей и определение базового рынка, сегментация рынка, макро- и микросегментация, анализ привлекательности и анализ конкурентоспособности, выбор стратегии развития компании.

Основной задачей стратегического маркетинга является бесперебойная работа по ориентированию и переориентированию всего комплекса видов деятельности компании в направлениях, которые обеспечивают ее развитие и прибыльность вследствие того, что исходящие от нее импульсы оказывают прямое воздействие на все функции, реализуемые

компанией, и в том числе - на маркетинг. Поэтому роль стратегического маркетинга значительно шире традиционного управления маркетингом, так как она включает и межфункциональную координацию.

Функциями стратегического маркетинга являются: мониторинг внешнего окружения; определение целевых сегментов рынка; установление необходимых свойств предлагаемого товара; выработка решения относительно того, каких конкурентов компания будет учитывать при определении стратегии своего позиционирования; формирование конкурентной маркетинговой стратегии [1].

### Литература

1. Жук Е. С., Кетова Н. П. Стратегический маркетинг: учебник / Южный федеральный университет, Экономический факультет. – Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2011. – 203 с.
2. Ламбен Ж. Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. СПб.: Наука, 1998.
3. Моисеева Н. К., Коньшева М. В. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии: учебное пособие / под ред. Н. К. Моисеевой. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2005. С. 9.
4. Филип Котлер, Гари Армстронг, Вероника Вонг, Джон Сондерс. Основы маркетинга, 5-е европейское изд.: Пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2013. 752 с. Ил. – Парал. Тит. Англ.

### POPOVA Ekaterina Vladimirovna

Master's student, Moscow International Higher School of Business MIRBIS,  
Russia, Moscow

### RYCHKOVA Angela Anatolyevna

Associate Professor of Economics and Management, Candidate of Cultural Studies,  
Moscow International Higher School of Business MIRBIS, Russia, Moscow

## MARKETING AND ITS ROLE IN THE COMPANY'S STRATEGY

**Abstract.** *The article is devoted to the role of marketing in companies. In modern conditions, marketing is becoming one of the main tools of strategic business management. The article discusses the problems in the management of business and functional divisions of organizations. The main provisions on the use of marketing in business management are formulated.*

**Keywords:** *marketing, company, loyalty, strategy, efficiency.*

# ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

**БРОННИКОВ Максим Анатольевич**

доцент кафедры цифровых технологий в экономике и управлении, канд. экон. наук,  
Уфимский государственный авиационный технический университет, Россия, г. Уфа

## ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕНЕДЖМЕНТА СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

***Аннотация.** В статье рассматриваются требования, необходимые для успешного осуществления цифровой трансформации менеджмента в современной организации. Ключевым фактором успеха следует считать адаптацию бизнес-целей и процессов организации под конкурентные преимущества цифровых технологий.*

***Ключевые слова:** цифровая трансформация, процесс цифровизации, цифровое лидерство, цифровой двойник, блокчейн, машинное обучение.*

Эволюция менеджмента компаний и организаций во время цифрового перехода определяется развитием цифровых технологий, рыночной конкуренцией и воздействием законодательных и нормативных требований [1, с. 217-238]. Исследователи выделяют четыре основные области, которые следует учитывать при планировании цифровой трансформации любой организации: трансформация процессов, трансформация бизнес-модели, трансформация предметной области, культурная и организационная трансформация [2]. Преимущество успешной цифровой трансформации заключается в улучшении процессов, содействии сотрудничеству, расширении возможностей обслуживания и использовании клиентского опыта.

Существуют четыре базовых инструмента лидерства в компании, которые напрямую влияют на процесс цифровизации: командная работа и транзакционное лидерство среди генеральных директоров для повышения производительности процессов компании, методы трансформации с помощью генеральных директоров, вносящих инновационные идеи, и сравнение аналогичных практик в рамках бенчмаркинга [3]. Концептуальная модель цифрового лидерства объединяет аутентичные, транзакционные и трансформационные перспективы лидерства в единый модуль лидерства, который можно использовать для извлечения из него цифровых императивов, что,

в свою очередь, прокладывает путь для создания наиболее подходящей цифровой трансформации. Цифровое лидерство и управление инновациями оказывают влияние на долгосрочные конкурентные преимущества и ошибки в бизнес-процессах, причем цифровое лидерство оказывает значительно большее влияние, чем управление инновациями [4]. Цифровое лидерство основано на трех столпах: гибком подходе, ведущей трансформации и движущей силе бизнеса [5]. Цифровые лидеры сочетают в себе две противоречивые способности: обладание высокой скоростью создания новых ценностей и наличие умения масштабировать процессы организации.

У цифровых лидеров с точки зрения менеджмента выделяются следующие успешные черты: они готовы принимать новые вызовы, у них есть четкие идеи по внедрению инновационных цифровых идей и использованию существующих цифровых решений, они отказываются от традиционных взглядов на ограничения бизнеса и являются энтузиастами технологий [6]. Готовность руководителей, занимающихся цифровыми технологиями, бросить вызов существующим моделям и практикам организации имеет решающее значение для разработки новой корпоративной стратегии.

Технология дополненной реальности может радикально изменить процесс принятия решений. Дополненная реальность позволяет создавать визуализации через сбор больших

объемов данных и формирования четких и понятных реалистичных трехмерных изображений. Новые компьютерные технологии, такие как виртуальная реальность, дополненная реальность и смешанная реальность, предназначены для обеспечения простоты использования. Виртуальная реальность предлагает виртуальную среду, в которой пользователь может использовать гарнитуру виртуальной реальности для входа в виртуальную среду и взаимодействия с ней. Несмотря на то, что у виртуальной реальности были проблема с отсутствием связи с реальным пространством, технология дополненной реальности устранила эту проблему и представила новую технику визуализации, которая позволила вставлять виртуальный контент в реальную среду. Пользователь может взаимодействовать с дополненным миром, созданным с помощью этой технологии. Независимо от актуальности дополненной реальности, разделение реального и виртуального миров является сложной задачей. Эта проблема уменьшает степень погружения пользователя в настройки дополненной реальности. С появлением среды смешанной реальности объекты реального мира могут взаимодействовать с виртуальными, чтобы предоставить пользователю практические визуализации.

По мере внедрения этих технологий в бизнес-процессы, в ближайшие годы будет наблюдаться рост использования смешанной реальности. Имеется значительный рост числа отраслевых приложений смешанной реальности, которые используют готовое программное обеспечение для решения бизнес-задач в таких отраслях, как розничная торговля, образование, производство и здравоохранение [7].

Технология блокчейна обязательно сыграет определенную роль в рамках цифровой трансформации современных организаций, поскольку они переходят к гибридным облачным и облачным приложениям [8]. Бизнес-модели, построенные на централизованных процессах, смогут переопределить существующую практику бизнеса, выйдя за пределы существующих отношений.

Блокчейн обладает существенным потенциалом для снижения транзакционных издержек и преобразования экономики [9]. Очень важно быть готовым к перспективам блокчейна как новой среды разработки. Все предприятия, где обмен данными осуществляется между несколькими организациями, могут извлечь выгоду из технологии блокчейн. Использование

блокчейна может помочь преодолеть разрыв между цифровыми технологиями и финансовыми услугами, обеспечить развертывание полных приложений и создать органичную и эффективную архитектуру цифровой трансформации [10]. Кроме того, технология блокчейн может помочь логистическим компаниям решить их наиболее насущные проблемы с отслеживанием, начиная с запроса заказа продавца и заканчивая получением товара клиентом. Технология блокчейн может использоваться логистическими компаниями для отслеживания полного процесса перемещения товаров и может отслеживать статус товаров на каждом звене. Обмен правильной информацией, мониторинг операций в цепочке поставок, укрепление управления взаимоотношениями и совершенствование практики устойчивого развития входят в число управленческих последствий для цифровой трансформации устойчивого управления цепочками поставок [11]. Все это может успешно снизить затраты предприятия на отслеживание, предотвратить манипулирование данными и повысить операционную эффективность [12].

Цифровой двойник является одной из пяти технологий, которые, по прогнозам, окажут наибольшее влияние на государственные учреждения в ближайшие 5-10 лет [13]. Цифровой двойник как виртуальная модель может быть использован для выполнения моделирования, исследования проблем производительности процессов и предлагать изменения. Цифровые двойники могут объединить Интернет вещей, искусственный интеллект, машинное обучение и аналитику с графическим и трехмерным представлением для создания динамических цифровых имитационных моделей, которые могут имитировать полноценное функционирование своих физических аналогов. Цифровые двойники могут повышать точность своей симуляции за счет включения и использования прошлых данных [14], а тестирование моделей в виртуальном режиме перед внедрением существенно дешевле и быстрее [15]. Создание и внедрение цифрового двойника окажет существенное влияние на интеллектуальное, ориентированное на обслуживание и экологичное производство и, таким образом, станет предпосылкой для обрабатывающей промышленности будущего [16].

Машинное обучение в нейронных сетях быстро развивается по трем причинам: (1) увеличивается объем данных, поступающий для

обработки; (2) растут доступные вычислительные мощности; (3) имеются существенные улучшения в алгоритмах машинного обучения и накоплено больше опыта в их создании. Большие данные уже достаточно давно применяются в ИТ-индустрии, но существуют проблемы при сборе и оценке данных, поскольку разные типы данных хранятся разными компаниями в разных форматах [17]. Кроме того, существует нехватка квалифицированных сотрудников, способных правильно управлять анализом данных и постановкой задач обучения.

Организациям следует сосредоточиться на том, что делают новые и существующие конкуренты для достижения успеха в цифровой трансформации, и решить, когда начинать переход. С технологической и организационной точек зрения цифровая трансформация может оказаться трудным и опасным предприятием. Компании могут иметь одновременно стратегию развития своего реального и цифрового бизнеса одновременно, но жизненно важно поддерживать связь между ними. Менеджменту целесообразно установить прямую связь между цифровой трансформацией и бизнес-целями, чтобы управлять долгосрочными инвестициями без потери краткосрочной прибыли. Ведущие компании будут использовать новые цифровые технологии, чтобы раскрыть творческий потенциал своих сотрудников и генерировать инновации, ориентированные на результат, а не просто на финансовую выгоду [18]. Основной проблемой для менеджмента компаний станет различие в стратегиях цифровой трансформации для различных отраслей бизнеса и в рамках различных бизнес-моделей.

### Литература

- Hydros A. K., Chaudhry U. B. *Digital Transformation, Leadership and Markets* Springer Nature Switzerland AG 2022. H. Jahankhani et al. (eds.), *Blockchain and Other Emerging Technologies for Digital Business Strategies, Advanced Sciences and Technologies for Security Applications*
- Teichert R (2019) Digital transformation maturity: A systematic review of literature. *Acta Univ Agriculturae Silviculturae Mendelianae Brunensis* 67(6):1673–1687.
- Beresford J (2018) Digital business transformation: an Australian perspective. *Gartner* 1–17. Retrieved from <https://www.gartner.com/doc/3885879/digital-businessstransformation-australia-perspective>.
- Mihardjo L, Furinto A (2018) The effect of digital leadership and innovation management for incumbent telecommunication company in the digital disruptive era. *Int J Eng Technol* 7. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i2.29.13142>
- Singh T (2020) Defining digital leadership during covid-19. <https://hr.economicstimes.indiatimes.com/news/industry/defining-digital-leadership-during-covid-19/75735078>
- Gartner (2020) 7 traits of highly successful digital leaders. <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/7-traits-of-highly-successful-digital-leaders>
- James L (2020) A new holographic reality for business <https://eandt.theiet.org/content/articles/2020/07/a-new-holographic-reality-for-business/>
- Mearian L (2020) How blockchain plays into digital transformation. <https://blogs.idc.com/2020/12/14/how-blockchain-plays-into-digital-transformation/>
- Li J et al (2020) How can blockchain shape digital transformation: a scientometric analysis and review for financial services. *Manag Sci Informatization Econ Innov Dev Conf (MSIEID) 2020:264–267*. <https://doi.org/10.1109/MSIEID52046.2020.00054>
- Ebinger F, Omondi B (2020) Leveraging digital approaches for transparency in sustainable supply chains: a conceptual paper sustain, p 12. <https://doi.org/10.3390/su12156129>
- Liu H, Islam SMN, Liu X, Wang J (2020) Strategy-oriented digital transformation of logistics enterprises: the roles of artificial intelligence and blockchain. In: 2020 5th international conference on innovative technologies in intelligent systems and industrial applications (CITISIA), pp 1–5. <https://doi.org/10.1109/CITISIA50690.2020.9371847>.
- Moore S (2019) Top trends from gartner hype cycle for digital government technology 2019 – smarter with gartner. *Gartner*, Oct 2019. [online]. Available: <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/top-trends-from-gartner-hype-cycle-for-digital-government-technology-2019>
- Belloni F (2020) Digital twins, a pillar of digital transformation. <https://www.techedgegroup.com/blog/digital-twins-a-pillar-of-digital-transformation>
- Fuldauer E (2019) Smarter cities are born with digital twins. <https://tomorrow.city/a/smartercities-are-born-with-digital-twins>

15. Möller DPF, Vakilzadian H, HouW(2021) Intelligent manufacturing with digital twin. IEEE Int Conf Electro Inf Technol (EIT) 2021:413–418. <https://doi.org/10.1109/EIT51626.2021.9491874>

16. Gupta D, Rani R (2018) A study of big data evolution and research challenges. J Inf Sci 45. <https://doi.org/10.1177/0165551518789880>

17. Forrester (2021) Predictions 2022: this is a year to be bold. <https://www.forrester.com/blogs/predictions-2022/> (дата обращения: 26.07.2022).

### **BRONNIKOV Maxim Anatolevich**

Associate Professor of the Chair of Digital Technologies in Economics and Management,  
Cand.Sci.(Econ.), Ufa State Aviation Technical University, Russia, Ufa

## **DIGITAL TRANSFORMATION OF THE MANAGEMENT OF A MODERN ORGANIZATION**

**Abstract.** *The article discusses the requirements necessary for the successful implementation of the digital transformation of management in a modern organization. The key success factor should be considered the adaptation of the business goals and processes of the organization to the competitive advantages of digital technologies.*

**Keywords:** *digital transformation, digitalization process, digital leadership, digital twin, blockchain, machine learning.*

**КОНЮШЕНКО Дмитрий Сергеевич**

студент института магистратуры, профиль: организация управления туристскими дестинациями, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Россия, г. Санкт-Петербург

**ОСОБЕННОСТИ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА  
В ВЫБОРГСКОМ РАЙОНЕ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ**

***Аннотация.** В данной работе рассмотрен анализ культурно-познавательного туризма в Выборгском районе Ленинградской области, а также проведен анализ типов туристов, присущих данной дестинации. Основные результаты, полученные в ходе исследования, демонстрируют актуальность выбранного направления исследований, а также необходимость развития данной отрасли в субъектах Российской Федерации.*

***Ключевые слова:** туризм, культурно-познавательный туризм, социально-экономическое влияние туризма.*

**Т**уристский потенциал Выборга очень велик по сравнению с другими городами Ленинградской области. Общий потенциал в сфере туризма составляет примерно 1,6 млн. человек в год, что сопоставимо с показателями таких европейских городов, как Любек и Таллин. Данный потенциал может быть реализован только при условии качественной реставрации и реконструкции объектов исторического центра, освоении новых туристских направлений, развитии инфраструктуры туризма и активного маркетинга и брендинга территории. Иными словами, Выборг может стать не менее привлекательным, чем Любек или Таллин, что, конечно будет способствовать увеличению потока туристов.

