



Ассоциация содействия изучению и популяризации
истории и социально-гуманитарных наук
«НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР «ПЕРЕСВЕТ»

СОЦИАЛЬНЫЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

Сборник научных статей

Ассоциация
«Научно-исследовательский центр «ПЕРЕСВЕТ»
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
2021

УДК 338;821.161.1-3

ББК 65.9;84

С 18

Рецензенты:

Иващенко Я.С. – доктор культурологии, профессор, заведующий кафедрой управления образованием Новосибирского государственного педагогического университета.

Пилявский В.П. – доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор, ректор АНО ДПО «Институт бизнеса и инноваций», г. Санкт-Петербург.

Редакционная коллегия:

Архитова О.В. – доктор философских наук, профессор, г. Санкт-Петербург.

Климмин И.И. – доктор исторических наук, профессор, г. Санкт-Петербург.

Климмин А.И. – кандидат исторических наук, г. Санкт-Петербург (научный редактор).

Социальные и гуманитарные науки. Актуальные вопросы: Сборник научных статей / под редакцией А. И. Климмина и других; Ассоциация «НИЦ «Пересвет». – СПб.: Ассоциация «НИЦ «Пересвет», 2021. – 72 с.

ISBN 978-5-9031-87-58-4

DOI: 10.46987/0131102021

Сборник научных статей «Социальные и гуманитарные науки. Актуальные вопросы» открывает серию изданий, посвященных актуальным темам исследований в области социальных и гуманитарных наук. Вошедшие в сборник материалы характеризуют перспективные направления научного поиска в социально-гуманитарной сфере. Сборник призван содействовать информационному обмену по актуальным вопросам общественных и гуманитарных наук, а также распространению результатов научных исследований в данной области. Издание включает разделы «Экономика и управление», «Массовые коммуникации. Журналистика», «Педагогика и психология», «Филология. Лингвистика. Литература».

Сборник адресован преподавателям, научным работникам, студентам, аспирантам, всем, кому небезразличны вопросы развития современного общества и культуры.

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей. Все материалы отображают персональную позицию авторов. Ответственность за точность цитат, имен, названий и иных сведений несут авторы публикуемых материалов.

ISBN 978-5-9031-87-58-4

© Авторы статей, 2021

© Ассоциация «НИЦ «Пересвет», 2021

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ.....5

Раздел I ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

**Андрианова Д. А.,
Миронова Д. Д., Слатвицкая И. И.**
ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА6

Раздел II МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ. ЖУРНАЛИСТИКА

Денисова Д. П.
СОВРЕМЕННЫЙ ОБРАЗ ТУРЦИИ
В РОССИИ И ОБРАЗ РОССИИ В ТУРЦИИ.....10

Писаревская Н. С.
ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
PR-СТРУКТУР И НОВЫХ МЕДИА.....17

Романова А. Н.
К ВОПРОСУ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВА В ИНТЕРАКТИВНЫХ ПРОЕКТАХ
НА РЕГИОНАЛЬНОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ.....21

Раздел III ПЕДАГОГИКА И ПСИХОЛОГИЯ

Баишева Р. М.
ПОСТРОЕНИЕ УРОКА
В НАЧАЛЬНЫХ КЛАССАХ С ПРИМЕНЕНИЕМ
ЦИФРОВОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ29

**Бальжанова Б. М.,
Шитухин А. М., Максименко Д. О.**
ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ
И ПЕРЕПОДГОТОВКИ ИТ-СПЕЦИАЛИСТОВ33

Красавина Н. С.
ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ ПОДХОД
КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА
УМЕНИЯ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ РЕШАТЬ УРАВНЕНИЯ.....37

Рыбальченко Ю. С.
ВНЕУЧЕБНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТУДЕНТОВ
УНИВЕРСИТЕТА В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ.....43

Сафонова М. И.
ПРОБЛЕМНЫЕ СИТУАЦИИ В СТРУКТУРЕ
МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ: ОСОБЕННОСТИ ИХ
ПРИМЕНЕНИЯ НА УРОКАХ ИНФОРМАТИКИ.....49

Раздел IV

ФИЛОЛОГИЯ. ЛИНГВИСТИКА. ЛИТЕРАТУРА

Карипиди А. Г., Бальжанова Б. М.
К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ ЗНАНИЯ
АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА ДЛЯ СПЕЦИАЛИСТОВ
СФЕРЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....53

Кадоркина Н. В.
СТРАТЕГИЯ ДИСКРЕДИТАЦИИ
В ДИСКУРСЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА.....57

Сонголова Ж. Г.
ЛЕКСИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ
АНГЛИЙСКИХ ФРАЗОВЫХ ГЛАГОЛОВ.....62

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ.....67

ПРЕДИСЛОВИЕ

Сборник «Социальные и гуманитарные науки. Актуальные вопросы» открывает серию изданий, посвященных, как следует из его названия, актуальным темам исследований в области социальных и гуманитарных наук. Вопреки тому, что в него статьи отражают результаты теоретических и прикладных изысканий, характеризуют перспективные направления научного поиска. Весьма широк и тематический охват сборника: в его материалах представлены сюжеты по самому широкому спектру социально-гуманитарных дисциплин – от экономики до лингвистики. Задачи сборника состоят в обобщении результатов проведенных исследований, а также в создании информационной площадки по актуальным вопросам общественных и гуманитарных наук.

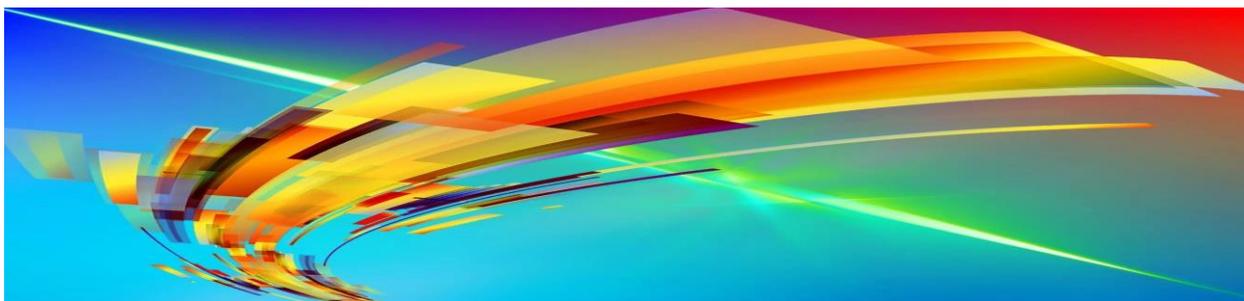
Сборник включает в себя четыре небольших раздела. Первый из них («Экономика и управление») посвящен экономическим и хозяйственным аспектам развития современного общества. В частности, характеризуется роль информационно-цифровых технологий в трансформации банковского сектора.

Тему всепроникающего влияния информационных технологий и средств массовой коммуникации на общество и культуру продолжает раздел «Массовые коммуникации. Журналистика». Авторами анализируются сложившиеся в массовом сознании представления об имидже стран (в частности, России и Турции), исследуется вопрос эффективности взаимодействия власти и общества на примере интерактивных передач на региональном телевидении. Также исследуется феномен Новых медиа, которые, несмотря на свое название, давно уже стали для многих из нас вполне привычным явлением.

В статьях раздела «Педагогика и психология» красной нитью вновь проходит тема влияния цифровых технологий, теперь уже на содержание и методику обучения – как в начальной и средней школе, так и в системе университетского и послевузовского образования. Не остаются без внимания авторов также вопросы воспитательной работы и внеучебной деятельности. В последнем разделе («Филология. Лингвистика. Литература») прослеживаются процессы смысловой трансформации лексики, отмечается роль английского языка в уровне востребованности специалистов по информационным технологиям. Представляет интерес исследование стратегий дискредитации в социальных медиа в контексте американского политического дискурса.

Следует отметить, что авторами статей являются не только преподаватели и научные сотрудники, но также молодые исследователи – студенты и аспиранты. В связи с этим хотелось бы выразить надежду, что обращение к актуальным вопросам развития общества и культуры будет продолжено и в следующих выпусках данного сборника.

Редакционная коллегия



Раздел I ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 336

Д. А. Андрианова,
Д. Д. Миронова, И. И. Слатвицкая

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Аннотация. Статья посвящена перспективным направлениям повышения конкурентоспособности коммерческих банков. Характеризуются ключевые факторы, которые определяют высокий уровень конкурентоспособности современной кредитной организации. Инновационный компонент является наиболее важным условием, обеспечивающим конкурентоспособность коммерческого банка.

Ключевые слова: цифровизация, конкурентоспособность, банк, информационные технологии, дистанционное обслуживание.

Ключевым направлением повышения уровня конкурентоспособности финансово-кредитного учреждения в современном мире является совершенствование системы дистанционного обслуживания. Цифровизация процессов банковской деятельности предполагает внедрение инновационных технологий, которые, в свою очередь, способствуют автоматизации работы банка, повышают качество обслуживания, а также информационную безопасность. Из этого следует, что осуществление деятельности, основанной на инновационных технологиях и непрерывной модификации системы предоставления услуг, является главным инструментом для поддержания высокого уровня конкурентоспособности. На сегодняшний день активно

развиваются программы, с помощью которых можно удаленно идентифицировать клиентов. Это, прежде всего, единая система идентификации и аутентификации (ЕСИА), а также биометрические системы. Данные программы дополнительно защищают счета клиентов от несанкционированного доступа.

Другой вектор совершенствования дистанционного формата обслуживания банковских клиентов – ввод в работу открытого API-интерфейса (от англ. Application programming interface – интерфейс прикладного программирования). Он представляет собой комплекс программных инструментов, которые гарантируют взаимосвязь между приложениями. Иначе говоря, с помощью технологии «Open API» сторонние сервисы могут работать вместе с банковскими организациями, обмениваться необходимой информацией. В результате у банков появляются дополнительные возможности, такие, например, как новые каналы продаж (продвижение услуг банка на маркетплейсах – площадках электронной торговли), разработка единого приложения, где собраны все счета клиентов в различных банках, и прочее. В зарубежных странах подобные технологии уже активно внедряются в банковскую систему. В России для их широкого применения необходимо решить ряд вопросов, которые связаны, в первую очередь, с правовым регулированием, поиском и разработкой эффективных бизнес-моделей, а также с обеспечением безопасности клиентов в процессе внедрения указанных технологий.

Еще одним направлением совершенствования дистанционного банковского обслуживания является использование искусственного интеллекта. На данный момент наметилась отчетливая тенденция синтеза технологий искусственного интеллекта и процессов цифровизации. В банковском секторе России сейчас активно используются следующие системы искусственного интеллекта: чат-боты, личный виртуальный помощник, алготрейдинг (англ. Algorithmic trading – алгоритмическая торговля) и робоэдвайзинг (роботизированный советник, от англ. robo-advisor – робот-советник).

Под личным виртуальным помощником подразумевается программа, которая дает консультации клиенту, решает поставленные задачи, формирует актуальные отчеты по банковскому счету.

Отдельно отметим такую перспективную технологию, как алготрейдинг. Речь идет о виртуальном консультанте в области формирования и управления инвестиционными портфелями. Процесс трейдинга осуществляется на основании заданного алгоритма действий трейдера, нацеленного на получение прибыли. Хотя в западной практике подобная технология уже давно функционирует, в России она только начинает внедряться.

Направления развития дистанционной формы обслуживания клиентов в российских коммерческих банках

Наименование тенденции	Сущность
1. Продолжение развития платформы удалённой идентификации	Обеспечение всех структурных подразделений банковской системы средствами сбора биометрических данных, развитие технологической инфраструктуры, разработка нормативных актов для внедрения удалённой идентификации с использованием биометрических данных
2. Внедрение открытого API - интерфейса	Увеличение каналов продаж банковских услуг, создание приложения, объединяющего счета различных банков одного клиента, возможность для финансово-кредитных учреждений персонализировать банковские продукты на основе анализа проводимых операций
3. Повышение уровня информационной безопасности	Создание и дальнейшее развитие платформ удалённой идентификации, платформы для облачных сервисов, системы передачи финансовых сообщений, национальной системы платёжных карт и других средств защиты; правовое регулирование по вопросам информационной безопасности и операционной надёжности
4. Повышение уровня интеллектуализации финансовой деятельности	Два прогноза развития в отношении систем искусственного интеллекта: автоматизация рутинных повторяющихся операций при сохранении организационной архитектуры, создание новых цифровых технологий, разработка и внедрение качественно других бизнес-моделей, адаптированным к требованиям рынка
5. Усиление работы аналитики	Предложение клиентам персонализированных услуг на основе анализа их операций, личных данных
6. Повышение роли омниканальности во взаимодействии банка и клиента	Пересмотр процесса взаимодействия банка и клиента в целом с учётом новых технологий

Источник: [5]

В настоящее время в российской банковской отрасли можно выделить две основные тенденции, связанные с применением технологий искусственного интеллекта:

1. Минимизация издержек за счет автоматизации рутинных повторяющихся действий при сохранении имеющейся организационной структуры;

2. Разработка и внедрение инновационных цифровых технологий, использование качественно других бизнес-моделей, которые бы отвечали меняющимся требованиям рынка.

Также в сфере дистанционного обслуживания возрастает роль аналитики и больших массивов данных. На основе анализа данных своих клиентов и проводимых ими операций банки персонализируют свои продукты. Такая политика направлена на усиление конкурентоспособности банковской организации.

Основные направления развития дистанционных форм обслуживания клиентов в российских коммерческих банках представлены в таблице 1.

Основываясь на данных тенденциях, можно сказать, что усиливается степень интеллектуализации банковской деятельности. Особое значение имеют

процессы хранения, защиты, обмена и передачи большого объёма данных. Банковский сектор для повышения своей конкурентоспособности всё более ориентируется на удовлетворение нужд и запросов рядового клиента.

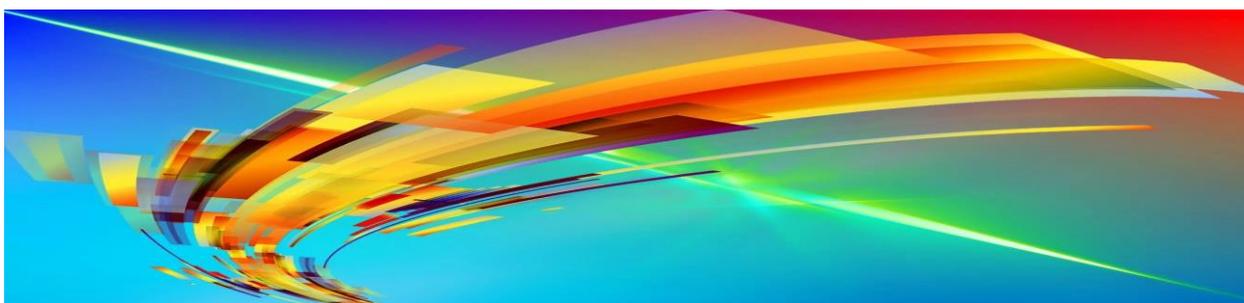
Инновационные технологии – важнейшая детерминанта изменений и модификаций в банковской сфере. Цифровая экономика открывает множество новых перспектив для дальнейшего развития как отдельных коммерческих банков, так и всего банковского сектора в целом.

Список литературы

1. *Абаева Н.П., Хасанова А.Т.* Конкурентоспособность банковских услуг. – Ульяновск: УЛГТУ, 2018.
2. *Портер М.* Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. Перевод с английского. – 2-е изд. – М.: «Альпина Бизнес Букс», 2017.
3. *Самсонова Е.А., Астахов В.Ю., Аджиева А.Ю.* Информационные технологии как инструмент совершенствования банковского сектора // *Аллея науки.* – 2018. – № 4. – С. 932-934.
4. *Чернышова О.Н., Кортаева Н.В., Зобова Е.В.* Информационные технологии в банковском бизнесе: современные тенденции и перспективы развития // *Социально-экономические явления и процессы.* – 2016. – № 3 (049).
5. *Черкесова Э.Ю., Миронова Д.Д., Ковалева Н.Ю.* Инновационные тенденции в банковской сфере // *Экономика и предпринимательство.* – 2021. – № 3 (128). – С. 342-345.
6. *Миронова Д.Д.* Современное состояние и тенденции развития инновационных банковских технологий // *Научная весна* – 2020. *Экономические науки. Сборник научных трудов.* – Шахты: ДГТУ, 2020. – С. 184-191.
7. *Миронова Д.Д., Шершова Е.В.* Развитие современных банковских технологий в условиях цифровой трансформации экономики Российской Федерации // *Вестник Алтайской академии экономики и права.* – 2020. – № 4-3. – С. 378-384.

