

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**МАТЕРИАЛЫ**  
**XXXI МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-**  
**ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**  
**«СОКРАТОВСКИЕ ЧТЕНИЯ - 2024»**



АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

МАТЕРИАЛЫ  
XXXI МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-  
ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ  
«СОКРАТОВСКИЕ ЧТЕНИЯ - 2024»

Москва, 2024 год

УДК 009

ББК 6/8

М34

#### РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Манюшис А.Ю., д-р экон. наук, проф., ректор Московского международного университета

Чепкасова Е.А., канд. экон. наук, доц., проректор по учебно-научной работе и молодежной политике  
Московского международного университета

Толмачева И.В., канд. экон. наук, доц., руководитель научно-исследовательского отдела Московского  
международного университета

Бузинова Л.М., д-р филол. наук, доц., дир. института иностранных языков Московского международного  
университета

Кирдянова Е.Р., канд. филол. наук, доц., зав. каф. гуманитарных наук Московского международного  
университета

Кирикова М.И., канд. пед. наук, доц., исполняющая обязанности зав. каф. психологии и педагогики  
Московского международного университета

Кожина В.О., канд. экон. наук, доц., зав. каф. менеджмента Московского международного университета

Мельниченко Н.Ф., канд. экон. наук, доц., зав. каф. государственного и муниципального управления  
Московского международного университета

Нагаева И.А., д-р пед. наук, доц., зав. каф. естественно-научных дисциплин Московского международного  
университета

Новиков А.А., д-р экон. наук, доц., зав. каф. экономики и финансов Московского международного  
университета

Полозова Т.П., канд. психол. наук, доц., зав. каф. психологии Московского международного университета

Шикула И.Р., д-р юрид. наук, доц., зав. каф. гражданского и уголовного права и процесса Московского  
международного университета

М34 Сократовские чтения : материалы XXXI Международной научно-практической конференции [Элек-  
тронное издание] / АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ». Москва : Изд-во Мо-  
сковск. межд. ун-та, 2024. - 178 с.

В Материалы международной научно-практической конференции вошли результаты исследований в сфере  
управления крупными городами; управления хозяйствующими субъектами, компаниями; медиакоммуникаций;  
использования современных информационных технологий; управление финансовыми и экономическими  
вопросами разных уровней; процесса обучения иностранным языкам.

Издание предназначено для обучающихся и преподавателей вузов, а также для всех тех, кто интересуется  
исследованиями в перечисленных сферах. Материалы конференции могут быть использованы в последующих  
научных исследованиях, учебном процессе вуза.

Редакционная коллегия не несет ответственности за содержание статей.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>НАУЧНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ .....</b>	<b>6</b>
<i>Е. В. Анасенко, Е. П. Метелькова</i> <b>ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ КУЛЬТУРНО-МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В КРУПНОМ ГОРОДЕ .....</b>	<b>6</b>
<i>Е. В. Анасенко, Д. А. Сафонов</i> <b>ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ГОРОДСКИМ ТРАНСПОРТОМ.....</b>	<b>11</b>
<i>П. И. Ануфриева, Э. А. Исраилова</i> <b>ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ЭКОНОМИКЕ ОМАНА: ВОЗМОЖНОСТИ, ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ.....</b>	<b>17</b>
<i>И. И. Асеева, Е. С. Валюго, А. Ю. Анфимова</i> <b>ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ВОЕННЫХ ДЕЙСТВИЯХ .....</b>	<b>21</b>
<i>Т. С. Афанасьева, С. А. Березовая</i> <b>ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ «DEEP FAKE» С ЦЕЛЮ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УРОВНЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В СФЕРЕ ЖУРНАЛИСТИКИ .....</b>	<b>25</b>
<i>А. Я. Белова, О. В. Фоменко</i> <b>СММ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ .....</b>	<b>31</b>
<i>В. С. Богатов, И. В. Лещик, В. П. Павлючук</i> <b>ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ПОЭЗИИ: СОЗДАНИЕ И ПЕРЕВОД .....</b>	<b>36</b>
<i>Ю. И. Валова, В. Е. Качура</i> <b>ГЛОБАЛЬНЫЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОСТИ .....</b>	<b>40</b>
<i>Ю. И. Валова, М. Е. Русак</i> <b>МОДЕЛИРОВАНИЕ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В СФЕРЕ ТЕПЛОЭНЕРГЕТИКИ .....</b>	<b>43</b>
<i>Е. В. Варанкова, И. В. Толмачева</i> <b>ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА .....</b>	<b>48</b>
<i>А. И. Гречишкина, О. Б. Зуева</i> <b>СНАТГРТ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ.....</b>	<b>53</b>
<i>А. С. Егошина, Е. А. Делибоженко</i> <b>ВЗАИМОСВЯЗЬ АДАПТАЦИИ С ИНДИВИДУАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИМИ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ СТУДЕНТОВ ВУЗА .....</b>	<b>59</b>
<i>И. В. Ермаков, И. Н. Сведенцова</i> <b>ZENO ASSISTANT КАК ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА .....</b>	<b>65</b>

<i>И. И. Захарова</i> <b>ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА АРГУМЕНТАЦИИ В НЕМЕЦКОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ</b> .....	68
<i>М. Зияуддин, А. Р. Копачева</i> <b>ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ НАВЫКОВ УСТНОЙ И ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ</b> .....	72
<i>В. А. Ирицян, А. Р. Копачева</i> <b>УСОВЕРШЕНСТВОВАННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ</b> .....	77
<i>Д. А. Каменский, Ж. В. Ильина</i> <b>ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ</b> .....	81
<i>Е. Р. Кузнецов, И. В. Толмачева</i> <b>КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ</b> .....	85
<i>А. Е. Кузнецова, М. Г. Белоусов</i> <b>ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА В ПОВЕСТИ Н.В. ГОГОЛЯ «ШИНЕЛЬ» И НОВЕЛЛЕ ГИ ДЕ МОПАССАНА «ОЖЕРЕЛЬЕ»</b> .....	89
<i>А. О. Ларина, К. С. Масеткина, Н. Е. Мамонова, Е. А. Трифонова</i> <b>КИБЕР-КУЛЬТУРНАЯ ПОВЕСТКА В ТЕЛЕГРАМ ЖУРНАЛИСТИКЕ НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛА «КИБЕРФОРТОЧКА»</b> .....	93
<i>Н. С. Лемешев, М. Д. Самакаева</i> <b>ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ИНДУСТРИИ МОДЫ</b> .....	98
<i>И. И. Марущак, Н. Н. Матненко, О. В. Гераскин</i> <b>АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В НЕКРЕДИТНЫХ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ</b> .....	104
<i>Ю. И. Михайлова, М. М. Мухлынина</i> <b>ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ И НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ</b> .....	110
<i>И. С. Назметдинова, К. М. Куличев</i> <b>ПОНЯТИЕ И СПЕЦИФИКА ПРОФЕССИИ БЛОГЕР</b> .....	115
<i>К. А. Натертышева., О. Х. Эрнандес Родригес</i> <b>ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ЯЗЫКОВОМ ОБУЧЕНИИ И АДАПТАЦИИ ИНОСТРАННЫХ СОТРУДНИКОВ В МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЯХ</b> .....	120
<i>В. С. Петров, Н. И. Дорошенко</i> <b>ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ОРГАНИЗАЦИЯХ ПО МОДЕЛИ «ВОДОПАД»</b> .....	125

<i>Е. А. Самадова, В. О. Кожина</i> <b>ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ НКО</b> .....	132
<i>А. А. Самарина, О. Н. Денисова</i> <b>ВНЕДРЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СИСТЕМУ ДРОПШИПИНГА</b> .....	138
<i>Л. Е. Скороварова, С. С. Даренских</i> <b>ЖИЗНЕННЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ ЮНОШЕЙ И ДЕВУШЕК, СОВМЕЩАЮЩИХ ОБУЧЕНИЕ В ВУЗЕ И РАБОТУ</b> .....	142
<i>В. С. Твердохлебов, Н. В. Кострома, А. А. Фирюбин</i> <b>ОТНОШЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К КРЕАТИВАМ С ПРИМЕНЕНИЕМ НЕЙРОСЕТЕЙ</b> .....	150
<i>В. В. Филатова</i> <b>РОЛЬ ПРОФАЙЛИНГА В ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРАХ</b> .....	155
<i>В. В. Шульга, В. В. Бояркина, М. А. Надькина</i> <b>ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ПРЕПОДАВАНИИ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА: ПОМОЩЬ ИЛИ ПРЕПЯТСТВИЕ?</b> .....	160
<i>А. А. Якимова, А. Ю. Анфимова</i> <b>ПОД ПРИЦЕЛОМ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА: КАКИМ МОЖЕТ БЫТЬ ВКЛАД ИИ В ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ</b> .....	165
<b>СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ</b> .....	170

УДК 004.896

## ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ КУЛЬТУРНО-МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В КРУПНОМ ГОРОДЕ

*Е. В. Анасенко, Е. П. Метелькова*

*В статье авторы указывают актуальность темы исследования, связанной с применением искусственного интеллекта в проведении культурно-массовых мероприятий в крупном городе, научную новизну изучения применения искусственного интеллекта в культурно-массовых мероприятиях. Приводят возможные варианты применения искусственного интеллекта в данном направлении. Также авторы проводят оценку объема рынка искусственного интеллекта в России и формулируют общие выводы.*

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, культурно-массовые мероприятия, технологии, применение.

## ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN CULTURAL EVENTS IN A LARGE CITY

*E. V. Anasenko, E. P. Metelkova*

*In the article, the authors indicate the relevance of the research topic related to the use of artificial intelligence in holding cultural events in a large city, the scientific novelty of studying the use of artificial intelligence in cultural events. Possible options for using artificial intelligence in this direction are given. The authors also assess the size of the artificial intelligence market in Russia and formulate general conclusions.*

**Keywords:** artificial intelligence, cultural events, technology, application.

Искусственный интеллект (далее ИИ) предоставляет собой уникальные возможности для улучшения организации, привлекательности и безопасности культурно-массовых мероприятий в крупных городах, что способствует повышению качества жизни жителей и привлечению туристов.

Можно говорить о том, что искусственный интеллект играет все более значимую роль в организации и проведении культурно-массовых мероприятий в крупных городах.

Актуальность данной темы заключается в том, что технологии искусственного интеллекта проникают в жизнь человека в 21 веке, затрагивая все возможные сферы жизни, а более подробное изучение возможностей применения технологий искус-

ственного интеллекта на данный период и на будущий период однозначно своевременны для расширения возможностей общества в целом.

Научная новизна изучения применения искусственного интеллекта в культурно-массовых мероприятиях заключается в разработке и внедрении новых алгоритмов в данной сфере, что повысит эффективность и оптимизацию многих процессов, также в улучшении зрительского восприятия массовой культуры в современном обществе, путем создания новых форм контента, также в развитии направления защиты персональных данных и авторских прав, что включает в себя нормативные аспекты.

Искусственный интеллект - комплекс технологических решений, который по-

зволяет имитировать когнитивные (мыслительные) функции человека и получать результаты, сопоставимые, как минимум, с результатами интеллектуальной деятельности человека. При этом имитация включает самообучение и поиск решений без заранее заданного алгоритма. [1]

Основные свойства искусственного интеллекта:

1. Понимание языка.
2. Обучение.
3. Способность мыслить.
4. Способность действовать. [2]

Искусственный интеллект может применяться для улучшения организации и качества культурно-массовых мероприятий следующим образом:

1. Анализ данных и прогнозирование спроса.
2. Применение в персонализированных рекомендациях.
3. Управление потоками людей.
4. Автоматизация маркетинга и коммуникации.
5. Создание искусства и развлечений в интерактивных зонах.
6. Улучшение безопасности и контроля за соблюдением правил.

Известно, что на сегодняшний день уже применяются технологии искусственного интеллекта для проведения культурно-массовых мероприятий в России. Примеры мероприятий в России, при проведении которых был применен ИИ:

1.«VK Fest»: Это крупнейший фестиваль

цифровой культуры и развлечений, проводимый в Санкт-Петербурге. В рамках мероприятия применяются технологии ИИ для анализа данных о посетителях, планирования распределения ресурсов и организации интерактивных зон.[4]

2.«Alfa Future People»: Этот музыкальный фестиваль, проводимый в Нижнем Новгороде, также использует технологии ИИ для оптимизации организации и управления мероприятием.[5]

3.«Метрополия»: Фестиваль современного искусства и музыки, проводимый в Москве, где также можно встретить применение ИИ для создания интерактивных инсталляций и арт-объектов, реагирующих на движение и эмоции зрителей.[6]

4.Концерты крупных звезд: Многие концерты мировых звезд, проходящие в России, также могут включать в себя использование технологий ИИ для планирования логистики, маркетинговых кампаний и обеспечения безопасности.

В части оценки объема рынка аналитическими компаниями размер мирового рынка искусственного интеллекта различается из-за учета разного набора компонентов, необходимых для построения ИИ-решений (в виде программного обеспечения, аппаратных систем, услуг), а также из-за разности в методологиях оценки, поэтому консенсус в оценке объема рынка ИИ не достигнут.

На рисунке 1 представлена оценка авторов глобального рынка ИИ, CAGR (сово-

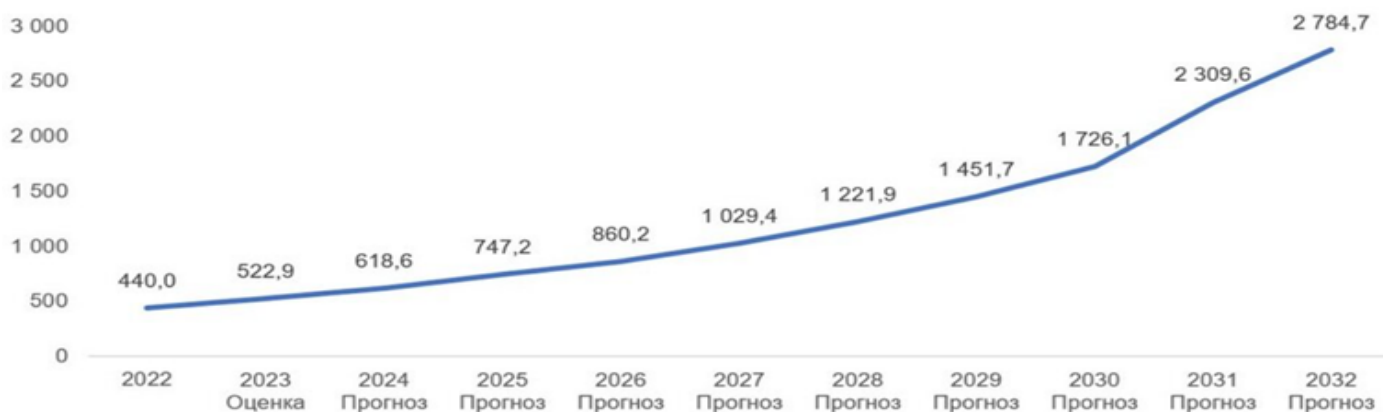


Рис. 1. Объем глобального рынка искусственного интеллекта, млрд. долл.

купный среднегодовой темп роста) составляет 20,3% на промежутке 2022 – 2032 гг.

Около 65% мирового рынка ИИ / 341,7 млрд. долл. занимает машинное обучение (англ. machine learning), 10% / 49,9 млрд. долл. - компьютерное зрение (англ. computer vision), 10% / 51,3 млрд. долл. - обработка естественного языка (англ. natural language processing), 15% / 80,0 млрд. долл. - роботизация с ИИ, автономные и сенсорные технологии. [3]

Технологии искусственного интеллекта продолжают расширять возможности как отдельных пользователей, так и целых отраслей. Использование обученных крупных моделей, мультимодальных и других технологий позволит применять технологии искусственного интеллекта ко всему процессу производства в больших масштабах. На рисунке 2 представлены отрасли, активнее всего инвестирующие в технологии искусственного интеллекта. [7]

Что касается культурно-массовых мероприятий, чаще всего искусственный интеллект применяется в сфере безопасности на данных мероприятиях.

Искусственный интеллект может использоваться на основе реальных угроз, а не ложных сигналов, что позволяет более точно обнаруживать и реагировать на угрозы. Кроме того, уменьшается влияние человеческого фактора, что делает возможным более тщательный анализ больших

объемов данных и поиск новых закономерностей в них.

Преимущества ИИ в сфере безопасности на мероприятиях:

1. Ускорение реакции на инциденты.

Компьютерная платформа способна быстро отреагировать на инцидент безопасности и предлагать точные и действенные рекомендации. В сложных ситуациях ИИ будет сложнее действовать правильно, но базовые сценарии ей вполне доступны. А при последовательном обучении и добавлении глубины контекста можно повысить эффективность работы алгоритмов.

2. Повышение конкретности информации об угрозах.

3. Потеря времени на отработку ложных срабатываний.

Искусственный интеллект способен сократить объём неэффективно используемого времени, автоматически обрабатывая по ложным срабатываниям и закрывая задачи, которые не связаны с реальными угрозами.

Есть еще несколько аспектов, где применение ИИ будет уместно:

1. Прогнозирование спроса на билеты: Системы аналитики данных могут анализировать информацию о предыдущих мероприятиях, а также данные о посетителях, их предпочтениях и поведении в социальных сетях, чтобы прогнозировать ожидаемый спрос на билеты.