Основные категории туристов Выборгского района Ленинградской области, в зависимости от их туристских целей, времени пребывания и т.д. подразделяются следующим образом:

1. «Классический» турист (турист целенаправленно приезжает в Выборг на отдых на несколько дней);
2. «Транзитный» турист (направляется из России в Финляндию или из Финляндии в Россию, и по пути останавливается в Выборге на несколько часов или на один день);
3. «Экскурсант» (приезжает в Выборг на экскурсию из Санкт-Петербурга, других городов Ленинградской области или Финляндии на несколько часов).

Культурно-познавательный туризм традиционно считается наиболее сильной стороной туристского комплекса Выборга. В рамках

данного вида туризма можно развивать следующие его направления: исторический, культурный, паломнический, военно-патриотический, ностальгический и другие подвиды культурно-познавательного индивидуального и группового туризма.

Для развития культурно-познавательного туризма важное значение имеет «кустовой» принцип планирования, предусматривающий создание вблизи главного объекта туристского интереса дополнительных объектов посещения – музейных экспозиций, мастерских народных промыслов, различных зрелищных мероприятий. В Выборге главные объекты туристского интереса сконцентрированы в так называемом историческом центре города, который отделен от современной застройки крепостными укреплениями. Принцип «кустового» планирования позволяет привлечь больше туристов, увеличить продолжительность их пребывания, а, следовательно, повысить эффективность использования туристской инфраструктуры. Дополнительные объекты посещения должны функционально соответствовать основному объекту туристского интереса, быть доступным для туристов, не нарушать характер исторической среды.

Такие исторические центры, включающие в себя культурные и исторические достопримечательности, туристскую инфраструктуру и дополнительные объекты посещения, называют туристскими зонами.

Формирование таких зон является комплексной задачей, включающей решение следующих вопросов:

- реставрацию и подготовку к туристско-экскурсионному показу памятников архитектуры, истории, культуры, восстановление исторического ландшафта;
- создание пешеходных зон в местах массовых посещений, увеличение плотности объектов обслуживания, благоустройство, озеленение, цветочное оформление, рекламно-информационное насыщение территории;
- развитие систем общественного обслуживания, включая медицинское.

Основными туристическими маршрутами по Выборгскому району являются разнообразные экскурсии по исторической части города, по парку «Монрепо», экскурсии с посещением выставочного центра «Эрмитаж-Выборг», Выборгского замка, библиотеки А. Аалто, музея В.И. Ленина, Военного музея Карельского перешейка. Объекты повышенного интереса туристов, находящиеся в районе, в последние годы стали так же пользоваться спросом среди туристов.

Среди основных концепций развития Выборга как центра культурно-познавательного туризма можно выделить следующие:

1. Развитие культурно-исторического многонационального потенциала города на качественном уровне. Использование сильных сторон Выборгского района, таких как наличие множества уникальных точек притяжения (памятников истории и культуры), богатое культурно-историческое многонациональное наследие города и района. Выборг является, возможно, единственным городом на территории Российской Федерации, который может привлечь иностранных туристов не российской историей и самобытностью, а прежде всего – североевропейской историей и культурой. Одновременно российских туристов колоритный Выборг мог бы привлечь европейской историей «без выезда за рубеж». При этом благодаря компактности расположения памятников истории и культуры, реализовать такую концепцию будет проще, чем в любом другом городе.

2. Использование Выборга как места для отдыха на выходных и в период праздников, причем, как для туристов из Санкт-Петербурга, так и для туристов из Южной Финляндии (преимущественно, Хельсинки). Данная концепция направлена на использование сильных сторон Выборга: выгодное географическое положение,

транспортная доступность, наличие рекреационных зон и объектов повышенного туристского интереса.

Для одной и другой группы необходимо создать условия, чтобы они не ехали дальше Выборга (одни – в сторону Хельсинки, другие – в сторону Санкт-Петербурга). Этими условиями должны быть и удобство, и относительно низкие цены, и (уже имеющийся фактор) более низких временных затрат, и все имеющиеся туристические атрибуты (отели, рестораны, магазины и т.д.). Для российских туристов этот город должен выглядеть европейским, но в то же время быть «своим», т.е. доступным. Для иностранных туристов – «старым», но безопасным и понятным (как минимум, должна быть очень четкая навигация и обслуживание на двух языках: английском и финском).

Реализация муниципальной программы «Стимулирование экономической активности муниципального образования «Выборгский район» Ленинградской области» подвержена влиянию общих групп рисков и негативных факторов.

Основным риском реализации муниципальной программы является неэффективное и неполное использование органами исполнительной власти муниципального образования «Выборгский район» Ленинградской области, организациями возможностей, предоставляемых в рамках реализации мероприятий муниципальной программы. Несмотря на позитивные тенденции последнего времени, сохраняется проблема отсутствия финансирования либо финансирование в недостаточном объеме мероприятий муниципальной программы [2].

Выборгский район находится в пятерке лидеров по экономическому развитию в Ленинградской области [1]. К числу перспективных направлений, развитие которых будет стимулировать рост экономики региона, относятся туристско-рекреационный комплекс и внешние связи Выборгского района. Туризм играет важную роль не только в комплексном решении социальных проблем, обеспечивая занятость и повышение качества жизни населения. Развитие туризма способствует стимулированию развития сопутствующих сфер экономической деятельности – транспорта, связи, торговли, производства сувенирной продукции и продукции народных промыслов, сферы услуг, общественного питания, сельского хозяйства, строительства. Развитие международных, межрегиональных и внешнеэкономических связей

муниципального образования «Выборгский район» Ленинградской области имеет целью повышение вовлеченности Выборгского района в процесс международной интеграции, создание условий для достижения лидирующих позиций с точки зрения социально-экономического развития, инновационного обновления, повышения конкурентоспособности экономики, решения ключевых социальных задач.

### Литература

1. Концепция развития туризма в Выборге. [Электронный ресурс], режим доступа – <http://www.vbglenobl.ru/sites/default/files/konceptiya.pdf> (дата обращения 15.08.2022)
2. Сизинцева Л.И. Музеи и отечественные традиции экскурсионизма в первой трети XX в. [Электронный ресурс], режим доступа – <https://kostromka.ru/sizinceva/muzei.php> (дата обращения 15.08.2022)

### KONYUSHENKO Dmitrii Sergeevich

student of the Institute of Magistracy, profile organization of management of tourist destinations, St. Petersburg State University of Economics, Russia, St. Petersburg

## FEATURES OF CULTURAL AND EDUCATIONAL TOURISM IN THE VYBORG DISTRICT OF THE LENINGRAD REGION

**Abstract.** *This paper examines the analysis of cultural and educational tourism in the Vyborg district of the Leningrad region, and also analyzes the types of tourists inherent in this destination. The main results obtained in the course of the study demonstrate the relevance of the chosen research direction, as well as the need for the development of this industry in the subjects of the Russian Federation.*

**Keywords:** *tourism, cultural and educational tourism, socio-economic impact of tourism.*



**КОНЮШЕНКО Дмитрий Сергеевич**

студент института магистратуры, профиль: организация управления туристскими дестинациями, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Россия, г. Санкт-Петербург

**ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА**

**Аннотация.** В данной работе рассматриваются основные проблемы в развитии культурно-познавательного туризма и пути их решения. Основные результаты, полученные в ходе исследования, демонстрируют актуальность выбранного направления исследований, а также необходимость развития данной отрасли в субъектах Российской Федерации.

**Ключевые слова:** туризм, культурно-познавательный туризм, социально-экономическое влияние туризма.

Культурно-познавательный туризм является одним из самых востребованных видов отдыха и досуга. Однако вместе с тем в сфере культурно-познавательного туризма существуют некоторые проблемы, которые сильно тормозят его активное развитие:

1. Во многих дестинациях культурно-познавательного туризма нет так называемого «якоря» для удержания туриста более, чем на один день. Если средняя продолжительность пребывания туриста на курорте составляет около 10 дней, то даже в наиболее известных городах, имеющих памятники культуры мирового уровня, как Санкт-Петербург или Венеция, редко составляет более двух дней, а если говорить о небольших городах или исторических поселках, то там туристы редко задерживаются более чем на несколько часов. Туристы заранее выбирают места и достопримечательности, которые они обязательно должны посетить. Таким образом, посетив какую-либо достопримечательность или дестинацию, они редко возвращаются вновь, ведь данный объект уже попал в их «коллекцию» туристских впечатлений.

2. Туристские ресурсы (объекты архитектуры, инженерные сооружения, природные объекты и т.п.) могут обладать «естественной» и «искусственной» аттрактивностью. Также могут создаваться «искусственные аттрактивные объекты». Поэтому более «бедные» на культурно-исторические ресурсы дестинации идут по пути культурной эмуляции, создавая специально памятники туристского интереса, провоцируя появление «новодела», например, «дом Черноголовых» в г. Рига (Латвия), «Дом

Джульетты» в Вероне, «Рыбацкая деревня» в г. Калининграде и др.

3. Кроме того, ценностная шкала культурно-исторических ресурсов крайне подвижна, в зависимости от преобладающей идеологии эпохи, поэтому не всегда туристские ресурсы могут сохранять высокий уровень аттрактивности в системе современного туризма, наглядный пример «ленинские места» и их судьба в туризме.

4. Туристская инфраструктура во многих особенно небольших городах развита недостаточно. Речь идёт не только о средствах размещения туристов, но и о предприятиях общественного питания, транспортной доступности некоторых объектов, практически полном отсутствии придорожного сервиса (зеленые стоянки).

5. Проблема сезонности в культурно-познавательном туризме. Данная проблема остро стоит не только для рассматриваемого вида туризма, но и для туризма в целом.

Под сезонностью понимают устойчиво повторяющуюся, характерную для данного места цикличность туристской деятельности, связанную с изменением условий рекреации [3].

Сезонность в туризме имеет следующие признаки:

- Главным туристским сезоном называют период максимально плотного потока туристов в дестинацию;

- По степени интенсивности туристского потока выделяют следующие сезоны или периоды:

«пик» – это наиболее благоприятный период для туристских поездок, его

характеризует максимальная плотность туристского потока с наиболее комфортными для них условиями. Например, для культурно-познавательного туризма – это летний или весенний сезон.

«высокий» – присутствует достаточно высокий спрос на туристские услуги, однако, поток туристов уже не такой интенсивный, активность идет на спад;

«низкий» – сезон спада активности на туристском рынке, для этого периода характерно снижение цен на туристские услуги;

«мертвый» – период, когда спрос на туристские услуги становится максимально низким, например, для культурно-познавательного туризма – это сезон поздней осени или зимы.

- Более развитые в туристском отношении страны, регионы, города и отдельные дестинации, имеют более продолжительный туристский сезон, неравномерность туристского потока не такая явная;

- Факторы, оказывающие влияние на сезонность в туризме:

- природно-климатические;
- экономические;
- социальные;
- демографические;
- психологические;
- политическая обстановка, международное окружение и др.

6. Недостаточно внимания уделяется территориальному брендингу как объекту культурно-познавательного туризма.

Собственно территориальный брендинг выступает важным фактором продвижения территории, опирается на политический, экономический, социокультурный потенциал и природно-рекреационные ресурсы, а также на бренды товаров и услуг, локализованные в определенной географической местности. Туристский бренд – это региональный бренд, определяющий образ данного региона, это ассоциативная информация, которая сохраняется в памяти потребителей бренда, то есть всех, кто когда-либо сталкивался с ним [1]. Зачастую Администрация региона или местный Комитет по туризму ограничиваются созданием яркой эмблемы. А, ведь конкуренция за туристов включает создание и поддержание имиджа. Имидж любого туристического места находится под очень сильным влиянием его визуального образа, созданного кино и телевидением, музыкой, или знаменитостями.

Таким образом, разработанной эмблемы недостаточно, брендинг – это намного более широкое понятие.

Брендинг региона нацелен на:

- привлечение внешних и развитие внутренних рынков,
- целенаправленное формирование потребительского представления об уникальности территории,
- повышение узнаваемости территории, выгодного присутствия её образа в СМИ.

Функции туристского бренда территории заключаются в том, что он должен отражать важные преимущества территории. Бренд должен объединять в себе население, культурные традиции, экономическую и политическую деятельность, коммуникации с внутренней и внешней средой, должен сочетать в себе стратегии развития территории и те ценности, которые она готова предложить людям.

Процесс брендинга территорий – это сложный многофункциональный комплекс действий, который должен учитывать в себе множество факторов, от которых зависит успех всей брендинговой кампании.

Это порождает основные трудности и проблемы в отрасли, такие как:

- замена комплексного проекта бренда разработкой логотипа или PR-программой;
- отсутствие вовлечения жителей в процесс брендинга;
- отсутствие или нехватка квалифицированных исполнителей проекта брендинга;
- отсутствие внедрения разработанных рекомендаций.

7. Следующий вопрос заключается в отсутствии четкого регламента работы турагентств. После отмены лицензирования туристической деятельности турагенты не имеют документов, подтверждающих их профессиональный статус, что приводит к снижению степени доверия со стороны потребителей, а также со стороны туроператоров. Основная проблема турагентств – некачественное предоставление информации туристу, так как часто их основная цель – заработать деньги, а не максимально удовлетворить потребности клиента [2].

Минимизировать негативное влияние перечисленных выше факторов возможно на основе комплексного подхода, предусматривающего сочетание долгосрочных мероприятий, направленных на развитие туристской инфраструктуры, и средне- и краткосрочных мероприятий, ориентированных на формирование

и продвижение разнообразных туристских продуктов, отражающих потенциальные туристские возможности города или региона.

#### Литература

1. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 176 с. (дата обращения: 09.08.2022).

2. Логвина Е.В. Проблемы сезонности в туризме и пути их преодоления в условиях

санкционной политики в Крыму/ [Электронный ресурс], режим доступа - <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-sezonnosti-v-turizme-i-puti-ih-preodoleniya-v-usloviyah-sanktsionnoy-politiki-v-krymu> (дата обращения 09.08.2022)

3. Формирование бренда территории как ресурс развития муниципального образования. [Электронный ресурс], режим доступа - <https://evgenysolomin.livejournal.com/203438.html> (дата обращения 09.08.2022)

#### KONYUSHENKO Dmitrii Sergeevich

student of the Institute of Magistracy, profile organization of management of tourist destinations, St. Petersburg State University of Economics, Russia, St. Petersburg

### THE MAIN PROBLEMS OF CULTURAL AND EDUCATIONAL TOURISM

**Abstract.** *This paper discusses the main problems in the development of cultural and educational tourism and ways to solve them. The main results obtained in the course of the study demonstrate the relevance of the chosen research direction, as well as the need for the development of this industry in the subjects of the Russian Federation.*

**Keywords:** *tourism, cultural and educational tourism, socio-economic impact of tourism.*

**КОНЮШЕНКО Дмитрий Сергеевич**

студент института магистратуры, профиль: организация управления туристскими дестинациями, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Россия, г. Санкт-Петербург

**КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ  
В ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА**

***Аннотация.** В данной работе проведен анализ культурно-познавательного туризма в Ленинградской области, изучены особенности, присущие дестинации. Основные результаты, полученные в ходе исследования, демонстрируют актуальность выбранного направления исследований, а также необходимость развития данной отрасли в субъектах Российской Федерации.*

***Ключевые слова:** туризм, культурно-познавательный туризм, социально-экономическое влияние туризма.*

Ленинградская область обладает огромным культурно-историческим потенциалом. На территории региона находится более 5000 памятников архитектуры, археологии, истории и культуры.