© Андрианова Д.А., Миронова Д.Д., Слатвицкая И.И., 2021





Раздел II
**МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ.
ЖУРНАЛИСТИКА**

УДК 070;316;327

Д. П. Денисова

D. P. Denisova

**СОВРЕМЕННЫЙ ОБРАЗ ТУРЦИИ В РОССИИ
И ОБРАЗ РОССИИ В ТУРЦИИ**

**THE MODERN IMAGE OF TURKEY IN RUSSIA
AND THE IMAGE OF RUSSIA IN TURKEY**

Научный руководитель:

Мурюкина Елена Валентиновна

Кандидат педагогических наук, доцент
кафедры медиаобразования, Московский
педагогический государственный университет

Аннотация. В статье рассматриваются современные образы Турции и России, сложившиеся в массовом сознании жителей обеих стран по отношению к друг другу. Анализируются факторы, оказавшие влияние на формирование имиджа двух государств, в том числе и исторические события, которые способствовали созданию образов России и Турции у населения обеих стран. Выявляются возможности переоценки устоявшихся стереотипов.

Abstract. The article examines the modern images of Turkey and Russia, which have developed in the mass consciousness of the population of both countries in relation to each other. Analyzes the factors that influenced the formation of the image of the two states, including the historical events that contributed to the creation of the images of Russia and Turkey in the eyes of each other. The possibility of revaluation of established stereotypes is revealed.

Ключевые слова: Россия, Турция, имидж страны, население, туризм, стереотип.
Keywords: Russia, Turkey, country image, population, tourism, stereotype.

Вопрос образа Турции в России и образа России и россиян в Турции приобретает особую важность и актуальность в ракурсе развития стратегических международных отношений и сотрудничества между двумя странами.

Как считает российский эксперт по Турции, политолог и бизнесмен Иван Стародубцев, Турция во многом является заложником того образа, который сложился в отношении нее не только у россиян, но и у населения многих других стран. Это одновременно стало и предпосылкой для ее успеха, и помехой в дальнейшем поступательном развитии [4].

Рассмотрим туристическую отрасль Турции, функционирующую в соответствии с системой «всё включено». Турция приобрела имидж страны, заботящейся о бюджете потребителей и гарантирующей оптимальное соотношение стоимости услуг и качественного отдыха.

Многие граждане России летают в Турцию на отдых чартерными рейсами небольших авиакомпаний. Но значительная часть россиян, которая летает не только в Турцию, но и в другие страны (прежде всего, в государства Ближнего Востока и Северной Африки) считает, что «Турецкие авиалинии» («Turkish Airlines») являются одной из лучших авиакомпаний мира. Также российские путешественники отмечают удобство Стамбула как транзитного узла [1, с. 14].

Следует подчеркнуть и эффективность турецкой строительной отрасли. Так, турецкие строительные компании были заняты на сооружении большого количества объектов в Москве, чем внесли значимый вклад в формирование ее современного облика. Однако их деятельность не ограничивается лишь российской столицей – они работают во множестве других городов и регионов, в том числе и в Сибири. Турецкие строительные компании привлекались к строительству объектов Зимней Олимпиады в Сочи, за что Президент Российской Федерации Владимир Путин выразил им официальную благодарность.

В России все более популярными становятся турецкие фильмы, особенно, сериалы. Несмотря на то, что существует законодательство об авторском праве, множество пиратских ресурсов с киноконтентом до сих пор избегают блокировки и успешно работают. Практически любой сериал через два – три дня после трансляции по турецкому телевидению уже можно найти в Интернете с переводом на русский язык. Эти сериалы являются своеобразным ключом к пониманию Турции, что свидетельствует о широком спросе на данные продукты киноиндустрии, существующем в Российской Федерации и русскоязычных странах [4].

Таким образом, вышеприведенные факторы, такие как туризм, строительная отрасль, авиакомпания «Turkish Airlines» и художественные фильмы, являются основой для конструирования образа Турции в России. Данные товары и услуги имеют высокий уровень конкурентоспособности не только на российском, но и на мировом рынке, и могут по праву составлять гордость Турции.

В то же время Турция, как уже говорилось, является заложником своего сложившегося образа. По мнению И. Стародубцева, представители туристической индустрии могут уже дальше не развивать систему «всё включено», не повышать уровень ее качества и не вкладываться в ее продвижение, поскольку россияне, которым нравится отдыхать по этой системе, все равно придут в Турцию. Если Турция будет продолжать вкладываться лишь в продвижение системы «всё включено», она рискует навсегда остаться в прежнем образе в глазах населения других стран. Также это будет стимулировать конкуренцию среди гостиничных операторов, вынуждая тех уменьшать цены, следствием чего станет дальнейшее снижение прибыли.

И. Стародубцев рассказывает, что однажды он прочитал в одной популярной российской газете несправедливую, по его мнению, заметку о турецких строительных подрядчиках, и не нашел ни одного турецкого профсоюза, который захотел бы сделать по этому поводу заявление. Он был готов даже сделать перевод открытого письма от имени турецких строителей на русский язык и лично передать его главному редактору газеты, разместившей материал, чтобы тот опубликовал опровержение, но не встретил со стороны турецких строительных компаний ответной инициативы [4].

Очевидно, что турецкие подрядчики, работающие на процветающих рынках, в том числе и в России, являются серьезными конкурентами друг для друга и не могут сплотиться, пока это не ведет к значительным убыткам. Такая позиция может быть выгодна для реализации прямых интересов отдельной компании, но со стратегической точки зрения она невыгодна для отрасли в целом. Однако турецкие строительные компании до сих пор не открыли представительство своего профсоюза в Российской Федерации.

Как мы уже отмечали выше, турецкие фильмы и сериалы пользуются большой популярностью у российского зрителя. По объему экспорта своих телесериалов страна находится на втором месте в мире, а качество ее кинопродукции постоянно растет. Однако эти сериалы редко выходят на центральных российских телеканалах. Конечно, они способствуют формированию положительного образа Турции и увеличивают у российских граждан и без того огромный интерес к этой стране. Но вместо того, чтобы

обеспечить своих создателей высокими доходами, турецкая кинопродукция собирает по несколько миллионов просмотров на пиратских сайтах [4].

Помимо перечисленных отраслей и сфер сотрудничества, в Турции есть еще множество иных малоизвестных и совсем неизвестных для россиян областей, в которых возможно налаживание взаимных связей.

Следует заметить, что потребительская грамотность российских граждан в отношении Турции развита на достаточно низком уровне. Большая часть россиян даже не подозревает, что, например, турецкая промышленность выпускает не только бюджетную, но и люксовую одежду. Они считают, что высокая мода может создаваться только в западноевропейских странах, а Турция для них – это лишь отдых по системе «всё включено». В связи с этим создается впечатление, что в Турцию едут только одни «крохоборы» [1, с. 18].

Таким образом, Турция имеет очень много достижений, однако, очевидно, что еще есть пробелы в формировании и укреплении ее имиджа в глазах россиян.

Рассмотрим теперь образ России в Турции. В 2017 г. Е. В. Бахревский в сотрудничестве с профессором, доктором философских наук Ю. М. Плюсниным провел опрос турецких экспертов, чтобы узнать, какие представления о России и россиянах существуют в турецком обществе. Всего в опросе приняли участие 39 экспертов и специалистов-практиков из самых разных областей. Возраст 54% респондентов составлял от 30 до 50 лет, 33% – старше 50 лет, 13% – до 30 лет.

Сферы деятельности опрошенных распределились следующим образом: 54% опрошенных экспертов являлись представителями науки и образования, 13% работали в средствах массовой информации, 8% – в сфере культуры, 5% являлись государственными служащими. По 2% респондентов представляли спортивную, строительную, юридическую, промышленную, предпринимательскую, туристическую и медицинскую сферы деятельности. Из всей выборки респондентов 69% никогда не были в России или были в ней непродолжительное время, 31% проживал в России в течение длительного времени [2, с. 32].

Рассмотрим основные результаты, дающие представление о современном образе России в Турции. Взгляды турецких граждан на российскую географию чрезвычайно мифологизированы и абстрактны. Так, некоторые из них не могут поверить, что в одной из частей Российской Федерации климатическая зона относится к субтропикам. Однако они наполняют большим символическим смыслом такие географические понятия, которые вызывают у них широкий спектр ассоциаций – это «Москва», «Санкт-Петербург», «Крым», «Кавказ», «Сибирь». Алтай считается прародиной тюркских народов и имеет для турок глубокое символическое значение, выступая в качестве своего рода «священной

земли». Одним из наиболее важных факторов для них является то, что в Российской Федерации проживают обширные группы народов, имеющих тюркские корни, а также большое количество единоверцев-мусульман.

Тема русско-турецких войн и конфликтов занимает основное место в исторической памяти турецкого народа, связанной с Россией. Столь же значимой тематикой является Октябрьская революция и коммунистический период истории России – как в положительных, так и в сугубо отрицательных смыслах. Наиболее яркий период дружбы и сотрудничества между странами пришелся на время турецкой Войны за независимость (Кемалистская революция, 1919 – 1923). Этот период и сейчас активно обсуждается в левых интеллектуальных и политических кругах Турции [3, с. 3].

Одним из наиболее распространенных представлений о россиянах является их пьянство. Этот стереотип имеет в Турции давние корни, которые прослеживаются по историческим документам, как минимум, с XVI века. При этом следует отметить, что данный образ на самом деле довольно сильно схож с автостереотипом, поскольку россияне зачастую сами гордятся своим пристрастием к выпивке. С другой стороны, есть кардинально иные представления о россиянах – многие эксперты отмечают их любовь к высокой культуре и научным изысканиям. Также среди турецких граждан существует представление о том, что русский народ намного более близок к туркам, поскольку имеет «азиатский» характер [2, с. 35].

Среди факторов, в значительной степени формирующих в турецком массовом сознании отрицательные представления об образе России, следует назвать происходившие в прошлом войны между двумя странами, наличие в Москве представительства Рабочей партии Курдистана, которая признана в Турции экстремистской организацией, действия российских войск в Сирии и поддержка Россией президента Башара Асада. Что касается нравственного облика россиян, то зачастую турки считают их грубыми, агрессивными, нравственно распущенными, меланхоличными, предвзятыми и ненадежными. Некоторые турецкие граждане полагают, что Россия является историческим врагом их страны. Они вспоминают, что Советский Союз имел в свое время территориальные претензии к Турции, касавшиеся Восточной Анатолии и проливов. Осуждению со стороны турок подвергается наличие российской военной базы на границе с Турцией, в Армении, и российская позиция по проблеме Северного Кипра. Здесь следует сказать, что большое значение в формировании современного образа России в Турции играет историческая память, укрепляемая преподаванием истории в турецкой школе, а также идеологией, продвигаемой партиями националистического толка [3, с. 5].

И хотя большинство экспертов указывает, что у Турции нет исторических претензий к России, некоторые респонденты отмечают, что такие претензии всё-таки существуют – это, в частности, армянский вопрос, территориальная политика Российской Империи, а уже в наше время – поддержка Армении в армяно-азербайджанском конфликте вокруг Нагорного Карабаха. В то же время сами турки стремятся налаживать культурно-исторические связи с проживающими в России тюркскими народами и рассматривают нашу страну как «помеху» на пути к реализации идей «туранизма» и «османизма» [2, с. 37].

Практически однозначное представление о России как о христианской стране имеет большое значение для выстраивания информационной и культурной политики.

Следует отметить, что в России и Турции проявляется разница в понимании общественной роли женщины, её самостоятельности и равноправия. В этом плане Россию можно условно отнести к европейскому обществу, а Турцию, опять-таки условно, – к ближневосточному. При этом эксперты считают, что русские женщины служат эталоном красоты, а равноправие мужчин и женщин в России они ставят в пример турецкому обществу. Феномен «русских невест», которых насчитывается в Турции десятки тысяч, занимает важное место в общественной жизни страны [2, с. 41].

В вопросе разницы между российской и турецкой системами ценностей большинство респондентов отмечает разные религии, а также разный исторический опыт. Некоторые эксперты указали на кардинальную разницу ценностных систем. В то же время почти половина респондентов считает, что различия между национальными ценностными системами народов двух стран являются небольшими, поскольку и Россия, и Турция принадлежат на самом деле к одному – имперскому, восточному – типу культуры. Главное же отличие между российской и турецкой ценностными системами заключается, по мнению экспертов, в разных семейных ценностях, а также в распределении социальных ролей между мужчинами и женщинами [3, с. 11].

Таким образом, образ России в Турции довольно противоречивый. Существующие представления турецких граждан показывают наличие большого потенциала для его улучшения. Общество Турции, переживающее период утверждения собственной страны как самостоятельной региональной державы, находится в состоянии переоценки ценностей. Следствием этого является переосмысление истории, возвращение к традиционной картине мира и соответствующим ценностным ориентирам. Представляется, что турецкое общество в целом готово пересмотреть стереотипы, которые сформировались в отношении нашей страны как в далекие времена русско-турецких войн, так и в период недавнего идеологического противостояния Холодной войны.

Список источников и литературы

1. *Айдоган Х.Д.* Медиаобраз Турции в российских СМИ: особенности формирования имиджа. Автореферат диссертации кандидата филол. наук: 10.01.10. – М., 2017. – С. 14-18.
2. *Бахревский Е.В., Свистунова И.А.* Образ России в Турции. Историческое развитие и современное состояние. Монография. – М.: Институт наследия, 2019. – С. 32-41.
3. *Бахревский Е.В.* Современный образ России и русских в Турции // Культурологический журнал. – 2018. – № 1 (31). – С. 3-11.
4. Образ Турции в России: одной рекламы мало (Daily Sabah, Турция). Источник: ИноСМИ [Электронный ресурс]. – URL: <https://inosmi.ru/social/20190413/244929049.html> (дата обращения: 18.10.2021).

© Денисова Д.П., 2021



УДК 316.774

DOI: 10.46987/0131102021_17

Н. С. Писаревская

ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ PR-СТРУКТУР И НОВЫХ МЕДИА

Аннотация. Стремительное развитие технологий и изменения в сфере трансляции информации обусловили появление такого феномена, как Новые медиа. Возможности, которые несут в себе новые средства массовой информации, в настоящее время успешно используются подразделениями и службами, работающими в области связей с общественностью. Данная статья посвящена особенностям взаимодействия PR-структур и Новых медиа.

Ключевые слова: Новые медиа, СМИ, медиарилейшнз, принципы взаимодействия, информационные технологии.

Сегодня проблемами коммуникации занимаются представители самых разных гуманитарных наук – от социологов до философов. И все они без исключения признают главенствующую роль информации в различных аспектах общественной и частной жизни. В контексте стремительного развития технологий, обуславливающего возникновение новых способов трансляции информации и создания контента, возникает вопрос о том, что традиционные средства массовой информации уже не в силах оперативно отвечать на запросы современного общества в плане обеспечения его актуальной информацией. В связи с этим с конца 1990-х годов началось постепенное отделение от традиционных СМИ (телевидение, радио, периодические печатные издания), каналов коммуникации, функционирующих в интернет-пространстве. Как пишет Е. А. Вартанова, сегодня Интернет «как коммуникационная площадка и как пространство, где существуют медиапродукты, вполне успешно является заменителем традиционных СМИ» [1].

Вследствие процессов конвергенции и включения СМИ в интернет-пространство появляются Новые медиа. Они отличаются гипертекстуальностью, мультимедийностью и интерактивностью, включают в себя широкий перечень медиаформатов, таких, например, как интернет-телевидение, блоги, социальные сети и т. д. Как совершенно справедливо отмечают американские исследователи Б. Солис и Д. Брейкенридж, Новые медиа представляют собой «слияние

социальной составляющей и высоких технологий», когда на место монолога приходит диалог [6].

К основным характеристикам Новых медиа, влияющим на их взаимоотношения с PR-службами, можно отнести следующие:

- доступность – информацию по интересующей теме можно найти в любое время и в любом объеме;
- мультимедийность;
- интерактивность – позволяет потребителю участвовать в создании контента;
- высокая скорость распространения материалов;
- хранение информации в течение длительного времени;
- возможность осуществлять коммуникацию без временных, географических и иных ограничений.

Исследователи О. С. Рогалева и Т. В. Шкайдерова, рассматривая в 2015 году феномен Новых медиа, указывали, что в сфере электронных коммуникаций средства массовой информации прошли эволюцию от электронных копий до самостоятельных интернет-изданий. Следующим этапом этой эволюции они называли блоги, «Живой Журнал» («LiveJournal») и социальные сети [5, с. 224]. Но то, что еще недавно было «следующим этапом», сегодня для нас уже давно стало историей. И теперь мы говорим о том, что «преимущества Новых медиа позволяют оперативно размещать информацию, представлять большее количество данных, взаимодействовать с пользователями» [4, с. 192].