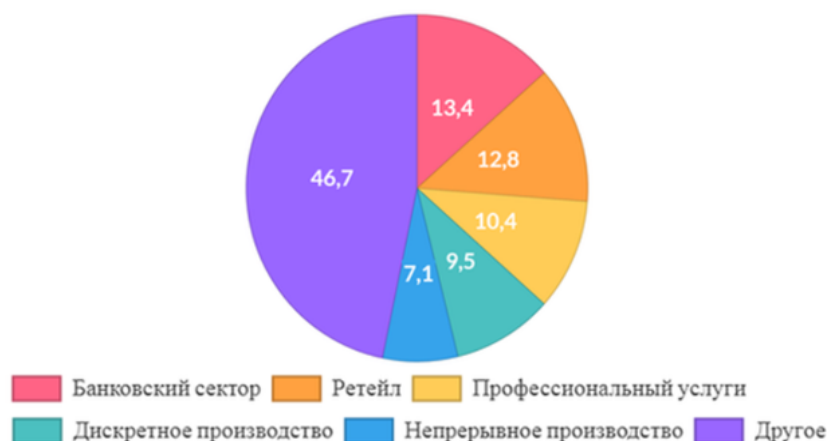


Рис. 2. Отрасли, активнее всего инвестирующие в технологии искусственного интеллекта

2. Планирование логистики и ресурсов: ИИ может использоваться для оптимизации логистики и планирования распределения ресурсов на мероприятии. Например, алгоритмы машинного обучения могут помочь оптимизировать количество столов и стульев на площадке, исходя из предполагаемого количества посетителей.

3. Организация интерактивных зон и мероприятий: ИИ может быть использован для создания интерактивных зон и развлечений, которые реагируют на движение и эмоции посетителей. Например, интерактивные инсталляции, использующие технологии компьютерного зрения и распознавания образов. Опытом исследователей было участие в крупном мероприятии «Мой район» в г. Москве, которое проводилось в августе 2022 года. И там уже были подобные развлекательно-познавательные зоны: Робот готовил блины и коктейли, робот проводил анализ всего человеческого организма и печатал выписку с данными анализа.

4. Анализ обратной связи и улучшение пользовательского опыта: Системы аналитики данных могут анализировать обратную связь посетителей и результаты опросов, проводимых в рамках мероприятия, чтобы определить уровень удовлетво-

ренности и выявить области для улучшения организации мероприятия в будущем.

Также использование искусственного интеллекта было замечено при организации телевизионных программ. Например, шоу «Аватар», которое является аналогом шоу «Маска». Смысл этих двух шоу угадать артиста под «маской», который исполняет ту или иную песню. В «Маске» артисты переодевались в реальные костюмы, в «Аватаре» же используется так называемая проекция, где персонаж создан с помощью ИИ и воспроизводится уже через специальные технологии на сцене, что существенно усложняет процесс угадывания, но в то же время упрощает задачу выступающим, которым не нужно переодеваться в тяжелые костюмы.

На наш взгляд, при помощи такого алгоритма можно устраивать крупные спортивные массовые мероприятия при проведении флешмобов, когда ИИ будет на сцене в качестве так называемой проекции.

Таким образом, применение ИИ в проведении культурно-массовых мероприятиях становится существенным и неизбежным прорывом для человечества, что однозначно облегчает даже организацию и проведение подобных мероприятий.

### Цитированная литература

1. **Корешкова, Т.** Искусственный интеллект: технологии и применение. 2020 г. - URL: <https://rdc.grfc.ru/2020/12/aitech/> (дата обращения: 15.09.2024). – Текст : электронный.

2. Агентство промышленного развития Москвы «Технологии искусственного интеллекта». 2019 г. - URL: <https://apr.moscow/content/data/pdf> (дата обращения: 15.09.2024). – Текст : электронный.

3. Статья Дзен «Объем мирового рынка искусственного интеллекта в 2023 году с прогнозом до 2032 года». 2023 г. - URL: <https://dzen.ru/a/ZYFtDNgvcEEOC0oT> (дата обращения: 15.09.2024). – Текст : электронный.

4. Социальная сеть «ВКонтакте». - URL: <https://vk.com/fest> (дата обращения: 16.09.2024). – Текст : электронный.

5. Официальный сайт Нижнего Новгорода. - URL: <https://www.nn.ru/text/gorod/2023/10/04/72776216/> (дата обращения: 18.09.2024). – Текст : электронный.

6. Официальный сайт «festhome» Информация о фестивале «Метрополия».

2022 г. - URL: <https://filmmakers.festhome.com/ru/festival/seoul-metro-international-subway-film-festival> (дата обращения: 18.09.2024). – Текст : электронный.

7. Издательство «Открытые системы» - Рынок систем искусственного интеллекта. 2023 г. - URL: <https://www.osp.ru/articles/2023/0310/13056882> (дата обращения: 18.09.2024). – Текст : электронный.

---

## ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ГОРОДСКИМ ТРАНСПОРТОМ

Е. В. Анасенко, Д. А. Сафонов

*Эта статья исследует применение искусственного интеллекта (ИИ) в управлении городским транспортом, анализируя его возможности для повышения эффективности, сокращения пробок и улучшения экологической ситуации в городах за счет оптимизации маршрутов и расписаний. Рассматриваются тенденции развития интеллектуальных транспортных систем и методы применения искусственного интеллекта в данной области.*

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, городской транспорт, автоматизация транспортных систем, интеллектуальная транспортная система, управление, большие данные.

## APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE FOR URBAN TRANSPORT MANAGEMENT

E. V. Anasenko, D. A. Safonov

*This article explores the application of artificial intelligence (AI) in urban transport management, analysing its potential to increase efficiency, reduce congestion and improve the environmental situation in cities by optimising routes and schedules. Trends in the development of intelligent transport systems and methods of applying artificial intelligence in this area are discussed.*

**Keywords:** artificial intelligence, urban transport, transport systems automation, intelligent transport system, management, big data.

В настоящее время городские транспортные системы сталкиваются с рядом сложностей, включая перегруженность, неэффективное использование ресурсов и недостаточное управление трафиком, что приводит к пробкам и загрязнению окружающей среды. В связи с этим актуальным становится внедрение искусственного интеллекта (ИИ) для управления городским транспортом.

В мире наблюдается стремительное увеличение дорожного движения из-за роста числа автомобилей и ограниченной пропускной способности дорожной сети, что приводит к снижению мобильности населения. Опыт крупных городов показы-

вает, что строительство новых дорог не решает проблемы загруженности, так как привлекает еще больше транспортных средств, образуя заторы.

Также, согласно данным ООН, к 2050 году ожидается, что примерно 70% мирового населения будет проживать в городских территориях [5]. Этот рост, особенно заметный в городах, влечёт за собой увеличение числа городских жителей и, как следствие, рост нагрузки на городской транспорт.

Городской транспорт — это комплекс различных видов транспорта, осуществляющий перевозку населения и грузов на территории города и в ближайшей приго-

родной зоне [3].

В состав городского транспорта входят большое количество составляющих, например:

- автомобили личного пользования;
- транспорт для грузовых перевозок;
- общественный транспорт;
- инженерные сооружения (мосты, эстакады, тоннели и т.п.).

В этой связи, быстрое развитие искусственного интеллекта предоставляет уникальные возможности для повышения эффективности городского транспорта.

Так, искусственный интеллект (ИИ) - это отрасль компьютерных наук, занимающаяся моделированием интеллектуального поведения [10, с.32]. Обычно системы искусственного интеллекта демонстрируют поведение, ассоциированное с человеческим интеллектом, такие как планирование, обучение, рассуждение, решение проблем, представление знаний, восприятие.

Применение искусственного интеллекта в управлении городским транспортом требует внедрения его в интеллектуальные транспортные системы (ИТС). Это необходимо для оптимизации транспортных потоков и повышения эффективности дорожного движения. ИТС способствуют улучшению безопасности, комфорта и экологической устойчивости городской среды, что делает городскую жизнь более удобной и приятной для жителей и посетителей.

Развитие интеллектуальных транспортных систем становится одним из важнейших инструментов повышения конкурентоспособности транспортного комплекса и экономики в целом. Сегодня именно технологии транспортных процессов становятся основным инструментом в повышении эффективности работы транспортного комплекса.

Интеллектуальная транспортная система (ИТС) — это комплекс систем, который помогает более эффективно эксплуатировать транспортную сеть, используя

информационные, коммуникационные и управленческие технологии, встроенные в транспортное средство или дорожную инфраструктуру. Основой интеллектуальных транспортных систем является информация, которую необходимо собирать, обрабатывать, интегрировать и распространять. Комплекс ИТС способен выполнять функции диспетчерского ситуационного и оперативного координирования взаимодействий всех участников дорожного движения, спецслужб и ведомств.

В России развитие интеллектуальных транспортных систем началось относительно недавно по сравнению с Европой и США. Это обусловлено тем, что проблема транспортных заторов стала актуальной для западных стран еще в 1970-х годах, что привело к принятию мер, таких как ограничение доступа личных автомобилей в центры городов, и установка камер для контроля за потоком транспорта. При этом камеры, датчики и другие гаджеты появлялись по отдельности, и только потом их интегрировали в единую экосистему, из которой выросла ИТС. В России же увеличение числа автомобилей началось лишь в 1990-е годы, что привело к запуску интегрированных систем во второй половине 2000-х. Однако это позволило избежать ошибок, совершенных в других странах, таких как фрагментарное внедрение ИТС, и вместо этого создать единую экосистему.

Рассмотрим ИТС с учетом основных принципов интернета вещей (IoT). Интернет вещей (IoT) представляет собой концепцию, в которой различные устройства и объекты могут быть подключены к интернету и обмениваться данными между собой без прямого вмешательства человека. ИТС можно разделить на три уровня: уровень восприятия, сетевой уровень и уровень приложений.

Уровень восприятия представляет собой источник данных, собираемых с различных устройств, таких как:

- оборудование на остановках (видеокамеры и т.п.);
- камеры наблюдения;
- информация от спутниковых систем навигации (GPS, ГЛОНАСС);
- бортовые устройства (валидаторы, камеры и т.д.)
- и др.

Промежуточный сетевой слой отвечает за передачу информации с уровня восприятия на уровень приложений. Для передачи данных на относительно большие расстояния на этом уровне используется открытая проводная и беспроводная связь, например, 3G, 4G и 5G.

Уровень приложений обрабатывает собранные данные и предоставляет соответствующие приложения как для водителей, так и для пассажиров общественного транспорта. Важными могут быть приложения, которые предоставляют информацию о состоянии дорожного движения, расписания общественного транспорта и туристические сведения.

Система ИТС включает ряд наиболее передовых современных технологий, отвечающих каждая за свою задачу в составе сети.

Так, основными элементами интеллектуальной транспортной системы являются:

- Система информационного обеспечения участников дорожного движения, предоставляющая им необходимую маршрутную и другую информацию.
- Система электронных платежей, предназначенная для взимания платы.
- Система управления общественным транспортом, собирающая данные о периодах ожидания на станциях, количестве пассажиров, положении транспортных средств и т.д.
- Система детектирования дорожно-транспортных происшествий и чрезвычайных ситуаций, занимающаяся мониторингом ДТП и ЧС, а также оповещением

экстренных служб реагирования.

— Система контроля парковочных мест, предоставляющая информацию о доступных парковочных местах в районе места назначения.

— Автоматизированная система управления дорожным транспортом (АСУДД), обеспечивающая безопасность движения, оптимизацию транспортных потоков, улучшение параметров улично-дорожной сети и экологическую обстановку.

Интеллектуальные транспортные системы (ИТС) обрабатывают огромные и разнообразные потоки данных, что делает человеческое управление ими ограниченным. Человек может лишь оценивать обстановку в целом и выбирать соответствующий заранее разработанный сценарий управления. Например, в обычной ситуации система выводит информационное сообщение о соблюдении дистанции, в период пиковой нагрузки – сообщение о необходимости оставаться в выбранной полосе движения, а в нестандартных ситуациях – сообщение о ДТП и оповещение экстренных служб.

Однако, для более эффективного управления системой необходимо внедрение автоматизированных высокотехнологичных устройств и программного обеспечения, основанное на искусственном интеллекте. Эти системы способны распознавать и анализировать конкретные ситуации на дороге и реагировать на них соответствующим образом.

Министерством транспорта Российской Федерации была разработана Концепция развития ИТС в стране, которая определяет цели, задачи, принципы и приоритетные направления создания и функционирования национальной сети ИТС. В данной концепции утверждается, в качестве одного из принципов, необходимость применения искусственного интеллекта для управления интеллектуальной транспортной системой [1].

Искусственный интеллект в управлении городским транспортом активно использует компьютерное зрение. Компьютерное зрение – это область искусственного интеллекта, которая специализируется на интерпретации и анализе визуальных данных, таких как изображения и видео [8]. Одним из примеров его применения в транспортной отрасли является система мониторинга и анализа транспортного потока на дорогах. Например, с помощью компьютерного зрения можно обнаруживать и анализировать паттерны движения транспортных средств на дорогах. Система компьютерного зрения способна автоматически анализировать видеопотоки с камер и выявлять различные аномалии или опасные ситуации на дороге, такие как аварийные ситуации, нарушения правил дорожного движения или пробки. Эти примеры демонстрируют, как компьютерное зрение в искусственном интеллекте может быть использовано для автоматизации процессов мониторинга и анализа транспортного потока, что в свою очередь способствует улучшению безопасности, эффективности и управляемости транспортных систем.

Сбор и анализ больших объемов данных о движении транспорта позволяют Центрам организации дорожного движения оптимизировать потоки движения, улучшая трафик и снижая временные задержки. ИИ используется для прогнозирования трафика на основе исторических данных, а также для динамического регулирования светофоров и маршрутов общественного транспорта.

Искусственный интеллект предоставляет возможность в непрерывном анализе собираемых данных, таких как количество пассажиров, взаимосвязь образования пробок с различными праздниками и т.п., делает возможным виртуальное моделирование городского транспорта на годы вперед. Более того, учет этих данных в реальном времени, приводит к появлению новых

процессов, таких, например, как упреждающий ремонт общественного транспорта.

Помимо всего вышперечисленного, для беспилотных транспортных средств крайне важна умная инфраструктура, которая позволит им получать информацию о состоянии дороги не только через установленные датчики на автомобиле, но и через данные, предоставляемые интеллектуальной транспортной системой. Таким образом, беспилотный транспорт сможет узнавать ситуацию не только на сотни метров, но и получать информацию из ИТС об авариях, пробках и т.п.

Сложность разработки эффективной транспортной системы на базе искусственного интеллекта вызывает необходимость постоянного преодоления ряда ограничений, которые препятствуют полному раскрытию потенциала ИИ в этой области.

— Ограниченность данных. Одной из основных сложностей является ограниченность данных, на которых обучаются алгоритмы машинного обучения. Недостаточное количество данных или низкое качество данных могут привести к неправильным выводам и неэффективным решениям.

— Обновление и модификация алгоритмов. необходимость поддержания актуальности алгоритмов, чтобы они оставались актуальными и эффективными в изменяющейся среде. Это требует больших затрат на исследования и разработку новых технологий.

— Высокие затраты. Требуются финансовые вложения на разработку, обучение моделей и интеграцию существующих систем.

— Проблемы приватности и безопасности данных. Системы искусственного интеллекта могут обрабатывать большие объемы личной информации о пассажирах и водителях, что может вызывать проблемы, связанные с конфиденциальностью и защитой данных.

Тем не менее, применение искусственного интеллекта в транспортной отрасли может улучшить безопасность, снизить загрязнение окружающей среды и обеспечить комфорт пассажиров.

Несмотря на сложности, применение искусственного интеллекта в транспортной отрасли уже демонстрирует свой потенциал. Рассмотрим несколько примеров его успешного использования.

Искусственный интеллект в транспорте уже проявляет свой потенциал. Рассмотрим несколько примеров его успешного применения [11].

Так, например, по заказу АО «МОСТРАНСАВТО» разработана система подсчета пассажиропотока на основе нейросетевой видеоаналитики. Она в реальном времени детектирует и подсчитывает пассажиров на борту транспорта, работает с любыми ip-видеокамерами и интегрируется в существующую инфраструктуру. Это повышает комфорт пассажиров и эффективность общественного транспорта, позволяя корректировать количество автобусов и троллейбусов на маршрутах в зависимости от потребностей.

Ещё одним примером является внедрение системы «Антисон» в автобусы Московского транспорта, которая следит за состоянием водителя, используя камеру с ИИ.

Выявление инцидентов в транспортной инфраструктуре. В Казани запущен проект, с помощью которого планируется сбор и обработка с помощью камер и ИИ

данных о состоянии дорожного полотна, дорожных знаков и т.п. Это уже сделало уборку снега быстрее на 40%.

Анализ транспортных потоков и адаптивное управление перекрестком в Пермском крае. Нейросетевые модели на основе данных видеопотоков с камер видеонаблюдения автоматизируют сбор и анализ информации о транспортных потоках для адаптивного управления движением на перекрестке.

Платформа управления транспортной системой в Уфе и Волгограде, внедряемая НПО «Интеллектуальные Технические Системы», предназначена для безопасного дорожного движения. В рамках нацпроекта «Безопасные качественные дороги» система автоматически определяет тип и количество автомобилей, измеряет среднюю скорость потока и длину заторов в реальном времени.