Ежегодно область с населением около 1,7 млн. человек посещает столько же гостей. Рекреационный спрос, при наличии рядом крупного почти пятимиллионного города Санкт-Петербурга и граничащей с областью Финляндии, огромен, но пока полностью не удовлетворен. Следует отметить, что далеко не все районы Ленинградской области имеют высокий туристский потенциал. Наиболее посещаемыми и развитыми в сфере туризма являются Выборгский, Приозерский, Всеволожский, Гатчинский и Лужский районы. На территории данных районов активно развивается культурно-познавательный, экологический, спортивно-оздоровительный виды туризма.

Ленинградская область обладает уникальными и разнообразными туристскими ресурсами – природно-климатическими, историческими, социокультурными.

Под объектами культурного наследия понимают памятники истории и культуры народов Российской Федерации. Объекты недвижимого имущества и связанными с ними произведения живописи, скульптуры, декоративно-прикладного искусства, объекты науки и техники и иные предметы материальной культуры, возникшие в результате исторических событий, представляющие собой ценность с точки зрения истории, археологии, архитектуры,

градостроительства, искусства, науки и техники, антропологии, социальной культуры.

Объекты культурного наследия на территории Ленинградской области подразделяются на следующие категории историко-культурного значения:

- объекты всемирного наследия – культурные и природные ценности, составляющие достояние всего человечества;
- объекты культурного наследия федерального значения – это объекты повышенного туристского спроса, имеющие историческую, культурную, археологическую, художественную и иную ценность для Российской Федерации;
- объекты культурного наследия регионального значения – это объекты повышенного туристского спроса, имеющие историческую, культурную, археологическую, художественную и иную ценность для истории и культуры конкретного субъекта Российской Федерации;
- объекты культурного наследия местного (муниципального) значения – объекты повышенного интереса туристов, имеющие особое значение для истории и культуры муниципального образования.

На территории Ленинградской области сосредоточено 3900 памятников российской истории и культуры, из них 300 федерального значения [1]. Повышенным интересом у туристов пользуются различные фортификационные сооружения (крепости, курганы), дворцово-парковые ансамбли и храмовые комплексы. Важными объектами туристского

интереса являются защитные и оборонительные сооружения, их в области более 10.

Кроме этого на территории области проживают малочисленные народы (вепсы, корелы, ижоры и др.), чей быт и традиции представляют интерес для туристов. Этнографический туризм в рамках культурно-познавательного сейчас пользуется большой популярностью у туристов.

Важной составляющей Ленинградской области является культовое зодчество – часовни, храмы, церкви, соборы и монастыри. В области более 400 исторических объектов культового зодчества, многие из которых ежегодно принимают множество паломников [3].

На сегодняшний день туризм в Ленинградской области находится в стадии активного развития. Главным фактором для развития культурно-познавательного туризма является наличие в области большого количества объектов исторического и культурного наследия, о которых было сказано выше. Однако для успешного развития туризма в регионе необходимо наличие множества других факторов, таких как средства размещения и питания, транспорт и многое другое.

По итогам 2018 года в Ленинградской области 770 средств размещения, из них 297 баз отдыха, 27 санаториев и пансионатов, 92 детских лагеря, 88 гостевых домов, 50 хостелов, 39 гостиничных коттеджей и 18 кемпингов. Всего 64040 койко-мест. Из них 21 объект размещения имеет определенную степень классификации (4 объекта – 2 звезды, 13 объектов – 3 звезды, 4 объекта – 4 звезды). Таким образом, базы отдыха занимают более 38% от всех средств размещения, а гостиниц категории 5 звезд в области нет. По данным Правительства Ленинградской области коэффициент загрузки в некоторых объектах достигает 80%. В летний период коэффициент загрузки приближается к 100%, а с приходом осени идет на спад. Итоговый коэффициент загрузки составляет 60%, что связано с низкой комфортностью и невозможность круглогодичного использования средств размещения. В Ленинградской области насчитывается 1456 организаций общественного питания, в их число входит 130 ресторанов, 1082 кафе и 244 столовых. В регионе функционирует 187 туристских компаний, из которых 13 входят в Единый реестр туроператоров. Из них один туроператор организует выездной туризм, 10 работают в сфере международного

выездного туризма, 12 специализируются на внешнем туризме.

Информационная среда для туристов обеспечивается сетью Туристско-информационных центров. В Ленинградской области насчитывается 10 Туристско-информационных центров, находящихся в наиболее развитых городах области [2].

Ленинградская область имеет достаточно развитую систему железнодорожного (3 тыс. км.) и автомобильного (13 тыс. км.) транспорта, водный транспорт также развит (длина судоходных путей составляет 1,9 тыс. км.). На сегодняшний день туристские маршруты обеспечены скоростными поездами «Ласточка», по маршрутам: Санкт-Петербург – Выборг, Санкт-Петербург – Луга, Санкт-Петербург – Всеволожск и др. В летнее время часть туристского потока в Ленинградскую область прибывает круизным флотом. Одними из самых популярных являются круизы в дер. Верхние Мандроги (более 88 тыс. человек), в г. Лодейное поле (более 16 тыс. человек), в г. Выборг (более 16 тыс. человек). Значительную роль играет наличие крупного аэропорта «Пулково». Еще одним решающим фактором, как уже было сказано, является пограничное положение области и соседство с крупным городом, что в значительной мере увеличивает туристский поток.

Развитие и финансирование туризма в области происходит в рамках постановления Правительства Ленинградской области от 14 ноября 2013 года № 404 «О государственной программе Ленинградской области «Развитие культуры и туризма в Ленинградской области».

Анализ финансирования культуры и туризма в области позволяет сделать вывод о том, что средств, выделяемых государством на развитие данной сферы не только недостаточно, а данная сумма стабильно уменьшается из года в год.

Инвестиции в развитие сферы культурно-познавательного очень перспективны, ведь на сегодняшний день туризм является отраслью экономики, приносящей определенные выгоды и дивиденды. Наиболее перспективными в плане развития культурно-познавательного туризма являются Выборгский, Лужский, Всеволожский, Приозерский, Волховский и Подпорожский районы.

Ленинградская область является достаточно популярным направлением у туристов, главным образом, из Санкт-Петербурга. Международный туризм пока носит транзитный и

приграничный характер. Дальнейшее развитие культурно-познавательного туризма обусловлено значительным историко-культурным потенциалом региона, активно развивающейся туристской инфраструктурой: стабильным ростом числа средств размещения, питания и т.д.

#### Литература

1. Анализ туристских ресурсов Ленинградской области. [Электронный ресурс.], режим доступа - [https://studwood.ru/1143992/turizm/analiz\\_turist](https://studwood.ru/1143992/turizm/analiz_turist)

[skih\\_resursov\\_leningradskoy\\_oblasti](#) (дата обращения 15.08.2022)

2. Информационно-туристский центр Ленинградской области. [Электронный ресурс.], режим доступа - <https://www.lentravel.ru/kontakty/itc/> (дата обращения 15.08.2022)

3. Факторы привлекательности Санкт-Петербурга как объекта туризма. [Электронный ресурс.], режим доступа - <https://mirznanii.com/a/224482/factory-privlekatelnosti-sankt-peterburga-kak-obekta-turizma/> (дата обращения 15.08.2022)

#### KONYUSHENKO Dmitrii Sergeevich

student of the Institute of Magistracy, profile organization of management of tourist destinations, St. Petersburg State University of Economics, Russia, St. Petersburg

### CULTURAL AND EDUCATIONAL TOURISM IN THE LENINGRAD REGION: GENERAL CHARACTERISTICS

**Abstract.** *In this paper, the analysis of cultural and educational tourism in the Leningrad region is carried out, the features inherent in the destination are studied. The main results obtained during the study demonstrate the relevance of the chosen research direction, as well as the need for the development of this industry in the subjects of the Russian Federation.*

**Keywords:** *tourism, cultural and educational tourism, socio-economic impact of tourism.*

**КОНЮШЕНКО Дмитрий Сергеевич**

студент института магистратуры, профиль: организация управления туристскими дестинациями, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Россия, г. Санкт-Петербург

**РЕСУРСЫ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА**

**Аннотация.** В данной работе рассматриваются ресурсы, которые используются при развитии культурно-познавательного туризма. Основные результаты, полученные в ходе исследования, демонстрируют актуальность выбранного направления исследований, а также необходимость развития данной отрасли в субъектах Российской Федерации.

**Ключевые слова:** туризм, культурно-познавательный туризм, социально-экономическое влияние туризма.

Туристские ресурсы являются основой для развития любого вида туризма. В Федеральном законе № 132-ФЗ (ред. от 01.04.2020) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" туристские ресурсы определяются как природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил [2].

Основой культурно-познавательного туризма является исторический и культурный потенциал страны, города или региона, который включает в себя всю социокультурную среду дестинации: традиции, обычаи, особенности быта населения. Таким образом, можно говорить о том, что практически любая местность имеет минимальный набор ресурсов для культурно-познавательного туризма, однако, для его массового развития требуется определенная концентрация объектов культурного и исторического наследия, наличие нескольких объектов повышенного интереса туристов [1].

Анализ работ исследователей Кайдаловой Е. В. Науменко В.Е., Султанова Р.С., Мартынова А.И., Шер А.Я., Урядовой А.В., Савина Д.А. показал, что специалисты относят к ресурсам культурно-познавательного туризма:

- памятники археологии – остатки древних сооружений, следы трудовой или культурной деятельности древних людей, а также сами древние вещи, изготовленные когда-то человеком и найденные в процессе археологических раскопок. К ним относятся городища, курганы,

остатки древних поселений, укреплений, древние места захоронений, каменные изваяния, наскальные изображения и т.д.;

- культовую и гражданскую архитектуру. Посещение объектов культовой (храмовой или сакральной архитектуры), т.е. мест поклонения и священных религиозных объектов, таких, как церкви, храмы, мечети, синагоги, и др. так же может быть отнесено к культурно-познавательному туризму, т.к. туристы не всегда являются паломниками, особенно если речь идет о памятниках сакрального зодчества прошлых эпох;

- малые и большие исторические города. К историческим городам относят населенные пункты, имеющие архитектурные памятники культуры, а также сохранившиеся природные ландшафты и древний культурный слой земли, представляющий археологическую и историческую ценность. Так, например, в Ленинградской области к историческим городам относят Выборг, Гатчину, Лугу, Шлиссельбург, Ивангород и др.;

- исторические поселения. Существует перечень исторических поселений регионального и федерального значения. Историческим поселением называют населенный пункт или его часть, в границах которых расположены объекты культурного наследия или объекты, составляющие предмет охраны исторического поселения. Например, г. Санкт-Петербург или г. Выборг;

- музеи, театры, выставочные залы и др.;
- социокультурную инфраструктуру, которая является совокупностью видов деятельности и предприятий, предоставляющих

услуги, которые способствуют воспроизводству сил человека, его интеллектуальному и физическому развитию. Например, к социально-культурной инфраструктуре относят предприятия и организации систем культуры, здравоохранения, образования, спортивно-оздоровительные учреждения и др.;

- этнографические объекты туристского интереса, народные промыслы и ремесла, центры прикладного искусства;

- технические комплексы и сооружения.

Данная классификация ресурсов культурно-познавательного туризма является обобщением сделанным автором наиболее распространенных подходов, но не единственной.

Так, Сущинская М.Д. все ресурсы культурно-познавательного туризма подразделяет на две большие группы: собственно культурные достопримечательности и практики потребления культурных благ туристами. Каждая группа далее будет рассмотрена более подробно [3].

1. Собственно культурные достопримечательности включают в себя:

- материальные и нематериальные достижения в традиционных областях культуры, куда входит архитектура, литература, изобразительное искусство и т.д.,

- материальные и нематериальные результаты в новых, более современных областях культуры, это так называемые культурные индустрии (индустрии моды, кино, развлечений, графического и веб-дизайна и т.д.)

- повседневную жизнь и деятельность населения конкретной территории (быт, труд и досуг) как элементы истории и культуры, представляющие сегодня повышенный интерес для туристов. Следует отметить, что речь идёт не только о достижениях прошлых эпох (историко-культурное наследие), но и о современных культурных процессах.

Таким образом, если отталкиваться от времени формирования культурных ресурсов, то тогда возможно разделить все ресурсы на два вида:

- культурное наследие,
- современная культура.

Кроме того, объекты культурно-познавательного туризма можно разделить и по форме существования культурной достопримечательности:

- стационарные культурные достопримечательности, «привязанные» к определенной территории физически. Это здания и сооружения.

- культурные события, которые не «привязаны» к конкретной территории и теоретически, могут проводиться на различных локациях. Это различные фестивали, ярмарки и т.д.

Культурный базис достопримечательности разделяет культурные ресурсы на следующие категории:

- материальная культура (артефакты) – материальные атрибуты творческой, производственной и бытовой деятельности (орудия труда, одежда, жилище, произведения искусства и т. д.),

- нематериальная культура – художественные и культурные традиции, мифология и т.д.

2. Практики потребления культурных благ туристами. Туристская практика – это деятельность туриста в отношении посещаемой дестинации, которая представляет собой его компетентность и познания в сфере культуры и туризма.

Потенциал «туристской включенности», разделяет культурные ресурсы по степени культурной значимости и известности для туристов:

- культурные ценности общемирового значения, способные привлечь большие массы туристов. Это, например, художественные коллекции всемирного значения; памятные места, связанные с жизнью и деятельностью известных людей и т.п.

- культурные ценности, представляющие интерес и использующиеся в

основном местным населением (например, религиозные объекты и гражданские сооружения, кинотеатры, библиотеки, парки и пр.).

В зависимости от того, каким образом используются культурно-исторические достопримечательности, их можно разделить следующим образом:

- познавательные, позволяющие приобрести новые знания в той или иной области;

- развлекательные, которые помогают туристу развеять скуку, расслабиться, отвлечься от повседневной жизни в рамках познавательной деятельности.

Важно учитывать, что объект культуры представляет собой, как правило, многомерный ресурс, который обладает различными классификационными признаками.

### Литература

1. Мартынов А.И., Шер А.Я. Археологические памятники, источники и общие задачи их



исследования. [Электронный ресурс], режим доступа - <https://arheologija.ru/martynov-sher-arheologicheskie-pamyatniki-istochniki/> (дата обращения: 03.08.2022)

2. Науменко В.Е., Султанов Р.С. «Исторический город»: к определению понятия <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskiy-gorod-k-opredeleniyu-ponyatiya/viewer>

[Электронный ресурс], режим доступа - <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskiy-gorod-k-opredeleniyu-ponyatiya/viewer>(дата обращения: 03.08.2022)

3. Сущинская М.Д. Культурный туризм : учебное пособие / СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 128 с. (дата обращения: 03.08.2022).

### KONYUSHENKO Dmitrii Sergeevich

student of the Institute of Magistracy, profile organization of management of tourist destinations  
St. Petersburg State University of Economics, Russia, St. Petersburg

## RESOURCES OF CULTURAL AND EDUCATIONAL TOURISM

**Abstract.** *This paper examines the resources that are used in the development of cultural and educational tourism. The main results obtained in the course of the study demonstrate the relevance of the chosen research direction, as well as the need for the development of this industry in the subjects of the Russian Federation.*

**Keywords:** *tourism, cultural and educational tourism, socio-economic impact of tourism.*

**КОНЮШЕНКО Дмитрий Сергеевич**

студент института магистратуры, профиль: организация управления туристскими дестинациями, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Россия, г. Санкт-Петербург

**СУЩНОСТЬ И СПЕЦИФИКА КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА**

**Аннотация.** В данной работе рассматриваются основные аспекты культурно-познавательного туризма, а также проведён анализ сущности и специфики данного вида туризма. Основные результаты, полученные в ходе исследования, демонстрируют актуальность выбранного направления исследований, а также необходимость развития данной отрасли в субъектах Российской Федерации.