Безусловно, подобные трансформации не могли остаться незамеченными для специалистов по связям с общественностью, основная задача которых состоит в обеспечении взаимодействия с медиа с целью информирования аудитории и оказания на нее необходимого воздействия.

Взаимодействие организации со средствами массовой информации, которые являются основным каналом коммуникации между организацией и общественностью, называют медиарилейшнз (Media relations). Именно благодаря постоянному и тесному сотрудничеству со СМИ компании присутствуют в информационном пространстве. Ведь неслучайно 80% всей работы PR-специалистов приходится на взаимодействие с журналистами и периодическими изданиями.

В. А. Коноваленко отмечает в этой связи, что СМИ являются одним из наиболее значимых инструментов оперативного PR-воздействия [2, с. 120]. Он выделяет следующие принципиальные особенности СМИ, которые обуславливают их использование в качестве инструмента связей с общественностью: эффективность массовой коммуникации, которая зависит от количества повторений поступающей информации; формирование

посредством СМИ картины мира и наполнение ее необходимой информацией. Еще одна особенность, по мнению В. А. Коноваленко, заключается в том, что современные масс-медиа предпочитают оперировать негативной информацией, которая в большей степени привлекает интерес аудитории. Все эти особенности прекрасно реализуются посредством Новых медиа в интернет-пространстве.

Как отмечает А. В. Новиков, Интернет «для PR-специалиста в наиболее общем виде рассматривается как глобальная совокупность виртуальных коммуникационных возможностей» [3, с. 89]. Возможности Новых медиа существенно упрощают проблему взаимодействия с аудиторией, позволяют как отдельным пользователям, так и различным общественным группам выражать свое мнение. Однако при этом не следует забывать и об опасности деструктивных действий в сети, таких, например, как фальсификация общественного мнения и в целом распространение разнообразных «фейков», «накрутка» голосований, троллинг, спам и прочее.

Включение Новых медиа в систему массовых коммуникаций оказывает непосредственное воздействие на взаимоотношения СМИ и PR-служб. Если раньше, в контексте медиарелейшнз, мы говорили преимущественно о представителях традиционных СМИ, то сегодня, благодаря использованию интернет-ресурсов и Новых медиа, журналистский пул заметно расширился, и помимо профессиональных сотрудников телевидения, радио и периодических изданий, трансляторами информации теперь также являются представители интернет-журналистики.

Таким образом, Новые медиа позволяют транслировать информацию на неограниченный круг потребителей, предоставлять им насыщенный, эмоционально окрашенный контент и вовлекать в непосредственное взаимодействие. Эти особенности обуславливают корректировку в способах коммуникации специалистов по связям с общественностью не только с целевой аудиторией, но и с представителями масс-медиа, которая заключается в использовании новых форматов и новых видов представления контента.

Список литературы

1. *Вартанова Е.А.* Новые медиа как фактор модернизации СМИ. [Электронный ресурс]. URL: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/9f381b9f3747cc63c3257576003a8c8c> (дата обращения: 20.10.2021).
2. *Коноваленко В.А., Коноваленко М.Ю., Швед Н.Г.* Реклама и связи с общественностью. Введение в специальность. Учебник. – М.: «Мир», 2014.
3. *Новиков А.В.* PR-коммуникации в Интернете // Коммуникология. № 1. Т. III. 2014. С.88-94.
4. *Писаревская Н.С.* Новые медиа и кризис идентичности личности // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. № 3-2 (54). 2021. С. 192-195.
5. *Рогалева О.С., Шкайдерова Т.В.* Новые медиа: эволюция понятия (аналитический обзор) // Вестник Омского университета. 2015. № 1. С. 222–225.
6. *Solis B., Breakenridge D.* Putting the Public Back in Public Relations. How Social Media Is Reinventing the Aging Business of PR. Upper Saddle River: Pearson Education Inc., 2009.

© Писаревская Н.С., 2021



УДК 070

DOI: 10.46987/0131102021_21

А. Н. Романова

A. N. Romanova

**К ВОПРОСУ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВА В ИНТЕРАКТИВНЫХ ПРОЕКТАХ
НА РЕГИОНАЛЬНОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ**

**ON THE ISSUE OF THE EFFECTIVENESS OF INTERACTION
BETWEEN GOVERNMENT AND SOCIETY IN INTERACTIVE
PROJECTS ON REGIONAL TELEVISION**

Научный руководитель:

Ширина Елена Владимировна

Доктор филологических наук, доцент,
заведующий кафедрой теории и практики
массовой коммуникации, Южный федеральный университет

Аннотация. Автор рассматривает интерактивные проекты региональных телекомпаний как способ организации эффективного взаимодействия власти и общества. В качестве методов исследования используются логический анализ, обобщение, интерпретация научных и журналистских текстов, логическое сравнение, проблематизация и критика. В статье предпринята одна из первых попыток анализа эффективной коммуникации органов местной власти и населения на примере интерактивных проектов, реализуемых телевизионными компаниями Ростовской области ГТРК «Дон-ТР» и «Дон 24».

Abstract. The author analyzes interactive projects of regional media as the way of organizing effective communication between the authorities and society. The methods used were logical analysis, generalization, interpretation of scientific and journalistic texts, logical comparison, problematization and criticism. The article is one of the first attempts to analyze effective communication between local authorities and the population using the example of interactive projects, organized by the TV companies of the Rostov region GTRK «Don-TR» and «Don 24».

Ключевые слова: региональное телевидение, власть, общество, интерактивные проекты, эффективная коммуникация.

Keywords: regional television, government, society, interactive projects, effective communication.

В настоящее время российские региональные телекомпании реализуют эффективную модель коммуникации «власть – СМИ – общество», где каждый участник достигает поставленных целей и задач. Отсюда – повышение статуса регионального телевидения, что подтверждается стабильной положительной динамикой рейтингов областных, краевых и республиканских телевизионных компаний. Например, выпуски местных «Вестей» на канале «Россия-1» (временной отрезок: 21.05 – 21.20) имеют бóльшую долю телесмотрения, чем аналогичная федеральная программа (временной отрезок: 20.00 – 21.05) [7]. Исследователи и практики связывают это обстоятельство с несколькими ключевыми особенностями регионального телевидения:

1) региональное телевидение активнее использует знакомые конкретной аудитории факты и явления, что делает информацию более наглядной и убедительной;

2) местные передачи носят более открытый и доверительный характер, поскольку каждый журналист – это, как правило, житель той же территории, что и сами зрители;

3) журналисты и ведущие региональных программ более точно улавливают возрастные, исторические, национальные и иные особенности аудитории, что также повышает эффективность локального телевидения [3].

Местным редакциям проще выстраивать эффективный диалог между чиновниками и зрителями – участники такой коммуникации территориально находятся ближе друг к другу и не понаслышке знакомы с той или иной проблемой. Кроме того, существуют факторы, позитивно влияющие на готовность как представителей региональной власти, так и местного сообщества к продуктивной коммуникации, а именно:

- исторически сложившийся запрос жителей на решение локальных проблем «здесь и сейчас» посредством общения с полномочными лицами;

- желание чиновников публично представить результаты своей работы, рассказать как можно бóльшему числу граждан о том, что уже реально сделано для их блага, продемонстрировать готовность к решению наболевших вопросов.

Таким образом, можно констатировать тот факт, что на региональном телевидении созданы благоприятные условия для реализации эффективной коммуникации «власть – СМИ – общество». Под эффективностью мы в данном случае понимаем достижение конкретного результата в виде обмена информацией, принятия управленческих решений и изменения общественных настроений.

Исследователь регионального телевидения Н. Н. Пузанова делает вывод, что видимый позитивный результат коммуникации – когда журналист представляет общественно значимую тему, поддерживаемую аудиторией, и

получает конструктивные ответы от чиновников [6, с. 131]. При этом создаётся дискуссия, которая приводит к общественным и политическим трансформациям, а самое главное – она способствует формированию гражданского общества.

Федеральные каналы дают слово представителям власти самого разного уровня и даже подчас «перебарщивают с показом политиков» [1, с. 15], но далеко не всегда они обеспечивают реальное участие аудитории в обсуждении актуальных проблем и событий. Складывается вертикальный вектор коммуникации монологического характера. Хотя ещё в середине 1990-х – начале 2000-х годов общественно-политические ток-шоу, в которых широко использовались интерактивные формы взаимодействия с телезрителями, были очень популярным и востребованным форматом. Но со временем подобные проекты постепенно ушли из федерального эфира [4, с. 121]. А вот в региональном эфире они остались. И не просто остались – местные компании на долгие годы сделали ставку на формат общения «чиновник – журналист – зритель» и добились его эффективности с помощью интерактивных технологий.

Первые подобные проекты появились ещё в 1980-е годы, в разгар Перестройки – «Лицом к лицу с телезрителем» (Волгоградское телевидение), «Диспут» (Куйбышевское телевидение), «Прямой разговор» (Мурманское телевидение), «Общественная приёмная» (Ростов-на-Дону) и другие [5, с. 79]. В эфире звучали конкретные вопросы от конкретных людей (сначала вопросы задавались с помощью писем, затем – по телефону), а приглашённый представитель действующей власти на них отвечал. В последующих программах журналисты возвращались к уже озвученным темам, сообщая о проделанной работе и полученных результатах. Зачастую вновь связывались с телезрителями, давая возможность прокомментировать произошедшие либо так и не произошедшие перемены – тем самым осуществлялась обратная связь.

Как отмечает Е. В. Поберезникова, интерактивное вещание ценно тем, что оно не имитирует действительность, а «обогащает коммуникатора новой информацией, новыми идеями и нестандартными поворотами действия, то есть происходит обмен информацией и взаимное обогащение ею» [5, с. 24]. Важно отметить, что активность регионального телезрителя на протяжении последнего десятилетия остаётся стабильно высокой, а большинству региональных телекомпаний удастся успешно выполнять функцию общественного контроля. Этому во многом способствуют сами зрители, получившие непосредственный доступ к телевизионному эфиру.

Рассмотрим главные интерактивные проекты Государственной телерадиокомпании «Дон-ТР», вышедшие в эфир в 2015 – 2016 годах – «Вечер в большом городе» и «Мой адрес – Ростов-на-Дону». Уникальность этих передач заключалась в том, что при регулярной аудиторной оценке деятельности

чиновников (в основном далеко нелестной) и даже откровенной критике со стороны телезрителей, представители власти охотно принимали участие в каждом выпуске данных программ. Сказывалось их желание доказать эффективность государственных институтов, продемонстрировать успешность своей работы.

Показатели вопросной активности зрителей программ «Вечер в большом городе» (далее – «ВБГ») и «Мой адрес – Ростов-на-Дону» (далее – «МРД») корректно объединять, поскольку оба проекта имели схожие формат, социальную направленность, ориентированность на городские проблемы, одинаковые каналы обратной связи и общую творческую редакцию. Отличалась лишь периодичность выходов в прямой эфир: «Вечер в большом городе» выходил каждый понедельник, «Мой адрес – Ростов-на-Дону» – через воскресенье. Но при этом хронометраж «ВБГ» составлял 39 минут, а «МРД» – 56.

Рейтинг у проекта «Мой адрес – Ростов-на-Дону» был несколько выше, что скорее всего было связано с личностью Дмитрия Диброва – известный на всю страну телевизионный ведущий привлекал дополнительное внимание аудитории. Этому способствовала и хорошая осведомлённость Диброва – ведущий, для которого Ростов-на-Дону является родным городом, прекрасно ориентировался в вопросах жизни южного мегаполиса.

Классификация обращений зрителей даёт возможность увидеть, какие острые темы обсуждались в выпусках программ в 2015 – 2016 годах (таблица 1).

Таблица 1

**Темы вопросов от телезрителей
в интерактивных программах «ВБГ» и «МРД»**

Темы вопросов	«Вечер в большом городе»	«Мой адрес – Ростов-на-Дону»	Итог
Дорожная и транспортная инфраструктуры	420	298	718
Жилищно-коммунальное хозяйство	396	258	654
Медицинское обслуживание	317	194	511
Благоустройство	285	179	464
Образование	238	163	401
Подготовка к Чемпионату мира по футболу	252	121	373
Архитектурный облик и историческое наследие	188	106	294
Культурная жизнь	151	67	218
Другое	72	30	102

Очевидно, что деятельность властей по созданию комфортной дорожно-транспортной инфраструктуры волновала жителей Ростова-на-Дону гораздо сильнее, чем, например, вопросы культурной жизни. В соответствии с запросом аудитории принимались и решения. Так, в выпуске «МРД» от 16 июля 2016 года ведущий Д. Дибров зачитал комментарии телезрителей со страницы проекта в социальных сетях «Фейсбук» и «ВКонтакте». Жители жаловались на состояние городских трамваев. Глава администрации Ростова-на-Дону Сергей Горбань в ответ сообщил: «Я согласен с ростовчанами и давно дал поручение найти возможность подвижной состав заменить. Пусть не весь и сразу, но мы должны двигаться в этом направлении! Теперь понимаю, что действовать нужно скорее – если столько людей волнует эта проблема... Точно могу сказать, что первые трамваи придут из Чехии уже в следующем году, да, они не новые, но гораздо более современные, чем те, которыми мы пользуемся сейчас...».

А после выхода в эфир программы «ВБГ» от 4 октября 2016 года, где обсуждалось возможное повышение стоимости проезда в общественном транспорте (десятки возмущённых звонков в эфир и таких же интернет-комментариев), мэрия города официально объявила, что ещё как минимум год тарифы меняться не будут. Каждый выпуск данных проектов складывался по следующей коммуникативной схеме: «сообщение от телезрителей – обсуждение вопроса с ответственным чиновником – получение результата в виде обещания либо конкретного решения – журналистский контроль в новой программе».

Следует подчеркнуть, что внимание зрителей к выступлениям чиновников в эфире было всесторонним. Редакции удавалось задействовать самую разнообразную аудиторию – от представителей старшего поколения, которые традиционно пользуются телефонной связью, до молодежи, свободно чувствующей себя в интернет-пространстве. Более 70% вопросов были оставлены на официальных страницах программы в социальных сетях, 8% – поступили через телефонные звонки, а 18% вопросов составили обращения зрителей, непосредственно присутствовавших в студии либо на параллельной внестудийной площадке, организованной в центре Ростова-на-Дону.

В итоге удалось создать общественно значимый диалог, одни участники которого высказывали мнения и задавали вопросы, другие реагировали и отвечали, а журналисты организовывали и модерировали этот процесс, подводя итоги. Подобная коммуникация на региональном телевидении продолжает в настоящее время активно развиваться.

В то же время официальные интернет-страницы многих федеральных программ напоминают, по словам Е. Я. Дутина, «разложенные в порядке инструменты, которыми не пользуются» [7, с. 34]. Действительно, на этих сетевых ресурсах в основном размещена справочная информация, выложены выпуски

вышедших программ, доступен и их архив, но при этом практически отсутствуют отклики зрителей, комментарии и вопросы. Как считают эксперты, причина этого состоит в том, что в самих стратегиях и концепциях данных проектов не закладывается необходимость создания общественной дискуссии – студийной аудитории отводится роль эффектного фона для ведущего, а внестудийной – безучастного созерцателя, мнение которого всерьез никто выслушивать не намерен.

Обратимся к построению диалога власти и общества на примере телеканала «Дон 24». Его учредитель – правительство Ростовской области. Помимо основной цели – популяризации работы областного правительства, редакция «Дон 24» ставит перед собой и другие задачи: быть в курсе наиболее актуальных проблем жителей Ростовской области, с помощью телевизионного общения с государственными и муниципальными служащими понижать градус социального напряжения, когда оно возникает, а также приходить на помощь любому обратившемуся дончанину. Правительство региона обязывает чиновников разного уровня регулярно участвовать в программах канала и отвечать в эфире на злободневные вопросы. Ключевым является проект «О главном», где с телезрителями общается губернатор Ростовской области. Основной канал обратной связи – телефонная линия.

Рассмотрим выпуск от 10 февраля 2020 года. Ведущий Виктор Серпионов в самом начале программы сообщил, что для собственно журналистских вопросов он отведёт незначительную часть эфирного времени, в то время как две трети выпуска займут вопросы телезрителей. И действительно, каждые 5 – 8 минут губернатор Василий Голубев отвечал на телефонные звонки. Темы были подняты следующие: отсутствие дороги в одном из хуторов Тацинского района, вырубка деревьев, помощь многодетным семьям, ремонт сельских домов культуры, точечная застройка в Ростове-на-Дону, дорогостоящее строительство дороги в городе Волгодонске. Последний вопрос был задан пенсионером Иваном Константиновичем: «...Сейчас ремонтируют дорогу от Волгодонска до атомной станции – это 13 километров. Её ремонтируют за 1 миллиард 300 миллионов рублей. <...> Тратить по 100 миллионов бюджетных рублей на один километр тупикового пути!». Как только телезритель закончил, ведущий сообщил, что эфирное время, к сожалению, подходит к концу и глава региона не успеваает ответить. Однако губернатор сам проявил инициативу и заявил, что лично перезвонит Ивану Константиновичу в ближайшее время. Он также успел добавить, что обязательно разберётся в данной ситуации.