Таким образом, внедрение искусственного интеллекта в интеллектуальную транспортную систему города представляет собой эффективный способ улучшения управления городским транспортом. Использование ИИ в ИТС позволяет оптимизировать потоки движения, улучшить безопасность дорожного движения, сократить время в пути для пассажиров, а также снизить негативное воздействие на окружающую среду. Благодаря анализу больших данных и автоматизированным системам принятия решений, городские транспортные системы становятся более эффективными и удобными для жителей города.

### Цитированная литература

1. Распоряжение Министерства транспорта Российской Федерации от 30 сентября 2022 года № АК-247-р «Об утверждении Концепции создания и функционирования национальной сети интеллектуальных транспортных систем на автомобильных дорогах общего пользования». Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. - URL: <https://docs.cntd.ru/document/351928512> (дата обращения: 20.03.2024). – Текст : электронный.

2. Распоряжение Министерства транспорта России от 21 марта 2022 г. № АК-74-р. Информационно-правовой портал ГАРАНТ. - URL: <https://www.garant.ru/products/>

ipro/prime/doc/403631868/#review (дата обращения: 02.04.2024). – Текст : электронный.

3. Городской транспорт. Большая российская энциклопедия. - URL: <https://bigenc.ru/c/gorodskoi-transport-cba140> (дата обращения: 22.03.2024). – Текст : электронный.

4. Искусственный интеллект и нейросетевое управление: учебное пособие / Т. Е. Мамонова. – Томск: Томский политехнический университет, 2020. – 150 с. – ISBN 978-5-4387-0921-3. – Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/134277.html> (дата обращения: 03.04.2024). – Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. К середине века 68 процентов населения планеты будет жить в городах. Официальный сайт Организации Объединенных Наций. - URL: <https://www.un.org/ru/desa/2018-world-urbanization-prospects> (дата обращения: 21.03.2024). – Текст : электронный.

6. Как искусственный интеллект помогает улучшить ситуацию на транспорте. Национальные проекты. - URL: <https://национальныепроекты.рф/news/kak-iskusstvennyu-intellekt-pomogaet-uluchshit-situatsiyu-na-transporte> (дата обращения: 26.03.2024). – Текст : электронный.

7. Как нейросети управляют дорожным движением в России. Сайт РБК. - URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/65168cdc9a794764f1ad0469> (дата обращения: 25.03.2024). – Текст : электронный.

8. **Каримов, К. С.** Методы искусственного интеллекта и применение их на транспорте // Постсоветский материк. - 2023. - №4 (40). - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-iskusstvennogo-intellekta-i-primenenie-ih-na-transporte> (дата обращения: 27.03.2024). – Текст : электронный.

9. **Пардабоев, У. А.** Современные технологии для транспортных систем // Вестник науки. 2021. №12 (45). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tehnologii-dlya-transportnyh-sistem> (дата обращения: 07.04.2024). – Текст : электронный.

10. **Сурова, Н. Ю.** Искусственный интеллект: монография / Н. Ю. Сурова, М. Е. Косов. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2021. – 408 с. – ISBN 978-5-238-03513-0. – Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/123354.html> (дата обращения: 01.04.2024). – Режим доступа: для авторизир. Пользователей

11. Эффективные отечественные практики применения технологий искусственного интеллекта в сфере транспорта и логистики. Национальный портал в сфере искусственного интеллекта. - URL: <https://ai.gov.ru/upload/iblock/0f9/int40wi8deqvoprkrjcj3zhmg4f4z17p.pdf> (дата обращения: 10.04.2024). – Текст : электронный.

## ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ЭКОНОМИКЕ ОМАНА: ВОЗМОЖНОСТИ, ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

П. И. Ануфриева, Э. А. Исраилова

*Статья посвящена анализу влияния искусственного интеллекта на диверсификацию экономики Омана. В работе рассматривается динамика ключевых экономических показателей Омана в 2023 году, определяются основные источники роста экономики страны. Также представлена прогнозируемая доля экспортной выручки от продажи углеводородов в ВВП Омана в 2024 году. В статье особое внимание уделяется развитию национальных инициатив, направленных на внедрение искусственного интеллекта в целях диверсификации экономики.*

**Ключевые слова:** диверсификация экономики, инвестиционные возможности, национальная инициатива, экономический рост.

## ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE OMANI ECONOMY: OPPORTUNITIES, CHALLENGES AND PROSPECTS

P. I. Anufrieva, E. A. Israilova

*The article is devoted to the analysis of the artificial intelligence impact on the diversification of Oman's economy. The paper considers the dynamics of key economic indicators of Oman in 2023 and identifies the main sources of the country's economy growth. Also, there is presented the projected share of hydrocarbon export revenues in Oman's GDP in 2024. The article focuses on the development of national initiatives aimed at the introduction of artificial intelligence in order to diversify the economy.*

**Keywords:** economic diversification, economic growth, investment opportunities, national initiative.

**Вводная часть.** Использование искусственного интеллекта (ИИ) для стимулирования экономического развития имеет огромное значение для каждой страны. Актуальность темы влияния искусственного интеллекта на экономическое развитие страны определяется способностью ИИ анализировать огромные объемы данных и делать точные прогнозы, тем самым революционизируя методы ведения бизнеса. В результате, внедряя оптимизированные процессы и улучшая прогнозы относительно грядущих тенденций и потребностей, компании получают возможность сохранять конкурентные преимущества на мировом рынке. Это, в свою очередь, поло-

жительно сказывается на общем экономическом подъеме. Именно поэтому интеграция искусственного интеллекта становится все более важной для ускорения экономического роста как на уровне организации, так и на глобальном уровне.

Объектом данного исследования является экономика Омана и ее динамика за последние 2-3 года, а предметом исследования – место искусственного интеллекта в экономике Султаната Омана.

На основании вышеизложенного можно подчеркнуть, что основной целью данного исследования является определение ключевых областей, в которых ИИ может быть применен для стимулирования раз-

личных секторов экономики.

Одним из ключевых аспектов научной новизны этой статьи является ее направленность на конкретную страну – Оман. Несмотря на обширные исследования, посвященные использованию ИИ в различных отраслях и сферах, литература о его потенциальном влиянии на развивающиеся страны, в частности на Оман, ограничена. Данная статья восполняет этот пробел, предоставляя информацию о том, как ИИ может быть использован для ускорения экономического роста в Омане.

**Основная часть.** Экономика Омана в значительной степени зависит от экспорта нефти и газа [1, с.140], однако страна также развивает туристическую отрасль и активно занимается диверсификацией в сфере производства и логистики. Экономика Омана демонстрирует устойчивость и рост: ВВП страны увеличился на 2% и достиг к 3 кварталу 2023 года 68,64 млрд долларов США. Ненефтяная деятельность сыграла значительную роль, обеспечив 68,8% ВВП, несмотря на снижение добычи нефти на 0,9%. Эта тенденция объясняется активными мерами и политическими инициативами, которые позволили удержать уровень инфляции на безопасном уровне: в 2023 году она увеличилась всего на 1,03% по сравнению с 2,9% в предыдущем году. Уровень безработицы в Омане снизился до 3,3% в ноябре 2023 года по сравнению с ранее опубликованным показателем в 3,70% в октябре 2023 года [2].

Адекватное управление государственными финансами и усилия по корректировке бюджета привели к профициту бюджета в размере 2,2 млрд долларов США в октябре 2023 года, вопреки снижению государственных доходов и расходов. Кроме того, кредитный рейтинг Омана повысился благодаря тому, что мировые рейтинговые агентства, такие как Fitch, Standard & Poor's и Moody's [3, 4], признали улучшение фискальных показателей и снижение рисков

государственного долга. Это привело к росту доверия инвесторов.

В 2024 году в Омане ожидается небольшой рост за счет увеличения доходов от продажи углеводородов (35% ВВП) и инвестиционной активности (около 25% ВВП). Несмотря на возможное плато в добыче нефти, рост цен на энергоносители будет способствовать общему подъему. По мере смещения акцента с добычи нефти на добычу газа, в 2024 году прогнозируется рост на 3% благодаря вводу в эксплуатацию северо-восточного месторождения Мабрук. Экспорт сжиженного природного газа, по оценкам, достигнет рекордного уровня в 16,4 млрд куб. м., что примерно на 4% больше, чем годом ранее, из-за улучшения инфраструктуры.

Получая инвестиции в основном из государственного сектора, Оман уделяет особое внимание диверсификации экономики, реализуя такие инициативы, как Vision 2040, которые направлены на поддержку различных отраслей, включая финансовую, производственную, горнодобывающую, логистическую (в частности, дорожную и портовую), туристическую и цифровую [5, с.100].

Задача диверсификации экономики может быть решена путем внедрения искусственного интеллекта в соответствии с программой Vision 2040. Приверженность правительства быстрым реформам привела к тому, что Министерство экономики запустило «Национальную инициативу по расширению возможностей национальной экономики с помощью искусственного интеллекта». Цель этой инициативы – интеграция приложений и технологий искусственного интеллекта в программы развития различных секторов, намеченные к 2025 году. Ее задача – ускорить прогресс в диверсификации источников дохода на пути развития, позволить государственным учреждениям и институтам использовать ИИ в своих проектах, а также способ-

ствовать инвестиционным возможностям, основанным на инновациях.

В 2022 году Министерством транспорта, связи и информационных технологий была разработана Национальная программа по искусственному интеллекту и передовым технологиям в Омане. Эта стратегия нацелена на внедрение искусственного интеллекта в ключевых секторах экономики: туризм, логистика и горнодобывающая промышленность; а также на то, чтобы в течение следующих двух лет Оман вошел в число 40 стран, готовых к использованию искусственного интеллекта. Программа также направлена на повышение рейтинга Омана в Глобальном индексе готовности к ИИ с нынешнего 53-го места из 180 стран до места в топ-40 к 2025 году. Эта инициатива согласуется с проектами Национальной цифровой экономики, ориентированными на увеличение вклада цифровой экономики в ВВП с 2% в 2021 году до 10% к 2040 году. Кроме того, Оман стремится занять первые места в мире по всем показателям цифровой экономики, отслеживаемым в рамках программы Oman Vision 2040: индекс развития электронного правительства, индекс готовности к работе в

сети и индекс готовности к будущему производству [6].

**Заключение.** Страна активно участвует в региональных и международных форумах и дискуссиях по вопросам ИИ и других развивающихся технологий. Например, Оман является членом Совета сотрудничества стран Персидского залива (ССАГПЗ), который работает над разработкой единой политики в области ИИ для региона. Также Оман участвует в международных инициативах: Международный союз электросвязи ООН (МСЭ) и Научно-технический центр Содружества (COST). 23 ноября 2021 года Оман вместе с другими 192 государствами-членами ЮНЕСКО принял первый в мире нормативный документ, касающийся этики искусственного интеллекта [7]. Эти руководящие принципы были разработаны в ответ на озабоченность, выраженную в резолюции 47/23 Совета по правам человека, с особым акцентом на технологии искусственного интеллекта.

Будучи быстро развивающейся страной, Оман успешно интегрировал ИИ в свою экономическую стратегию и добился значительного роста.

### Цитированная литература

1. **Calvo Berta Cabello.** Ecofuels and synthetic fuels and their role in the current landscape, Energy and Geostrategy Notebook. The Spanish Institute for Strategic Studies. – 2023. – С. 93-145. – Текст : непосредственный.
2. Oman Economy, Politics and GDP Growth. Economist Intelligence. - URL: <https://country.eiu.com/oman> (дата обращения: 12.03.2024). – Текст : электронный.
3. Oman Credit Ratings. Fitch Ratings. - URL: <https://www.fitchratings.com/entity/oman-88305864> (дата обращения: 12.03.2024). – Текст : электронный.
4. Oman Credit Ratings. Trading Economics. - URL: <https://tradingeconomics.com/oman/rating> (дата обращения: 12.03.2024). – Текст : электронный.
5. **Ramos Natalia Torregrosa.** Geopolitical assessment of Oman // Analysis Papers. Spanish Institute for Strategic Studies (IEEE). – 2023. – №52. – С. 1-2. – Текст : непосредственный.
6. International Agreements. Open Data Oman. - URL: <https://opendata.om/2021/international-agreements/> (дата обращения: 08.03.2024). – Текст : электронный.
7. Hydrom signed the first project agreements in June 2023 during a major event at

the Grand Millennium Hotel (Muscat). Oman Observer. - URL: <https://www.omanobserver.om/article/1137965/business/energy/phase-a-round-1-green-hydrogen-project-agreements-to-be-signed-tomorrow> (дата обращения: 10.03.2024). – Текст : электронный.

---

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ВОЕННЫХ ДЕЙСТВИЯХ

И. И. Асеева, Е. С. Валюго, А. Ю. Анфимова

*Тенденция к оснащению различных технологий примитивным искусственным интеллектом затронула не только социальную сферу, но и, в первую очередь, сферу военную, что потенциально может нести определенные угрозы обществу. О предотвращении распространения искусственного интеллекта и рисках, связанных с ним, высказываются многие известные эксперты. Задачей мирового сообщества является всестороннее изучение феномена искусственного интеллекта и создание таких технологий, где искусственный интеллект будет использоваться только на благо человечества. Растущие масштабы применения искусственного интеллекта (ИИ) в военных целях ставят перед человечеством вызовы, вызывающие глубокую обеспокоенность и требующие незамедлительных решений.*

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, военные действия, государство, общество.

## USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN MILITARY OPERATIONS

I. I. Aseeva, E. S. Valiugo, A. Yu. Anfimova

*The trend towards equipping various technologies with primitive artificial intelligence has affected not only the social sphere, but also, first of all, the military sphere, which can potentially pose certain threats to society. Many well-known experts speak about preventing the spread of artificial intelligence and the risks associated with it. The task of the world community is to comprehensively study the phenomenon of artificial intelligence and create technologies where artificial intelligence will be used only for the benefit of humanity. The growing scale of the use of artificial intelligence (AI) for military purposes poses challenges to humanity that cause deep concern and require immediate solutions.*

**Keywords:** artificial intelligence, military operations, government, society.

**Введение.** В век информационных технологий искусственный интеллект постепенно внедряется в различные сферы общества. Однако массовое внедрение технологий в сфере ИИ началось после 2013 года, когда было запатентовано самое большое количество изобретений в этой области, в последующие одиннадцать лет технологии Искусственного интеллекта заняли многие направления в общественном пользовании.

Опасения о развитии и будущем влиянии на человечество со стороны искусственного интеллекта были описаны ещё в 1965 году британским математиком Ирвингом Гудом, который рассматривал Искусственный интеллект как угрозу, которая превзойдёт способности людей. В настоящее время эти опасения учёного стали реальностью. Искусственный интеллект широко используется не только в мирных, но и в военных целях.

В современном мире любой цифровой инструмент для подготовки аналитических данных, которые используются для принятия обоснованных решений в военных действиях, включает программное обеспечение на основе искусственного интеллекта. Система поддержки процесса принятия решений работает с множеством источников различных данных, которые помогают распознавать людей и объекты, оценивать и прогнозировать модели поведения, а также готовить рекомендации для военных операций.

Несмотря на достаточно глубокие научные исследования по развитию искусственного интеллекта, на практике он считается молодой научной сферой, государственное регулирование которой на данный момент отсутствует или слабо развито, что в перспективе повлечёт за собой либо возможности технологического роста для человеческого общества, либо реализацию рисков, связанных с использованием ИИ.

Объектом данного исследования является использование искусственного интеллекта в военной сфере и его влияние на жизнь общества.

Целью исследования является необходимость обратить внимание на возможные риски для человечества, связанные с внедрением и развитием технологий ИИ в военной сфере.

*Основная часть.* Технологий, использующих искусственный интеллект в военных операциях, становится всё больше с учётом непрекращающихся войн по всему миру. Примерами российских проектов с использованием искусственного интеллекта [1] могут являться:

1. Беспилотные военные дроны (например, дрон «Пирания» с камерой и дрон С-70 «Охотник», выполняющий функции оператора в случае потери связи).

2. Автономные необитаемые подводные аппараты (АНПА).

На конец 2023 года данные технологии показали высокую скорость развития технологий с искусственным интеллектом и высокую эффективность при использовании в военных действиях, что подразумевает их влияние на качество и результативность непосредственно в полевых условиях.

Одна из приоритетных задач, позволяющих предотвратить возможные локальные и глобальные проблемы, связанных с ИИ – оценка и выявление рисков использования любой новой технологии или явления [2]. Негативные глобальные направления развития технологий искусственного интеллекта в связи с военной повесткой могут быть следующими:

1. Повышение контроля за населением посредством повышенной скорости обработки данных в результате внедрения искусственного интеллекта.

2. Гонка мировых лидеров в военной, космической и научной сфере. Само слово «гонка» несёт негативный аспект в современных реалиях, поскольку создание технологий требует огромных материальных затрат, а также подразумевает огромные риски.

3. Использование завуалированных способов влияния на общественные массы в различных странах. И, как следствие, – искусственное разобщение масс из-за внедрения в их сознание дезинформации и переизбытка ложных новостей без возможности анализа альтернативных мнений.

4. Обесценивание реализации дипломатических взаимодействий между странами.

Для полного анализа ситуации с использованием искусственного интеллекта рассмотрим риски применения ИИ в военной сфере государства:

1. Использование ИИ для анализа ситуации и принятия локальных военных решений без участия человека потенциально может привести к унификации решений

без учёта человеческого фактора.

2. Углубление информационного и правового отдаления граждан от политического управления, что приведёт к развитию тоталитаризма и полному отсутствию политической инициативы граждан.