**Ключевые слова:** туризм, культурно-познавательный туризм, социально-экономическое влияние туризма.

Культурно-познавательный туризм даже в условиях появления новых видов туризма, соответствующих стремительно меняющимся тенденциям современного мира, сохраняет свои позиции и продолжает активно развиваться. Это обусловлено тем, что посредством данного вида туризма человек может наиболее полно познакомиться с культурой, историей, традициями другой страны, города или региона [3]. Так осуществляется культурный диалог между странами; происходит обмен культурными идеями и ценностями, взаимное обогащение результатами материального и духовного творчества.

«Культурно-познавательный туризм – сфера туристской деятельности, основанная на использовании исторического наследия, национальных традиций, искусства и культуры. Знакомство туристов с культурным наследием происходит в основном во время экскурсий, среди которых преобладают пешеходные и автобусные» [4].

Культурно-познавательный туризм представляет собой различные виды путешествий, удовлетворяющие потребности людей в познании. Базой для развития данного вида туризма служат культурные и исторические ресурсы, расположенные в различных регионах и пользующиеся повышенным интересом туристов. Культурно-познавательный туризм, в свою очередь, делится на следующие подвиды:

- культурно-исторический (посещение памятников истории и памятных мест города или региона и других мероприятий);

- культурно-событийный (посещение постановочных культурных мероприятий: праздников, фестивалей, участие в них);

- культурно-религиозный (посещение культовых религиозных сооружений, мест паломничества, тематических лекций по религии или религиям региона);

- культурно-археологический (посещение памятников древности, мест проведения раскопок, участие в археологических экспедициях);

- культурно-этнографический (посещение музеев, выставок, посвященных культуре определенного этноса, его языка, фольклора, традициям и творчеству);

- культурно-экологический (посещение природно-культурных ансамблей, участие в культурно-экологических программах, связанных с взаимодействием природы и культуры, созданной человеком).

Растущая роль туризма в различных сферах жизни страны и региона неоспорима. Он имеет рекреационное, социально-культурное и экономическое значение [2].

Рекреационное значение туризма. Рекреация – восстановление израсходованных в процессе труда и развития физических и духовных сил человека, повышение уровня здоровья и работоспособности. Осуществление рекреации в туризме происходит с непосредственным использованием рекреационных ресурсов, которые представляют собой совокупность природных и рукотворных объектов повешенного туристского интереса, которые используются туристами с целью получения новых знаний, восстановления сил, лечения и отдыха. Конечно,

сами по себе объекты природного и культурного наследия не могут являться туристской дестинацией, привлекающей большие потоки туристов. Неотъемлемой частью рекреационных ресурсов является инфраструктура.

Социально-культурное значение. Туризм оказывает влияние на духовную составляющую жизни людей, на систему их знаний и моральных ценностей. Одной из основных задач туризма является формирование у людей бережного отношения к объектам природного и культурно-исторического наследия, сохранение и распространение культуры и традиций разных стран и народов, в том числе коренных малочисленных народов.

В рамках реализации принципов данной концепции в России возникают этнические центры, где туристы могут посетить музей, увидеть процесс изготовления местных элементов декора, одежды посуды и др. Такие этнические деревни и поселения проводят открытые праздники для знакомства туристов со своей культурой и обычаями. Примером может стать историко-этнографический музей-заповедник «Вепский центр фольклора», находящийся в Подпорожском районе Ленинградской области и созданный с целью воссоздания и сохранения культурного наследия вепсов. Это наследие составляет народный эпос, народные промыслы, традиции, костюмы [1].

Экономическое значение. Туризм в современном мире представляет собой полноценную сферу экономики. По данным ВТО, вклад туризма в мировую экономику составляет около 12% мирового Валового внутреннего продукта (ВВП). Так, достаточно большую часть доходов стран Скандинавии (Норвегии, Швеции) приносит именно туризм. Развитие туризма позволяет создавать новые рабочие места для местного населения, что особенно актуально в небольших городах, например, в таких городах Ленинградской области как Тихвин, Старая Ладога и др., кроме того туризм оказывает влияние на развитие транспортной отрасли, строительства. Так, можно сказать, что туризм является мощным катализатором для развития региона во многих направлениях.

Для более подробного рассмотрения культурно-познавательного туризма необходимо рассмотреть его функции [5].

1. Познавательная функция. Целью культурно-познавательного туризма является получение туристом или экскурсантом знаний об определенном культурно-историческом

пространстве и характерных для него традиций, особенностей быта и т.д. В России практически каждый регион имеет богатое культурное и историческое наследие и может стать целью путешествия туриста. В частности, в Ленинградской области объектами повышенного туристского интереса могут стать фортификационные сооружения (Крепость Ивангород, Выборгский замок), многочисленные храмы и монастыри (Свято-Троицкий Александровский мужской монастырь, Введено-Оятского женский монастырь), дворцово-парковые ансамбли (Гатчинский дворцово-парковый комплекс, парк Монрепо) и памятники природы (Вепский лес, Гладышевский заказник, Саблинские пещеры).

2. Образовательная функция. Кроме экскурсий туристы могут посетить различные лекции, семинары и др., например, Государственный Эрмитаж, Этнографический и Русский музеи организуют лекции для всех желающих, в том числе и туристов. В Ленинградской области таких открытых лекториев пока недостаточно, в Выборгском районе примером может быть лекторий в библиотеке А. Аалто в Выборге.

3. Паломническая функция. Религия является одним из важнейших элементов культуры в нашей стране, более половины россиян идентифицируют себя как православные христиане, поэтому религиозные и паломнические маршруты интересуют достаточно большую аудиторию туристов. Как уже было сказано ранее, на территории Ленинградской области находится большое количество религиозных и паломнических мест, многие из которых объединены в туристские маршруты.

4. Эмоциональная функция. Каждая туристская поездка мотивирована в первую очередь предстоящими впечатлениями, позитивными эмоциями, которые хочет получить турист. На удовлетворении эмоциональных потребностей и строится культурно-познавательный туризм в любом регионе. Основным препятствием для этого становится недостаточно развитая инфраструктура, низкая транспортная доступность некоторых объектов, ненадлежащее состояние объектов туристского показа.

Посредством культурно-познавательного туризма происходит культурный диалог между людьми, проживающими в разных регионах, городах и странах. Так туристы получают информацию о традициях, культуре, обычаях той или иной туристской дестинации.

### Литература

1. Вепсский центр фольклора [Электронный ресурс], режим доступа - <http://vepscentre.ru/> (дата обращения 29.07.2022)
2. Латыпова Р. Т. Культура и туризм // Молодой ученый. – 2016. – №7. М.: Мир книг, 2013. – С. 881-884. (дата обращения 29.07.2022)
3. Фролов А.И. Культурно-познавательный туризм: объекты, маршруты, люди. [Электронный ресурс], режим доступа - [http://www.rosnou.ru/pub/0002012/about/rosnou\\_v\\_SMI/Frolov.pdf](http://www.rosnou.ru/pub/0002012/about/rosnou_v_SMI/Frolov.pdf) (дата обращения 29.07.2022)
4. Халяева А.О. Социокультурные и правовые основания развития культурного туризма, [Электронный ресурс], режим доступа - <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiokulturnye-i-pravovye-osnovaniya-razvitiya-kulturnogo-turizma> (дата обращения 29.07.2022)
5. Шабалина С.А. Введение в специальность. [Электронный ресурс], режим доступа - <http://bars.kpfu.ru/file.php/1/KKL/b00981.pdf> (дата обращения: 29.07.2022).

### KONYUSHENKO Dmitrii Sergeevich

student of the Institute of Magistracy, profile organization of management of tourist destinations, St. Petersburg State University of Economics, Russia, St. Petersburg

## THE ESSENCE AND SPECIFICS OF CULTURAL AND EDUCATIONAL TOURISM

**Abstract.** *This paper examines the main aspects of cultural and educational tourism, as well as the essence and specifics of this type of tourism. The main results obtained in the course of the study demonstrate the relevance of the chosen direction of research, as well as the need for the development of this industry in the subjects of the Russian Federation.*

**Keywords:** *tourism, cultural and educational tourism, socio-economic impact of tourism.*

Лю Жуй

аспирант кафедры мировой экономики,  
Санкт-Петербургский государственный экономический университет,  
Россия, г. Санкт-Петербург

## ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА ГЛОБАЛЬНОЙ ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК ПОД ВЛИЯНИЕМ ЭПИДЕМИИ НА АЗИАТСКУЮ ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ИНТЕГРАЦИЮ

**Аннотация.** В статье рассмотрены последствия глобальной эпидемии, начавшейся в конце 2019 года. Пандемия оказала существенное влияние на первоначальный мировой порядок, особенно с точки зрения перемещения населения, международного сотрудничества и промышленного производства.

**Ключевые слова:** COVID-19, китайско-американская торговая война, глобальная цепочка поставок, деглобализация.

Китайско-американские торговые трения, начавшиеся в 2018 году, все еще не прекратились, и процесс де-китаизации глобальной цепочки поставок во главе с Соединенными Штатами не был прекращен из-за распространения глобальной эпидемии. Напротив, это ускорило процесс де-китаизации глобальной цепочки поставок. Перед лицом эпидемии международное сообщество оказалось не таким сплоченным, как надеялись люди. Вместо этого оно приняло внешнюю политику «самообороны и разорения соседа (обр. в знач.: решать свои проблемы за чужой счет)». Неспособность достичь консенсуса в условиях международного сообщества усилила последствия коронавирусной эпидемии и нанесла ущерб экономике [1, с. 1]. Под влиянием таких факторов, как последствия эпидемии, игра между Китаем и США и закрытие заводов, глобальная цепочка поставок вошла в состояние хаоса, которого не было за последние несколько десятилетий, и это окажет глубокое влияние на мировую экономическую структуру.

В марте 2018 года под руководством политики «сделать Америку снова великой» тогдашний президент США Дональд Трамп нагло развязал торговую войну с Китаем, значительно повысил тарифы на китайские товары (подтверждается данными) и ввел санкции против китайских высокотехнологичных компаний, таких как HUAWEI, ZTE, и выпустил черный список Министерства торговли США. В то же время он поддерживает развивающиеся страны, кроме Китая (такие как Вьетнам, Мексика и Индия), в экспорте товаров в

Соединенные Штаты. Он сосредоточился на укреплении американо-индийских отношений и развитии всеобъемлющей индустриализации Индии, тем самым заменил позиции Китая в глобальной промышленной цепочке. Ссылаясь на 7-й «Отчет об индексе переориентации», опубликованный Кернем в апреле 2020 года [3, с. 6]. Этот «Индекс переориентации» относится к процессу переноса производства с офшора на прибрежную зону и неофшор. Этот отчет выявил одно из наиболее очевидных изменений, обнаружив, что индекс переориентации претерпел очень большой разворот в 2019 году. За этим поворотом стоит первое резкое падение доли импорта Китая в производстве США в 2018-2019 годах. Так куда же делась уменьшающаяся доля экспорта Китая в Соединенные Штаты? Отчет об исследовании показал, что большая часть доли Китая досталась Вьетнаму и Мексике, а Китай потерял около 90 миллиардов юаней. 31 миллиард долларов США был направлен в другие недорогие страны Азии, а 13 миллиардов долларов США – в Мексику. На долю Вьетнама приходится половина из 31 миллиарда долларов США, поступающих в страны Азии с низкими издержками [4, с. 3].

Сравнивая данные об импорте и экспорте Китайской таможни за последние два года, объем торговли между Китаем и Соединенными Штатами сократился. В то же время ЕС и АСЕАН заменили США в качестве первого и второго по величине торговых партнеров Китая. Усилия США по созданию новой «гибкой цепочки поставок» в глобальном масштабе начинают приносить плоды, и одной из целей

создания этой так называемой «гибкой цепочки поставок» является исключение Китая из существующей глобальной цепочки поставок. Однако такого рода цепочки поставок, которые не создаются в силу естественных экономических законов и принципов торговли, не только противоречат свободной торговле под руководством Запада, но и несовместимы с принципом оптимальности по Парето. Такое грубое вмешательство в естественно сложившуюся

глобальную цепочку поставок неизбежно повлияет на мировой экономический порядок и увеличит стоимость функционирования глобальной экономической системы. Данные по индексу базовой инфляции в США остаются высокими с середины 2021 года, что доказало, что операционные расходы глобальной экономической системы перешли на сторону потребителей (рисунок 1).

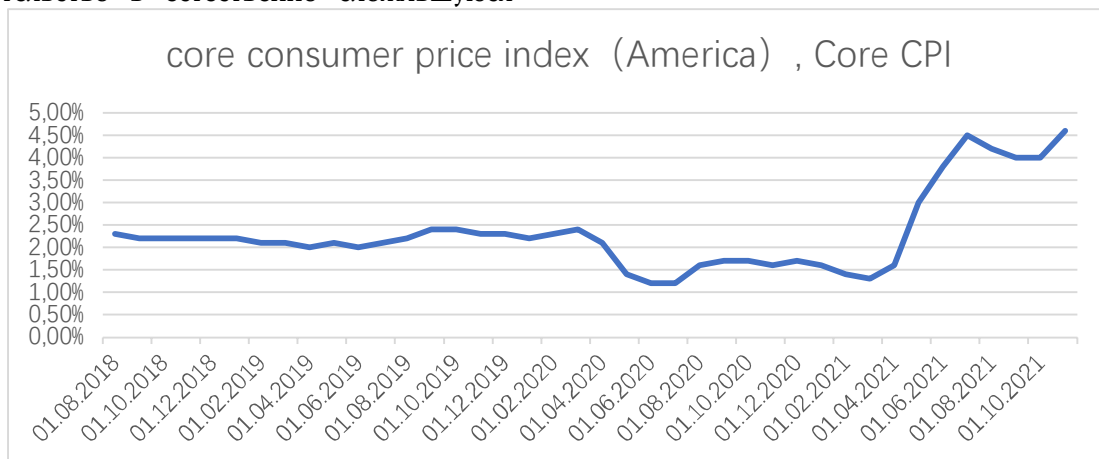


Рис. 1. Базовый индекс потребительских цен (Америка)

Как раз в тот момент, когда китайско-американские торговые трения достигли критической стадии, пандемия COVID-19 оказала огромное влияние на мировую экономику. Это влияние имеет широкий диапазон и длительную продолжительность воздействия, чего никогда не было в интеграции мировой экономики. Основная тяжесть последствий эпидемии ложится на глобальную цепочку поставок.

На ранней стадии эпидемии эпидемия повлияла на глобальную цепочку поставок, затронув внешнюю торговлю Китая. Во-первых, пострадали производство и экспорт Китая, что, в свою очередь, повлияло на промежуточные продукты, импортируемые из зарубежных стран; во-вторых, поскольку Китай поставляет промежуточные продукты в зарубежные страны, прерывание экспорта промежуточных продуктов из Китая повлияет на иностранное производство. Влияние на другие страны можно увидеть, просто оценив важность торговых партнеров Китая. По объему торговли в 2019 году наиболее важными торговыми партнерами Китая являются Европейский союз, АСЕАН, Соединенные Штаты, Япония и Южная Корея. На их долю приходится 15,41%, 14,02%, 11,83%, 6,88% и 6,22% от общего объема внешней торговли Китая соответственно. Общий объем торговли этих пяти основных торговых партнеров достиг 54,36%. Таким образом, три

основные региональные цепочки поставок в мире – азиатские цепочки поставок, европейские цепочки поставок и североамериканские цепочки поставок – будут затронуты в той или иной степени. В течение этого периода большее количество транснациональных компаний решили перенести свои производственные линии из Китая в другие развивающиеся страны, надеясь таким образом застраховаться от рисков, связанных с эпидемией. Среди них развивающиеся страны, представленные Вьетнамом и Индией, стали первым выбором для транснациональных компаний. В начале 2020 года все признаки указывают на то, что распространение эпидемии в Китае ускорило деконтаинизацию глобальной цепочки поставок.