В тот же вечер Василий Голубев действительно позвонил телезрителю и поделился с ним собранной информацией. А в следующем выпуске от 16 марта 2020 года программа снова вернулась к этой теме. Вновь прозвучал вопрос –

теперь уже в записи. Губернатор, побывавший на месте строительства дороги, пояснил, что путь не является тупиковым, а высокая стоимость строительных работ – 1,2 млрд. рублей – объясняется особенностями проекта: на участке нужно не просто положить асфальт, но и заменить основание – широкие бетонные плиты перекрытия, которые пришли в негодность. При этом на экране транслировался видеоряд, подтверждающий слова руководителя региона.

Каждый телефонный звонок в программу «О главном» способствует созданию дискуссионного пространства, где выступают два равноправных субъекта – телезритель и гость в студии. Редакция «Дон 24», также как и коллектив ГТРК «Дон-ТР», действует в качестве организатора и модератора общения. Однако есть и существенные отличия между двумя региональными телекомпаниями в реализации коммуникативной задачи. Так, в разном объёме используются интерактивные элементы. Например, каждый выпуск программ «Вечер в большом городе» и «Мой адрес – Ростов-на-Дону» обязательно выходил в эфир в сопровождении сразу нескольких каналов обратной связи. Программа «О главном» работает только с телефонными линиями. Однако это обстоятельство отнюдь не снижает эффективность коммуникации в данной программе – приведённый выше пример демонстрирует качественный обмен информацией между губернатором и жителем города Волгодонска, а состоявшийся диалог следует признать результативным.

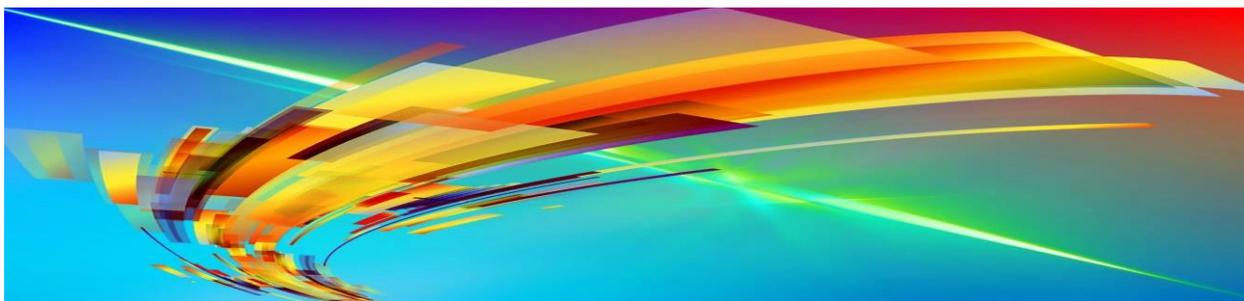
И в целом, как показало наше исследование, коммуникация «власть – общество» в интерактивных программах региональных телекомпаний Ростовской области является вполне эффективной, аудитория имеет возможность напрямую общаться с чиновниками разного уровня. Представители власти реагируют на информацию, получаемую от телезрителей, и, как минимум, комментируют поступившие данные, а как максимум – принимают соответствующие решения, влияющие на качество жизни местного населения.

Список источников и литературы

1. *Алипулатов И.С.* Место и роль региональных СМИ в российском обществе: к постановке проблемы // Политика и право. – 2019. – № 10. – С. 13-19.
2. *Дугин Е.Я.* Модели взаимодействия телевидения с аудиторией: между новыми и традиционными медиа // Вестник Московского университета. – Серия 10. Журналистика. – 2017. – № 6. – С. 3-31.
3. *Егоров В.В.* Очерки по истории российского телевидения – М.: «Воскресенье», 1999.
4. *Засурский Я.Н.* Искушение свободой. Российская журналистика: 1990 – 2007. – М.: МГУ, 2007.
5. *Поберезникова Е.В.* Телевидение взаимодействия: интерактивное поле общения – М.: «Аспект-пресс», 2004.
6. *Пузанова Н.Н.* Пресса и власть: проблемы взаимодействия (на примере СМИ Удмуртской Республики). Диссертация кандидата филол. наук. – М., 2010.
7. Рейтинги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mediascope.net/data/> (дата обращения: 08.08.2021).

© Романова А.Н., 2021





Раздел III
ПЕДАГОГИКА И ПСИХОЛОГИЯ

УДК 37

DOI: 10.46987/0131102021_29

Р. М. Баишева

R. M. Baisheva

**ПОСТРОЕНИЕ УРОКА В НАЧАЛЬНЫХ
КЛАССАХ С ПРИМЕНЕНИЕМ ЦИФРОВОЙ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ**

**BUILDING A LESSON IN ELEMENTARY GRADES
USING A DIGITAL EDUCATIONAL SYSTEM**

*Скорость технологических изменений
нарастает стремительно, идёт резко вверх.
Тот, кто использует эту технологическую
волну, вырвется далеко вперёд. Тех, кто не
сможет этого сделать, она – эта волна –
просто захлестнёт, утопит.*

В. В. Путин

Послание Президента Российской Федерации
Федеральному собранию, 1 марта 2018 года

Аннотация. В российском обществе постепенно признаётся большое положительное значение электронных образовательных ресурсов для развития личности детей и подростков. В статье рассматривается пример поэтапного построения школьного урока в цифровой образовательной системе «Мобильное Электронное Образование».

Abstract. Russian society is gradually recognizing the positive impact of electronic educational resources on the personal development of children and adolescents. The article

provides an example of the construction of a lesson and its stages in the Digital Educational System «Mobile E-Education».

Ключевые слова: начальное образование, цифровизация образования, урок, мобильное образование, электронные образовательные ресурсы.

Keywords: primary education, digitalization of education, lesson, mobile education, electronic educational resources.

В июне 2020 года в Федеральный закон № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» были внесены изменения, предусматривающие использование технологий электронного обучения при возникновении чрезвычайных ситуаций на территории страны (статья 108, часть 17) [4]. Согласно российскому законодательству, образовательные организации вправе применять дистанционные образовательные технологии при реализации своих образовательных программ.

Многие учителя начальных классов сталкиваются с проблемой построения урока с использованием электронных образовательных технологий. Цифровая образовательная система «Мобильное Электронное Образование» (далее – МЭО) помогает решить эту проблему, делая урок насыщенным и интересным [1; 2; 3].

На первом этапе урока – этапе мотивирования и актуализации знаний – обучающимся предлагается гипотеза – либо уже готовая, либо её предстоит выдвинуть ученикам самостоятельно. Для этого в начале урока демонстрируется соответствующий видеотрейлер. После его просмотра учащиеся приступают к обсуждению гипотезы, и тем самым у ребят начинает формироваться стремление к самостоятельному поиску знаний.

Следующий этап – целеполагания – предусматривает задания, направленные на создание ситуации личной успешности каждого ученика путем установления соответствий. Именно такие задания помогают сформулировать проблему, скрытую в теме урока, и определить цель, на достижение которой будет направлен учебный процесс.

Электронные образовательные ресурсы предлагают большой выбор учебных заданий – педагогу остается лишь правильно отобрать их в соответствии с уровнем развития ученика. Здесь как нельзя кстати будет организация групповой работы в классе. Можно, например, организовать группы по интересам. Слабоуспевающие дети нередко хорошо справляются с творческими заданиями, и чтобы они чувствовали себя на уроке комфортно, МЭО предлагает для них следующие учебные средства [5; 6; 7]:

- медиафайлы,
- раскраски,
- задания с элементами геймификации.

А высокомотивированным детям можно предложить задания исследовательского характера с выходом на проектную деятельность. Для этого прекрасно подходят виртуальные экскурсии или статьи из энциклопедии. Таким образом, этапы урока, направленные на поиск решения поставленной проблемы и на само это решение, способствуют развитию позитивной социализации учащихся.

Заключительный этап – этап самостоятельной работы с использованием полученных знаний – предполагает развитие полноценной картины мира у ученика, в связи с чем в МЭО имеются задания с открытым ответом, где обучающиеся могут порассуждать, записать свой ответ в определённом поле либо прикрепить аудиофайл с ответом. У учителя есть возможность услышать каждого, провести индивидуальную работу и учесть полученные результаты при построении следующего урока.

Рассматриваемая цифровая образовательная платформа позволяет организовывать уроки согласно требованиям Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС), а также проводить их в рамках системно-деятельностный подхода, начиная с раскрытия заглавной темы и заканчивая рубрикой «Проверь себя». Практически для каждого урока, для каждой учебной темы сформированы интерактивные элементы – видео- и аудиофайлы, тренировочные задания, тесты, вопросы с открытым ответом.

В ходе урока учитель может видеть, как работает – или, наоборот, не работает – каждый ученик. В непростых условиях дистанционного обучения можно осуществлять как индивидуальный подход – с помощью индивидуальной образовательной траектории, так и групповую работу – путем разделения детей на группы и назначения заданий для каждой из них. Дети, объединённые в такую группу, будут созваниваться, переписываться и совместно выполнять общее задание.

Уроки в цифровой образовательной системе имеют большие возможности для интеграции. А ведь именно интегрированные уроки позволяют учителю показать связь того, что происходит на уроке, с реальной жизнью. Создание интерактивного познавательного контента стимулирует творческую активность детей, расширяет их кругозор, конструктивные способности и воображение. Только в тесном сотрудничестве подрастающего поколения и взрослых возможно создание качественного цифрового контента, несущего в себе большой образовательный потенциал.

Список источников и литературы

1. *Бабухина А.В.* Коучинг слушателей курсов повышения квалификации в освоении технологий смыслового чтения у младших школьников // Научное обеспечение системы повышения квалификации кадров. – 2018. – № 1 (34). – С. 69-77.
2. *Малютина Е.В.* Портфолио: составление и применение в дошкольной образовательной организации. Электронное учебное пособие. Челябинский институт переподготовки и повышения квалификации работников образования. – Казань: «Бук», 2019.
3. *Скрипова Н.Е., Бабухина А.В.* Технологии формирования смыслового чтения в начальной школе. Методические указания. – Челябинск, 2019.
4. Федеральный закон «О внесении изменений в статьи 71.1 и 108 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации»» от 08.06.2020 № 164-ФЗ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_354458/ (дата обращения: 15.10.2021).
5. Цифровизация образования в условиях конвергентной реальности. Сборник материалов III Международной научно-практической конференции. – Выпуск 4. – Киров, 2021.
6. Цифровая трансформация образования. Актуальные вопросы. Digital transformation of education. Topical issues. Сборник статей по материалам I Международной научно-практической конференции. – Казань, 2020.
7. Цифровая трансформация образования. Актуальные вопросы. Инноватика и эксперимент. Междисциплинарное сетевое взаимодействие. Сборник материалов II Международной научно-практической конференции. – Выпуск 2. – Киров, 2020.

© Баишева Р.М., 2021



УДК 377.44

**Б. М. Бальжанова,
А. М. Шитухин, Д. О. Максименко**
B. M. Balzhanova, A. M. Shitukhin, D. O. Maksimenko

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ И ПЕРЕПОДГОТОВКИ ИТ-СПЕЦИАЛИСТОВ

PROBLEMS OF TRAINING AND RETRAINING OF IT SPECIALISTS

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы подготовки ИТ-специалистов в высших учебных заведениях и вопросы повышения квалификации работников ИТ-индустрии. В целях улучшения качества подготовки специалистов в данной области авторы предлагают ввести в ИТ-компаниях систему корпоративного повышения квалификации, а также внедрить тестирование сотрудников для подтверждения актуальности знаний.

Abstract. The article deals with the problems of training IT specialists in higher educational institutions, as well as professional development of IT industry employees. In order to improve the quality of training specialists in this area, the authors propose to introduce a system of corporate advanced training in IT companies, as well as introduce employee testing to confirm the relevance of knowledge.

Ключевые слова: образование, самообразование, информационные технологии, повышение квалификации, университеты, курсы.

Keywords: education, self-education, information technology, advanced training, universities, courses.

Развитие информационных технологий и автоматизированных систем имеет в настоящее время огромную значимость с точки зрения как развития науки, так и улучшения качества жизни. С появлением сферы ИТ (от англ. Information Technology – информационные технологии) в мире было сделано много важных открытий, поэтому неудивительно, что множество людей стремятся получить образование в области информационных технологий. Число работников в ИТ-сфере стремительно растет, равно как и объем соответствующих знаний, поэтому крайне важно, чтобы ИТ-компании успевали за темпами инновационного развития.

Для столь бурно развивающейся отрасли постоянно необходимы все новые и новые кадры. Как известно, управление персоналом предполагает систему последовательных действий по подбору, адаптации и обучению

сотрудников, работающих на достижение общих целей компании. Тем не менее, многим работодателям сразу нужны обученные и высококвалифицированные работники.

В наше время есть разные способы образования и самообразования. Люди, мечтающие работать в ИТ-индустрии, часто задаются вопросом, что лучше выбрать – университет или онлайн-курсы? Согласно мировой статистике, большинство людей, реализовавших себя в бизнесе, закончили высшие учебные заведения и лишь порядка 40% успешных бизнесменов не имели высшего образования. Статистика по России в этом плане еще более показательна: среди людей, достигших серьезных успехов в бизнесе, – только 5% без высшего образования [1].

Высшие учебные заведения дают фундаментальные знания, учат дисциплинированности и самоорганизации, предоставляют бюджетные места, а по окончании обучения студенты получают диплом о высшем образовании государственного образца. Также за время учебы в университете можно установить много полезных знакомств в профессиональной области, а при прохождении практики – найти будущее место работы. Но далеко не всегда эти очевидные плюсы высшего образования оказываются существенны для специалистов ИТ-индустрии. Некоторые из полученных знаний могут носить слишком абстрактный характер, а содержание обучения может сильно отличаться от требований современного рынка труда. Используемые в учебном процессе компьютерные программы нередко являются устаревшими, в то время как на предприятиях идет постоянное обновление старых технологий либо внедрение новых [2]. Добавим к этому и весьма высокую стоимость коммерческого обучения в вузе.

На этом фоне онлайн-курсы могут показаться, – по крайней мере, на первый взгляд, – неплохой альтернативой. Они дают актуальные знания в кратчайшие сроки. Правда, другой вопрос, что эти знания достаточно узконаправлены и никто не может гарантировать качество предоставляемой информации. Пройти курсы может любой человек любого возраста. Порядка 40% окончивших онлайн-курсы уже имеют работу и хотят сменить сферу деятельности, остальные 60% обычно просто желают научиться чему-то новому. Хорошие курсы стоят достаточно дорого, но все равно они обходятся намного дешевле, чем четыре года обучения в университете. Дополнительным преимуществом онлайн-курсов является запись занятий в аудио- или видеформате, что позволяет слушателям проходить их в любое удобное время. Общение с ведущими курсов часто является асинхронным и происходит с помощью электронной почты. В университете же живое общение с

преподавателем возможно, как правило, только на очных занятиях либо в часы консультаций.

По данным социологического опроса, в ИТ-отделе небольшой региональной компании девять из 20 опрошенных ИТ-специалистов имеют высшее образование, семь – профильное высшее образование и четыре сотрудника не имеют высшего образования. При этом возраст специалистов с профильным высшим образованием находится в диапазоне от 20 до 26 лет. Несмотря на то, что у опрошенных ИТ-специалистов были разный возраст, образование, стаж работы и должности, их объединяло одно – все они проходили какие-либо курсы в целях самообразования или повышения квалификации [3].

Из приведенной выше статистики следует, что высшее образование не всегда столь важно для работодателя. Главным для него является то, чтобы сотрудники были квалифицированы и поддерживали актуальность своих знаний. Однако нередко в компаниях наступают переломные моменты, когда привычные технологии стремительно устаревают и им на смену приходят принципиально новые разработки. И вот как раз в таких обстоятельствах руководители сталкиваются с недостаточной квалификацией своих работников.

Существует также большой риск ухода сотрудника в другую компанию, где конкуренты могут предложить не только более комфортные условия, высокую заработную плату и карьерный рост, но и возможность повысить свой профессиональный уровень. Такой риск весьма вероятен, поскольку сейчас существует большой спрос на специалистов в ИТ-сфере, идет самая настоящая борьба за них, и сотрудники, востребованные на рынке труда, с легкостью находят новое, более подходящее место работы. Стратегически необходимо формировать кадровый резерв в ИТ-компаниях – это разработчики, тестировщики и веб-дизайнеры, обладающие соответствующим уровнем знаний, навыками командной работы и способные в нужный момент работать над любым проектом как в офисе, так и удаленно. В этих условиях следует уделять повышенное внимание стимулированию и мотивации персонала [4].