3. Уничтожение невозполнимых ресурсов (например, многие самые твердые химические элементы были созданы метеоритным нуклеосинтезом, их восполнение на данный момент развития науки представляется невозможным) и т.д.

Теперь рассмотрим ситуацию с развитием искусственного интеллекта в нашей стране. В ходе ведения боевых действий военные структуры РФ активно внедряют технологии искусственного интеллекта, также как и другие ведущие армии мира.

Ежегодный форум «Армия»[3], который проводится в Конгрессно-выставочном центре «Патриот», позволяет ознакомиться с развитием военной техники и технологий на всех уровнях. На протяжении нескольких лет подряд доминирующей тематикой данного форума являются технологии искусственного интеллекта, а именно:

1. Развитие самих технологий искусственного интеллекта.

Обеспечение функционирования всех важных элементов в работе искусственного интеллекта и безопасного технологического доверенного взаимодействия.

2. Подготовка специалистов и кадрового резерва в айти-сфере.

В настоящее время на рынке человеческих ресурсов востребованы специалисты, от которых требуется глубокое понимание вектора развития искусственного интеллекта и владение математическим мышлением, а также специалисты смежных направлений, где внедрение искусственного интеллекта требуется в первую очередь: здравоохранение, транспорт и сельское хозяйство.[4] Важно понимать, что в данный момент проводятся два направления

реализации последней задачи: получение дополнительного профессионального образования и массовый запуск совместно с Министерством образования и науки в вузах бакалаврских и магистерских программ, а также переподготовка профессорско-преподавательского состава.

3. Доступ к данным.

Здесь необходимо корректно сформировать обучающие алгоритмы и контролировать процесс с момента начала обучения искусственного интеллекта и до проведения практико-тактических испытаний.

В Российской Федерации поддержка проектов, связанных с внедрением искусственного интеллекта, обеспечивается на всех стадиях, включая самые ранние. Государственная программа вооружений РФ с 2023 года впервые предусмотрела отдельный раздел по искусственному интеллекту [5], что говорит о постепенной интеграции искусственного интеллекта в общественную жизнь и о том, какое место технологии со временем начинают занимать в мире.

**Заключение.** Использование искусственного интеллекта и его последствий вызывает озабоченность во всём мире. Впервые о мерах по регулированию технологий ИИ во всём мире подняли в ООН (Организации Объединенных Наций) в 2023 году, когда Антониу Гутерриш объявил о создании Консультативного органа по искусственному интеллекту, деятельность которого заключается в усилиях по управлению искусственным интеллектом и анализом рисков и возможностей. «Искусственный интеллект может помочь преодолеть препятствия на пути к достижению ключевых целей развития, но это зависит от того, будут ли технологии ИИ использоваться ответственно и всеми, включая развивающиеся страны, которым необходимо без промедления ускорить устойчивое развитие» [6].

Создание такого органа существенно повышает роль научного сообщества

в процессах влияния технологий искусственного интеллекта на проблемы состояний мира и войны между государствами и другими политическими субъектами.

Однако в масштабе всемирного сообщества каждая страна имеет собственные законодательные проекты и нормативные правовые акты по регулированию деятельности, связанным с искусственным интеллектом.[7] В большинстве государств, включая Россию, на данный момент действуют национальные документы и законодательные акты по стратегическому использованию и развитию искусственного интеллекта и исследования этической составляющей его использования. В настоящее время назрела срочная необходимость привести в соответствие научную и законодательную базу по регулированию,

контролю и несению ответственности за деятельность искусственного интеллекта в различных сферах общества.

Желание некоторых стран возглавить технологическую гонку в настоящее время уже не является рациональным решением. Дальнейшее развитие человечества возможно лишь при тесном взаимном сотрудничестве государств. Использование искусственного интеллекта в военной сфере и особенно космической, может стать неуправляемым. Вышедший из-под контроля искусственный разум, внедрённый в новейшие технологии вооружений, может создать глобальную угрозу всему человечеству. Предотвратить этот возможный сценарий самая важная задача перед всем мировым сообществом.

### Цитированная литература

1. Министерство обороны Российской Федерации. – URL: // <https://stat.mil.ru> (дата обращения: 10.04.2024). – Текст : электронный.
2. Итоги года с Владимиром Путиным. 14 декабря 2023 г. - URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/statements/72994> (дата обращения: 10.04.2024). – Текст : электронный.
3. Международный военно-технический форум «Армия-2024». - URL: <https://rusarmyexpo.ru> (дата обращения: 10.04.2024). – Текст : электронный.
4. Конференция по искусственному интеллекту. 24 ноября 2022 г. - URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/69927>. (дата обращения: 10.04.2024). – Текст : электронный.
5. Искусственный интеллект Российской Федерации. - URL: <https://ai.gov.ru> (дата обращения: 10.04.2024). – Текст : электронный.
6. Гутерриш дал старт работе глобального Консультативного органа по искусственному интеллекту. - URL: <https://news.un.org/ru/story/2023/10/1446237>. (дата обращения: 10.04.2024). – Текст : электронный.
7. Указ Президента РФ от 10.10.2019 №490 (ред. от 15.02.2024) «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации» (вместе с Национальной стратегией развития искусственного интеллекта на период до 2030 года). – Текст : электронный.

## ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ «DEEP FAKE» С ЦЕЛЬЮ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УРОВНЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В СФЕРЕ ЖУРНАЛИСТИКИ

Т. С. Афанасьева, С. А. Березовая

*В данной статье подробно анализируется предполагаемая эффективность, рентабельность использования искусственного интеллекта (ИИ), в частности, технологии «Deep fake», как одного из рычагов совершенствования английского языка в журналистской среде. Демонстрируется история его появления, виды, методы и примеры применения данной технологии для создания высококачественного контента в образовательных целях, а также рассматриваются этические и правовые аспекты распространения подобной технологии в журналистике.*

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, естественный интеллект, нейросеть, «дипфейк», журналистика, иностранный язык, английский язык.

## USE OF «DEEP FAKE» TECHNOLOGY TO IMPROVE THE LEVEL OF ENGLISH IN THE MEDIA FIELD

T. S. Afanaseva, S. A. Berezovaya

*This article analyzes in detail the supposed effectiveness and profitability of artificial intelligence use (AI), in particular, the “Deep fake” technology, as one of the levers to improve the English language in the journalistic field. The history of its origin, types, methods and examples of its use to create a high-quality content for educational purposes and also examines the ethical and legal aspects of the dissemination of such technology in journalism.*

**Keywords:** artificial intelligence, natural intelligence, neural networks, «Deep fake», journalism, foreign language, English.

Цель исследовательской работы: выявление и подтверждение предполагаемой эффективности использования технологии «дипфейк» с целью совершенствования уровня английского языка в журналистской деятельности. Объект исследования: технология дипфейк, как одна из систем искусственного интеллекта в изучении английского языка. Предмет исследования: влияние функциональной стороны дипфейк на повышение уровня владения английским языком в сфере журналистики. Методы исследования: анализ, поисковый метод, онлайн-опрос. Результаты проведённого испытания оставили положительный отклик в пользу внедрения

технологии «дипфейк» в образовательный процесс, включая профессиональное направление «Журналистика». В наше время искусственный интеллект (ИИ) проникает практически во все сферы общественной жизни, внося значительный вклад в их развитие и функционирование. Одним из аспектов его применения, о котором пойдет речь в данной статье, является технология «дипфейк», которая оказывает влияние на медиаиндустрию, в частности, на журналистскую сферу. Прежде чем рассмотреть его роль и значение в совершенствовании английского языка в журналистике, разберем историю возникновения и терминологию «дипфейк».

Технологии синтеза видео- и аудиоматериалов, на удивление, не являются новыми феноменами. Начало активного развития они берут в конце 90-х годов XX века. Стоит отметить, что первые шаги в этом направлении были сделаны и ранее, однако в это время начался более активный этап исследований и разработок. Одной из значимых попыток осуществила компания «Video Rewrite» в 1997 году. Она позволяла создавать видео, где артикуляция лица совпадала с синтезированной аудиодорожкой, создавая тем самым иллюзию естественной речи. Далее, эти технологии активно развивались и совершенствовались на протяжении двух десятилетий.

Сегодня мы имеем доступ к различным технологиям обработки голоса, корпуса, объединение компьютерной графики с реальными видеоматериалами и другие инструменты, которые становятся все более реалистичными, благодаря ИИ. В 2009 году, благодаря выпуску фильма «Аватар», стало ясно насколько реалистичными и впечатляющими могут быть результаты использования подобных технологий. Затем, в 2014 году Одри Хепберн «снялась» в рекламе шоколада, ее лицо было перенесено на лицо актрисы при помощи специализированных программ. Этот рекламный ролик стал одним из важных шагов в популяризации и распространении «дипфейк» [2].

Термин «Deep fake» включает в себя два понятия: «глубокое обучение» (deep learning) и «фальшивка» (fake), что отражает суть технологии — объединение фотореалистичных изображений (двух и более) с помощью ИИ: алгоритм анализирует большое количество снимков и собирает информацию о том, как может выглядеть и двигаться конкретный человек. С помощью видео- и фотоматериалов человека с разными выражениями лица, нейросеть может создать уникальные материалы [РБК. Тренды. Что такое дипфейки, для

чего их используют и чем они опасны [3].

Технология «дипфейк» — это не только эволюция в синтезировании фото, видео и аудио материалов, но и безусловное продвижение в развитии ИИ. Данная технология пользуется спросом во многих областях, включая журналистику, однако возникают этические и правовые вопросы, которые требуют особого внимания.

Зачастую, «дипфейк-видео» применяется в развлекательных целях. Однажды искажённая информация была продемонстрирована с участием голливудских звезд, в которых актеры оказываются в сценах из фильмов, где они на самом деле не участвовали. Аналогичные работы регулярно появляются в кинематографе, однако не всегда находят понимание у зрителя.

Очевидные опасности «дипфейк» связаны с их широкой доступностью и удивительной реалистичностью создаваемых изображений и видеороликов. Любой человек может легко установить такие приложения, как «Deep fakes web β», «Zao», «Memrise», «ElevenLabs» и вжиться в роль героя любимого фильма, наложив свое фото на лицо актера. Умельцы, владеющие знаниями в области ИИ, без труда могут создать видео, которые невозможно отличить от реальных при обычном просмотре.

В качестве примера можно привести видеоролик с названием «You won't believe what Obama says in this video» («Вы не поверите, что Обама сказал в этом видео»), опубликованный на YouTube-канале BuzzFeedVideo весной 2018 года. В этом видео Барак Обама, который в грубой форме критиковал своего преемника Дональда Трампа, на самом деле был создан с помощью известного режиссера, комика и имитатора голоса Обамы, Джордана Пила. Его речь и движения губ были вживлены в обычное видео с бывшим президентом США.

«Дипфейк» может представить любого мирового лидера, говорящий вещи, ко-

торые потенциально способны глобализировать проблему, распространить интригу на мировом уровне и развязать войну [РБК Плюс. Реальная подделка: в чем польза и вред дипфейков для бизнеса [4].

Убедительно то, что «дипфейк» стал неотъемлемой частью как законных, так и незаконных деятельств. Легальное его применение включает разработку масок для развлекательных приложений, где пользователи могут создавать собственных цифровые аватары для коммуникаций с другими пользователями и использовать их в целях рекламной интеграции. Кроме того, «дипфейк» используют в создании виртуальных примерочных, где пользователи могут тестировать макияж, укладку волос, одежду. «Дипфейк» также используется для криминальных целей. Один из наиболее распространенных способов незаконного использования данной функции - создание компрометирующего контента, который может быть использован для шантажа, или ухудшения репутации человека. «Дипфейк» может быть применён с целью манипулирования общественным мнением, путем создания фальшивых видео, ботов в социальных медиа, которые могут быть использованы для распространения дезинформации в социальном пространстве. Некоторые злоумышленники создают фальшивые биометрические данные, чтобы получить доступ к защищенным биометрией ресурсам или информации. Учитывая тот факт, что «дипфейки» представляют собой потенциально мощный инструмент для развлечений и инноваций, не стоит забывать, что злоупотребление их полномочиями, может иметь серьезные последствия в будущем [5].

Рассмотрев некоторые этические и правовые моменты «дипфейк», стоит остановиться на видах данной технологии:

1. Метод «face swapping», который позволяет заменить лицо одного человека на другое в фото- или видеоматериале.

2. Реконструкция лица «face reenactment» сохраняет основные черты лица, но изменяет его выражение, мимику или добавляет речь.

3. Синтез лиц и редактирование атрибутов. Такая техника фокусируется на лице человека. С помощью программ и поставленных алгоритмов ИИ можно изменить возраст, цвет кожи, причёску и даже добавить различные аксессуары, такие как очки или шляпы, без изменения других элементов изображения. Живым примером могут послужить различные фильтры, ориентированные на коррекцию наших лиц и корпуса в целом, в наших, любимых приложениях, таких как: «Telegram», «Instagram», «WhatsApp».

4. Синхронизация губ «lip syncing» изменяет только движение губ на видео, чтобы они синхронизировались с аудиозаписью, не меняя индивидуальных черт лица.

5. «Кукловод» «puppet master» позволяет полностью передать характеристики лица и движений с одного видео на другое.

6. Текстовые «дипфейки». Они направлены на подделку текстовой информации, при этом создавая материалы с целью фишинга, спама и «fake news».

7. Комбинированные «дипфейки». Этот тип сочетает в себе несколько технических приёмов: замену лица, генерацию текста и синтез речи.

Учитывая виды, типы «дипфейка», масштабность распространения данной технологии в информационном пространстве, в сфере образования еще не получил широкое распространение. Тем не менее, крупные платформы уже используют нейросети для создания обучающего видеоконтента. Например, международная рекламная компания WPP проводит обучение с помощью видеокурсов, где спикером выступает не живой человек, а созданный с помощью дипфейка персонаж. В WPP виртуальный лектор ведет курс для 50 000 человек на трех языках [6]. Роман Душкин,

директор по науке и технологиям Агентства Искусственного Интеллекта, отмечает перспективы использования «дипфейков» в сфере образования. Данная технология может быть полезна в областях, где требуется прямая передача информации от людей, которые не могут присутствовать в нескольких местах одновременно [7].

Склоняясь в сторону журналистики, заинтересованностью в повышении и улучшении уровня владения иностранным языком, можно проследить положительное влияние этой функции на образовательный и рабочий процесс. Нейросеть позволит журналистам создавать убедительную и визуально привлекательную подачу соответствующего материала на английском языке за счет плавной интеграции изображений и видео, тем самым улучшая восприятие контента аудиторией. С помощью данного ИИ, а также других технологий, можно расширять возможности и перспективы совершенствования английского языка, внедряя своих кумиров, либо популярных или находящихся на пике популярности журналистов, таких, как Ксения Собчак, Андрей Малахов, Роман Бабаян, Карлсон Такер, Эллиен Дедженерес, Андерсон Купер и других. Такая гипотетическая идея будет стимулировать, мотивировать обучающихся английскому языку, помня о статусе данных лиц, не забывая про их карьерный рост, достижения, вклад в журналистику. подача грамматического, лексического материала на английском языке с помощью изображения и голоса кумира в формате «дипфейк», будет усваиваться эффективнее. Стоит заметить, что кумир есть у любого человека; с раннего детства мы начинаем подражать кому-то. С годами, приобретённым опытом, кумиры как средство, могут сменять друг друга, однако цель, к которой мы стремимся, остаётся неизменной.

Для разнообразия учебного процесса, на урок английского языка возможно

«пригласить» «дипфейк» Бреда Питта, Альберта Эйнштейна, Александра Сергеевича Пушкина с определённым посылом на английском языке. Такой приём будет, несомненно, экстраординарным, интересным, мотивирующим и привлекающим дополнительную аудиторию в изучении и совершенствовании английского языка.

Однако не стоит увлекаться и погружаться в мир ИИ, если обучающийся не осознает, что имеет дело с технологией «дипфейк». Это может вызвать негативные эмоциональные реакции, такие как разочарование, разные проявления фрустрации.

Недостаток информированности в том, что контент сгенерирован искусственным интеллектом, может нарушить доверие к источнику информации и вызвать сомнения в его достоверности. Это может неблагоприятно повлиять на отношение к образовательным материалам или качеству журналистской информации. Важно обеспечить обучающихся информацией о существовании подобного рода нейросетей, для понимания того факта, что контент является сгенерированным, и студенты могли принимать осознанные решения относительно его использования.

Нам удалось провести онлайн-опрос, где приняли участие 49 респондентов (факультет журналистики, 1-4 курс, Московский Международный университет, Москва).

Первый вопрос звучит следующим образом: «Что такое «дипфейк»? (рис.1.).

40 испытуемых дали достоверный ответ, семь человек выбрали некорректный вариант, двое – проигнорировали данный вопрос.

Второй вопрос: «Поддерживаете ли вы идею интеграции технологии «дипфейк» в процесс обучения английскому языку в сфере журналистики»? (рис.2.).

28 человек ответили: «Больше да, чем нет», 21 респондент выбрал ответ: «Больше нет, чем да».

Согласно результатам исследования, большинство опрошенных в курсе существования «дипфейк» и не против продолжения внедрения данного ИИ в процесс обучения. Тем не менее, точки зрения «за» и «против» испытуемых во втором вопросе находятся практически на одинаковом

уровне. Это можно объяснить тем, что к искусственному интеллекту отсутствует полноценное доверие, чтобы интегрировать его в образовательный процесс, особенно, в журналистскую отрасль спонтанно. Исследования в этой области продолжаются.