Однако благодаря ряду срочных и продуктивных мер, принятых китайским правительством, эпидемия в Китае была эффективно контролирована в середине 2020 года. Правительство постепенно отменило национальную политику карантина, введенную в ответ на пандемию COVID-19, и организовало предприятия для упорядоченного возобновления производства. К середине 2020 года мощности промышленного производства Китая вернутся к доэпидемическому уровню.

В это время COVID-19 начал распространяться по миру, эпидемия коронавируса вступила во вторую стадию, и число случаев

заражения в Европе и Америке резко возросло. Из-за различных суждений каждой страны об эпидемии сначала страны Европы и США в разной степени приняли политику борьбы с новой эпидемией. Однако с распространением эпидемии большинство стран осознали серьезность проблемы и приняли принудительные меры, такие как ограничение передвижения людей и карантин дома. В это время цепочка поставок в Европе и Соединенных Штатах когда-то была парализована. В это время из-за политики карантина дома потребительская способность европейцев и американцев была подавлена, что привело к снижению мировых цен на потребительские товары. В течение этого периода цены на сырую нефть однажды упали до отрицательных значений.

К середине 2021 года в Индии был обнаружен новый мутировавший штамм вируса – Дельта. По сравнению с коронавирусом до мутации, вирус Дельта показал чрезвычайно сильную заражаемость. Появление Дельты прервало восстановление глобального экономического порядка и быстро распространилось на всю Юго-Восточную Азию. Многие страны Юго-Восточной Азии решили остановить работу и производство перед лицом угрожающего вируса Дельта. Строгие меры по профилактике эпидемии напрямую привели к тому, что транснациональные компании, которые ранее мигрировали во Вьетнам и Индию, не смогли организовать производство и, следовательно, не смогли завершить доставку заказов.

В то же время, благодаря смягчению эпидемии в Европе и Соединенных Штатах и мягкой денежно-кредитной политики в глобальных центральных банках постепенно восстановилась потребительская способность западных стран. В настоящее время проблемами, стоящими перед международными транснациональными компаниями, являются европейские и американские рынки, на которых возобновился спрос, и закрытые из-за эпидемии заводы в Юго-Восточной Азии. В результате чтобы обеспечить доставку товаров, транснациональным компаниям пришлось перенести производственные задачи обратно в Китай, поэтому зарубежный экспорт Китая поддерживал быстрый рост в течение последних двух лет. Однако из-за переноса производственной цепочки из Китая за последние два года существующие производственные мощности Китая оказались недостаточными [5, с. 610]. Перед лицом внезапных внешнеторговых заказов китайские компании по-прежнему не в состоянии удовлетворить спрос, даже если они перегружены. Нестабильность цепочки поставок, восстановление потребительского спроса в Европе и Соединенных Штатах, а также неспособность контролировать зарубежные эпидемии привели к росту глобальных транспортных расходов (рисунок 2), а пиковое значение Балтийского сухого индекса был в десять раз выше, чем до эпидемии.

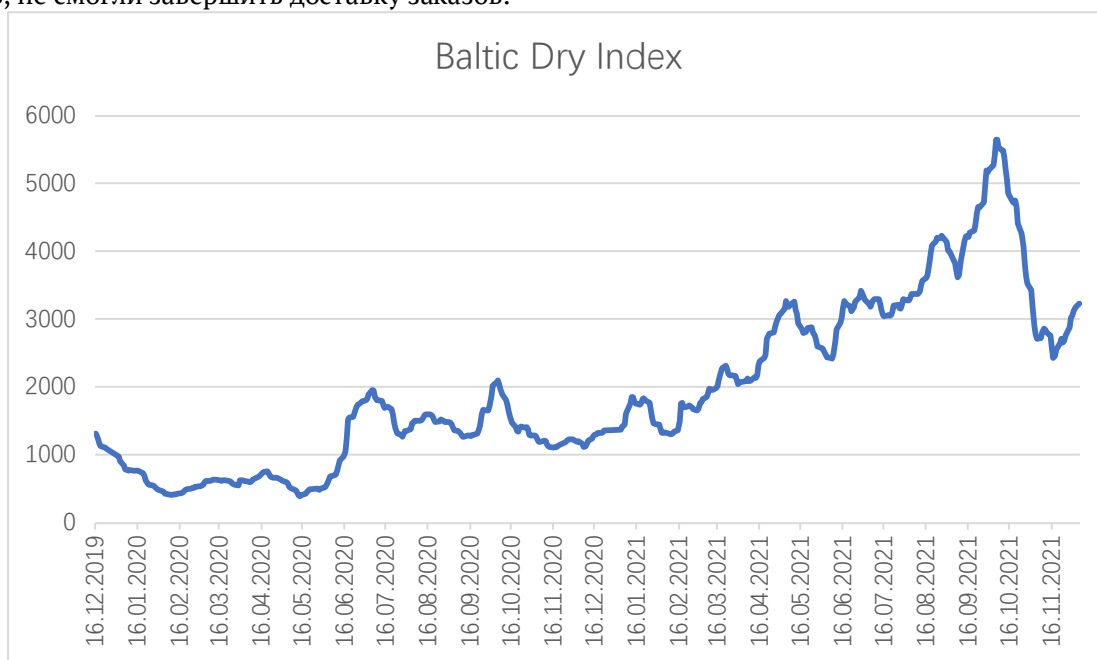


Рис. 2. Балтийский сухой индекс

Разобравшись с хронологией эпидемии COVID-19, можно обнаружить, что глобальный кризис цепочки поставок был вызван эпидемией коронавируса и игрой между Китаем и США. В этом кризисе цепочки поставок глобальная цепочка поставок полупроводников пострадала больше всего и имела далеко идущие последствия. Из-за особенностей высокого разделения труда в полупроводниковой промышленности восстановление после удара относительно длительное по сравнению с другими цепочками поставок.

В первые дни эпидемии COVID-19 из-за политики профилактики и борьбы с эпидемией, проводимой различными странами, передвижение людей было ограничено, а уровень безработицы увеличился. В этом случае автомобильные компании считают, что потребительская готовность и покупательная способность жителей значительно снизятся в ближайший период времени, поэтому крупнейшие автомобильные компании мира сократили большое количество комплектующих, используемых в автомобильном производстве, включая автомобильные чипы. В то же время, поскольку большинство сотрудников компаний обращаются к онлайн-офису. Чтобы удовлетворить потребности онлайн-офиса, людям необходимо покупать много электронных потребительских товаров, таких как компьютеры, планшеты, камеры и т.д. Из-за изменений в спросе на чипы производители чипов (такие как TSMC и Samsung) сократили производство автомобильных чипов и переключили свои производственные линии на производство электронных потребительских чипов. Кроме того, санкции США в отношении Huawei заставили некоторые китайские высокотехнологичные компании беспокоиться о своем будущем развитии. Как только компании попадают в «черный список Министерства торговли», составленный Соединенными Штатами, это означает, что они не могут приобретать необходимые чипы на мировом рынке. Из-за беспокойства по поводу неопределенности будущих китайско-

американских отношений многие компании начали запасаться чипами сверх того, что им нужно для производства. Накопление чипов этими компаниями привело к тому, что мировой спрос на чипы стал намного выше, чем обычно, а сама линия по производству чипов характеризуется большими инвестициями и длительным циклом строительства. Поэтому, даже если заводы по производству чипов работают на полную мощность, они не могут решить дисбаланс между спросом и предложением чипов в короткое время. В то же время в связи со стабилизацией глобальной эпидемии и свободной среды мировой валюты готовность и уровень потребления жителей повысились, а мировой автомобильный рынок восстановился. В результате, когда автомобильные компании готовились к расширению производства, они обнаружили, что заводы по производству чипов по всему миру находятся в состоянии полного производства, и не было простаивающих производственных линий для производства автомобильных чипов для автомобильных компаний. Нехватка автомобильных чипов привела к резкому росту цен на существующие чипы, а цены на автомобили во всем мире выросли (рисунок 3). Нехватка чипов когда-то привела к тому, что несколько крупных производителей автомобилей по всему миру оказались перед дилеммой закрытия производственных линий перед лицом массовых заказов. Под влиянием многих негативных факторов мировой рынок чипов вышел на рынок продавца. Индекс полупроводникового сектора (SOX) PHLX (рисунок 4), отражающий процветание рынка чипов, за прошедший год вырос с 1900 до 3900 пунктов, увеличившись более чем на 100%. Поскольку индустрия чипов находится в центре глобальной промышленной цепочки, автомобильная промышленность является лишь одной из многих отраслей, на которые влияет дисбаланс между спросом и предложением в индустрии чипов. Поэтому в обозримом будущем инфляция, вызванная дефицитом чипов, неизбежна (рисунок 5).



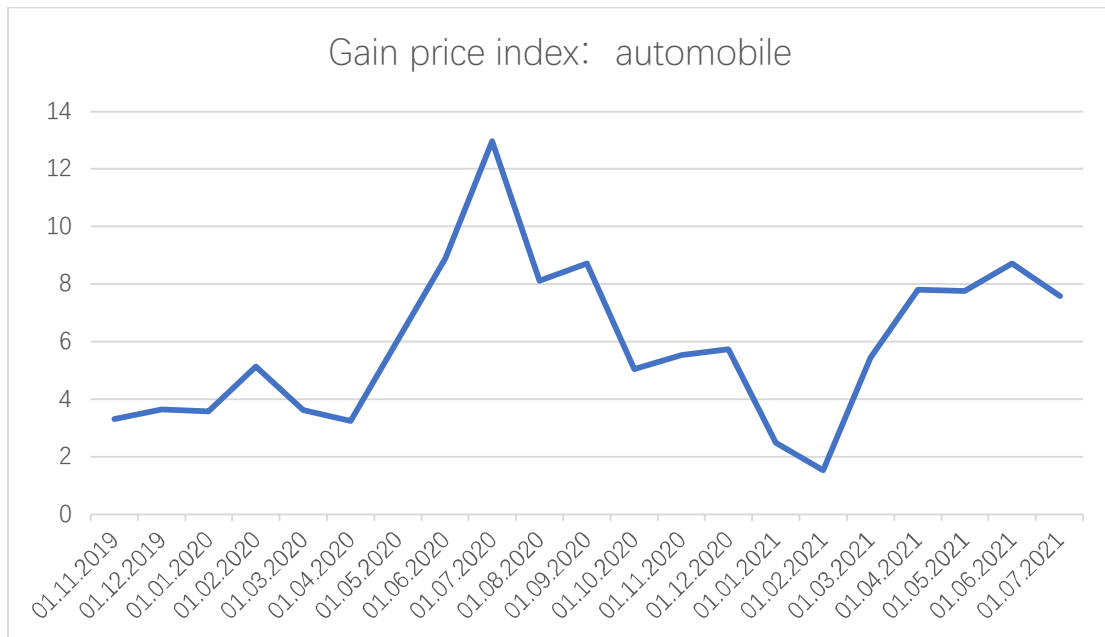


Рис.3. Индекс потребительских цен: новые автомобили [6, с. 12]

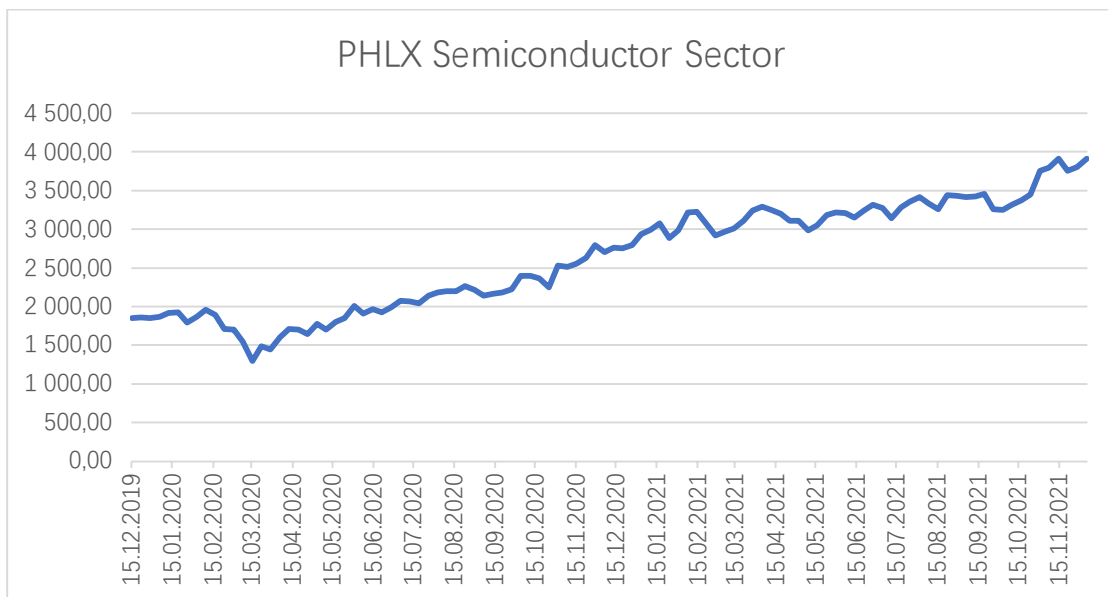


Рис. 4. Индекс полупроводникового сектора (SOX) PHLX



6. WEO Data: April 2021 Edition  
[Электронный ресурс] // International Monetary  
Fund. Режим доступа:

<https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2021/April>, свободный (дата обращения: 15.11.2021).

**Liu Rui**

graduate student of the Chair of World Economy,  
St. Petersburg State University of Economics, Russia, St. Petersburg

## **THE IMPACT OF THE EPIDEMIC-INFLUENCED GLOBAL SUPPLY CHAIN CRISIS ON ASIAN ECONOMIC INTEGRATION**

**Abstract.** *The article considers the consequences of the global epidemic that began at the end of 2019. The pandemic had a significant impact on the original world order, especially in terms of population displacement, international cooperation, and industrial production.*

**Keywords:** *COVID-19, Sino-US trade war, global supply chain, de-globalization.*

# ПЕДАГОГИКА

**NURMURADOVA Fotima Rustamovna**

master's degree student, University of International Business,  
Kazakhstan, Almaty

**KHOSHAEVA Gulbakhram Bakhapovna**

PhD, associate professor, University of International Business,  
Kazakhstan, Almaty

## ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF ONLINE EDUCATION IN FOREIGN LANGUAGE CLASS

**Abstract.** *In a COVID-19 pandemic situation, many teachers faced challenges in online teaching mode because it happened unexpectedly; therefore, teachers were not prepared for it. This article defined the success and failure of secondary school FL teachers in the online teaching process. By virtue of the importance and difficulties of teaching EFL for school students, it marked challenging for FL teachers to handle teaching online system. The study's guiding questions were designed to determine how FL teachers perceived the experiences of online teaching by identifying the advantageous and disadvantageous parts of online teaching for FLL.*

**Keywords:** *online education, secondary school, success and failure.*

### 1. Definition of online learning

Online learning is defined as learning which includes a range of technologies as web, email, chat, video-audio conference delivering with the computer and even a phone. The term online education, called differently: "distance education", "e-learning", "online learning", however, online learning is a kind of "distance learning".

In Online education teachers' role is not only facilitators but also as knowledge transmitters, and ICT knowledge is regarded as a source that enhances students' learning experience. E-learning is considered as an innovative and interactive way of teaching which brought joy in learning. Liu and Wang (2009) found that the features of the online learning process are mainly dependent and focused on the Internet, namely, the transfer of learning resources, the exchange of data and information through the network, as well as the flexibility of learning, since a computerized learning environment helps to solve the problem with distance and time [1, p. 398].