Решению указанных проблем может способствовать развитие у ИТ-персонала навыков «soft skills» и «hard skills». К навыкам «soft skills» («гибкие», надпрофессиональные навыки) относятся умение работать в команде, общение с клиентами, навыки менеджмента и управления. К навыкам «hard skills» («твердые», профессиональные навыки) относятся профессиональные знания и опыт программирования. Большую пользу может принести внедрение системы корпоративного повышения квалификации и профессиональной переподготовки. Прохождение за счет компании специализированных курсов

станет для ее сотрудников хорошей мотивацией к профессиональному и личностному росту.

Дополнительным способом мотивации могло бы также стать ежегодное тестирование работников для подтверждения актуальности знаний с премированием или пересмотром заработной платы по его итогам [5]. Внедрение системы КРІ (от англ. Key Performance Indicators – ключевые показатели эффективности) и грейдовой (от англ. Grade – оценка, степень) оплата труда, – наряду с существующей системой оплаты, – позволит стимулировать работников к повышению своего профессионального уровня, будет способствовать, по нашему мнению, росту квалификации как новых, так и уже давно работающих в компании сотрудников.

Список литературы

1. *Замотайлова Д.А., Бальжанова Б.М.* Применение технологии BLOCKCHAIN в сфере образования // Цифровизация экономики: направления, методы, инструменты. – Краснодар: КубГАУ, 2021. – С. 136-139.
2. *Калитко С.А., Семенова В.В., Гурицкой А.Д.* Развитие человеческого капитала: влияние образования и знаний на структуру человеческого капитала // Институциональная трансформация социально-экономической системы России: приоритеты и перспективы. – Краснодар: РЭА, 2020. – С. 363-368.
3. *Рысьмятов А.З., Балашова И.В., Терещенко Т.А., Дьяков С.А.* Кооперация как одна из наиболее гибких и адаптивных структур // Сфера услуг: инновации и качество. – 2018. – № 37. – С. 50-56.
4. *Дьяков С.А., Саенко И.И.* Разработка эффективной системы мотивации персонала на основе внедрения современных методов стимулирования труда // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 2 (91). – С. 773-782.
5. *Ахиджак М.А., Дьяков С.А.* Применение системы КРІ для оценки эффективности деятельности фирмы в современных условиях // Проектный и инвестиционный менеджмент в постпандемический период. Материалы II Национальной научно-практической конференции. – Краснодар, 2021. – С. 23-29.

© Бальжанова Б.М., Шитухин А.М., Максименко Д.О., 2021



УДК 372.851

DOI: 10.46987/0131102021_37

Н. С. Красавина

N. S. Krasavina

**ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ ПОДХОД КАК СРЕДСТВО
ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА УМЕНИЯ МЛАДШИХ
ШКОЛЬНИКОВ РЕШАТЬ УРАВНЕНИЯ**

**DIFFERENTIATED APPROACH AS A MEANS OF IMPROVING
THE QUALITY OF THE ABILITY OF PRIMARY
SCHOOLCHILDREN TO SOLVE EQUATIONS**

Аннотация. В статье приводятся базовые основания для дифференциации, которые используются в начальной школе при обучении математике (уровень сложности, объем выполняемого задания, степень самостоятельности решения). Рассматриваются варианты дифференциации учебного материала с целью развития у младших школьников умения решать математические уравнения.

Abstract. The article describes the leading bases for differentiation used in teaching mathematics in elementary school (the level of complexity, the volume of the task performed, the degree of independence of the solution). Variants of differentiation of educational material are given in order to improve the quality of the ability of primary schoolchildren to solve equations.

Ключевые слова: дифференциация, начальная школа, индивидуальный подход, математика, качество образования.

Keywords: differentiated approach, primary school, individual approach, mathematics, the quality of education.

Школьные классы состоят из учеников с разным уровнем развития и подготовки, а также с разным отношением к учебе. Большую помощь учителю в организации учебного процесса может оказать дифференциация обучения. Однако в педагогической науке до сих пор отсутствует общепринятое и исчерпывающее определение этого понятия.

Большинство специалистов, занимающихся данным вопросом (Ж. Ч. Цуциева, З. П. Шабалина, Р. А. Утеева и другие), рассматривают дифференциацию как особую форму организации обучения, при которой учитываются индивидуальные и психологические особенности учеников, а также характер взаимоотношений между ними и учителем. И. В. Луценко определяет дифференциацию как процесс создания необходимых для результативного

обучения условий на уровне школы, класса или учебной группы с учетом знаний и потребностей учащихся [3, с. 134]. Т. А. Мезенцева в определении дифференциации делает акцент на индивидуальности школьников, на разном уровне их развития и успеваемости [4, с. 58].

Мы будем использовать определение, рассматривающее дифференцированный подход как форму организации учебного процесса, при которой учитываются индивидуальные особенности учеников, работающих по одной учебной программе.

И. Унт выделяет следующие виды дифференциации [6, с. 159]:

- Внешняя дифференциация – когда к обязательным школьным предметам добавляются предметы, изучаемые по выбору.
- Внутренняя дифференциация – основаниями для внутренней дифференциации при обучении в начальной школе могут являться степень сложности заданий, объем учебного задания или самостоятельность при выполнении заданий.

Дифференциация **по степени сложности** может зависеть от разных объективных характеристик. Рассмотрим дифференциацию математических уравнений по степени сложности.

1) *Количество и характер преобразований, необходимых для выполнения задания* (например, простые и составные уравнения):

Уравнение 1: $x + 2 = 3$

Уравнение 2: $x + 2 = 4 - 1$

Первое уравнение является простым (решается одним действием), второе – составным (решается в несколько действий).

2) *Подбор чисел:*

- а) числовая область;
- б) сложность вычислений;
- в) наличие возможности допустить ошибку.

Например:

а) $x + 35 = 76$

б) $101 + x = 131$

в) $x : 9 = 7$

$x + 135 = 476$

$156 + x = 534$

$x : 9 = 36$

а) Проще решать уравнение с маленькими числами, чем с большими.

б) В уравнении $101 + x = 131$ «икс» можно найти путем подсчета «в уме», а в уравнении $156 + x = 534$ необходимо уже прибегнуть к письменным вычислениям.

в) В уравнении $x : 9 = 7$ ученик не допустит ошибку, если знает таблицу умножения. А вот в уравнении $x : 9 = 36$ вероятность ошибки существенно возрастает, особенно если ученик вместо умножения выполнит деление.

3) *Форма записи чисел* (записывать цифрами легче, чем словами):

Задание 1

Решите уравнение: $x + 3 = 5$

Задание 2

Запишите уравнение и найдите его значение: к неизвестному первому слагаемому прибавили 3 и получили 5.

Вопросы реализации дифференциации по степени сложности при обучении математике в начальной школе нашли отражение в работах различных авторов. Например, Т. А. Мезенцева разработала систему заданий трех уровней сложности. Их предлагается давать учащимся на этапе контроля знаний [4]. Первый уровень включает в себя стандартные задания, ориентированные на создание условий, позволяющих ученикам почувствовать «ситуацию успеха». Эти задания служат для проверки необходимого минимума знаний по пройденной теме. Они даются «слабым» ученикам или детям, которые пропустили много занятий по определенной теме. Задания второго уровня Т. А. Мезенцева предлагает давать большей части класса либо детям, которые быстро справились с первым уровнем. Так, у «слабых» учеников появляется мотивация перейти на более высокий уровень. Третий уровень заданий – творческий. На этом этапе предлагаются нестандартные задачи для учеников, которые справились с заданиями первого и второго уровней, а также для тех, у кого на контрольной работе осталось свободное время после самопроверки. Предложенная Т. А. Мезенцевой уровневая дифференциация выглядит сама по себе весьма убедительно, но она должна быть правильно организована, поскольку «слабые» ученики могут догадаться, по какому признаку им дают легкие задания. Работа по карточкам может вызвать у детей естественное желание выполнять предложенные задания, чтобы перейти на более высокий уровень.

Свой вариант организации дифференцированного подхода по степени сложности предлагает Н. Н. Баранова в статье «Технология уровневой дифференциации и индивидуализации обучения» [1]. В данном варианте дифференциации акцент делается на этапе проверки знаний, когда задания делятся на два уровня – «низкий» и «высокий». Исследователь сначала предлагает выдавать карточки «слабым» ученикам, а уже потом – «средним» и «сильным». Под «высоким» уровнем автор понимает задания, ненамного превышающие по своей

сложности задания «низкого» уровня, что является, по нашему мнению, не совсем корректным.

При организации дифференцированной работы **по объему выполняемого задания** используются следующие приемы:

- кроме основного задания дается дополнительное – для тех, кто быстро и правильно решил основное задание;

- ограничивается время выполнения задания (например, каждый решает столько уравнений, сколько сможет решить за определенный отрезок времени).

Методика дифференциации по объему и степени сложности выполняемого задания предложена в совместной статье Л. А. Радюповой и Л. П. Савиной [5]. Приведем в качестве примера данного подхода дополнительное задание к упражнению из учебника по математике.

При работе с группой уравнений: $x - 48 = 52$, $54 - x = 26$, $x + 37 = 37$, $29 + x = 76$, $7 \times x = 7$ даются задания на выбор:

а) решите два любых уравнения;

б) выберите и решите уравнения, где неизвестное находится путем вычитания;

в) выберите и решите уравнения, где неизвестное является однозначным числом.

Л. А. Радюпова и Л. П. Савина отмечают, что перед тем, как давать подобные упражнения, учеников следует обучить правильному выбору заданий, поскольку не у всех младших школьников сформирована адекватная самооценка [5, с. 28].

Осуществить дифференциацию **по степени самостоятельности решения заданий** позволяют следующие приемы:

- поэтапное включение учащихся в самостоятельную работу при выполнении учебного задания (часть учеников начинает работать сразу после получения задания, часть – подключается в ходе поиска вариантов решения);

- решение заданий с различными видами помощи.

Идеи использования разных видов помощи на уроках математики были предложены в отечественной школе еще в начале 80-х годов прошлого века. Большинство из этих видов можно использовать при обучении младших школьников решению уравнений.

Приведем примеры:

1) *Работа по образцу*

Образец:

$$8y - y = 17 \times 7$$

$$7 \times y = 17 \times 7$$

Решите по образцу:

$$15x - x = 18 \times 14$$

2) *Дополнительная конкретизация задания (в виде схемы или рисунка)*

3) *Более легкие аналогичные упражнения*

На уроке вычисляли значение неизвестного в уравнении $x + 21 = 36 + 4$.

На этапе контроля дается более простое уравнение, неизвестное значение в котором можно найти с помощью одного действия. Например: $x + 32 = 50$.

4) *Теоретические справки (правила, которые необходимо вспомнить, чтобы выполнить задание)*

Решите уравнение: $91 : a = 140 : 20$ (для решения можно воспользоваться памяткой «Как решить уравнение» в соответствующей главе учебника).

5) *Выбор одного из предложенных решений*

Выберите правильное решение следующего уравнения: $2 \times x + 5 = 23$.

a) $2 \times x + 5 = 23$

б) $2 \times x + 5 = 23$

$2 \times x = 23 - 5$

$2 \times x = 23 + 5$

$2 \times x = 18$

$2 \times x = 28$

$x = 18 : 2$

$x = 28 : 2$

$x = 9$

$x = 14$

б) *Задания с частичным решением*

Продолжите решение уравнения $2 \times x + 5 = 23$, заполнив пропуски:

$2 \times x + 5 = 23$

$2 \times x = 23_5$

$2 \times x = _$

$x = _ : 2$

$x = _$

На наш взгляд, перспективная идея организации дифференцированного подхода по степени самостоятельности представлена в работе И. Ю. Ивановой [2]. Автор справедливо указывает, что дифференцированный подход необходимо в равной степени применять на разных этапах учебного процесса, будь то решение учебной задачи, самоконтроль или контроль.

Итак, при изучении математики в начальной школе и, в частности, при обучении решению уравнений могут использоваться разные основания для дифференциации. Такими основаниями могут быть уровень сложности, объем выполняемого задания или степень самостоятельности решения. Грамотно организованная работа по включению дифференциации в процесс обучения младших школьников будет способствовать более успешному усвоению учебного материала.

Список литературы

1. *Баранова Н.Н.* Технология уровневой дифференциации и индивидуализации обучения // Начальная школа. – 2016. – № 2. – С. 46-49.
2. *Иванова И.Ю.* Приемы дифференцированного обучения математике // Начальная школа. – 2016. – № 5. – С. 33-36.
3. *Луценко И.В.* Дифференциация учебной работы на уроках математики. – М.: «Просвещение», 2003.
4. *Мезенцева Т.А.* Дифференцированный подход в обучении младших школьников на уроках математики // Начальная школа плюс: до и после. – 2003. – № 3. – С. 58-60.
5. *Радюпова Л.А., Савина Л.П.* Задания по выбору учащихся и некоторые приемы их составления // Начальная школа. – 1997. – № 8.
6. *Унт И.* Индивидуализация и дифференциация обучения. – М.: «Педагогика», 1990.

© Красавина Н.С., 2021



УДК 371;378

Ю. С. Рыбальченко

ВНЕУЧЕБНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТУДЕНТОВ УНИВЕРСИТЕТА В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Научный руководитель:

Насырова Эльмира Фанилевна

Доктор педагогических наук, профессор,
Сургутский государственный университет

Аннотация. Под влиянием глобальных процессов цифровизации происходит трансформация всей системы образования. Особая значимость цифровых и сетевых технологий со всей наглядностью проявилась в условиях распространения коронавирусной инфекции COVID-19. Благодаря цифровым технологиям и доступу к глобальной сети Интернет, студенты смогли продолжить свое обучение в период пандемии и самоизоляции, но при этом они практически полностью выпали из внеучебной деятельности университетов, в частности, из таких важных ее направлений, как воспитательная работа и процесс социализации. Соответственно, в изменившихся условиях вся система внеучебной деятельности вузов нуждается в поиске новых подходов и методов работы, поскольку дистанционная среда не предполагает очного участия студентов во внеучебных мероприятиях. Дистанционный формат работы с учащимися должен обязательно сохранять воспитательный и социализирующий характер, поскольку творчество и общение, равно как и сопутствующие им направления внеучебной работы, определяют индивидуальность студента, оживляют и скрашивают познавательный процесс.

Ключевые слова: внеучебная деятельность, цифровизация, адаптация, творчество, университет, студенты, Сургутский государственный университет.

Цифровизация образовательной среды – объективный процесс в жизни современного общества. Во многом этому способствуют государственные программы и проекты в области образования, например, запущенный в 2016 году федеральный проект «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации» [5]. Особая значимость цифровых технологий со всей наглядностью проявилась в условиях распространения коронавирусной инфекции COVID-19. Благодаря цифровым технологиям и доступу к глобальной сети Интернет, студенты смогли продолжить свое обучение в период пандемии и самоизоляции, но при этом они практически полностью выпали из внеучебной

деятельности университетов, в частности, из таких важных ее направлений, как воспитательная работа и процесс социализации.

Прогресс порождает новые формы общения между людьми, – посредством компьютеров и гаджетов, – а в итоге люди начинают уходить от реальности, погружаются в иллюзорный виртуальный мир. Происходящее под влиянием технологий изменение сознания меняет отношение и интерес молодого человека ко всему, что его окружает. Сегодня можно смело говорить о таком понятии, как «цифровой аутизм». Термин «аутизм» ввел в 1912 году швейцарский психиатр Эйген Блейлер. Феномен «цифрового (иначе – виртуального) аутизма» первым исследовал уже в наше время румынский психолог Мариус Замфир. **Цифровой аутизм** можно определить как состояние, при котором люди не могут в течение длительного времени поддерживать друг с другом тесный психологический контакт.

Повсеместное распространение Интернета и цифровых технологий ведет к снижению плотности общения и отчуждению людей друг от друга, и как следствие – к появлению аутистических признаков. Многим студентам проще общаться в мессенджерах, чем вживую, – это и есть цифровой аутизм современного общества.

Нынешнему студенту во многом уже неинтересны традиционные формы внеучебной работы. Сегодняшняя действительность с её технологиями вносит существенные коррективы в способы взаимодействия между людьми. Решить данную проблему применительно к внеучебной деятельности в высших учебных заведениях можно путем изменения традиционных подходов к ее организации, в частности, через поиск новых форм проведения мероприятий.