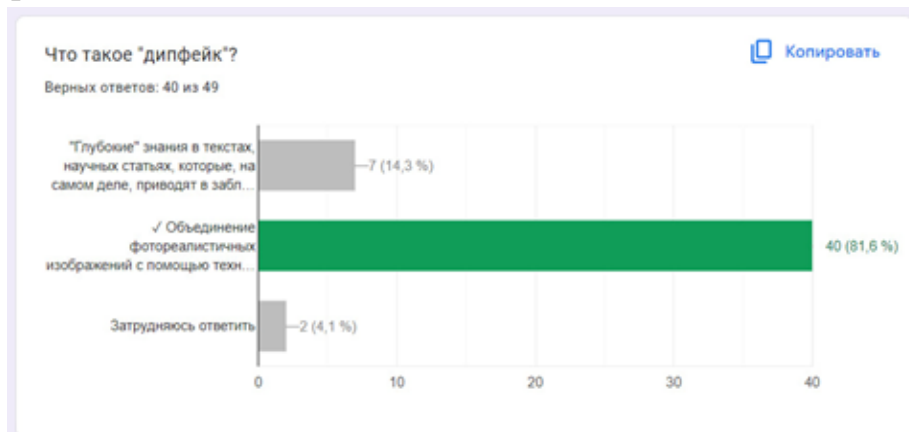


Рис. 1. Результаты ответов респондентов на первый вопрос

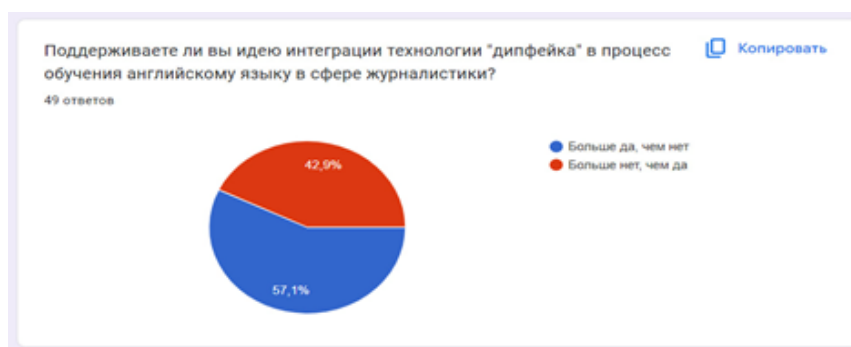


Рис. 2. Результаты ответов респондентов на второй вопрос

В заключение стоит отметить, что благодаря развитию искусственного интеллекта, в нашем случае «дипфейк», большее количество людей может и более готово, чем нет, удаленно и интерактивно со своими кумирами изучать материал в определённой профессиональной деятельности, совершенствовать знания в области английского языка, повышать квалификацию в журналистской среде. Однако, не следует заигрывать, как часто напомина-

ет нам известный психо и нейролингвист, доктор биологических и филологических наук Т. Черниговская [1]. В большей степени стоит опираться на естественный (человеческий) интеллект - ЕИ, который может очень многое, если пожелает, главное, не допустить, с нашей точки зрения и не только, возникновения «self -awareness» у ИИ, в противном случае, роль человека в этом мире потеряет смысл.

### Цитированная литература

1. Черниговская, Т. В. Программа курса «Неро-и Психоллингвистика».- Европейский университет в Санкт Петербурге. СПб, 2002-2003. - 62 с. – Текст : непосредственный.
2. Deepfake: краткая история появления и нюансы работы технологии. 29.11.2021. – URL: <https://habr.com/ru/companies/neuronet/articles/592119/> (дата обращения)

ния: 26.03.2024). – Текст : электронный.

3. Что такое дипфейки, для чего их используют и чем они опасны. РБК Тренды. – URL: [https://dzen.ru/a/ZdSgZXUP\\_F-1IE4N/](https://dzen.ru/a/ZdSgZXUP_F-1IE4N/) (дата обращения: 27.03.2024). – Текст : электронный.

4. Партнерские приложения и тематические проекты РБК. – URL: <https://plus.rbc.ru/partners/61a878d07a8aa92f3182997c4/> (дата обращения: 21.03.2024). – Текст : электронный.

5. **Аксёнова, Н.** Говорящие головы. Какие могут быть дипфейки. 23.09.2023. – URL:

<https://itspeaker.ru/news/govoryashchie-golovy-kakimi-byvayut-dipfeyki-/> (дата обращения: 30.03.2024). – Текст : электронный.

6. **Паркин, А.** Человек-подделка: какие бывают дипфейки лиц и как их детектировать. 06.12.2023. – URL:

[https://habr.com/ru/companies/ru\\_mts/articles/778824/](https://habr.com/ru/companies/ru_mts/articles/778824/) (дата обращения: 31.04.2024). – Текст : электронный.

7. Ньютон вместо преподавателя: польза и опасность дипфейков. – URL: <https://lala.lanbook.com/nyuton-vmesto-prepodavatelya-polza-i-opasnost-dipfejkov/> (дата обращения: 17.03.2024). – Текст : электронный.

## СММ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

А. Я. Белова, О. В. Фоменко

*Статья посвящена необходимости использования СММ-деятельности в эпоху активного развития информационных технологий. В статье автор даёт определение СММ-деятельности, освещает её цели и задачи, рассказывает об СММ-стратегии и её этапах, а также показывает примеры недостатков организаций, которые возможно исправить вводом СММ-деятельности и плюсы её использования в качестве продвижения своих услуг в Интернете.*

**Ключевые слова:** организация, СММ-деятельность, продвижение, услуги, социальные сети, Интернет.

## SMM AS A TOOL FOR PROMOTING SERVICES ON THE INTERNET

A. Ya. Belova, O. V. Fomenko

*The article is devoted to the need to use SMM activities in the era of active development of information technologies. In the article, the author defines SMM activities, highlights its goals and objectives, talks about the SMM strategy and its stages, and also shows examples of shortcomings of organizations that can be corrected by introducing SMM activities and the advantages of using it as a promotion of their services on the Internet.*

**Keywords:** organization, SMM activity, promotion, services, social networks, Internet.

В настоящее время Интернет и социальные сети занимают большую роль в жизни людей, ведь в современном мире без Интернета никуда: общение, обучение, развлечение, юмор, игры, полезные книги (сайты) - всё находится здесь. В сфере бизнеса наблюдается такая же тенденция - компании активно начинают переходить на Интернет-площадки и социальные сети, в данном случае, выступают не только в качестве мессенджеров для общения, но и как рабочий инструмент для продвижения своих услуг.

SMM (social media marketing) - это форма маркетинга в цифровой среде, механизмы и инструменты которого используются в социальных сетях по всему миру для привлечения аудитории и клиентов. Автор пособия «СММ. Практическое руководство» Татьяна Ефимова даёт свое

определение этому термину: «СММ (англ. Social Media Marketing) – маркетинг в социальных сетях, комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний или бренда и решения других бизнес-задач» [2]. Основная цель заключается в том, чтобы привлечь новых клиентов, удержать уже существующих, а также создать позитивную репутацию организации, а также привлечения совершенно новой аудитории, повышение узнаваемости организации, продвижение её услуг с возможностью увеличения прибыли, а также на создание устойчивого положения организации среди конкурентов [3].

Обычно компании, которые не ведут свою деятельность в социальных сетях, считают подозрительными, так как в настоящее время потенциальные клиенты,



Рис. 1. Этапы создания СММ-стратегии

перед тем как сделать заказ или обратиться за услугой в выбранную организацию, проверяют информацию о ней в сети Интернет и читают отзывы от других пользователей. Исходя из этого можно сделать вывод, что ведение социальных сетей в Интернете является не только отличным способом для продвижения своих услуг, но и неким гарантом того, что услуга будет оказана качественно, что существенно поднимает процент доверия как к сотрудникам организации, так и к ней самой.

Огромное число пользователей в различных социальных сетях, а по данным «Digital 2023» их число на январь 2023 года составило 106,0 млн. (73,3% от общей численности населения) [6], позволяет назвать данную тему статьи, а также внедрение социальных сетей в свой бизнес в качестве продвижения предоставляемых услуг в сети Интернет, актуальным.

Наиболее эффективным методом сбыта потребительских услуг являются социальные сети. Маркетинг в социальных сетях - новый инструмент продвижения, который с каждым годом растёт и продолжает охватывать новую аудиторию. Стратегия в интернет-маркетинге у каждой организации своя, но строиться она должна всегда на основе: целевой аудитории, анализе конкурентов, целях конкретной организации и веб-аналитики.

СММ реализует такие задачи, как ли-

догенерация или, проще говоря, прямые продажи, увеличение узнаваемости организации или её услуг, отслеживание и реагирование на упоминания в сети, увеличение продаж, повышения трафика на сайт из различных социальных сетей (для большего охвата потенциальных клиентов), количество отзывов.

СММ-стратегия - это план действий, который разрабатывает организация для того, чтобы эффективно использовать социальные сети в своих бизнес-целях и воплотить в реальность намеченные результаты. Выше упоминалось о том, что для каждой организации СММ-стратегия выработывается индивидуально, но примерные этапы её составления можно рассмотреть на рисунке 1.

**Первый этап** в создании СММ-стратегии - определение целей и задач. Чтобы правильно поставить цели и задачи, необходимо прибегнуть к технике SMART, которая расшифровывается как: S - specific, M - measurable, A - achievable, R - relevant, T - time-bound. Согласно этой технике, цель должна быть:

1. Конкретной.

Мало написать «хотим много подписчиков», необходимо конкретизировать цель. Правильной формулировкой может быть «Повышение узнаваемости организации среди конкурентов» или «Привлечение новой аудитории и увеличение продаж»

## 2. Измеримой.

Необходимо всё уточнять: сколько людей должно подписаться на ваши социальные сети, на сколько процентов должна подняться прибыль с помощью продвижения в сети Интернет и т.д.

## 3. Достижимой.

Цель обязательно должна быть реальной и осуществимой. Пример постановки может быть таким: «повысить прибыль до 1 млн. рублей в месяц» или «набрать 10 000 подписчиков в социальной сети»

## 4. Актуальной.

Цель должна соотноситься с глобальными планами организации и помогать в их осуществлении. Например, «найти 10 инфлюенсеров и приобрести у них рекламу».

## 5. Ограниченной по времени.

Необходимо установить конкретные сроки, по которым можно было бы сделать вывод, правильную стратегию вы выбрали или нет. Например, постановка такой цели может звучать так: «подготовить годовой отчёт наблюдения до 31 декабря 2024 года» или «к январю 2025 года иметь в социальных сетях минимум 15 000 подписчиков»

**Вторым этапом** является определение целевой аудитории организации.

Целевая аудитория - это группа людей, которая заинтересована или может заинтересоваться услугой организации. Как показывает практика, 75% стратегий являются преднамеренными и ориентированными на определенное местоположение, возрастную категорию и пол пользователей социальных сетей - это и определяет конкретную целевую аудиторию у конкретной организации [4]. Чтобы организации определить свою целевую аудиторию, можно воспользоваться следующими методами:

### 1. Исследовать рынок.

2. Провести анализ имеющихся данных.

### 3. Провести исследование.

### 4. Проанализировать активность ауди-

тории в сети.

Проанализировав целевую аудиторию организации и обозначив её цели, можно переходить к **третьему этапу** - выбору социальной сети. Для этого стоит рассмотреть следующие факторы:

- разбивка целевой аудитории по социальным, демографическим и иным признакам;

- популярность социальной сети среди выявленной целевой аудитории;

- цели социальной сети (например, стратегическая цель «VKontakte» - создавать сервисы, которые сделают жизнь людей комфортнее, удобнее и безопаснее, а также помогают обществу, бизнесу и государству в цифровой трансформации) [7];

- уровень вовлечённости аудитории;

- наличие инструментов, которые можно использовать для реализации B2C-маркетинга (business-to-consumer «бизнес для потребителей»).

После выбора социальной сети необходимо создать контент - **этап четыре**. На этом этапе начинается создание с нуля сообщества/канала, его визуальное оформление, а также прописывается подробный контент-план (срок, на который составляется подробный КП может варьироваться в зависимости от различных факторов).

Контент-план - это график публикаций контента, в котором указаны ключевые моменты, которые должны быть реализованы, в том числе и способы продвижения. Контент в социальных медиа представляет собой информацию, которую пользователи публикуют и потребляют. Это может быть любой вид материала: текстовые посты, фотографии, видеоролики, подкасты, графика, мемы и даже эмодзи. Контент играет ключевую роль в привлечении и удержании аудитории, а также в формировании имиджа организации [1].

После того, как четвертый этап завершён, можно приступать к **пятому** - реализации. На этом этапе весь производится

активный постинг, заранее запланированного, контента, набор подписчиков и их проявление активности. С момента реализации должно пройти достаточное время, чтобы можно было судить об эффективность стратегической цели. Обычно, результат становится явным через 2-3 месяца, а у каких-то организациях даже раньше.

**Шестой этап** - наблюдение за процессом и оценка пользования социальной сети. В зависимости от того, как происходит процесс и устраивает ли организацию результат - его можно корректировать. Например, если не нравится приход подписчиков, необходимо найти новый способ продвижения в выбранной социальной сети и внедрить его в действующий контент-план.

Завершающий этап заключается в регулировании всех процессов. На этом этапе проводится подробный анализ проведенной работы и её результатов. Именно на этом этапе можно выявить, какие цели были достигнуты, а какие нет, найти причину отсутствия желаемого результата и внести корректировки в контент-план. А далее организация ставит новые цели и все этапы производятся заново.

Эффективность СММ-деятельности определяют такими показателями, как продажи, охват, трафик на продающий сайт, транзакционный комментарий, CTR. CTR (Click-Through Rate или «кликабельность») - это маркетинговый показатель, который отражает, какая доля пользователей, из всех увидевших объявление, кликнула по нему [5].

$$CTR = \frac{\text{количество кликов}}{\text{количество показов}} \times 100\% \quad (1)$$

Например, если баннер на поисковой площадке показали 100 000 раз, а кликнули по нему 250 раз, то  $CTR = 250/100\ 000 \times 100\% = 0,25\%$

Со временем, для большей эффектив-

ности СММ необходимо привлекать новые социальные платформы, организовывать продвижение услуг через «сарафанное радио», сотрудничать с инфлюенсерами и другими организациями на бартерных условиях, оптимизировать публикацию контента во всех социальных сетях и онлайн-платформах, используя специальные приложения для автопостинга. Также не мало важно оперативно реагировать на изменяющиеся тренды, давать ответы на новые тренды, проводить постоянный мониторинг пользовательских предпочтений. Таким образом, создание СММ-стратегии для продвижения на рынке является достаточно сложным процессом, который может быть отягощён максимальным влиянием внешних факторов.

Существует множество недостатков, которые решает СММ-деятельность, упущение которой в организациях доставляет им «вред», перекрывая новые возможности. Но можно выделить основные:

- переизбыток предложений. В настоящее время люди пересыщены всеми возможными навязчивыми предложениями и у них редко возникают острые потребности купить предложенный продукт или услугу, а в социальных сетях никто ничего не навязывает и не продаёт «в лоб», организация выстраивает отношения с людьми, узнаёт своего потенциального клиента и выстраивает предложение под него;

- кризис доверия. Современное общество, прежде чем что-то купить или обратиться к кому-то за услугой, первым делом проверяют всё в сети Интернет и, если информации об организации там нет, то выглядит это подозрительно и в 90% случаев, потенциальный клиент выберет конкурентов данной организации. А СММ даёт успешно и эффективно устранить данную проблему;

- «холодные» заявки. Если человек взял номер у вашей организации и не перезвонил, можно считать, что вы его поте-

ряли. Да, возможно он был заинтересован в ваших услугах, но потом передумал или вовсе забыл о вас. СММ - это долгоиграющий инструмент с положительным конечным результатом. Социальные сети медленно и верно «прогревают» аудиторию, шаг за шагом подталкивая её приобрести у вас услугу. Помимо этого, при самой продаже у организации появляется шанс пообщаться с клиентом, узнать получше о его потребностях и вывести максимально релевантное предложение, от которого сложно будет отказаться;

- стоимость рекламы. Ни для кого не секрет, что реклама в социальных сетях стоит в 3-5-10 раз меньше, нежели чем в других местах. Поэтому СММ открывает возможность продвигаться не только на выгодных условиях, но и даёт возможность развивать малый бизнес в России.

Таким образом, современная практика

показывает, что использование СММ-деятельности необходима абсолютно любой организации и сыграет ей на пользу: повысит узнаваемость среди конкурентов, охватит все сферы с потенциальными клиентами, улучшит финансовое положение, сможет повысить доверие к своей деятельности у потенциальных клиентов и узнать свою целевую аудиторию поближе.

Очевидно, что даже в сложившиеся политические и экономические проблемы в мире, социальные сети продолжают своё активное развитие, оказывают большое влияние на общественность и вносят немалый вклад в развитие бизнеса любого масштаба. Поэтому для расширения занимаемого сегмента рынка и укрепления своей позиции среди конкурентов, организациям придётся внедрять и расширять масштабы использования СММ-деятельности в своей маркетинговой политике.