### 2. Teaching online: benefits and challenges

Now, due to the situation in the world, online learning has become widely used all over the

world, and it has enough benefits, although on the other hand there are some challenges.

Tallent-Runnels et al. (2006) augmented that the persistent development of technological innovation and internet connection availability increased the motivation for online learning since the beginning of the millennium [1]. This motivation for online learning can also be deduced from its benefits.

Online education is notable for its flexibility and convenience, you do not need to go somewhere, spend money on travel, you can adjust the time for yourself, the main thing is to have a computer or phone with you and access to the Internet. Online learning is interacting, interaction, and discussion between student-to-teacher and student-to-student is increasing, the learning environment is more focused on the students. Passive listening decreases, more practice, and assignments for students, more active learning.

Of course, online education has many advantages, but do not forget about the problems faced by both sides, teacher and student. The researchers Young (1997) and Burdman (1998) identified the most important problem of online learning, namely the complete lack of personal

interaction between teachers and students, as well as students with their peers [2, p.402]. In addition, the learning process is much easier with face-to-face communication with the teacher. Since tests or important tasks are conducted in an online format, it is impossible to control the cheating actions of students.

### **3. Advantages of online learning from the teachers' perspective**

It is suggested that online learning used as a tool for improvement of educational outcomes and assess ability with low-level expenditure than traditional teaching approach. The assessment of students in online learning allows teachers to collect new data about their knowledge, accomplishments, strengths, and weaknesses by means of embedded assessments and performance evaluation on authentic tasks accordingly results of student performances allow teachers to get acquainted with how they are using time and what kinds of instructional strategies they should use for exact types of students.

During online learning, the diversity and creativity of teaching increases, teachers are student-centered and use different teaching methods and styles. This allowed teachers to document and record online interactions during the lesson. In addition, shy students do better in their work and answer on an equal basis with others, as well as in the online learning process, the student can think longer and more carefully about the answer, as there is more time.

Talking about the skills that the teacher acquires during online teaching; the digital competence of teachers has improved, many have learned to use different programs and platforms, and the more experienced are looking for new ways and sources for teaching online.

### **4. Disadvantages of online learning from the teachers' perspective**

On account of the investigation by Adedoyin and Soykan [1], online learning depends on technological devices and an internet connection, therefore the instructors and students who have a low internet connection can be denied access to online learning. Accordingly, the dependence of online education on technological equipment and providing them is regarded as a big problem for educational institutions, teachers, and learners.

The main requirement for online education is awareness of instructional technology, otherwise, if teachers and students have no knowledge of technology it might be a big obstacle for the online learning-teaching process's completion. Students

and teachers may have frustration in the case when they are not able to access materials and supplements with a low internet connection.

In line with the study by Zounek and Sudický, online-based learning may cause health problems because of long time spending while working with computers, the problems related to eyesight strain, backache, sedentary life, and also there can appear disorders with mental health [3, p.60].

### **Conclusion**

To summarize, online learning is one of the best and radical innovations of our century, which has evolved over time. Online learning is called differently, sometimes it is E-education and sometimes it is distance learning, but as it turned out, online learning is just a form of distance learning. Online education has many definitions, but the main idea of all is that online learning is the transmission of information via the Internet.

Over the years, online learning has both beneficial and challenging parties. The teachers and students named the advantageous aspects of flexibility and convenience, interactivity, expansion of learning, creativity, participation of all students in the lesson, receiving feedback, and also that this makes it possible to cooperate with experienced professional backgrounds all over the world. The experiencing side included the complete absence of personal interactions between teacher and students and student with peers, and the most necessary thing for online learning, namely, lack of Internet access or problems with it. In addition, due to long-term work with gadgets, health problems such as headaches, blurred vision, or back pain can arise. Every year, online language learning is getting better, during online learning, a student can improve and practice writing and speaking skills and receives feedback.

The sudden transition to distance learning affected the psychological state of teachers, increased stress, frustration, fear, anxiety, and depression. However, all this did not stop the teachers from working on and teaching students.

Everyone, especially teachers, had to adapt to online learning, and several factors affect successful adaptation, such as: creating a comfortable and open online environment, familiarity with technology, choosing simple teaching platforms, a clear explanation, adding variety to online lessons.

### **References**

1. Adedoyin, O., & Soykan, E. (2020). Covid-19 pandemic and online learning: the challenges and opportunities. *Interactive Learning*

Environments, 1-13.  
<https://doi.org/10.1080/10494820.2020.1813180>

2. Arkorful, V., & Abaidoo, N. (2014). The role of e-learning, the advantages and disadvantages of its adoption in Higher Education. *International Journal Of Education And Research*, 2(12). Retrieved from <https://www.ijern.com/journal/2014/December-2014/34.pdf>.

3. Zounek, J., & Sudický, P. (2013). *Heads in the Cloud: Pros and Cons of Online Learning* [Ebook]. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/311807840\\_Heads\\_in\\_the\\_Cloud\\_Pros\\_and\\_Cons\\_of\\_Online\\_Learning](https://www.researchgate.net/publication/311807840_Heads_in_the_Cloud_Pros_and_Cons_of_Online_Learning)

**ВЕРШКОВ Алексей Станиславович**

сотрудник, кандидат педагогических наук, доцент,  
Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации, Россия, г. Орёл

**ЛУКЪЯНЧИКОВ Эдуард Евгеньевич**

сотрудник, кандидат педагогических наук,  
Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации, Россия, г. Орёл

## **ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО РЕСУРСА ЛИЧНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ОБЩЕВОЙСКОВЫХ ДИСЦИПЛИН В ВОЕННОМ ВУЗЕ**

**Аннотация.** В статье рассмотрены вопросы формирования информационного ресурса личности обучающегося в военном вузе, в процессе изучения общевоинских дисциплин. Информационный ресурс будущего военного специалиста понимается как уровень усвоения им, различных видов информации, степень овладения личностью многообразными формами информации (текстовой, графической, мультимедийной и др.). Информационный ресурс личности является основой для развития мощного профессионального потенциала будущего военного специалиста.

**Ключевые слова:** ресурсный подход в педагогике, информационный ресурс личности, будущий военный специалист, военный вуз, общевоинские дисциплины.

**В** Национальной доктрине российского образования до 2025 года важная роль отводится организации воспитательных систем, формирующих социально и профессионально значимые качества личности с учетом специфики российской духовной и развития творческого интеллекта [1, с. 5], при этом информационное общество, базирующееся, прежде всего, на экономике знаний и требует формирования информационного ресурса самой личности.

Особенно актуальна эта проблема для обучающихся в вузах, студенчества, школьников, для молодых людей, которые, выбрав военную профессию, стремятся успешно ее освоить и приобрести необходимые профессиональные компетенции, а *информационный ресурс*, формируемый у них в ходе их обучения в вузе, имеет весомое значение.

О применении *ресурсного подхода* в педагогике (обучении и воспитании) писали в своих научных трудах многие ученые [2, с. 86]. Существуют разнообразные трактовки таких понятий как: «ресурсы личности» и «резервы личности» (Б.Г. Ананьев, Д.А. Леонтьев и др.) [3].

Понятие «*информационный ресурс личности*», рассматривается авторами статьи с точки зрения уровня овладения личностью различными видами информации (текстовая, числовая, графическая, картографическая,

мультимедийная, комбинированная и т.д. Вместе с тем, информационный ресурс личности будущего военного специалиста характеризует и степень овладения обучающимся многообразными формами информации, в процессе изучения общевоинских дисциплин.

Ученые-педагоги раскрывают в своих трудах аспекты эффективного применения *информационного ресурса* в процессе внедрения в обучение военных специалистов сетевых технологий обеспечивает широкий спектр форм получения учебной и научной информации. Ученые подчеркивают в своих научных трудах связь между личностным потенциалом, как интегральной характеристикой уровня личностной зрелости будущего специалиста и процессом формирования информационного ресурса личности (А.О. Кошелева, Д.В. Шепетько и др.) [4, с. 9].

Отечественными учеными предпринимались попытки конструирования педагогических моделей *информационного ресурса личности обучающегося*, как теоретических, так и структурных, содержащих в себе множество взаимосвязанных компонентов (И.Ф. Бережная, И.В. Вишнякова, Д.В. Шепетько и др.). Анализ монографий, выступлений и докладов, представленных на Международных и всероссийских научно-практических конференциях,

за последние пять лет, подтверждает, что проблема формирования *информационного ресурса* личности, обучающегося в вузе, актуальна и востребована (А.С. Вершков, А.А. Дорофеев, С.С. Жигулин и др.) [1].

Вместе с тем, это, без всякого сомнения, процесс многоаспектный, динамично развивающийся, требующий педагогического анализа и конструирования (Е.С. Полат, А.А. Реан и др.). *Информационный ресурс* личности, формируемый в процессе изучения общевоинских дисциплин в военном вузе, предполагает поиск и обработку обучающимся учебной и научной информации. Однако самым важным аспектом проблемы формирования информационного ресурса личности, с точки зрения целей и задач, решаемых в ходе подготовки будущих военных специалистов, является успешное применение этой информации в учебной, воспитательной и научной деятельности. А также, ее применение в условиях стажировки в практических подразделениях и др. Ведь в конечном итоге важно не только и не столько усвоение обучающимися большого количества информации или отслеживания определенных информационных потоков, в рамках изучения общевоинских дисциплин, сколько, прежде всего, практическая применимость, сформированного у будущего специалиста, информационного ресурса.

Как известно, основу любых информационных ресурсов составляют *информационные модели*, которые в научной литературе как правило представлены тремя категориями: описательными (deskриптивными), ресурсными (накопление опыта) и интеллектуальными (активными) [1], что важно учитывать при конструировании педагогической модели формирования информационного ресурса личности.

Отметим, что в педагогических моделях могут применяться разные параметры формирования информационного ресурса личности обучающегося (определяемые, допустимые, критические, качественные, количественные, управляющие, констатирующие и др.) [1]. В процессе формирования *информационного ресурса* личности целесообразно делать акцент не только на аудиторную, но и прежде всего на внеаудиторную деятельность. А это значит, что преподавателям следует не только использовать различные виды занятий по общевоинским дисциплинам, но и внедрять новые формы внеаудиторной деятельности. Например, проведение тематических вечеров по тематикам

общевоинских дисциплин, викторин исторического и тактического характера, мастер-классов по владению основами картографии, квестов, дискуссий и различных бесед на актуальные темы.

Для участия во внеаудиторных мероприятиях, от обучающихся требуется выполнение заданий преподавателя по подготовке информации, а также овладение и умение применить информацию, полученную в ходе занятий по общевоинским дисциплинам. Например, чтобы выполнить задание по специально разработанному для обучающихся квесту, по общевоинским дисциплинам, необходимо уметь сформулировать главную идею системы боевой подготовки войск Петра I, чей 350-летний юбилей со дня рождения наша страна будет праздновать в 2022 году.

При Петре I были созданы регулярная армия и флот, но система боевой подготовки войск не содержала в себе специальных указаний по выработке навыков в передвижении и преодолении различных препятствий, встречающихся на поле боя, однако идея овладения этими навыками солдатами решалась в полевых учениях и маневрах, проводимых ежегодно в конце обучения, где, наряду с прочими разделами обучения, большое внимание уделялось активным наступательным действиям на пересеченной местности.

Подготовка солдата к бою огнем, штыком и гранатой в сочетании с тренировкой на естественной местности – такова *идея*, разработанная и использованная Петром I в системе обучения и воспитания войск.

Чтобы организовать мероприятия на высоком уровне, для преподавателей общевоинских дисциплин важно знать, какие существуют способы воплощения информации в различных видах деятельности (учебно-воспитательной, технико-технологической, военно-управленческой, и т. п.), приемы наиболее эффективного ее использования.

Преподаватели кафедр общевоинских дисциплин в военных вузах отчетливо понимают свою возрастающую значимость и роль в многогранной системе формирования информационного ресурса личности, обеспечивающего профессиональный потенциал будущего военного специалиста.

Полученные отечественными педагогами и психологами результаты, в ходе исследований, научных работ, написания монографий по формированию *информационного ресурса личности*



обучающегося в вузе, созвучны современным задачам качественной подготовки будущих военных специалистов.

#### Литература

1. Вершков А.С. Персональная ответственность личности как экспертная оценка современного специалиста и фактор успешности профессиональной деятельности: монография. – Москва: Знание-М, – 2020. 146 с.
2. Калашникова С.А. Личностные ресурсы как интегральная характеристика личности // Молодой ученый, 2011. – № 8 (31). – Т.2.– С. 84-87.
3. Леонтьев Д.А. Личностное в личности: личностный потенциал как основа самодетерминации // Ученые записки кафедры общей психологии МГУ им. М.В. Ломоносова. Вып.1 / под ред. Б.С. Братуся, Д.А. Леонтьева. – Москва: Смысл, 2002. – С. 56-65.
4. Кошелева А.О., Шепетько Д.В. «Личностный профиль» будущего военного специалиста в условиях модернизации образования // Образование и общество. – Орел: Академия педагогических и социальных наук, 2009. – № 2 (55). – С.7–10.

#### VERSHKOV Aleksey Stanislavovich

Employee, Candidate of Pedagogics Sciences, Assistant professor,  
Federal Guard Service Academy of the Russian Federation, Russia, Orel

#### LUKYANCHIKOV Eduard Evgenievich

Employee, Candidate of Pedagogics Sciences,  
Federal Guard Service Academy of the Russian Federation, Russia, Orel

### FORMATION OF THE INFORMATION RESOURCE OF THE PERSON IN THE PROCESS OF STUDYING GENERAL DISCIPLINES IN MILITARY UNIVERSITY

**Abstract.** *The article deals with the formation of an information resource of the personality of a student in a military university, in the process of studying combined arms disciplines. The information resource of a future military specialist is understood as the level of assimilation by him of various types of information, the degree to which a person masters various forms of information (textual, graphic, multimedia, etc.). The information resource of the individual is the basis for the development of a powerful professional potential of the future military specialist.*

**Keywords:** *resource approach in pedagogy, personal information resource, future military specialist, military university, combined arms disciplines.*

**ВОРОНИНА Юлия Викторовна**  
учитель, МОУ «Веселолопанская СОШ»,  
Россия, Белгородская область, с. Веселая Лопань

## РАЗВИТИЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ УМЕНИЙ УЧАЩИХСЯ ЧЕРЕЗ ПРАКТИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА УРОКАХ ХИМИИ

**Аннотация.** В статье рассматриваются методы, позволяющие развивать исследовательские навыки учащихся через практическую деятельность на уроках химии.

**Ключевые слова:** мысленный эксперимент, кластер, исследовательские умения.

Одной из важнейших задач образования в настоящее время становится развитие исследовательских умений, которые ориентированы на исследовательскую деятельность учащихся.

Сформированные исследовательские умения позволят учащимся ориентироваться в огромном потоке новых сведений, извлекать необходимые факты и данные, продуктивно использовать их в своей работе, а также научиться изобретать, понимать и осваивать новое, выражать собственные мысли, уметь принимать решения, формулировать интересы и осознать возможности.

Понятие «исследовательские умения» разными авторами трактуется по-разному.

Под общими исследовательскими умениями А.И. Савенков [1] понимает умения видеть проблемы, задавать вопросы, выдвигать гипотезы, давать определения понятиям, классифицировать, наблюдать, проводить эксперименты, делать выводы и умозаключения, структурировать материал, работать с текстом, доказывать и защищать свои идеи.