Внеучебная деятельность в образовательном учреждении включает в себя все виды деятельности, кроме учебной, в которых заложена возможность и целесообразность решения задач воспитания и социализации. Она дает возможность использовать свободное от учебы время для самообразования, самовоспитания, профессионального становления и саморегулирования отношений – так, в частности, трактует данное понятие профессор Московского педагогического государственного университета Н. А. Галеева [1].

Изучению роли внеучебной деятельности в общей системе образования и воспитания исследователи всегда уделяли большое внимание. Наиболее ценным в этом плане является опыт изучения развития личности, представленный в работах выдающегося педагога Антона Семёновича Макаренко (1888 – 1939). Он доступно и последовательно изложил основы воспитания в коллективе, методику педагогического воздействия, обосновал не только в теории, но и на практике ключевые положения воспитательного процесса [2]. Наследие А. С. Макаренко, получившее мировое признание, сохраняет свою актуальность и в наше время, а

сформулированные им принципы воспитательной работы (*принцип коллективности или совместной деятельности, принцип самоуправления, принцип трудового воспитания*) до сих пор помогают педагогам в их профессиональной деятельности.

Сургутский государственный университет в полной мере способствует профессиональной и творческой самореализации своих студентов. В университете создана необходимая для этого инфраструктура, которая включает Центр компьютерного инжиниринга (проводит научные исследования и опытно-конструкторские работы в области цифрового моделирования и проектирования), «Кибердружину», Центр волонтеров, Региональный модельный центр, автоматизированную информационную систему (АИС) «Студент СурГУ» и многое другое. Все это позволяет студентам применять на практике свои знания, получать навыки командной и проектной работы, развивать творческие и интеллектуальные способности, обогащать свой внутренний мир.

В современных условиях цифровизации и дистанционного обучения необходимо пересмотреть многие плановые творческие мероприятия, которые в период пандемии стало невозможно проводить в очном формате. Совместно со Студенческим советом Сургутского государственного университета был разработан ряд принципиально новых мероприятий, которые призваны заинтересовать современного студента и привлечь его к активному участию во внеучебной работе (даже дистанционно). Сейчас растет поколение, которое полностью зависит от смартфонов и проводит в них большую часть своего времени. Видеоконтент – самый привычный и востребованный ресурс для молодежи, поэтому специалистам по внеучебной работе просто необходимо учитывать этот фактор.

Предлагаем рассмотреть онлайн-проект «СурГУСвояСреда» как одну из возможных форм дистанционного участия студентов во внеучебной деятельности. Он предполагает активность молодых людей на интернет-площадках «ВКонтакте» («VK»), «TikTok» и «Instagram», доступ к которым имеется практически у каждого студента. За основу берется приложение «TikTok», которое на сегодняшний день считается законодателем трендов в мире социальных сетей. «TikTok» – это бесконечная вереница коротких и ярких видеороликов, которые моментально привлекают огромную аудиторию. Наиболее популярными видами контента в настоящее время являются *вайны* (очень короткие видеоролики, представляющие собой, как правило, юмористические скетчи), *челленджи* (участники повторяют определенное действие) и *дуэты* (пользователь в двойном окне приложения дополняет исходное видео своими действиями).

В приложении «TikTok» студентам университета предлагается записать короткий видеоролик по определенной теме, разместить его в сети Интернет – на официальных страницах университета и института, а также в официальных группах в «ВКонтакте» и «Instagram» для онлайн-голосования. Создатели лучшего видеоролика, выбранного, в том числе, и по количеству «лайков», получают награду и поощрение.

Темы заданий определяются Студенческим советом Сургутского университета. Наш проект рассчитан на семинедельное участие. Каждую неделю, в понедельник, студентам выдается новое задание. В течение недели участники должны выполнить его и разместить сделанный видеоролик во всех официальных аккаунтах с хештегом «#СурГУСвояСреда». Соответственно, за все время участия в проекте необходимо выполнить семь заданий. Плюсом проекта является и то, что в нем могут участвовать студенты с ограниченными возможностями, ведь он не предполагает каких-либо сложных физических усилий. Задания проекта носят не только развлекательный характер, но и несут в себе важную познавательную составляющую.

Приведем примеры заданий.

«Таланты» – как следует из названия, здесь предполагается творческое исполнение. Это может быть все, что угодно – песня, стихи, танец, игра на музыкальных инструментах и т. д. Данное задание позволяет студенту проявить свои творческие таланты.

«Мастерская» – на этом этапе участнику предлагается воспользоваться любыми техниками декоративно-прикладного искусства, будь то рисование, роспись, лепка, резьба, шитье, батик или чеканка. Это задание – еще один повод для проявления креативности и творческого самовыражения.

«Реконструкция картин» – создание фотографий по мотивам известных произведений искусства. В последнее время множество людей по всему миру, находясь на карантине, стали копировать картины знаменитых художников. На наш взгляд, это задание является одновременно и творческим, и познавательным, поскольку позволяет прикоснуться к миру искусства, а также дает простор для воображения и творческой фантазии.

«Добрые дела» – это задание пробуждает у студентов чувства доброты, милосердия и сострадания, формирует у них социальную ответственность. В рамках задания необходимо оказать помощь детям, пожилым людям или семьям, нуждающимся в поддержке и заботе.

«Национальное блюдо» – участник должен создать видеоролик о том, как он сам готовит традиционное блюдо национальной кухни. Напомним, что на территории Ханты-Мансийского автономного округа – Югры проживают

представители 121 национальности! Участникам проекта предстоит не только погрузиться в мир кулинарии, но и лучше узнать историю своего народа.

«Семейные реликвии» – задача состоит в том, чтобы изучить и представить свои семейные реликвии. Это могут быть фотографии, документы, ордена и медали, иконы, старинные книги и т. д. Через предметы прошлого ребята получают возможность лучше узнать историю семьи, познакомиться со своей родословной – таким образом сохраняется память и живая преемственность поколений.

«Родной край» – цель задания состоит в том, чтобы создать виртуальную экскурсию по родным местам, где проживает участник проекта. Задание способствует сохранению и популяризации историко-культурного наследия, пробуждает у ребят интерес к истории родной земли.

Проект «СурГУСвояСреда» – это шаг навстречу новым форматам работы в онлайн-сфере. В современных реалиях необходимо всячески актуализировать внеучебную деятельность в университете, поддерживать многообразие ее форм и видов. Важно, чтобы студенты продолжали вырабатывать коммуникативные навыки, критическое мышление, способность к инновационной, интеллектуальной и творческой деятельности. Как показывает практика, дистанционный метод работы со студентами вполне возможен, главное, чтобы он продолжал сохранять воспитательный и социализирующий характер, ведь творческая деятельность определяет индивидуальность студента, оживляет учебный процесс, придавая ему недостающую подчас эмоциональность, и, как следствие, способствует социальной адаптации.

Список источников и литературы

1. *Галеева Н.А.* Результативность личностно-ориентированного образования // Завуч. – 2013. – № 2. – С. 91-140.
2. *Макаренко А.С.* О воспитательной системе. – М.: «Директ-медиа», 2014.
3. *Меньшов И.В.* Гуманитаризация образовательной среды как важное условие социальной адаптации студентов // Гуманитарный вектор. – 2015. – № 1 (41). – С. 62-66.
4. *Радионов В.Е.* Нетрадиционное педагогическое проектирование. Учебное пособие. – СПб.: СПбГТУ, 1996.
5. Федеральный проект «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации» от 25 октября 2016 года.
6. *Челнакова Т.А.* Профессиональное развитие студента в условиях цифрового общества. Источник: Современное педагогическое образование. – 2020. – № 9. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnoe-razvitiie-studenta-v-usloviyah-tsifrovogo-obschestva> (дата обращения: 24.10.2021).

© Рыбальченко Ю.С., 2021



УДК 373.54

М. И. Сафонова

M. I. Safonova

ПРОБЛЕМНЫЕ СИТУАЦИИ В СТРУКТУРЕ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ: ОСОБЕННОСТИ ИХ ПРИМЕНЕНИЯ НА УРОКАХ ИНФОРМАТИКИ

Аннотация. В статье рассматриваются особенности применения метода проблемного обучения в средней школе на примере учебной дисциплины «Информатика». Приводятся примеры использования проблемных ситуаций на уроках по данному предмету.

Abstract. The article discusses some aspects of the method of problem learning, gives a characteristic of problem situations in the context of the academic subject of computer science. Examples of the use of problem situations in computer science lessons are given.

Ключевые слова: метод обучения, метод проблемного обучения, проблемные ситуации, процесс обучения, информатика.

Keywords: teaching method, method of problem learning, problem situations, learning process, informatics.

Глобальные изменения, происходящие в современном мире, повлияли, в том числе, на цели и результаты, которые должны быть достигнуты в сфере образования. В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», в ближайшие годы должны быть обеспечены высокая конкурентоспособность российской системы образования и вхождение России в число десяти ведущих стран мира по качеству общего образования. Одним из действенных способов достижения указанных целей является широкое внедрение в учебный процесс передовых методов и технологий обучения, отвечающих самым последним вызовам времени.

В школьном обучении, наряду с традиционными методиками, большое распространение в условиях растущей информатизации общества получил метод проблемного обучения, основанный на создании проблемных ситуаций. В классификации методов обучения, которую предложили М. Н. Скаткин и И. Я. Лернер, метод проблемного изложения занимает третье место – из пяти – по степени включения обучающихся в продуктивную (творческую) деятельность.

В ходе выполнения задания, для которого не существует готового решения и которое требует новых знаний о предмете, у ученика формируется

определенное психологическое состояние. Оно подталкивает его к самостоятельному интеллектуальному поиску, пробуждает мысль и воображение [3]. В этом и состоит суть проблемной ситуации.

Применительно к учебному предмету «Информатика» можно выделить следующие характеристики проблемных ситуаций:

1) Жизненность – информационное общество, в котором мы все живем, позволяет создавать на уроках информатики наиболее естественные и актуальные проблемные ситуации;

2) Трудность – в условиях проблемной ситуации ученику сложно сформулировать готовый ответ;

3) Неопределенность – ощущение неопределенности служит хорошим стимулом для обсуждения, выработки гипотез и поиска путей решения проблемы. Информатика как предмет, позволяющий решать разнообразные практические задачи, имеет большой потенциал для генерации новых идей;

4) Результативность – решение проблемной ситуации обязательно должно иметь законченный вид, приводить к конкретному результату. Такими наглядными результатами могут быть компьютерная программа, таблица, график, диаграмма, презентация и т. д.;

5) Динамичность – компьютеры, смартфоны и гаджеты выступают в качестве инструментария, с помощью которого ребенок может организовать быстрый поиск необходимой информации, ее обработку и представление [1].

Для создания на уроке проблемной ситуации можно использовать следующие приемы: подведение учащихся к противоречию (метод майевтики, предложенный еще Сократом. – *прим. Ред.*); самостоятельный поиск решения задачи; рассмотрение одного и того же вопроса с разных точек зрения; решение одной задачи разными способами [2].

Рассмотрим примеры проблемных ситуаций на уроках информатики.

В шестом классе, в начале изучения раздела «Информационное моделирование», сразу же после введения термина «Модель» следует сделать акцент на том, что модель отображает не все свойства оригинала, а лишь его существенные признаки, которые зависят от целей моделирования. Для этого учащихся разбивают на три группы. Первой группе учитель выдает карту России, глобус и мяч. Второй группе – куклу, модель человеческого скелета и схему внутренних органов человека. Третья группа получает игрушечную машинку, схему автомобиля и коллекционную модель легкового автомобиля ВАЗ-2114. Каждой группе предлагается ответить на следующие вопросы: «Какие объекты можно изучить с помощью этих предметов? Какие свойства можно изучить с помощью каждой модели?». Затем начинается обсуждение, в ходе которого внимание детей обращается на то, что у одного и того же объекта может быть

несколько моделей – в зависимости от изучаемых свойств и целей моделирования.

Чтобы научиться классифицировать модели, учащимся предлагается разделить на две группы следующие предметы: карта России, глобус, игрушечная машинка, модель атома, таблица умножения, схема проезда. Затем задается вопрос: «По какому принципу вы разделили эти объекты?». Так происходит знакомство детей с понятиями натурной и информационной моделей.

В ходе изучения темы «Информационное моделирование. Многообразие схем» классу можно предложить следующие задания. Учащиеся делятся на три группы, каждая из которых на основе словесного описания какого-либо объекта должна представить этот объект с помощью условных графических обозначений.

Первой группе дается описание квартиры: «Одна семья решила приобрести двухкомнатную квартиру. Важным условием является отсутствие проходных комнат. Еще одно условие – наличие балкона. Предложите план квартиры, который бы оптимально подошел этой семье».

Второй группе дается описание отношений между учениками абстрактного школьного класса и затем предлагается изобразить эти отношения в виде схемы.

Третья группа получает словесное описание программного обеспечения персонального компьютера: «Прикладное ПО делится на программы общего назначения и программы социального назначения. Программы общего назначения образуют редакторы, табличные процессоры, базы данных, а также другие программы. Среди графических редакторов выделяют растровые и векторные редакторы. Предложите способ наглядного представления этой информации».

После выполнения заданий и обсуждения полученных результатов дается определение таких понятий, как «Схема» и «Графа».

Использование проблемных ситуаций на уроках информатики позволяет достичь следующих результатов:

1. Стимулирование умственного развития;
2. Опыт решения нестандартных задач;
3. Формирование навыков самостоятельного поиска информации;
4. Мотивация к учебе;
5. Систематизация и анализ информации, полученной в сети Интернет;
6. Формирование навыков применения знаний в области информатики и информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в различных жизненных ситуациях;
7. Развитие креативного мышления и творческих способностей.

Использование проблемных ситуаций на уроках информатики является эффективным методом обучения, который не только позволяет давать новые знания, но и способствует умственному развитию учащихся.

Список литературы

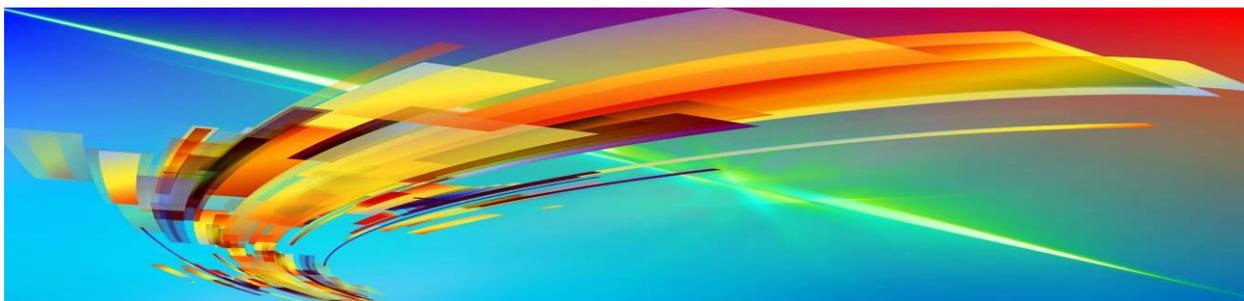
1. *Алясова Т.В.* Проблемное обучение информатике как основное условие реализации ФГОС ООО // Актуальные проблемы методики обучения информатике в современной школе. Материалы конференции / Под редакцией Т.Б. Захаровой, Н.К. Нателаури. – М.: МПГУ, 2016. – С. 26-28.

2. *Ксензова Г.Ю.* Перспективные школьные технологии. Учебно-методическое пособие. – М.: Педагогическое общество России, 2001.

3. *Сластенин В.А., Исаев И.Ф., Шиянов Е.Н.* Педагогика. Учебное пособие – М.: «Академия», 2013.

© Сафонова М.И., 2021





Раздел IV
ФИЛОЛОГИЯ.
ЛИНГВИСТИКА. ЛИТЕРАТУРА

УДК 811.111

А. Г. Карипиди, Б. М. Бальжанова

A. G. Karipidi, B. M. Balzhanova

К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ ЗНАНИЯ
АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА ДЛЯ СПЕЦИАЛИСТОВ
СФЕРЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

ON THE QUESTION OF THE NEED FOR KNOWLEDGE
OF ENGLISH FOR INFORMATION TECHNOLOGY SPECIALISTS

Аннотация. В статье рассматривается необходимость изучения английского языка для специалистов в области информационных технологий. Приводится количественный анализ вакансий в данной сфере по критерию владения иностранным языком. Отмечается, что при работе с отдельными программными продуктами, например, с программами «1С», знание английского языка не требуется.

Abstract. The article discusses the need for knowledge and learning of the English language for specialists in the professional field of information technology. A quantitative analysis of vacancies in the field of information technology was carried out according to the criterion of foreign language proficiency. It is noted that when working with several software products, for example, with 1C programs, knowledge of English is not required.

Ключевые слова: информационные технологии, английский язык, иностранный язык, язык программирования, вакансии.