### Цитированная литература

1. **Демиденко, А.** SMM: Шаг за шагом – от новичка до гуру / А. Демиденко. - Москва : Автор, 2023 г. – Текст : непосредственный.
2. **Ефимова, Т.** SMM. Практическое руководство / Т. Ефимова. - Москва : Издательские решения, 2023 г. – 20 с. – Текст : непосредственный.
3. **Шарифьянов, Д.** SMM-маркетинг с нуля. Инструменты и направления интернет-маркетинга в социальных сетях / Д. Шарифьянов. – Москва : Издательские решения, 2023 г. – 84 с. – Текст : непосредственный.
4. Adkins Leo. Effects of Social Media Marketing on Global Economy. - URL: <https://www.sundayvision.co.ug/effect-of-social-media-marketing-on-global-economy/> (дата обращения: 10.10.2024). – Текст : электронный.
5. Click-Through Rate (CTR)| Definition, Formula, and Factors affecting CTR - URL: <https://www.geeksforgeeks.org/click-through-rate-ctr-definition-formula-and-factors-affecting-ctr/> (дата обращения: 16.10.2024). – Текст : электронный.
6. Digital 2023: статистика аудитории интернета и социальных сетей. - URL: <https://www.prstudent.ru/research/digital-2023-statistika-auditorii-interneta-i-socsetej-v-rossii> (дата обращения: 15.10.2024). – Текст : электронный.
7. Устойчивое развитие (ESG). - URL: <https://vk.company/ru/esg/> (дата обращения: 13.10.2024). – Текст : электронный.

## ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ПОЭЗИИ: СОЗДАНИЕ И ПЕРЕВОД

В. С. Богатов, И. В. Лещик, В. П. Павлючук

*В данной статье анализируются способности человека и искусственного интеллекта в области написания и перевода поэтических текстов. Этим способностям даётся оценка на основе соблюдения обеими сторонами базовых критериев, определяющих стихотворную форму произведения. Исходным языком написания и перевода в рамках статьи является английский язык. Актуальность темы обусловлена всесторонним развитием генеративного искусственного интеллекта и его популяризацией в течение последних лет.*

**Ключевые слова:** поэзия, английский язык, искусственный интеллект, ChatGPT, перевод, стихосложение.

## ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN POETRY: CREATION AND TRANSLATION

V. S. Bogatov, I. V. Leshchik, V. P. Pavlyuchuk

*This article analyzes the abilities of humans and artificial intelligence in the field of writing and translating poetic texts. These abilities are assessed on the basis of compliance by both parties with the basic criteria that determine the poetic form of the work. The original language of writing and translation within the article is English. The relevance of the topic is due to the comprehensive development of generative artificial intelligence and its popularization over recent years.*

**Keywords:** poetry, English, artificial intelligence, ChatGPT, translation, versification.

В последние 2 года генеративный искусственный интеллект приобрёл широкую известность среди пользователей Интернета. Различные модели способны создавать изображения и текст на основе индивидуального запроса пользователя.

В средствах массовой информации начинают возлагать надежды на то, что именно во время третьей декады двадцать первого века произойдут решающие изменения, в ходе которых нейросети заменят человека во многих областях его деятельности. В том числе это касается таких аспектов, как создание и перевод поэзии. В связи с этим, в данном исследовании будет произведена проверка двух утверждений:

1. Искусственный интеллект способен писать поэтические тексты, не сби-

ваясь с ритма, размера и стопы, на одном уровне с человеком.

2. Искусственный интеллект способен переводить поэтические тексты, сохраняя все аспекты стихосложения – ритм, размер и стопу.

Перевод поэзии, стремящийся к идеалу, сопровождается сохранением параметров оригинального стиха. Эта особенность значительно отличает перевод поэзии от перевода прозы, делая его более строгим и инвариабельным.

Несмотря на вышесказанное, в практике поэтических переводов известны случаи, когда с целью адаптации иностранного стихотворения при переводе менялся его размер. Так, стихотворение Р.Л. Стивенсона «Ветер» в оригинале было написа-

но ямбом, однако при переводе С. Гроссом метром был выбран амфибрахий, это создавало более плавный ритм текста [1].

Любой поэтический текст имеет свои метр, стопу и ритм. На протяжении всего стихотворения эти параметры фиксированы, однако, существуют исключения, связанные с особым стилистическим контекстом, или с принадлежностью поэти-

ческого произведения к белому стиху, где указанные характеристики могут меняться от строфы к строфе.

Выбранной модели (ChatGPT-3.5) была дана задача написать стихотворение на английском языке и впоследствии перевести его на русский язык. Впоследствии оно было откорректировано нами с целью достижения ритмического благозвучия.

Таблица 1.

Вариант нейросети	Вариант исследователей
In vain she stands, a queen so grand, Her gaze like fire, her words demand, Yet beneath her crown of pride, Lies a heart that cannot abide.	In vain she stands, a queen so grand, Her gaze like fire, her words demand, Yet beneath her crown of pride, Lies a heart that cannot abide.
Her love, a tale of fleeting grace, A mask concealing shallow space, For every glance, a subtle lie, That whispers love, yet lets it die.	Her love, a tale of fleeting grace, A mask concealing shallow space, For every glance, a subtle lie, That whispers love, yet lets it die.
Her praises sung in grandiose tone, Yet deeper doubts within me groan, For her affection, a fragile veil, That hides the truth of love's travail.	Her praises sung in grandiose tone, Yet deeper doubts within me groan, For her affection, a fragile veil, That hides the truth of love's travail.
I told my father of her charm, But doubts within began to swarm, For he had seen through her facade, And whispered truths that left me awed.	I told my father of her charm, But doubts within began to swarm, For he had seen through her facade, And whispered truths that left me awed.
Recalling moments, petty fights, Where she reveled in her rights, And dismissed my love with careless scorn, Leaving my heart battered and worn.	Recalling moments, petty fights, Where she reveled in her rights, And dismissed my love with careless scorn, Leaving my heart battered and worn.
So now I stand, with love unbound, No longer by her pride spellbound, For in her arrogance, I see, A love that was never meant to be.	So now I stand, with love unbound, No longer by her pride spellbound, For in her arrogance, I see, A love that was never meant to be.

Нами был проведен анализ данного стихотворения, направленный на то, чтобы установить ритм, размер и стопу.

Оригинальное стихотворение состоит из шести четверостиший, размер стопы - двусложный, текст представляет собой четырёхстопный ямб. В первой, третьей, пятой и шестой строфах ритм произвольно меняется, чередование ударных и безударных слогов сбивается, в результате чего, такие строки уже нельзя отнести к четы-

рёхстопному ямбу. Перевод, выполненный нейросетью, состоит из пяти четверостиший, в сообщении ChatGPT упустил четвертое.

Таким образом, нейросеть справилась с задачей создания полноценного произведения, имеющего смысловую нагрузку. Тем не менее, были обнаружены и недочёты. Были замечены как грамматические ошибки (That hides the truth of love's travail), так и недостаточное раскрытие смысла («Lies

a heart that cannot abide»).

После того, как нейросеть сгенерировала оригинальный поэтический текст, перед ней была поставлена следующая задача - выполнить перевод с сохранени-

ем ритма, размера и стопы. Впоследствии, для сравнения, нами был также предложен перевод, с сохранением всех аспектов стихосложения.

Таблица 2.

Вариант нейросети	Вариант исследователей
<p>Тщетно величаво она стоит, Глаза горят, слова звучат, Но под короной гордыни её Сердце не в силах сдержать страх.</p> <p>Её любовь — лишь мимолётный блеск, Маска, что пустоту таит, В каждом слове — тонкая ложь, Что шепчет любовь, но не даёт выйти.</p> <p>Восхвала каскад слов разноцветных, И всё глубже во мне сомнений гнёт, Ведь он проник через фасад величия И правду произнёс, оставив в ужасе.</p> <p>Пустьяковый спор, мгновенье суеты, Где радость лишь в собственных правах, И отбрасывала любовь мою с презрением, Сердце оставив на раны и в смятенье.</p> <p>И я стою, свободен теперь от неё, Её гордыней уже не окован, Ведь в её высокомерии, как я вижу, Любви никогда не было дороги.</p>	<p>Надменно поднята глава - Глаза горят, твердит слова. И под тщеславия венком, Отвергнув, сердце спит тайком.</p> <p>Её любви рассказ - лишь миг И скрыт пустой за маской лик И взгляд её обман таит, Что про любовь зря говорит.</p> <p>О ней воспеты песни в тон. Во мне звучит сомнений стон, Коль страсть её - хрупка вуаль - Что утаит любви печаль.</p> <p>О ней отцу я рассказал, Чем гул сомнений лишь поднял. Её насквозь увидел он, И правдой был я отчужден.</p> <p>Я вспомнил дни из мелких ссор - Довольна правотой - тех пор. Её презренный взгляд меня, - Разбил, измучил, брошен я.</p> <p>Любви теперь не пленник я, Не манит спесь её меня! И по тому, как та горда Узнал - не быть - любви судьба!</p>

Подводя итог, следует сказать, что, адекватный перевод поэзии пока что не под силу ИИ. Допускаются грамматические ошибки, нарушается ритм, размер и стопа оригинального произведения. Перевод искусственного интеллекта достаточно волен в отношении этих параметров стихосложения, они расставляются произвольно.

Обобщая всю проделанную работу и полученные результаты, можно подвести итог, состоящий из следующих пунктов:

### Цитированная литература

1. **Рожкова, Н. А.** Особенности стихотворной системы английского и русского языка (на материале двух стихотворений Р. Л. Стивенсона и их переводов) // Языкознание и литературоведение. 2014 г. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-stihotvornoj-sistemy-angliyskogo-i-russkogo-yazyka-na-materiale-dvuh-stihotvorenij-r-l-stivenzona-i-ih-perevodov> (дата обращения: 20.03.2024). – Текст : электронный.

1. На сегодняшний день генеративный искусственный интеллект не способен создавать поэтические тексты с соблюдением ритма, размера и стопы на протяжении всего произведения;

2. На сегодняшний день генеративный искусственный интеллект не способен переводить поэтические тексты, сохраняя все аспекты стихосложения - ритм, размер и стопу.

2. **Антонов, Ю. С.** Занимательное стихосложение // Наука и техника в Якутии. 2018 г. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zanimatelnoe-stihoslozhenie> (дата обращения: 20.03.2024). – Текст : электронный.
  3. **Козленко, Э. С.** Метрика и ритмика английского стиха XX века // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2016 г. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metrika-i-ritmika-angliyskogo-stiha-xx-veka> (дата обращения: 20.03.2024). – Текст : электронный.
  4. **Мифтахова, Р. Г., Морозкина, Е. А.** Машинный перевод. Нейроперевод // Вестник Башкирск. ун-та. 2019 г. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mashinnyu-perevod-neuroperevod> (дата обращения: 20.03.2024). – Текст : электронный.
  5. **Гусев, Ю. П.** Переводимость и неперевоимость поэзии (С привлечением венгерского материала) // Художественный перевод и его роль в литературном процессе Центральной и Юго-Восточной Европы. 2016 г. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perevodimost-i-neperevodimost-poezii-s-privlecheniem-vengerskogo-materiala> (дата обращения: 20.03.2024). – Текст : электронный.
  6. **Орехов, Б. В.** Силлабо-тонический стих А. Башлачёва // Русская рок-поэзия: текст и контекст. 2021 г. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sillabo-tonicheskiy-stih-a-bashlachyova> (дата обращения: 20.03.2024). – Текст : электронный.
  7. **Бейтуганова, Ф. С.** Метрический анализ поэзии Бетала Куашева: специфика освоения силлабо-тонических размеров в творчестве поэта // Известия КБНЦ РАН. 2023. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metricheskiy-analiz-poezii-betala-kuasheva-spetsifika-osvoeniya-sillabo-tonicheskikh-razmerov-v-tvorchestve-poeta> (дата обращения: 17.06.2024). – Текст : электронный.
-

## ГЛОБАЛЬНЫЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОСТИ

Ю. И. Валова, В. Е. Качура

*В данной статье рассматриваются глобальные экологические проблемы в современном мире. Из дня в день экология является ключевой проблемой для всего человечества. В статье предложены решения для предотвращения глобальной угрозы экологии.*

**Ключевые слова:** экология, окружающая среда, экологические проблемы, решение проблем.

## GLOBAL ENVIRONMENTAL PROBLEMS OF MODERNITY

*Yu. I. Valova, V. E. Kachura*

*This article examines global environmental problems in the modern world. Day after day, ecology is a key problem for all of humanity. The article offers solutions to prevent a global threat to ecology.*

**Keywords:** ecology, environment, environmental problems, problem solving.

Развитие цивилизации современного мира не стоит на месте, в связи с чем стремительно меняется и техническая общественная осведомленность. Вовлечение нашей страны в мировые глобализационные процессы привело к тому, что стратегические для России отрасли, такие как аэрокосмический комплекс, производство военной техники и вооружений, самолетостроение, маиностроение, судостроение, станкостроение и прочие, испытывают сильнейшее давление со стороны зарубежных конкурентов [1, 2]. Необходимость развития предприятий и организаций для таких отраслей народного хозяйства совершенно очевидна, но новые возможности и технологии пагубно влияют на окружающую среду, из-за чего начинают появляться экологические проблемы [1, 2].

Экологическая обстановка изменяется в мире в худшую сторону, она, как никогда, является неблагоприятной. Вот одни из основных глобальных экологических проблем современности: вырубка лесов, проблемы отходов, загрязнение мирового

океана, загрязнение почвы, а также загрязнение атмосферного воздуха и др. [3].

Ежегодно в современном мире моря и океаны загрязняются из-за отходов химической продукции. Такие отходы загрязняют не только воду, но и почву. Недостаточное количество сооружений, которые могут прочистить воду, ведут к недостатку безопасной питьевой воды. А также за этим идет вымирание экосистемы и различных видов животных, что тоже является важным ресурсом для всего человечества [4].

Засорение почвы выхлопными газами, промышленными объектами и отходами от них постепенно будет приводить к негативным последствиям для человечества, ведь почва является одним из основных источников добывания пищевых продуктов, а качество еды из-за этой проблемы заметно ухудшается и наносит вред здоровью. Поэтому негативные экологические изменения оказывают влияние на качество трудовых ресурсов, как основного бизнес-элемента любой компании [5, с.41].

Серьезной проблемой также являет-

ся переработка отходов, так как некоторые разновидности мусора тяжело разлагаются или не могут разлагаться вовсе. Это ведет к вредным выбросам в атмосферу, что наносит ущерб окружающей среде.

Ежегодно вырубается огромное количество гектаров леса, а лес немаловажен для атмосферы земли. Лес насыщает атмосферу кислородом и содействует круговороту воды [6].

Еще одной проблемой при разработке и реализации единой государственной экологической политики в Российской Федерации является правовой нигилизм, массовое пренебрежение законом, с одной стороны, и в то же время растущая вера в новые природоохранные законы, с помощью которых могут решаться насущные вопросы охраны окружающей среды и экологической безопасности. Отчасти это обусловлено недостаточной эффективностью ведения управленческой деятельности и наличием коррупции [7, с.30].

Значительное воздействие общества в современном мире на окружающую среду влечет за собой неблагоприятные последствия для всего окружающего мира. Если человечество будет пренебрегать защитой окружающей среды, то экологическая проблема будет только нарастать, а значит будет расти заболеваемость в мире, смертность и низкая рождаемость. Поэтому данный вопрос экологических проблем должен незамедлительно решаться, чтобы избежать отрицательные последствия. Ведь будущее человечества зависит от самих людей и от их действий.

Для устранения экологических проблем необходимо большое количество изменений и усилий для улучшения ситуации в мире. Например, для устранения проблем отходов можно их разделять на пластик, бумагу и пищевые отходы. Этот метод уже вводят во многих странах, но, к сожалению, зачастую происходит так, что люди, не разбираясь, скидывают мусор в

любой из отсеков. Если более внимательно подходить к этому делу, понимая все последствия, то можно действительно добиться успеха в данной отрасли.

Для борьбы с вырубкой лесов можно распространить систему учета и надзора в данной сфере. Можно увеличить количество посаженных деревьев, создать лесные заповедные территории и принять меры для снижения лесных пожаров. Лесные пожары не всегда происходят по вине людей, но часто случается так, что из-за халатности человечества происходят подобные ситуации. Поэтому обществу важно быть ответственным, чтобы минимизировать процент случаев пожаров в лесу и уменьшить данную экологическую проблему.

Добиться снижения проблемы с загрязнением воды можно с мероприятиями по ее очищению от мусора, установлением фильтров для очистки воды, снижением выбросов фирм с использованием современных безотходных разработок.

Чтобы избежать загрязнения атмосферного воздуха можно перейти на экологически безвредный транспорт, применять экологически безопасные источники энергии, а также разработать и внедрить очистные фильтры.

Для уменьшения загрязнения почвы можно перестать использовать химические удобрения и перейти на натуральные и сокращать небезопасные отходы.

К счастью, отечественные бизнес-элиты все чаще демонстрируют готовность соблюдать ранее достигнутые с властями договоренности в экологической сфере. Федеральный центр и региональные власти последовательно работают по укреплению органов экологического контроля [8, с.22].

Таким образом, экологическая проблема в современном мире действительно является ключевой и решать ее нужно для предотвращения экологической угрозы. Для ее разрешения нужно начать с

поступков людей и осознания своих действий. Ведь именно человек своими действиями наносит большой ущерб окружающей среде. Понимая последствия своих поступков и разрушительных поступков относительно окружающей среды, человек может минимизировать вред для планеты и изменить ситуацию к лучшему.