По мнению П.В. Середенко, «исследовательские умения и навыки – это возможность и ее реализация выполнения совокупности операций по осуществлению интеллектуальных и эмпирических действий, составляющих исследовательскую деятельность и приводящих к новому знанию» [2].

Руководствуясь классификацией К.П. Кортева и Н.Н. Шушариной [3], которые утверждают, что можно развивать следующие исследовательские умения:

- умение охватывать всю проблему в целом;
- умение корректно ставить исследовательскую задачу;

- умение оценивать методы решения поставленной задачи;
- умение планировать исследовательскую деятельность;
- умение искать оптимальное решение поставленной задачи;
- умение реализовывать выбранную исследовательскую методику;
- умение оценивать ее информативность и точность с помощью прикладных (лабораторно-практических) занятий.

При объединении этих подходов, под «исследовательскими умениями учащихся» можно понимать сложную систему умственных операций и прикладных действий, осуществляемых обучающимся при сопровождении педагога, позволяющую мотивированно выполнить учебную исследовательскую деятельность или ее отдельные этапы, с помощью которых в исследовательской деятельности формируются предметные компетенции.

Химия – экспериментальная наука и как нельзя лучше помогает формировать исследовательские умения на каждом уроке.

Программа курса химии О.С. Габриеляна позволяет проводить практические работы исследовательской направленности, начиная с 8-го класса, например, «Наблюдения за горящей свечой», «Анализ почвы и воды». Для 9-го класса приводятся практические работы «Осуществление цепочки химических превращений металлов», «Решение экспериментальных задач по теме «Подгруппа кислорода и углерода». В старших классах исследовательский характер практических работ усложняется: «Идентификация органических соединений», «Распознавание пластмасс и волокон» – в 10-м классе; «Получение, собирание и распознавание газов», «Решение экспериментальных задач на

идентификацию органических и неорганических соединений» – в 11-м классе. Большинство исследовательских заданий представляет собой небольшие поисковые задачи, требующие, прохождения всех или большинства этапов процесса исследования. Практические работы являются той формой занятий, в рамках которой обучающиеся должны проводить поиск и отбор необходимых источников знаний, осуществлять анализ, сравнение, оценку наблюдаемых процессов, обосновывать свою точку зрения и формулировать выводы, соответствующие (несоответствующие) выдвинутой гипотезе.

Особое значение в формировании исследовательских умений имеют задания, предусматривающие проведение мысленного эксперимента, способствующие развитию умения рассуждать. Это, например, задания, в которых требуется получить конкретное вещество из предложенных; получить вещество несколькими способами; провести все характерные и качественные реакции, свойственные данному классу веществ; выявить генетическую связь между классами неорганических веществ.

Приведем *примеры* заданий мысленного эксперимента.

1. В реторту насыпали порошок цинка, перекрыли газоотводную трубку зажимом, реторту взвесили и содержимое прокалили. Когда реторта остыла, ее снова взвесили. Изменилась ли масса и почему? Затем открыли зажим. Изменилась ли масса и почему?

2. На чашках весов уравновешены стаканчики с растворами гидроксида натрия и хлорида натрия. Изменит ли положение стрелка весов через некоторое время и почему?

Домашний эксперимент также можно использовать для развития исследовательских умений. При подборе домашнего задания важно исходить из того, что оно должно быть не тягостным, а привлекательным, необычным, посильным, обязательно проверенным и оцененным. В 8 классе при изучении темы «Индикаторы», учащимся предлагается провести домашний эксперимент по наблюдению за изменением окраски вишневого варенья в растворе лимонной кислоты и пищевой соды, либо определить щелочной характер мыльного раствора с помощью самодельных индикаторов (сока черной смородины или свекольного сока).

В 9 классе при знакомстве с кристаллогидратами учащиеся получают задание: пользуясь

инструкцией, предложенной учителем, вырастить в домашних условиях кристаллы меди.

В 10-11 классе при изучении темы «Белки», домашний опыт будет следующим: 1. «Определение белка (биуретова реакция)». Растворите в стакане воды столовую ложку белка куриного яйца. Прилейте туда раствор стиральной (кальцинированной) соды  $\text{Na}_2\text{CO}_3$  или гидроксида натрия  $\text{NaOH}$  (средство "Крот"), а затем добавьте раствор медного купороса  $\text{CuSO}_4 \cdot 5\text{H}_2\text{O}$ . В присутствии белка появится фиолетовая окраска.

Экспериментальные задачи способствуют не только развитию исследовательских умений, но формируют мышление, познавательную активность, самостоятельность учащихся, повышают их интерес к изучению предмета. Для их разрешения от учащихся требуется творческое применение знаний и умений, поиск дополнительной информации в учебниках и справочниках. Любые экспериментальные задачи – это задачи проблемного характера. Для формирования и развития исследовательских умений экспериментальным задачам отводится большая роль, т.к. при их решении учащиеся последовательно овладевают следующими этапами исследования: постановка проблемы – построение гипотезы – проектирование опыта – составление плана эксперимента – осуществление эксперимента – оформление результатов эксперимента – формулирование ответа.

Развитию исследовательских умений способствуют дидактические и методические материалы. Дидактические материалы включают определенные инструкции к заданиям, дневники наблюдений, рабочие тетради и т.д. Как показывает опыт, графическое представление информации помогает наглядно и понятно учащимся представить структуру проекта, легче воспринимать идеи и генерировать новые. С этой целью дидактический материал готовится в виде кластеров, таблиц, диаграмм, схем, нацеливая учащихся на то, чтобы свои результаты исследований они выполняли так же графически, что поможет им найти самое главное в своем исследовании и сделать правильный вывод.

Кластер в переводе с английского означает гроздь, рой, скопление. С его помощью можно в систематизированном виде представить большие объемы информации, ключевые слова, идеи. В овалах кластеров можно разместить основополагающий вопрос, темы

учебной программы, темы исследовательских работ учащихся. Например, в 9 классе по теме «Неметаллы», предлагаю учащимся выбрать

тему исследования или предложить свою, используя кластер. Кластер по теме «Неметаллы» приведен ниже (рис.).



Рис. Кластер по теме «Неметаллы»

Сформированные исследовательские умения делают ребят участниками творческого процесса, а не пассивными потребителями готовой информации. Тем более что современная система образования ориентирует учителя не на передачу знаний в готовом виде, а на организацию обучения самостоятельной деятельности школьника и доведения ее до уровня исследовательской работы, выходящей за рамки учебной программы.

#### Литература

1. Савенков А.И. Содержание и организация исследовательского обучения школьников. М.: Сентябрь, 2003. - 204 с.

2. Середенко П.В. Развитие исследовательских умений и навыков младших школьников в условиях перехода к образовательным стандартам нового поколения: монография. Южно-Сахалинск: Изд-во СахГУ, 2014. - 208 с.

3. Кортнев К.П. Сочетание в обучении решения задач и лабораторного практикума / К.П. Кортнев, К.П. Шушарина // Современные методы физико-математических наук: Труды международ. конф.: Сб.ст. Орел, 9-14 октября 2006 г. / Отв. ред. А. Г. Мешков, В. Д. Селютин. Орел: ОГУ. - Т. 3. - 2006.

**VORONINA Yulia Viktorovna**

teacher, Veselolopanskaya school, Russia, Belgorod region, Veselaya Lopan

## DEVELOPMENT OF STUDENTS' RESEARCH SKILLS THROUGH PRACTICAL ACTIVITIES IN CHEMISTRY LESSONS

**Abstract.** The article discusses methods that allow students to develop research skills through practical activities in chemistry lessons.

**Keywords:** thought experiment, cluster, research skills.

**МАРТЫНОВА Марина Никандровна**  
учитель технологии, МБОУ «Школа №3»,  
Россия, Нижегородская обл., г. Семеновский

**СУББОТИНА Ирина Валерьевна**  
учитель истории, МБОУ «Лицей им. А.С. Пушкина»,  
Россия, Нижегородская обл., г. Семеновский

## ОБРАЗ ЖИЗНИ КАК ПРОФИЛАКТИКА САХАРНОГО ДИАБЕТА

***Аннотация.** В статье представлены выводы, полученные в результате исследования учащихся различных кухонь мира, поведенческих решений в связи с заболеванием сахарным диабетом.*

***Ключевые слова:** здоровьесбережение, культура питания, сахарный диабет.*

В современных стандартах образования большая роль отводится использованию здоровьесберегающих технологий. Более 60 % учащихся имеют заболевания, но особое место занимает сахарный диабет, по данным ВОЗ он выходит на одно из первых мест по общей заболеваемости населения [1, с. 18]. По словам директора диабетологического центра Нижегородской областной клинической больницы им. Семашко Натальи Тарадайко в последнее время все больше подростков приобретает заболевание 2-го типа, которое считается следствием нездорового образа жизни (отсутствие физических нагрузок, обильная и некачественная еда). Культура питания, жизненные принципы, позиции, формируемые в подростковом возрасте, являются базовыми составляющими здоровьесбережения общества. Многие заболевшие люди, особенно дети, остро переживают свое состояние, невозможность употребления в пищу ряда продуктов.

Школьниками МБОУ "Школа №3" и учащимися МБОУ "Лицея им. А.С.Пушкина" проводились исследования по изучению стран мира на предмет долгожительства, питания, образа мыслей и образа жизни [4, с. 208]. Абсолютным лидером стала Япония, здесь самая высокая продолжительность жизни. Японцы употребляют в пищу много морепродуктов, причем не подвергая их сильной термообработке, что позволяет сохранить максимум микроэлементов. При больших скоростях в стране просматривается поведенческая культура жителей, склонная к созерцанию, наблюдению себя как личности [7].

Учащиеся исследовали причины заболевания сахарным диабетом, причины стресса у больных, проанализировали работу русско-финского лагеря для больных сахарным диабетом, работы о данном заболевании М.С. Норбекова, провели анализ таблиц по содержанию углеводов в продуктах. Разработали методику поведения и питания. Предложили выполнить разработанную методику больным сахарным диабетом (с согласия врача и не отменяя медикаментозное лечение).

В процессе дальнейшего общения с заболевшими диабетом стали раскрываться проблемы, которые их беспокоят. Каждый заболевший очень много знает про свою болезнь, способы поддержания хорошего состояния, так при диабете не последнюю роль играет подсчет хлебных единиц. В сутки человеку необходимо около 18-25 хлебных единиц, которые должны быть распределены на 5-6 приемов пищи: на завтрак, обед, ужин должно приходиться по 3-5 хлебных единиц, на полдники – по 1-2 хлебных единиц. За один прием пищи не рекомендуется съесть более 7 хлебных единиц [2, с. 131]. Подсчет хлебных единиц в употребляемых продуктах процесс нетрудоемкий, но требующий внимания. Зная, сколько хлебных единиц содержит тот или иной продукт, можно правильно составить ежедневный рацион питания при сахарном диабете, заменяя одни углеводсодержащие продукты на другие.

Для больных диабетом (с согласия врача и не отменяя медикаментозное лечение) ученики решили сделать программу, позволяющую определять количество необходимых веществ

в питании. Даже соблюдая диету, нельзя лишать организм необходимых микроэлементов, выполняя работу, удерживать внутри себя состояние покоя, радости, спокойно и уравновешенно воспринимать жизнь и людей.

**Цель работы** – сформировать принципы питания, поведения, психологического состояния, выхода из стресса, позволяющие занимать активную жизненную позицию актуальную как для больных сахарным диабетом, так и для обычных людей.

#### **Материалы и методы**

Исследовали причины заболевания сахарным диабетом, причины стресса у больных, проанализировали работу русско-финского лагеря для больных сахарным диабетом, работы о данном заболевании М.С. Норбекова, провели анализ содержания углеводов в продуктах [5]. Выявили кухни мира, в которых употребляются продукты с наименьшим и наибольшим содержанием углеводов. Разработали методику поведения и питания. Предложили выполнить разработанную методику больным сахарным диабетом).

#### **Результаты исследования**

Продукты питания, насыщающие организм необходимыми микроэлементами, сводя к минимуму употребление быстроусваиваемых углеводов, способствующих увеличению веса, содержатся в японской кухне [7], Добавление элементов традиционной русской кухни, например соленых огурцов, брусники, петрушки, внесет разнообразие в элементы японской кухни и сделает её более привычной для русского человека [10]. М.С.Норбеков разработал "суставную гимнастику" делая акцент на состоянии внутреннего покоя [3, с. 6]. Наиболее калорийной считается мексиканская кухня [8, 9]. В Мексике самое большое в мире людей с ожирением.

Стабильности и развитию интересов уделяется внимание в русско-финском лагере для

больных сахарным диабетом. Двое больных диабетом согласились последовать предложенной методике и заметили снижение сахара в крови.

#### **Заключение**

В питании, даже соблюдая диету, нельзя лишать организм необходимых микроэлементов [6]. Выполняя работу, удерживать внутри себя состояние покоя, радости, спокойно и уравновешенно воспринимать жизнь и людей.

#### **Литература**

1. Ежеквартальное информационное издание : Планета Акку-чек №3 2007, 46 с
2. Неумывакин, И. П., Неумывакина, Л. С. Эндоекология здоровья М-СПб-Диля, 2007, 218 с.
3. Норбеков, М.С. Опыт дурака, или ключ к прозрению. Как избавиться от очков. СПб.-ВЕСЬ, 2002, 64 с.
4. Мазнев, Н. И. Энциклопедия народной медицины издательство М. - Мартин, 2004., 218 с.
5. Технология приготовления продуктов питания / [http://ypakservice.ru/referaty\\_po\\_kulinarii/kurovaya\\_rabota\\_osobnosti\\_russkoj](http://ypakservice.ru/referaty_po_kulinarii/kurovaya_rabota_osobnosti_russkoj).
6. Свободное время / <http://vikbg.livejournal.com/>
7. Японская кухня будет занесена в список всемирного наследия ЮНЕСКО" <http://inosmi.ru/world/20131031/214358046.html>
8. Кухня Мексики. Мексиканская кухня / [http://www.saga.ua/43\\_articles\\_showarticle\\_1577.html](http://www.saga.ua/43_articles_showarticle_1577.html)
9. Еда и напитки в Мексик / <http://mexico-travel.net/o-meksike/meksikanskaya-kuxnya.html>
10. Русская кухня клипарт [http://nnm.me/blogs/ariskveda/russkaya\\_kuhnya\\_klipart/](http://nnm.me/blogs/ariskveda/russkaya_kuhnya_klipart/)

**MARTYNOVA Marina Nikandrovna**  
technology teacher, MBOU "School No. 3",  
Russia, Nizhny Novgorod region, Semenovskiy

**SUBBOTINA Irina Valeryevna**  
history teacher, MBOU "Lyceum named after A.S. Pushkin",  
Russia, Nizhny Novgorod region, Semenovskiy

## **LIFESTYLE AS PREVENTION OF DIABETES MELLITUS**

**Abstract.** *The article presents the conclusions obtained as a result of research by students of various cuisines of the world, behavior and connection with the disease of diabetes mellitus.*

**Keywords:** *health care, nutrition culture, diabetes mellitus.*

**СТАРЧЕНКО Татьяна Сергеевна**

воспитатель группы компенсирующей направленности для детей с ТНР,  
Детский сад комбинированного вида №15 «Дружная семейка», Россия, г. Белгород

**ЧУМАЧЕНКО Евгения Юрьевна**

учитель-логопед группы компенсирующей направленности для детей с ТНР,  
Детский сад комбинированного вида №15 «Дружная семейка», Россия, г. Белгород

**ДОРОНИНА Светлана Иосифовна**

воспитатель группы компенсирующей направленности для детей с ТНР,  
Детский сад комбинированного вида №15 «Дружная семейка», Россия, г. Белгород

## **ФОРМИРОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТАРНЫХ МАТЕМАТИЧЕСКИХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ У СТАРШИХ ДОШКОЛЬНИКОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ ЧЕРЕЗ ОРГАНИЗАЦИЮ ИГРОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

***Аннотация.** В статье рассмотрены особенности использования в образовательном процессе разных видов игровой деятельности как средства формирования элементарных математических представлений дошкольников с ограниченными возможностями здоровья.*

***Ключевые слова:** математические представления, ограниченные возможности здоровья, коррекционно-педагогическая работа, дидактическая игра, образовательный процесс, открытость и доступность, динамичность, наглядность, индивидуальный подход, самостоятельность, проблемность, игровые действия.*

Формирование элементарных математических представлений один из важных компонентов коррекционно-педагогической работы с детьми с ограниченными возможностями здоровья. Овладение математическими представлениями является эффективным средством коррекции недостатков умственного развития, помогает осуществлению целенаправленных интеллектуальных действий. Поэтапное формирование математических знаний оказывает корректирующее воздействие на слабые стороны психической деятельности детей, содействует развитию различных сторон восприятия и мышления, а, следовательно, всей познавательной деятельности в целом.