Keywords: information technology, English language, foreign language, programming language, vacancies.

Информационные технологии стремительно развиваются. Уже сейчас, чтобы перевести предложение на любой популярный язык, нужно просто скопировать его в программу-переводчик, и буквально за считанные секунды перевод будет готов. Некоторые современные браузеры могут автоматически переводить интернет-страницы на необходимый пользователю язык. А онлайн-переводчики поддерживают голосовой ввод, перевод картинок и даже устную речь. Действительно ли необходимо в таких условиях знать иностранный язык? В данной статье мы изучим вопрос необходимости изучения английского языка для специалистов, работающих в области информационных технологий [1].

На сегодняшний день имеется большое число образовательных онлайн-платформ, таких, например, как «Skillbox», «GeekBrains» и других, где обучение программированию можно пройти на русском языке. Существует также крупная российская компания «Фирма 1С», которая занимается разработкой и поддержкой различных компьютерных программ, баз данных делового и домашнего назначения, а также компьютерных игр. Ее самый известный продукт – программная система «1С:Предприятие». Особенностью этой системы, как и других программных продуктов данной компании, является возможность создания кода на русском языке. Самый популярный пример кода на языке программирования «1С»:

Сообщить: «Привет, Мир!»

Эта строчка кода выводит пользователю сообщение с текстом «Привет, Мир!». Следовательно, программисту, работающему на языке «1С», совершенно необязательно знать английский язык. Но и заработная плата у таких специалистов обычно в два – три раза меньше, чем у работников, владеющих другими языками программирования. Язык «1С» – это, скорее, исключение из правил, ведь все остальные языки программирования, – по крайней мере, подавляющая их часть, – созданы на английском.

Документация к новым технологиям в мире ИТ всегда появляется сначала на английском, а уже потом – на всех остальных языках. Обучающие материалы на английском языке выходят намного чаще и в гораздо большем количестве, чем на русском. А самое главное, большинство платформ для разработки программного обеспечения, – такие как «IntelliJ IDEA», «Android Studio», «Visual Studio Code» и «Microsoft Visual Studio», – работают только на английском языке [2].

Для понимания востребованности ИТ-специалистов со знанием иностранного языка и без такового, был проведен анализ вакансий, представленных на сайте рекрутинговой компании «HeadHunter» (hh.ru). Были отобраны вакансии в профессиональной области «Информационные технологии». Общее количество таких вакансий представлено на рисунке 1 [3].

Количество вакансий по профессиональной области "Информационные технологии"

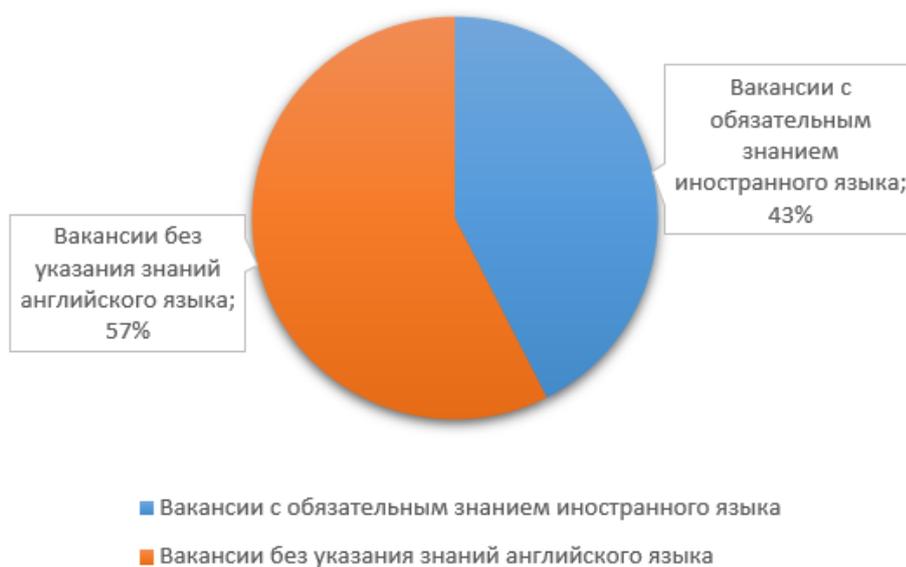


Рисунок 1. Диаграмма количества вакансий по определенным критериям

Построению данной диаграммы предшествовал анализ порядка 90 тысяч вакансий в области информационных технологий. 43% вакансий содержали в качестве одного из требований знание английского языка не ниже уровня B2 – «Upper Intermediate» («выше среднего»). В остальных вакансиях знание английского не было указано, по крайней мере, явно. Однако некоторые вакансии просто предполагают наличие подобного навыка, что называется, по умолчанию – возможно, именно поэтому знание английского и не упоминается в таких случаях как обязательное требование [4].

Данное исследование позволяет выделить конкретные причины, по которым ИТ-специалисту необходимо изучать английский язык:

- 1) Подавляющая часть профессиональной литературы и специальных ресурсов по информационным технологиям написана на английском языке;
- 2) Английский язык необходим для взаимодействия с иностранными заказчиками, а также для работы за границей;
- 3) Более полсотни стран признают английский язык в качестве официального;
- 4) Вся техническая документация для любого языка программирования составлена на английском языке.

Итак, на начальном этапе карьеры в сфере информационных технологий знание английского языка не является обязательным. Но для дальнейшего профессионального и карьерного роста необходимо владение английским языком хотя бы на уровне B2 и выше.

Владение английским позволит ИТ-специалисту стать более востребованным и конкурентоспособным, поможет быстрее развить такие важные навыки, как знание языков программирования, ведение деловых переговоров с иностранными клиентами, формирование исследовательских запросов, связанных с освоением новых компетенций по своей специальности.

Список источников и литературы

1. *Неншекуева Т.С., Зайцева А.Э.* Иностранный язык в профессиональной деятельности (английский). Учебное пособие. – Краснодар: КубГАУ, 2021.

2. *Ефремов И.В., Князев А.А., Королева Н.М.* Английский язык в программировании // Поколение будущего: взгляд молодых ученых – 2020. Сборник научных статей IX Международной молодежной научной конференции, Россия, г. Курск, 12 – 13 ноября 2020 года. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2020. – С. 41-44.

3. HeadHunter. Сайт по поиску работы и сотрудников. [Электронный ресурс]. – URL: <https://hh.ru> (дата обращения: 28.10.2021).

4. *Кайыржанова Е.Е., Большаков И.А.* Роль английского языка в профессии «Информационные технологии» // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2021. – № 1-2 (69). – С. 52-56.

© Карипиди А.Г., Бальжанова Б.М., 2021



УДК 811.111

Н. В. Кадоркина

N. V. Kadorkina

СТРАТЕГИЯ ДИСКРЕДИТАЦИИ В ДИСКУРСЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

DISCREDIT STRATEGY IN A SOCIAL MEDIA DISCOURS

Аннотация. Статья посвящена анализу дискредитирующих тактик в американских социальных медиа. Предметом исследования являются сообщения (твиты) на политическую тему в социальной сети «Twitter». Цель статьи – исследовать специфику реализации дискредитирующих тактик в современном медиадискурсе.

Abstract. The scientific article is devoted to the analysis of discredit tactics in the American social media. The social network Twitter was the material of the research. The purpose of the article is to investigate the specifics of the implementation of discredit tactics in media discourse.

Ключевые слова: стратегия, дискредитация, тактика, Твиттер, твит, политика, дискурс, английский язык.

Keywords: strategy, discredit, tactics, twitter, tweet, politics, discourse, English.

Настоящая статья посвящена исследованию стратегии дискредитации («игры на понижение») в американском политическом дискурсе. Дискредитация, как известно, – это умаление авторитета, значения, подрыв доверия [2].

Внимание лингвистов к этому направлению исследований не ослабевает, однако анализу речевых стратегий медиадискурса на сегодняшний день посвящено не так много работ, и данная область пока еще остается недостаточно изученной. Исследованию политической лингвистики посвящены работы таких авторов, как Ю. Н. Караулов, А. Н. Баранов, Р. Водак, Д. Б. Гудков, В. И. Карасиц, М. М. Паршин, А. П. Чудинов, Е. И. Шейгал, Н. Б. Руженцева, О. С. Иссерс и другие.

Цель статьи – исследовать специфику реализации дискредитирующих тактик в дискурсе социальных медиа на примере Соединенных Штатов Америки. Американские политики и политические партии активно используют социальные сети, – в особенности, «Twitter» – в политической борьбе. Именно социальная сеть «Twitter», – а точнее, размещенные в ней сообщения (твиты), – и является предметом нашего исследования. Популярность социальных сетей объясняется высоким уровнем вовлеченности населения в коммуникативное

пространство Интернета. В социальных сетях обнаруживается высокий уровень концентрации средств речевого воздействия.

Политическая жизнь, где в центре внимания находится постоянная борьба за власть, характеризуется большим спектром речевых стратегий. Исследователи политического дискурса выделяют следующие основные коммуникативные стратегии, используемые в политической борьбе [2]:

- самопрезентация – самоподача, самоутверждение;
- императивная стратегия – указание на совершение того или иного действия;
- стратегия дискредитации – критика, развенчивание взглядов и поступков.

Рассмотрим сначала, что такое в целом коммуникативная стратегия. Под коммуникативной стратегией понимают способ достижения определенного замысла, при котором оказывается необходимое воздействие на адресата. В свою очередь, коммуникативная тактика – это «одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии». Речевой прием – узкий, специализированный способ построения высказывания, направленный на достижение заданной цели.

Поскольку мы исследуем дискурс в социальных медиа, необходимо также обозначить, что же такое сам дискурс. Дискурс – это речь и ее результат (текст), находящиеся в контексте прагматической ситуации, выполняющие регулятивную функцию и обусловленные влиянием различных экстралингвистических факторов (социокультурных, психологических и других). Политический дискурс имеет множество определений – ни одно из них не является на сегодняшний день общепринятым. Мы остановимся на следующем определении: политический дискурс – это особая форма дискурса, являющаяся неотъемлемой частью общественно-политической жизни, проявляющаяся как в устной, так и в письменной речи и обладающая рядом специфических свойств [2].

Исследуемый нами материал – сообщения (твиты) в социальных сетях – специалисты относят к медиатекстам «третьего порядка». В настоящее время фиксируется постоянный рост числа обращений к этой категории медиатекстов, поскольку они в меньшей степени ассоциируются у читателей с пропагандой и «фейковыми» новостями. Существует большое количество определений медиатекста. Это вызвано тем, что данное понятие значительно шире понятия текста как такового, и в этом сказывается всепроникающее влияние средств массовой коммуникации. Мы можем со своей стороны отметить, что тексты в социальных сетях обретают свойство креолизованного или поликодового текста [1]. Креолизованный текст – это текст, состоящий из двух или более негомогенных частей (вербальной языковой (речевой) и невербальной, принадлежащей к другим знаковым системам) [3].

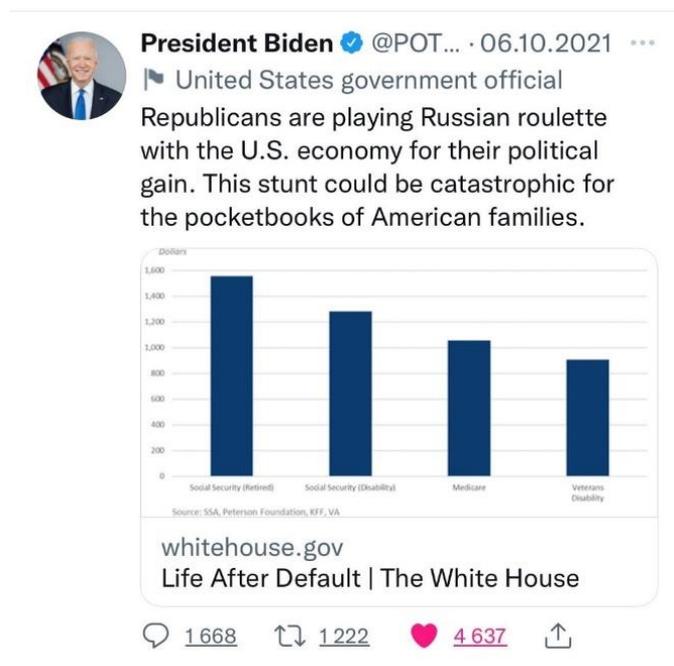


Рисунок 1. Твит президента США Дж. Байдена

В социальных сетях посты (твиты) не всегда сопровождаются визуальным компонентом (фото- и видеоматериалом). Также может отсутствовать и вербальный компонент.

Рассмотрим стратегию дискредитации на примере сообщения (твита) от 6 октября 2021 года президента США Джозефа Байдена, избранного от Демократической партии (рис. 1) [4].

В интересующем нас твите мы обнаруживаем сразу три дискредитирующие тактики. Американский президент задается целью дискредитировать представителей Республиканской партии, используя для этого как вербальный, так и невербальный компоненты.

Основной здесь является *тактика создания образа врага* (Republicans are playing Russian roulette with the U.S. economy). Она актуализируется посредством такого приема, как **метафора**: выражение «Playing Russian roulette» («Играть в русскую рулетку») употреблено в значении «многим рисковать, полагаясь лишь на случай или удачу». Дополнительно также используются *тактика негативного прогнозирования* и *тактика создания тёмного будущего* (This stunt could be catastrophic for the pocketbooks of American families).

Невербальная составляющая данного сообщения дополняет и уточняет вербальный компонент. Диаграмма и ссылка на сайт иллюстрируют ту неблагоприятную экономическую ситуацию, которая, по мнению Джо Байдена, сложилась в период правления республиканца Дональда Трампа.



Рисунок 2. Твит представителя Республиканской партии Дж. Хайса

Рассмотрим теперь твит представителя Республиканской партии США Джоди Хайса от 29 сентября 2021 года (рис. 2) [5]. Стратегия дискредитации Демократической партии в данном случае выражается в использовании тактики *ловушек на противоречиях*. Она актуализируется посредством такого приема, как **антитеза** (YOUR choice – OUR choice).

Отметим в этом примере и еще одну тактику – *тактику обманутого ожидания*. Дж. Хайс, апеллируя к свободе выбора, которую так любят отстаивать представители Демократической партии, обвиняет их в навязывании обязательной вакцинации, которая, по мнению политика-республиканца, как раз эту самую свободу и нарушает.

В дополнение к вербальному компоненту создатель твита прикрепляет видеоматериал, в котором республиканцы выражают принципиальное несогласие с решением своих оппонентов из Демократической партии.

Таким образом, дискредитация в дискурсе социальных медиа осуществляется с использованием множества тактик. Рассмотренные нами примеры содержат дискредитирующие тактики, выраженные с помощью метафоры и антитезы.

Список источников и литературы

1. *Добросклонская Т.Г.* Медиалингвистика: теория, методы, направления. Монография. – М.: «Добросвет», 2020.
2. *Руженцева Н.Б.* Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе. Монография. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2004.
3. *Сорокин Ю.А.* Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. – М.: «Наука», 1990. – С. 180-181.
4. Официальная страница президента США Джозефа Байдена. President Biden. [E-source]. – URL: <https://twitter.com/POTUS> (accessed: 12.10.2021).
5. Официальная страница представителя Республиканской партии США Джоди Хайса. Jody Brownlow Nice. [E-source]. – URL: <https://twitter.com/CongressmanNice> (accessed: 12.10.2021).

© Кадоркина Н.В., 2021



УДК 8;81-2

DOI: 10.46987/0131102021_62

Ж. Г. Сонголова

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ АНГЛИЙСКИХ ФРАЗОВЫХ ГЛАГОЛОВ

Аннотация. Актуальность работы обусловлена необходимостью изучения новых лексических единиц в современном английском языке, которые произошли от фразовых глаголов. Цель исследования – описать различные модели лексических трансформаций английских фразовых глаголов. В статье дается анализ когнитивных характеристик и особенностей функционирования этих производных единиц. Также исследуются лингвистические механизмы и процессы, влияющие на их образование.

Ключевые слова: фразовый глагол, номинативная единица, словообразовательная модель, когнитивная метафора, фразовое существительное, многокомпонентная лексическая единица, английский язык.

В своей речи носители английского языка активно используют единицы типа «*break down*», «*move on*» или «*run away*». В зарубежной лингвистике эти глагольные единицы обозначаются как «фразовые глаголы».

Большая часть исследователей считают, что фразовые глаголы – это производные номинативные единицы, называющие глагольное действие. Они структурно состоят из двух компонентов, представляя собой при этом семантическое и функциональное единство. Также многие исследователи обращают внимание на то, что эти единицы семантически мотивированны, и каждый компонент вносит свой вклад в общее значение единицы [1; 2; 3; 4; 6; 8; 11]. В лингвистике нет единого мнения по поводу статуса второго компонента, его могут называть терминами «постпозитив» [2] или «наречие» [2; 3; 4; 6]. Зарубежные исследователи используют термин «*particle*» [8; 11].