### Цитированная литература

1. **Желтенков, А. В.** Формирование и развитие структур управления промышленных организаций и предприятий сетевого типа / А. В. Желтенков, О. В. Сюзева // *Сервис в России и за рубежом.* – 2016. – Т. 10, № 5(66). – С. 21-30. – Текст : непосредственный.
2. **Желтенков, А. В.** Проблемы управления программами развития предприятий промышленного типа / А. В. Желтенков, С. А. Рябиченко, О. В. Сюзева // *Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика.* – 2019. – № 3. – С. 69-75. - Текст : непосредственный.
3. **Горелов, А. А.** Экология: Учеб. пособие. – Москва : Центр, 1998. – 238 с. Текст : непосредственный.
4. **Арзамасцева, А. П.** Основы экологии и охраны природы: учебник / Под ред. А. П. Арзамасцева. – Москва : ОАО «Издательство «Медицина», 2008. – 416 с. - Текст : непосредственный.
5. **Дегтярева, О. С.** Трудовые ресурсы как бизнес-элемент компании: подходы к анализу и оценке / О. С. Дегтярева, А. И. Семенов // *Проблемы антикризисного управления и экономики регионов (ПАУЭР-2020) : Материалы VI Международной научно-практической конференции, Новосибирск, 28 января 2021 года.* – Новосибирск: Сибирский государственный университет путей сообщения, 2021. – С. 41-44. – Текст : непосредственный.
6. **Денисов, В. В.** Экология города / В. В. Денисов. – М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2008. – 832 с. – Текст : непосредственный.
7. **Валова, Ю. И.** Антикоррупционная деятельность в России и рубежом. Инновационная экономика и современный менеджмент. 2021. - № 1 (32). - С. 30-34. – Текст : непосредственный.
8. **Крупнов, Ю. А.** Государство и бизнес. Научное монографическое исследование. Москва : Изд-во МГОУ, 2010. - 508 с. – Текст : непосредственный.

## МОДЕЛИРОВАНИЕ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В СФЕРЕ ТЕПЛОЭНЕРГЕТИКИ

Ю. И. Валова, М. Е. Русак

*В статье систематизированы технико-экономические данные по сельским котельным малой мощности, выбрана схема и приоритетные направления по внедрению программы энергосбережения в коммунальную теплоэнергетику. Рассмотрены основные методы регулирования тарифов в сфере теплоснабжения. Освещены основные проблемы, связанные с выдачей кредитов банками компаниям теплоэнергетического комплекса.*

**Ключевые слова:** энергоэффективность, коммунальная теплоэнергетика, тариф, естественная монополия, инвестиции.

## MODELING OF FINANCIAL AND ECONOMIC ACTIVITIES OF THE ORGANIZATION IN THE SPHERE OF HEAT POWER ENGINEERING

Yu. I. Valova, M. E. Rusak

*Technical and economic data on rural low-power boiler houses are systematized and a scheme and priority areas for the implementation of an energy saving program in municipal heat power engineering are selected. The main methods of tariff regulation in the heat supply sector are considered. The main problems associated with the issuance of loans by banks to companies in the heat power complex are highlighted.*

**Keywords:** energy efficiency, municipal heat power engineering, rate, natural monopoly, investments.

Примерно с конца прошлого века по причине смены политического строя в некоторых странах стали происходить изменения в отраслях, которые являются собственностью государства и составляют так называемый сектор естественной монополии. Отрасли включают в себя транспортировку природного газа, электроэнергетику (включая железнодорожные перевозки), связь и коммунальную теплоэнергетику.[1]

При этом теплоэнергетическая отрасль находилась в плачевном состоянии: высокая степень износа основных средств, которые срочно требуют ремонта или замены, низкая энергетическая эффективность оборудования, ценообразующая модель полностью отсутствует, ограничение

политики сокращения издержек, отсутствие управления отраслью (более 90% теплоснабжающих организаций являются унитарными предприятиями или акционерными обществами со 100% пакетом акций, принадлежащих администрации муниципального образования). Отчасти это обусловлено недостаточной эффективностью ведения управленческой деятельности и наличием коррупции [2, с.30].

Одним из решений проблем теплоэнергетической отрасли может являться разработка финансово-экономической модели деятельности организации с целью успешной работы и занятия устойчивого места на рынке.

В отечественной экономической науке

практически не представлена комплексная стратегия развития коммунальной теплоэнергетической отрасли, направленная на решение ключевых задач устойчивого развития отрасли в целом, так и конкретных предприятий. Проводимые реформы коммунальной сферы смогли внести изменения в теплоснабжающую сферу только частично.

Основные проблемы коммунального теплоснабжения, которые непосредственно влияют на финансово-экономические показатели организации в целом:

1. Моральный износ оборудования, сниженные резервные мощности способствуют возникновению проблем, которые требуют внедрение инвестиций в коммунальную теплоэнергетику на одно из первых мест.

2. Инвестиционная стратегия развития данной сферы кроме внедрения стратегических решений на микроуровне, должна учитывать и задачи, связанные с развитием всего теплоэнергетического комплекса.

3. Первопричина проблем развития отрасли - устаревание оборудования и выбытие основных фондов, отсутствие узлов учета измерений отпущенной тепловой энергии, большие издержки, низкий уровень устанавливаемых тарифов и ограничение роста тарифа на тепловую энергию предельным индексом роста цен.

4. Источниками инвестирования в коммунальную теплоэнергетику в первую очередь можно считать: средства тарифного регулирования, кредитные ресурсы, собственные ресурсы энергетических предприятий (собственников), средства муниципальных бюджетов.

Основной доход компании осуществляется за счет поставки тепловой энергии потребителям, в свою очередь стоимость поставленной тепловой энергии определяется в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 22.10.2012 N 1075 (ред. от 28.03.2023) «О ценообразовании

в сфере теплоснабжения». Таким образом, регулирование тарифов осуществляется органами регулирования в соответствии с принципами, предусмотренными Федеральным законом «О теплоснабжении».

Существует четыре метода регулирования тарифов в сфере теплоснабжения:

- метод экономически обоснованных расходов (затрат);

- метод индексации установленных тарифов;

- метод обеспечения доходности инвестированного капитала;

- метод сравнения аналогов.[3]

Решение о выборе метода регулирования тарифов в сфере теплоснабжения принимается органом регулирования с учетом предложения теплоснабжающей организации, с приложением расчетов с обоснованием осуществляемых затрат для обоснования данного уровня тарифа.

Для разработки экономической модели реализации программы энергосбережения в части внедрения на предприятиях теплоэнергетического комплекса энергосберегающих технологий взята профессиональная программа «Инвестиционный анализ», разработанная ООО «Константа».

Указанная выше программа позволяет провести финансовый анализ эффективности инвестиционного проекта. В качестве переменных в моделях используются технико-экономические и финансовые показатели инвестиционного проекта, а также параметры, характеризующие внешнюю экономическую среду (характеристики рынков сбыта продукции, инфляции, ставки процентов по кредитам и т.д.). На основе этих моделей определяются потоки расходов и доходов, рассчитываются показатели эффективности инвестиционного проекта, строятся годовые балансы результатов производственной деятельности, а также проводится оценка имущественного и финансово-экономического состояния предприятия, что создает необходи-

ую информационную базу для принятия управленческих и финансовых решений в отношении проблемных вопросов и привлечение или осуществление инвестиций. [4, с.538]

При этом, оценка эффективности инвестиционных проектов, является неотъемлемым инструментом рыночной экономики, как правило, ключевыми вопросами являются следующие: рентабельность вложения средств в данный проект; сроки окупаемости инвестиций; степень и факторы риска, оказывающие определяющее влияние на результат.[5, с.51]. Наличие рисков не должно стать причиной отказа от инвестиционных проектов в рассматриваемой сфере. Вообще при реализации крупных проектов невозможно устранить все риски, и поэтому риск-менеджмент всегда находится в центре управленческой деятельности [6, с.92].

Данная программа позволяет рассчитать следующие экономические показатели:

- простой срок окупаемости проекта (срок за который чистая прибыль по проекту позволит вернуть финансовые вложения в проект);

- внутренняя норма доходности проекта (ставки процента дисконтирования, при которой чистый дисконтированный доход от проекта будет равен нулю);

- чистый денежный доход (чистая прибыль, сгенерированная проектом после покрытия всех инвестированных в него средств);

- чистый дисконтированный доход (показывает превышает ли текущая стоимость ожидаемых доходов расходов по проекту инвестиционные затраты по проекту и на сколько);

- индекс доходности.

Исключительной особенностью в этом случае является то, что теплоснабжающая организация, работающая в сельской местности, не получит кредит под рекон-

струкцию котельных, так как коэффициенты ликвидности по предприятию, как правило, ниже нормативных уровней, существующая дебиторская задолженность по предприятию выше допустимого процента и практически 90% из нее по банковским параметрам (свыше 90 дней) является просроченной. Средний срок окупаемости предлагаемого проекта свыше пяти лет, банки же не любят рассматривать проекты, сроки окупаемости которых превышают три года. Отсутствие и(или) низкая ликвидность имущества компаний, которое можно отдать в залог банку, как обеспечительную меру по запрашиваемому кредиту.

В то время как банки не учитывают при принятии решения о выдаче кредита теплоснабжающим организациям следующие положительные параметры, которых нет в прочих проектах, а в частности:

- вероятность реализации всей произведенной тепловой энергии приближается к 100%;

- процент недополучения выручки (неплатежей) стабилен и не превышает допустимую для банка величину;

- возврат вложенных инвестиционных ресурсов гарантирован инвестиционной составляющей в тарифе;

- реализация продукции (товара, услуги) по утвержденному тарифу, в который включены все нормативные затраты необходимые для стабильной работы системы, а также все налоговые выплаты;

- наличие низкой конкуренции (или полное ее отсутствие) в отдельно взятом населенном пункте;

- в силу климатических условий - стабильность реализации произведенного товара (услуги);

- реальная возможность расширения рынка (объемов реализации) – перспективное развитие муниципального образования.

В качестве примера был выбран проект модернизации генерирующего обо-

рудования сельской котельной малой мощности. Именно этот проект выбран не случайно, если в средних и крупных городских населенных пунктах «слабым местом» в тепловом хозяйстве в основном являются тепловые сети, которые требуют ремонта либо замены, то в малонаселенных сельских населенных пунктах при выборе мероприятий по реализации программы энергосбережения в части внедрения энергоэффективных технологий наибольший экономический эффект, получается от реконструкции котельного оборудования. В представленной работе будет рассмотрена реконструкция газовых котельных малой мощности, расположенных в сельских населенных пунктах.

В поселке X планируется установка котельной мощностью 4 МВт/ч (3,43 Гкал/ч), в поселке У – 6 МВт/ч (5,16 Гкал/ч). Установка данных котельных позволит привести технические потери тепловой энергии в генерации к нормативным, снизить энергоемкость производства тепловой энергии, сократить издержки производства, увеличить фондоотдачу, а в последствии снизить себестоимость производства тепловой энергии (тариф).

Теплоснабжающая организация получает финансовые средства - инвестиционную составляющую тарифа – разными долями в течение года в зависимости от объема реализации за период (месяц). Учитывая социальную составляющую коммунальной теплоэнергетики (реализацию населению в сельской местности составляет от 70 до 85% от общей реализации тепловой энергии) резкое повышение тарифа на тепловую энергию не допустимо, вследствие этого, как правило, затраты, необходимые на реализацию программы энергосбережения распределяют долями на весь планируемый период окупаемости проекта.

Размер инвестиционной составляющей определяется следующим образом:

общая сумма необходимых на реализацию программы инвестиций делится на плановый объем реализации тепловой энергии за весь срок реализации программы и добавляется расчетная величина налога на прибыль, полученная величина прибавляется к тарифу на тепловую энергию.

В нашем проекте плановый срок реализации программы равняется 60 месяцам или 5 годам. Открывается кредитная линия в банке или кредитной организации на пять лет в размере 91 млн. руб., с процентной ставкой – 19% годовых, с выплатой процентов один раз в 90 дней в конце периода, погашение тела основного долга осуществляется равными долями на протяжении всего периода кредитования.

Первый кредит в сумме 27,5 млн. руб. выдается банком в январе 2023 года и будет использован на проведение проектных работ и авансовых платежей по покупаемому оборудованию. Вторая сумма в размере 43,5 млн. руб. – в апреле 2023 года – полная оплата оборудования, третья сумма в размере 20,0 млн. руб. – оплата монтажных и пуско-наладочных работ.

Удорожание программы энергосбережения при варианте финансирования (кредит в банке) составит 135,30 млн. руб. – 91 млн. руб. = 44,30 млн. руб.

Таким образом, кредитная схема финансирования благоприятна для внедрения программы энергосбережения, рассчитанная внутренняя ставка доходности IRR составила 20,5%, простой срок окупаемости – 46,1 месяцев, дисконтированный срок окупаемости – 53,8 месяцев, индекс доходности – 1,21, чистый приведенный доход NPV - 2,1 млн. руб., но в тоже время предприятие на протяжении всего периода реализации программы находилось на грани нехватки денежных средств, сальдо денежных средств стремилось к нулю. При выборе именно этой схемы финансирования руководству предприятия необходимо понимать, что на протяжении пяти лет они

не смогут осуществлять какие-либо еще действия, кроме как погашения кредита, т.е. они будут сильно ограничены в своих действиях. Любые несвоевременные поступления финансовых средств (а в инфраструктурной отрасли это частое явление), грозят предприятию наращиванием кредиторской задолженности, штрафными санкциями и ухудшением кредитной истории, т.е. рассчитывать на дальнейшее долгосрочное кредитование предприятие уже не сможет.

При выборе схемы лизингового финансирования, ситуация была бы несколько иная. В начальном периоде платежи не обременительны для предприятия, погашение стоимости имущества начинается после того, как предприятие стабильно работает и получит первый эффект от внедрения энергосберегающих технологий. У предприятия на протяжении всего периода

реализации программы образуется запас финансовой прочности и ему не так страшны несвоевременные поступления финансовых средств.

Таким образом, используемый программный продукт не может рассчитать внутреннюю ставку доходности от вложений, так как эти вложения осуществляет лизинговая компания, но скорее всего он будет не ниже значения полученного по кредитной схеме финансирования. Какую схему финансирования выбрать будут решать руководители организаций и их финансовые консультанты, для каждого предприятия выбор будет свой. Но внедрение программы энергосбережения в части реконструкции сельских котельных имеет большой экономический эффект и способствует созданию культуры производства в коммунальной сфере.

#### Цитированная литература

1. Федеральный закон от 17 августа 1995 г. №147-ФЗ «О естественных монополиях» [Федер. Закон: принят Гос. Думой 19 июля 1995 г.]. - // Собрание законодательства РФ. 1995. - N 34 – ст. 3426. – Текст : непосредственный.
2. **Валова, Ю. И.** Антикоррупционная деятельность в России и рубежом // Инновационная экономика и современный менеджмент. - 2021. - № 1 (32). - С. 30-34. – Текст : непосредственный.
3. Федеральный закон от 27 июля 2010 г. №190-ФЗ «О теплоснабжении» [Федер. Закон: принят Гос. Думой 9 июля 2010 г.]. - // Собрание законодательства РФ. 2010. - N 31 – ст. 4159. – Текст : непосредственный.
4. **Файзуллина, А. А.** Исследование подходов комплексной оценки финансового состояния предприятия / А. А. Файзуллина // Молодой ученый. — 2016. — № 1. — с. 537–540. – Текст : непосредственный.
5. **Сайфуллин, А. И., Межова, А. Ю., Васильев, А. В.** и др. Стратегии устойчивого развития: экономические, юридические и социальные аспекты: монография; гл. ред. Астраханцева Е.А.; Казанский кооперативный институт (филиал) АНООВО ЦС РФ «Российский университет кооперации». – Чебоксары: Среда, 2022. – 172 с. – Текст : непосредственный.
6. **Krishtaleva T.I., Gureeva E.A., Kripakova L.A., Rykova I.N., Krupnov Y.A.** Risk-oriented approach to managing the social market economy. International Journal of Sociology and Social Policy. - 2020. - Vol. 41 No. ½. - P. 92-102. – Текст : непосредственный.

## ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Е. В. Варанкова, И. В. Толмачева

*Актуальность данного исследования обусловлена экономической значимостью цифрового маркетинга и необходимостью его внедрения во все бизнес-процессы предприятия для его устойчивого роста.*

*В данной научной работе будет выявлена роль цифрового маркетинга в трансформации современного предпринимательства. Основное внимание уделено способам, с помощью которых предприниматели могут повысить доходность, увеличить лояльность клиентов и сократить затраты, а также поддерживать финансовое состояние своих проектов. Приводятся примеры эффективного использования цифрового маркетинга в условиях меняющейся цифровой среды для улучшения конкурентоспособности и формирования долгосрочной экономической устойчивости на примере IT - компании «ChatPlace».*

**Ключевые слова:** цифровой маркетинг, «ChatPlace», контент-маркетинг, социальные сети, персонализация, целевая аудитория, омниканальные стратегии, видеомаркетинг.