У большинства детей с ограниченными возможностями развития возникают трудности в усвоении материала с математическим содержанием, потому что представления о предметно-количественных отношениях, практические измерительные навыки и опыт действия с разнообразными совокупностями сформированы у детей недостаточно. У многих детей с ограниченными возможностями

здоровья наблюдаются трудности при овладении составом числа, соотношением количества числа предметов с цифрой, прямым и обратным, порядковым счетом и т.д. В значительной степени это связано с тем, что понятие числа имеет сложную психофизическую структуру, связанную с пространственным восприятием множества объектов. Поэтому освоение счета требует высших форм мыслительной деятельности – анализа и синтеза, сформированных пространственных представлений.

Планируя подходы к математическому развитию детей, необходимо учитывать, что освоение дошкольников с ОВЗ математического опыта идет, как правило, двумя путями:

- под руководством педагогов, т.е. проведение игры и НОД со специальным заданием;
- и в ходе самостоятельной деятельности, возникающей по инициативе ребенка (использование всех многочисленных поводов, которые доставляет повседневная жизнь детей в коллективе и различные виды детской деятельности).



В коррекционно-развивающей работе с детьми указанные выше пути всегда тесно взаимодействуют между собой. Такое построение коррекционно-развивающей работы с ОВЗ включает в себя:

- развитие математических способностей с учетом психофизических особенностей;
- построение предметно-развивающей среды, способствующей развитию математических представлений в доступных и значимых для каждого ребенка видах деятельности;
- поэтапное формирование математических представлений в предметно-практической, игровой, элементарной учебной и речевой деятельности.

В основном формировании математических представлений у детей с ОВЗ осуществляется в различных видах деятельности:

- в повседневной жизни; привлечение внимания детей друг другу, оказание помощи, участие в коллективной деятельности с математическим содержанием, совместное выражение чувств, возникающих в зависимости от ее результата;
- в специальных играх и упражнениях;
- в обучении сюжетно-дидактическим и театрализованным играм, где вычленение, осознание и воссоздание количественных, величинных, пространственно-временных отношений было целью и средством деятельности;
- в непосредственно образовательной деятельности по формированию математических представлений;
- во время индивидуальной коррекционно-развивающей работы с детьми и т.д.

Например, при построении занятий по формированию математических представлений следует учитывать основные методические принципы обучения детей с ОВЗ, как:

- игровая форма обучения;
- смена видов деятельности;
- повторяемость программного материала;
- обеспечение переноса полученных знаний и умений в новые условия.

Из выше всех перечисленных основных методических принципов обучения детей по формированию элементарных математических представлений у детей дошкольного возраста отводится конечно игровой деятельности, потому что *игра* – универсальный способ жизнедеятельности ребенка. Главное преимущество игры заключается в том, что это активная и самостоятельная деятельность ребёнка, в

которой он проявляет себя и видит результаты своих действий. Играет ребенок всегда по собственному желанию, с удовольствием и ради самого процесса, а не его результата.

Также можно отметить, что *игра* – одно из важных средств познания окружающего мира. Это сложная, внутренне мотивированная, но в то же время легкая и радостная для ребенка деятельность. Она способствует поддержанию у него хорошего настроения, обогащению его чувственного опыта, воображения и развитию речи, а также развитию наглядно-образного мышления. В ней закладываются основы творчества, в процессе игры моделируются логические конструкции, способствующие формированию логических структур мышления, а также создаются благоприятные условия для применения математических знаний [1].

В образовательном процессе игровая деятельность была, есть и будет выполняться для детей дошкольного возраста следующие основные функции: развлекательную, коммуникативную, самореализации, игротерапевтическую (преодоление различных трудностей, возникающих в других видах жизнедеятельности), диагностическую (выявление отклонений от нормативного поведения, самопознание в процессе игры), функцию коррекции (внесение позитивных изменений в структуру личностных показателей), социализации (включение в систему общественных отношений, усвоение норм человеческого общежития), межнациональной коммуникации (усвоение единых для всех людей социально-культурных ценностей).

Например, опираясь на исследования П.И. Пидкасистого и Ж.С. Хайдарова, можно определить следующий перечень *принципов организации игровой деятельности*: активности, открытости и доступности, динамичности, наглядности, занимательности и эмоциональности, принцип индивидуальности, коллективности, целеустремленности, самостоятельности и самостоятельности, соревновательности, достоверности и повторяемости, результативности и т.д. [2].

Таким образом, мы можем отметить, что целостное, взаимосвязанное применение принципов эффективной организации игровой деятельности может гарантировать высокий уровень воспитательного, развивающего и дидактического влияния на детей, а также способствовать развитию элементарных математических представлений детей дошкольного возраста.

Следует отметить, что игровая форма занятий создается при помощи игровых приемов и ситуаций, выступающих, как средство побуждения детей к участию в различных видах деятельности. Реализация игровых приемов и ситуаций на занятиях осуществляется по следующим основным направлениям, такими как:

- дидактическая цель педагогической игры ставится перед дошкольниками в форме игровой задачи;
- выполняемая детьми деятельность подчиняется правилам игры;
- учебный материал используется в качестве ее средства;
- в игровую деятельность вводится элемент соревнования, который переводит дидактическую задачу в игровую;
- успешное выполнение дидактического задания связывается с игровым результатом и т.д.

Рассмотрим, некоторые дидактические игры, так как они имеют большое значение и занимают особое место в образовательном процессе дошкольной образовательной организации, которые конечно же направленные на формирование элементарных математических представлений дошкольников. Это те игры, которые специально разработанные взрослыми с целью обучения или развития новых математических способностей детей.

Например, такие дидактические игры как «Кто знает, пусть дальше считает», «Найди такую же», «Чего не стало», «Какое число пропущено?», «Разрезные геометрические фигуры», «Чудесный мешочек», игры с мячом «Назови соседей числа», где дети стоят в кругу, а воспитатель называет любое число до 10 и бросает ребенку, тот ловит мяч и называет соседей числа, следующая игра с мячом «Скажи наоборот», где дети также стоят в кругу, воспитатель бросает мяч, ребенок ловит, слушает: «низкий», и бросает мяч обратно воспитателю отвечая «высокий» и т.д. [6].

Цель этих всех игр в основном направлена на закрепления навыков порядкового, обратного и прямого счета, развития логического мышления, воображения, памяти, развитию зрительного внимания, составлению задач, закреплению и знанию геометрических фигур и цифр, развитию навыков увеличения и уменьшения числа в пределах 10 на единицу, в ориентировании детей в пространстве, листе бумаги и т.д.

Таким образом, мы можем отметить, что дидактическая игра – это не любые действия с учебным материалом и не игровой прием на обязательном учебном занятии. Это специфическая, полноценная и достаточно содержательная для дошкольников деятельность. Она имеет свои побудительные мотивы и свои способы действий. Развивающие дидактические игры содержат готовый игровой замысел, предлагаемый ребенку, игровой материал и правила (общения и предметных действий). Все это определяется целью игры, т.е. тем, для чего эта игра создана, на что она направлена.

Чтобы дидактическая игра оставалась игрой, а не превращалась в усвоение знаний и умений, она должна обязательно включать *игровой замысел*, т.е. ту игровую ситуацию, в которую вводится ребенок и которую он воспринимает как свою. Замысел игры должен опираться на конкретные потребности и склонности детей, а также особенности их опыта. Замысел игры реализуется в *игровых действиях*, которые предлагаются дошкольнику, чтобы игра состоялась. В одних играх нужно что-то найти, в других – выполнить определенные движения, в-третьих – обменяться предметами и т.п. Игровые действия всегда включают в себя *обучающую задачу*, т.е. то, что является для каждого ребенка важнейшим условием личного успеха в игре и его эмоциональной связи с остальными участниками [4].

Решение обучающей задачи требует от ребенка активных умственных и волевых усилий, но оно же и дает наибольшее удовлетворение. Содержание обучающей задачи может быть самым разнообразным: назвать форму предмета, успеть найти нужную картинку за определенное время, запомнить несколько предметов и пр. Дидактическая игра является довольно эффективным средством формирования таких качеств, как *организованность и самоконтроль*. Ее обязательные для всех правила регулируют поведение детей, ограничивают их импульсивность. Если правила поведения, декларируемые воспитателем, вне игры обычно плохо усваиваются дошкольниками и часто нарушаются ими, то правила игры, которые становятся условием увлекательной совместной деятельности, вполне естественно входят в жизнь детей [5].

Мы можем отметить, что в дошкольном возрасте дидактические игры содержат разноплановые условия для формирования наиболее ценных качеств личности, а также

формированию математических представлений у старших дошкольников.

Нужно обязательно подчеркнуть, что дидактическая игра, является ведущим видом деятельности ребёнка с ОВЗ в дошкольном возрасте. Играя, он познаёт мир людей, играя, ребёнок развивается. В современной педагогике существует огромное количество развивающих игр, способных развить сенсорные, двигательные, интеллектуальные способности ребёнка. В дидактических играх перед детьми ставятся те или иные задачи, решение которых требует сосредоточенности, внимания, умственного усилия, умения осмыслить правила, последовательность действий, преодолеть трудности. Такие игры содействуют развитию у дошкольников ощущений и восприятия, формированию представлений, усвоению знаний [3]. Эти игры дают возможность обучать детей разнообразным способам решения тех или иных умственных и практических задач. В этом их развивающая роль.

Если рассматривать, систему сюжетно-игровых занятий и игр по формированию элементарных математических представлений, она в первую очередь взаимосвязана с обучением другим видам деятельности (развитие речи, формирование представлений о себе и окружающем мире, конструирование, театрализованная, игровая деятельность). Учитывая основную задачу воспитательно-образовательной работы с детьми, то есть целостное развитие их личности, содержание системы занятий выстроено по концентрическому принципу: предлагаемый для усвоения материал (количественные, временные, геометрические, пространственные, величинные представления) постепенно усложняется.

В системе сюжетно-игровых игр и занятий большое внимание уделяется индивидуальной работе с детьми, а также работе над развитием графомоторных функций. Для более успешного формирования элементарных математических представлений детям предлагается практический материал, который успешно используется как на занятиях, так и в индивидуальной работе с детьми.

Разнообразные стенды, изготовленные из ковровина, индивидуальные шахматные доски, направлены на развитие общей и мелкой моторики, на формирование умения ориентироваться на плоскости, на закрепление знания геометрических фигур, цифр и математических знаков.

Задействование тактильного анализатора и использование различных материалов, способствует развитию тактильной памяти, профилактике дисграфии и зеркального письма. С этой целью используются цифры из разного материала: наждачной и бархатной бумаги, из гречневой крупы и шнура, плоскостные и объёмные геометрические фигуры. А также игра «Волшебный мешочек»: ребёнку дается задание, на ощупь определить цифру или геометрическую фигуру, которая лежит в мешочке. Затем можно предложить детям выложить ответ из счетных палочек или спичек, как самостоятельно, так и используя образец для выкладывания.

Для формирования математических представлений значимой является предметно-практическая деятельность, игровая, речевая и трудовая деятельность. Данная работа включает: формирование познавательного интереса к деятельности с математическим содержанием; развитие познавательных процессов во взаимосвязи с развитием и коррекцией речи, развитие математических способностей, с учетом психофизических особенностей детей; выбор принципов, методов и содержания работы в соответствии с индивидуальными особенностями и возможностями детей; построение предметно-развивающей среды способствующей формированию и развитию математических представлений в доступных и значимых для каждого ребенка видах деятельности; поэтапное математическое развитие в предметно-практической, трудовой, игровой и речевой деятельности.

### Литература

1. Виммельбухи. Большая книжка ходилок, бродилок и лабиринтов. – М., Издательство: Клевер-Медиа-Групп, 2019. - 39 с.
2. Коррекция речевых нарушений у детей 5-7 лет: игровые методы и приёмы: пальчиковый тренинг, сопряжённая гимнастика / авт.-сост. С.И. Токарева. – Волгоград: 2016. – 171 с.
3. Винокурова Н. 200 развивающих заданий на весь год. – М.: КлеверМедиа-Групп, 2017. – 127с.
4. Мейер О. Самые запутанные головоломки и кроссворды. – М.: КлеверМедиа-Групп, 2019. – 47с.
5. Стребелева Е.А. Коррекционно-развивающее обучение детей в процессе дидактических игр: пособие для учителя-дефектолога /

Е.А. Стрелебева. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2018. – 256 с.

6. Формирование математических представлений: конспекты занятий/ авт.сост.

Е.А. Казинцева, И.В. Померанцева, Т.А. Терпак. – Волгоград: Учитель, 2019. – 223 с.

**STARCHENKO Tatiana Sergeevna**

educator of the compensating orientation group for children with TNR,  
Kindergarten of combined type No. 15 "Friendly family", Russia, Belgorod

**CHUMACHENKO Evgeniya Yuryevna**

teacher-speech therapist of the compensating orientation group for children with TNR,  
Kindergarten of combined type No. 15 "Friendly family", Russia, Belgorod

**DORONINA Svetlana Iosifovna**

educator of the compensating orientation group for children with TNR,  
Kindergarten of combined type No. 15 "Friendly family", Russia, Belgorod

**FORMATION OF ELEMENTARY MATHEMATICAL CONCEPTS  
IN OLDER PRESCHOOLERS WITH DISABILITIES THROUGH  
THE ORGANIZATION OF PLAY ACTIVITIES**

**Abstract.** *The article discusses the features of the use of various types of gaming activities in the educational process as a means of forming elementary mathematical representations of preschoolers with disabilities.*

**Keywords:** *mathematical representations, limited health opportunities, correlation and pedagogical work, didactic game, educational process, openness and accessibility, dynamism, visibility, individual approach, independence, problem-solving, game actions.*

# Актуальные исследования

Международный научный журнал  
2022 • № 33 (112)

ISSN 2713-1513

Подготовка оригинал-макета: Орлова М.Г.  
Подготовка обложки: Ткачева Е.П.

*Учредитель и издатель:* ООО «Агентство перспективных научных исследований»  
*Адрес редакции:* 308000, г. Белгород, пр-т Б. Хмельницкого, 135  
*Email:* info@apni.ru  
*Сайт:* <https://apni.ru/>

Отпечатано в ООО «ЭПИЦЕНТР».  
Номер подписан в печать 28.08.2022г. Формат 60×90/8. Тираж 500 экз. Цена свободная.  
308010, г. Белгород, пр-т Б. Хмельницкого, 135, офис 1