В своей работе мы используем термин «фразовый глагол» по отношению к единицам типа «*break down*» или «*run away*», поскольку он наиболее узнаваем. Фразовый глагол – это производная единица глагольной номинации, состоящая из глагольного компонента и наречия, в функции которого входит модификация значения глагольного компонента.

Многие языки в течение своей эволюции видоизменялись под влиянием культурных, социальных и политических процессов. Не стал исключением и

английский язык. Появление фразовых глаголов явилось следствием важных исторических событий, которые происходили с английским народом.

Фразовые глаголы модели «V + Adv.» пришли на смену древнеанглийским префиксальным глаголам. В древнеанглийском языке (до XI века) пространственные характеристики действия выражали префиксы, но в среднеанглийский период, в эпоху активной структурной перестройки английского языка (XI – XV века), префиксы вышли из употребления. Им на смену пришли единицы, состоящие из глагола и наречия. Глагол выражал действие, а наречие – направление этого действия в пространстве. Первые фразовые глаголы выражали пространственные значения (*walk out* – «выходить наружу»). В дальнейшем на их основе развились более абстрактные переносные значения (*walk out* – «демонстративно уходить откуда-либо, выражая свой протест»).

Эволюцию семантической структуры фразовых глаголов можно наблюдать на примере глагола «*put down*» с пространственным значением «*put something on a surface*», которое переводится как «положить». На базе пространственного значения развились впоследствии такие переносные значения, как «критиковать публично», «писать, записывать» и «силой подавлять протест».

Многозначность – это семантическая особенность фразовых глаголов. В результате действия механизма метафоры на их основе формируются более абстрактные переносные значения. Как отмечают лингвисты-когнитологи Дж. Лакофф и М. Джонсон, метафора пронизывает всю нашу повседневную жизнь. И вправду, сами подчас того не замечая, мы переносим физические действия с материальных предметов на более абстрактные понятия [9].

Приведем далее примеры с фразовым глаголом *look back*:

1) *Look back at notes and check everything carefully.* – «Посмотри снова на свои записи и проверь всё внимательно».

2) *When I look back, I'm filled with sadness.* – «Когда я вспоминаю прошлое, мне становится грустно».

В первом примере фразовый глагол «*look back*» имеет прямое значение и описывает конкретное физическое действие, определенным образом направленное в пространстве, в то время как во втором примере тот же самый фразовый глагол «*look back*» используется метафорически и выражает более абстрактное действие по сравнению с первым примером. Например, когда мы «оглядываемся назад» в контексте времени, это значит, что мы вспоминаем какие-то значимые события в прошлом.

Фразовые глаголы подобно синтетическим лексемам обладают большим деривационным потенциалом. Различные лексические трансформации

фразовых глаголов – достаточно распространенное явление в современном языке.

Самой многочисленной и продуктивной группой производных от фразовых глаголов являются «фразовые существительные» типа *getaway* и *breakdown*. В современных англоязычных средствах массовой информации активно используются фразовые существительные *lockdown*, *outbreak*, *shutdown*, *crackdown*, *rollout*. Например:

3) *Home learning and lockdown dragging You down? Parents share their more awkward moments* [10]. – «Домашнее обучение и вынужденный карантин выматывают Вас? Родители делятся друг с другом самыми неприятными моментами».

4) *While he predicts «a few flares and outbreaks» in Europe this winter, Prof. Balloux says he is «pretty confident», that in countries with high rates of vaccination, including the UK, the pandemic phase of the virus will be over by the spring* [8]. – «Предсказывая новые вспышки заболевания в Европе этой зимой, профессор Бэллокс уверенно говорит, что в странах с большим числом вакцинированных, включая Соединенное Королевство, пандемия закончится к весне».

5) *The vaccine rollout, launched in winter 2020, began with those considered most vulnerable – all those over the age of 50, plus those in high-risk categories.* – «Активное применение вакцины началось зимой 2020 года для тех, кто наиболее уязвим перед вирусом. Это люди старше 50 лет и входящие в группу риска по здоровью».

Так, существительное *rollout* образовалось от соответствующего фразового глагола *roll out*, пространственное значение которого «*make something smooth and flat*» («раскатать, выкатить») со временем стало основой для развития более абстрактного переносного значения «*introduce a new product or service*» («внедрять, вводить, представлять что-то новое»). В дальнейшем фразовый глагол начинает употребляться в переносном значении как существительное «*vaccine rollout*», сохраняя семантическую связь с исходным пространственным значением, описывающим движение вовне. По мнению С. Ю. Ховановой, образование отглагольных имен типа *rollout* основано на действии механизмов когнитивной метафоры, метонимии и метафтонимии [5, с. 89].

Вторая разновидность лексических трансформаций от фразовых глаголов – это прилагательные типа *worn-out*, *laid-back*, *turned-up*, *joined-up*. Они образуются по модели Part. II + Adv., употребление которой, как правило, ограничено ситуацией неформального общения. Приведем примеры:

6) *The children have all worn out their shoes* [10]. – «Дети изнашивали всю свою обувь».

7) *He looked worn-out, as if he'd missed a night's sleep* [10]. – «Он выглядел уставшим, как будто не спал всю ночь».

8) *We're joining up with another research team* [10]. – «Мы объединяемся с другой командой исследователей».

9) *My daughter is just starting to learn how to do joined-up writing at school* [10]. – «Моя дочь только начинает изучать слитное написание в школе».

Для фразовых глаголов также характерна тенденция к трансформации в полисемантические единицы типа *pick-me-up*. И хотя они в большинстве своем являются окказиональными образованиями, некоторые из них уже зарегистрированы в словарях.

10) *It is traditional around here to drink brandy with coffee as a morning pick-me-up* [7]. – «Здесь существует традиция пить коньяк с кофе в качестве утреннего бодрящего напитка».

11) *I got fed up with having to wear my sister's hand-me-downs* [7]. – «Мне надоело донашивать вещи сестры».

12) *Look, I don't want to get into a knock-down-drag-out fight with you over this, so let's forget it* [7]. – «Слушай, я не хочу драться с тобой из-за этого, давай просто это всё забудем».

В заключение хотелось бы отметить, что на примере фразовых глаголов можно наблюдать, как аналитические лексические единицы проявляют со временем те же свойства, что и цельноформенные слова. Это выражается в развитии полисемии, синонимии и антонимии, а также в деривационном потенциале. Так, фразовые глаголы становятся материалом для использования в качестве существительных, прилагательных или многокомпонентных единиц, что сопровождается превращением раздельноформенной глагольной единицы в сложное слово той же синтаксической структуры.

Список источников и литературы

1. Белая Г.Э. Структурно-семантические и функциональные характеристики глагольных аналитических лексем в современном английском языке. Диссертация кандидата филол. наук: 10.02.04. – М.: МГЛУ, 1995.

2. Джанумов А.С. Семантическая структура постпозитивного компонента *down* в составе фразовых глаголов // Вестник МГПУ. Серия «Филология. Теория языка. Языковое образование». – 2008. – № 2. – С. 29-34.

3. Плоткин В.Я. Строй английского языка. Учебное пособие для институтов и факультетов иностранных языков. – М.: «Высшая школа», 1989.

4. Сонгорова Ж.Г. Когнитивно-функциональные особенности фразовых существительных типа *slow down* в современном английском языке // Magister Dixit. Научно-педагогический журнал Восточной Сибири. – 2013. – № 2. – С. 40-44.

5. *Хованова С.Ю.* Метафтонимия среди механизмов формирования отлагательных имен типа *rip-off* в современном английском языке // Вестник ВГУ. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – 2010. – №. 1. – С. 86-94.

6. *Шапошникова И.В.* Идентификация границ носителей значений в условиях типологической перестройки языка // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – 2011. – Т. IX. – Выпуск 1. – С. 89-107.

7. BBC News. Covid Vaccine: How many people are vaccinated against Covid-19? [Electronic resource]. – URL: <https://www.bbc.com/news/health-55274833> (accessed: 25.10.2021).

8. Cambridge Dictionary. [Electronic resource]. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/%D1%81> (accessed: 25.10.2021).

9. *Cook J.* Is coronavirus pandemic over at last? [Electronic resource]. – URL: <https://www.bbc.com/news/uk-scotland-58112939> (accessed: 25.10.2021).

10. *De Cock S.* Learners and Phrasal Verbs [Electronic resource]. – URL: <http://www.macmillandictionaries.com/MED-Magazine/February2006/35-Phrasal-Verbs-Learners.htm> (accessed: 25.10.2021).

11. *Green G.* Home learning and lockdown are dragging you down? [Electronic resource]. – URL: <https://www.abc.net.au/news/2021-09-01/home-learning-lockdown-children-parents-school/100398508> (accessed: 25.10.2021).

12. *Lakoff, G., Johnson M.* Metaphors We Live By. – Chicago: The Univ. of Chicago Press, 1996.

13. Macmillan Online Dictionary [Electronic resource]. – URL: <http://www.https://www.macmillandictionary.com> (accessed: 25.10.2021).

14. *Moon R.* Metaphor and phrasal verbs [Electronic resource]. – URL: <http://www.macmillandictionaries.com/MED-Magazine/June2005/31-Phrasal-Verbs-Metaphor.htm> (accessed: 25.10.2021).

© Сонголова Ж.Г., 2021



СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Андрианова Дарья Александровна – магистрант Института сферы обслуживания и предпринимательства ФГБОУ ВО «Донской государственной технической университет» (филиал в г. Шахты), Ростовская область, г. Шахты, Россия.

Баишева Рафиля Миндияровна (Baisheva R. M.) – учитель начальных классов МОУ «Дербишевская средняя общеобразовательная школа», Челябинская область, Аргаяшский район, деревня Дербишева, Россия.

Бальжанова Божена Маратовна (Balzhanova V. M.) – магистр I курса, Факультет прикладной информатики, Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина, г. Краснодар, Россия.

Денисова Дарья Павловна (Denisova D. P.) – студентка магистратуры, Московский педагогический государственный университет, г. Москва, Россия.

Кадоркина Наталия Владимировна – аспирант, Сургутский государственный университет, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, г. Сургут, Россия.

Карипиди Алла Геннадиевна (Karipidi A. G.) – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина, г. Краснодар, Россия.

Красавина Надежда Сергеевна (Krasavina N. S.) – магистр, педагог-психолог ГБОУ «Средняя общеобразовательная школа № 436 имени Е. Б. Ефета», г. Санкт-Петербург, Петродворцовый район, г. Ломоносов, Россия.

Максименко Денис Олегович (Maksimenko D. O.) – студент, Факультет прикладной информатики, Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина, г. Краснодар, Россия.

Миронова Дарья Дмитриевна – кандидат экономических наук, доцент Института сферы обслуживания и предпринимательства ФГБОУ ВО «Донской государственной технической университет» (филиал в г. Шахты), Ростовская область, г. Шахты, Россия.

Писаревская Наталья Сергеевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, Московский международный университет, г. Москва, Россия.

Романова Ангелина Николаевна (Romanova A. N.) – аспирант, Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Россия.

Рыбальченко Юлия Сергеевна – аспирант кафедры педагогики профессионального и дополнительного образования, Сургутский государственный университет, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, г. Сургут, Россия.

Сафонова Мария Ивановна (Safonova M. I.) – учитель информатики МБОУ «Средняя общеобразовательная школа № 38», магистрант по направлению подготовки «Педагогическая психология», Нижнетагильский государственный социально-педагогический институт (филиал), Российский государственный профессионально-педагогический университет, Свердловская область, г. Нижний Тагил, Россия.

Слатвицкая Ирина Ивановна – кандидат экономических наук, доцент Института сферы обслуживания и предпринимательства ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет» (филиал в г. Шахты), Ростовская область, г. Шахты, Россия.

Сонголова Жанна Геннадьевна – кандидат филологических наук, доцент, Иркутский государственный университет, г. Иркутск, Россия.

Шитухин Андрей Матвеевич (Shitukhin A. M.) – кандидат экономических наук, доцент кафедры организации производства и инновационной деятельности, Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина, г. Краснодар, Россия.



**Ассоциация содействия изучению
и популяризации истории и
социально-гуманитарных наук
"Научно-исследовательский центр
"ПЕРЕСВЕТ"**

НАШИ ЦЕЛИ:

- Содействие изучению отечественной и мировой истории
- Научная деятельность в области истории и других социально-гуманитарных наук
- Продвижение и распространение научных знаний и открытий
- Популяризация результатов научных исследований в области истории и других социально-гуманитарных наук

ДЛЯ ЭТИХ ЦЕЛЕЙ АССОЦИАЦИЯ:

- Проводит всероссийские и международные конференции
- Издает научные сборники
- Организует всероссийские научные конкурсы для студентов и преподавателей

Издания Ассоциации размещаются в Научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU и в системе Российского индекса научного цитирования (РИНЦ). Также научным статьям и изданиям присваивается международный индекс DOI.

***Мы – молодая научная организация,
давайте двигаться вместе в научном поиске!***

Подробности – на сайте Ассоциации:

peresvet-centr.ru

ТРЕБОВАНИЯ К ПРИСЫЛАЕМЫМ МАТЕРИАЛАМ

Актуальность. Статья должна быть выполнена на актуальную тему и содержать результаты самостоятельного исследования, а также не должна быть опубликована ранее.

Ответственность. За содержание и оформление материалов, предоставляемых в оргкомитет и редакцию, юридическую и иную ответственность несут авторы.

Оригинальность статьи по системе «Антиплагиат» (<http://www.antiplagiat.ru>) должна быть **не менее 75 %**

Требования к оформлению

- Формат страницы: А4 (210x297 мм),
- Поля (верхнее, нижнее, левое, правое) - 20 мм;
- Шрифт: кегль - 14, тип: Times New Roman
- Межстрочный интервал – полуторный.
- Нумерация страниц не ведется

Очередность изложения материала в статье

1. УДК (универсальная десятичная классификация). УДК можно найти на сайте: <http://teacode.com/online/udc/>

2. Имя, отчество и фамилия автора.

3. Ученая степень, звание и должность, место работы/ учебы и город.

4. Заглавными полужирными буквами название работы по центру.

5. Аннотация (не более 500 символов).

6. Ключевые слова (5-7 слов).

7. Текст статьи.

8. Список использованной литературы.

9. Знак копирайта (©), с указанием автора и года (2021).

Аннотация – краткое содержание статьи, включающее актуальность, цель, методы исследования и итоговый результат.

Ключевые слова – это слова, которые максимально точно характеризуют предмет и область исследования.

Литература оформляется в конце статьи под названием «Список литературы». Ссылки на литературу и источники, использованные в тексте, даются в квадратных скобках после упоминания материала источника или цитирования согласно номеру, под которым источник приведен в списке использованной литературы, например, [6] или [2; 3; 4]. Библиографическое описание использованных источников дается в соответствии с ГОСТ 7.0.5.-2008. В случае цитирования после номера источника через запятую ставится номер страницы, с которой взят цитируемый материал, например: [5, с. 48] или [5; 6, с. 21]. При ссылке на интернет-ресурсы необходимо указать название статьи, название сайта, электронный адрес ресурса и дату обращения к нему.

Формулы выполняются в редакторе MS Equation или MathType (не во встроенном редакторе Word 2007-2012). Простые формулы, символы и обозначения набираются без использования редактора формул. Порядковый номер ставится справа от формулы.

Сокращения величин и мер допускаются только в соответствии с Международной системой единиц.

Таблицы и рисунки встраиваются в текст статьи, без обтекания текстом. Рисунки должны быть формата jpg, gif, bmp. Рисунки, выполненные в MS Word, не принимаются. Рисунки должны быть вставлены в текст, быть четкими, черно-белыми или цветными. Название и номера рисунков указываются под рисунками, названия и номера таблиц – над таблицами. Рисунки, таблицы, схемы не должны выходить за пределы указанных полей. Размер шрифта в таблицах и на рисунках – 12. В тексте должна быть ссылка на рисунок или таблицу.

Редактура. После поступления в редакцию статья последовательно проходит техническое, научное и литературное редактирование.

Количество авторов – не более трех.

Объем статьи – от 5 до 20 страниц формата А4.

Научное издание

СОЦИАЛЬНЫЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

Сборник научных статей

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей. Все материалы отображают персональную позицию авторов. Ответственность за точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законодательства и за сам факт публикации несут авторы публикуемых материалов.

Оригинал-макет

А. И. КЛИМИН

Электронное издание. Формат 60x84 1/16. Гарнитура Garamond.

Объем 3,6 усл. печ. л.

Электронный адрес издания:

<http://peresvet-centr.ru/documents>