## THE IMPACT OF DIGITAL MARKETING IN THE TRANSFORMATION OF MODERN ENTREPRENEURSHIP

E. V. Varankova, I. V. Tolmacheva

*The relevance of this study is due to the economic significance of digital marketing and the need for its implementation in all business processes of the enterprise for its sustainable growth.*

*This scientific work will identify the role of digital marketing in the transformation of modern entrepreneurship. The main attention is paid to the ways in which entrepreneurs can increase profitability, increase customer loyalty and reduce costs, as well as maintain the financial condition of their projects. Examples of the effective use of digital marketing in a changing digital environment to improve competitiveness and form long-term economic sustainability are given using the example of the IT company «ChatPlace».*

**Keywords:** digital marketing, «ChatPlace», content marketing, social networks, personalization, target audience, omnichannel strategies, video marketing.

Современное предпринимательство невозможно представить без цифрового маркетинга, который не только помогает взаимодействовать с целевой аудиторией и клиентами, но и становится одним из ключевых факторов экономической устойчивости предприятий. В условиях постоянно меняющегося цифрового рынка маркетинговые стратегии должны адаптироваться и использовать новые подходы, акцентировать внимание на продвижении в социальных сетях, внедрении видеоконтента и ом-

никанальных стратегий, персонализации, а также соблюдении этических принципов при распространении рекламных материалов. Эти аспекты не просто направлены на повышение эффективности маркетинговых кампаний - они играют решающую роль в формировании долгосрочной ценности бизнеса.

За время трансформации предпринимательства под влиянием цифровизации выделяют различные элементы цифрового маркетинга:

- **Социальные сети:** Работа с платформами для взаимодействия с аудиторией, повышения узнаваемости бренда и стимулирования продаж как главный и самый важный элемент продвижения на данный момент.

- **Контент-маркетинг:** Создание и распространение ценных и релевантных материалов (статьи, посты, видео и др.) для привлечения и удержания целевой аудитории в социальных сетях.

- **SEO (поисковая оптимизация):** Оптимизация веб-страниц для повышения видимости в результатах поиска. Включает работу с ключевыми словами, технической оптимизацией сайта и улучшением пользовательского опыта.

- **Email-маркетинг:** Рассылки на основе сегментирования и персонализации для привлечения потенциальных клиентов и стимулирования повторных покупок.

- **Influence маркетинг:** Сотрудничество с лидерами мнений и инфлюенсерами для продвижения бренда среди их аудиторий.

- **Веб-аналитика:** Сбор и анализ данных с веб-сайтов и приложений для оценки эффективности маркетинговых кампаний и улучшения решений на основе данных.

- **Мобильный маркетинг:** Стратегии, нацеленные на мобильных пользователей, такие как push-уведомления, мобильные приложения и оптимизация контента для мобильных устройств.

- **Краудсорсинг и UGC (пользовательский контент):** Сбор контента от пользователей для повышения вовлеченности и доверия.[1]

Данные элементы и многие другие способы используются комплексно маркетологами в настоящее время для успешного продвижения продуктов в цифровом мире. Учитывая конкурентное поведение предпринимателей при выходе на рынок важно исследовать аспекты, влияющие на масштабирование и экономическую устойчивость стартапов.

За анализ маркетинговой деятельности и объект исследования была взята компания «ChatPlace», удовлетворившая критериям поиска. Критериями объекта исследования выступило представление организации, которая способна была бы показать быстрый экономический рост в отрасли в сравнении с конкурентами, а также основой для такого взлета и развития послужил именно цифровой маркетинг. «ChatPlace» – это российская IT-компания, ведущая свою деятельность на рынке сервисов по автоматизациям в социальных сетях всего 2 года. У «ChatPlace» получилось за небольшой период времени выйти из состояния «стартапа» в состояние устойчивой организации, развивающейся за счет собственного роста и финансов, начиная с небольшого капитала и инвестиционных средств.[2, с.140]

«ChatPlace» – представляет собой сервис по продвижению в социальных сетях, предлагающий пользователям такие готовые механики как чат-боты, геймификация, реферальные системы и интегрированный ИИ. Благодаря настраиванию автоматизаций внутри платформы, пользователь может под свой бизнес-аккаунт создать нужную воронку для привлечения и удержания клиентов, а также повышении продаж. Компания прирастает каждый месяц на 15% постоянных пользователей (приблизительно 15 тысяч новых клиентов еже-

месячно), конвертирует их в покупателей собственных инфопродуктов, обеспечивая себе миллионные обороты, что позволяет ей масштабироваться на рынки Латинской и Северной Америки во многом благодаря успешным маркетинговым стратегиям.

Самым главным фактором успеха «ChatPlace» является продвижение в социальных сетях и поведенческая аналитика. Взаимодействие с целевой аудиторией в интернет пространстве оказывает сильное воздействие на решения потребителей, что повышает конверсию и привлекает новых клиентов. Этот канал делает рекламные инвестиции более эффективными, увеличивая их возврат (ROI).

«ChatPlace» и другие современные компании активно инвестируют в SMM (маркетинг в социальных сетях) и контент-маркетинг, создавая специализированные отделы для такого управления. В рамках этих стратегий используются такие элементы, как статьи, видеоконтент, и различные публикационные материалы. Удержание внимания аудитории становится все сложнее, особенно в видеоконтенте, где важны динамичность и продуманность сценария для поддержания интереса. Благодаря стратегическому использованию социальных платформ, у «ChatPlace» получилось не только увеличить узнаваемость, но и привлечь лояльных клиентов, что сильно снизило затраты. Более того, SMM позволяет компаниям гибко реагировать на изменения в потребностях клиентов и быстро адаптировать свои маркетинговые стратегии, что способствует устойчивому доходу и улучшает показатели их удержания, что позволяет усиливать конкурентоспособность бизнеса и поддерживает его стабильное развитие на рынке.

Influence-маркетинг является неотъемлемой частью видеоконтента и цифрового маркетинга в целом. Сотрудничество с лидерами мнений позволяет привлекать молодую и целевую аудиторию, увеличи-

вая вовлеченность и доходность. Влияние инфлюенсеров укрепляет доверие и стимулирует импульсивные покупки, что способствует росту бизнеса в долгосрочной перспективе.[3]

Кросс-платформенные и омниканальные стратегии: Предприниматели всё чаще применяют стратегии, которые охватывают несколько каналов, например, веб-сайты, мобильные приложения, социальные сети и email. Такие стратегии помогают поддерживать постоянный контакт с клиентами и способствуют повышению лояльности. Кросс-платформенные стратегии способствуют укреплению клиентской лояльности и увеличению пожизненной ценности клиента (LTV) благодаря постоянному взаимодействию бренда с клиентами. Эти стратегии охватывают различные каналы — социальные сети, видеомаркетинг, email-рассылки и чатботы, — что позволяет ChatPlace постоянно взаимодействовать с аудиторией, поддерживать её интерес и усиливать привязанность к бренду.

Аналитика и данные играют не менее важную роль, что указывает использование компанией аналитических различных инструментов с целью лучшего понимания потребителей с целью гибкого подхода и быстрой реакции на изменения. Такой подход направлен на более эффективное использование денежных средств на рекламные мероприятия, что и повышает доходность ее деятельности. При эффективном использовании аналитических инструментов лучше удастся провести оценку маркетинговой стратегии, ее экономической составляющей, что способствует более точному проведению рекламных мероприятий.[4, с.89]

Персонализация и пользовательский опыт. Успех маркетинга с применением цифровых технологий также обусловлен возможностью создавать персонализированные предложения и улучшать опыт взаимодействия с брендом. Во многом рост

такой компании, как ChatPlace объясняется его главный торговый предложением – универсальный и простой в использовании сервис для продвижения, в котором можно настраивать автоматизации под любой запрос самостоятельно. В это число также входит такое преимущество как повышение удовлетворенности клиентов через персонализированные рекламные кампании. Данные для их внедрения могут собираться из различных настраиваемых каналов связи, собирающих информацию о видах деятельности клиентов.

Создание индивидуальных предложений улучшает клиентский опыт, повышая уровень удержания клиентов и снижая затраты на привлечение новых. Это также стимулирует повторные покупки, увеличивая общую прибыльность бизнеса.[5, с.46]

Этика и прозрачность в использовании данных играют решающую роль в укреплении экономической устойчивости ChatPlace. В условиях цифровизации и растущей зависимости от данных, открытая политика по защите информации помогает компании установить доверительные отношения с клиентами. В современном мире важно не только строго соблюдать законодательные нормы, но и предоставлять клиентам полную информацию о том, как используются их данные. Такой подход не только увеличивает клиентскую лояльность, но и защищает компании от репутационных рисков, что укрепляет их позиции на рынке.

Прозрачные принципы работы с дан-

ными также помогают компаниям выделяться среди конкурентов. Клиенты всё чаще выбирают бренды, которые демонстрируют ответственность и этичность в обращении с персональной информацией, что увеличивает конкурентоспособность компании. Такой подход способствует стратегической экономической устойчивости компании по причине того, что аудитория все больше доверяет, а это в свою очередь способствует увеличению клиентской базы с получением постоянного хорошего дохода компанией и снижением вероятности реализации рисков.[6]

Подводя итоги исследования, следует отметить основное:

- в современных условиях для получения компанией больших доходов и формирование дальнейшей перспективы развития с учетом конкурентной позиции на рынке необходимо использовать подходы в области цифрового маркетинга;

- на практике уже доказано, что умелое использование цифрового маркетинга увеличивает количество потребителей, а это приводит к увеличению доходности и рентабельности деятельности компании;

- использование цифровых инструментов напрямую влияет на принятие изменений в различных политиках компании, то есть способствует гибкости на рынке;

- правильное использование цифрового маркетинга способствует не только увеличению доходности компании, но и обеспечивает ей экономическую устойчивость и перспективность развития.

### Цитированная литература

1. Что такое цифровой маркетинг. Oracle. – URL: <https://www.oracle.com/cis/cx/marketing/digital-marketing/> (дата обращения: 30.10.2024). – Текст : электронный.
2. **Кожина, В. О.** Маркетинговый план как часть бизнес-плана компании / В. О. Кожина, О. Н. Кутайцева, А. А. Толмачев // Проблемы и тенденции развития менеджмента и маркетинга в условиях трансформации общества : Материалы Всероссийской (с иностранным участием) научно-практической конференции, Москва, 08 ноября 2023 года. – Москва: Московский международный университет, 2024. – С. 137-142.
3. Цифровой маркетинг: особенности и преимущества. Adventum. – URL:

<https://www.adventum.ru/articles/marketing-i-reklama/digital-marketing/> (дата обращения: 30.10.2024). – Текст : электронный.

4. Теоретические основы маркетинга в условиях инновационного развития экономики : учебное пособие / О. Е. Лебедева, В. О. Кожина, С. А. Измайлова, З. Б. Амирова. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью «СОЛОН-Пресс», 2022. – 104 с.

5. **Арутюнян, А. А.** Риски в современной компании в эпоху цифровой трансформации / А. А. Арутюнян, В. О. Кожина // Прикладные экономические исследования. – 2022. – № 3. – С. 44-49.

6. Цифровой маркетинг: инструменты для продвижения рекламы в 2024 году. SBlogs. – URL: <https://www.sostav.ru/> (дата обращения: 30.10.2024). – Текст : электронный.

---

## CHATGPT И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

А. И. Гречишкина, О. Б. Зуева

*В современном мире границы между культурами все больше стираются, так как каждая культура стремится к техническому прогрессу и развитию, и взаимодействие между представителями разных культур становится все более значимым. Однако языковые барьеры и культурные различия часто становятся преградой для эффективного общения. На помощь обществу приходит искусственный интеллект, способный работать не только как переводчик, но и учитывать межкультурные особенности, обстановку, в которой происходит диалог и подбирать стиль общения, таким образом, представителям разных культур становится проще осуществлять коммуникацию.*

**Ключевые слова:** ChatGPT, нейросеть, машинный перевод, межкультурная коммуникация, автоматический перевод, культурные особенности, искусственный интеллект, сленг, языковой барьер.

## CHATGPT AND ITS IMPACT ON THE DEVELOPMENT OF INTERCULTURAL COMMUNICATION

A. I. Grechishkina, O. B. Zueva

*In the modern world, where the borders between cultures are increasingly blurred because each culture strives for technological progress and development, interaction between representatives of different cultures becomes increasingly significant. However, language barriers and cultural differences often become obstacles to effective communication. Coming to the aid of society is artificial intelligence, capable of functioning not only as a translator but also of taking into account intercultural nuances, the context in which the dialogue occurs, and adapting communication style. As a result, it becomes easier for representatives of different cultures to engage in communication.*

**Keywords:** ChatGPT, neural network, machine translation, intercultural communication, automatic translation, cultural specificities, artificial intelligence, slang, language barrier.

Актуальность данного исследования объясняется тем, что современные технологии всё больше влияют на нашу повседневную жизнь, включая межкультурное общение. Научная новизна работы заключается в изучении чата GPT, одной из последних разработок, которая меняет наше представление о коммуникации. Нейросети GPT (Generative Pre-trained Transformer) основаны на глубоком машинном обучении и способны генерировать тексты, по-

хожие на человеческие. Это открывает новые возможности для осуществления межкультурного общения без особых проблем, поскольку наиболее приближенно моделируют способность нервной системы человека к обучению и исправлению ошибок [1, с.9]. Цель исследования – выявить то, насколько влияет чат GPT на развитие межкультурной коммуникации. Объект темы исследования – чат GPT.

При написании данной статьи были

использованы следующие методы исследования: анализ функционирования чата GPT, моделирование ситуаций перевода с помощью чата GPT, сравнение результатов перевода, полученных с использованием чата GPT и Google переводчика.

Так как для осуществления межкультурной коммуникации с помощью ChatGPT применяется нейронный машинный перевод, рассмотрим краткую историю машинного перевода, чтобы лучше понимать возможности нынешнего искусственного интеллекта. Идеи алгоритмов для перевода с одного языка на другой предшествовали изобретению компьютера ещё в середине 1930-х годов. Тем не менее, важной датой в истории машинного перевода стал 1955 г., когда в СССР в Институте точной механики и вычислительной техники Академии наук, был представлен первый советский компьютерный переводчик, который использовал словарь из 2 300 слов [2, с.4]. В те времена в основу машинного перевода был положен принцип «перевода по правилам», сейчас же нейросеть старается генерировать тексты, основываясь на человеческом мышлении и учитывая межкультурные различия. В начале 21 века человечество вступило в новую эпоху – эпоху IT. Компьютерные технологии развиваются со скоростью, поражающей воображение и каждый год компании представляют новые устройства, упрощающие нам жизнь [3, с.332].

ChatGPT - это модель искусственного интеллекта, разработанная компанией

OpenAI и выпущенная 30 ноября 2022 года. [4]. Она представляет собой «chatbot», то есть программу, способную вести диалог с людьми на естественном языке, в основе которой лежит модель, известная как «трансформер». Трансформер - модель глубокого обучения, разработанная компанией Google, которая показала выдающиеся результаты в задачах обработки естественного языка (Natural Language Processing. NLP)[5]. Благодаря этому людям из разных стран легче взаимодействовать друг с другом, сотрудничать и обмениваться знаниями и культурами друг друга.

Таким образом, можно выделить несколько пунктов, как ChatGPT влияет на межкультурное общение:

1. Осуществляет перевод и делает возможным обмениваться информацией между участниками коммуникации.

ChatGPT обладает способностью осуществлять автоматический перевод как на письменном, так и на устном уровне. За счёт того, что ChatGPT обучен на огромном количестве данных, эта нейросеть переводит текст почти без ошибок.

Например, представим, что мы в испанском ресторане и нам нужно что-то ответить официанту на фразу ‘¿Han decidido qué van a pedir?’, что переводится «Вы уже решили, что будете заказывать?». Вбиваем в ChatGPT данную реплику и просим ответить, что мы хотим рыбу дня и вино. После мы получаем такой ответ: ‘Sí, hemos decidido. Voy a pedir la ración de 'pescado del día' y una copa de vino’, рис.1.

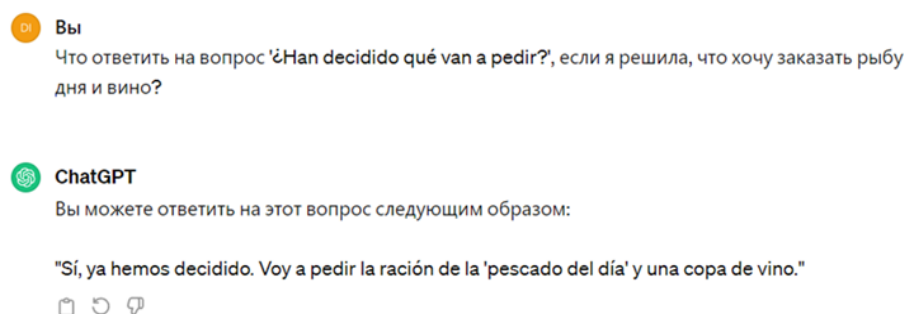


Рис.1. Моделирование ситуации перевода № 1 с помощью чата GPT

Источник: составлено авторами на основе ChatGPT

2. Улучшает понимание говорящего, учитывая его культурные особенности.

Например, он может переводить сленг или пословицы, особенно если имеется контекст коммуникативной ситуации. Если ChatGPT попросить перевести фразу 'No tengo pavos, pero puedes ayudarme?', где 'pavos' является сленгом и означает «день-

ги» или «бабки», он сможет это понять, и мы получим перевод «У меня нет денег, но ты же сможешь мне?». При этом, если попросить его перевести краткую фразу 'Tengo pavos', он переведёт как «У меня есть бабки», сохраняя стилистику слова, рис.2.

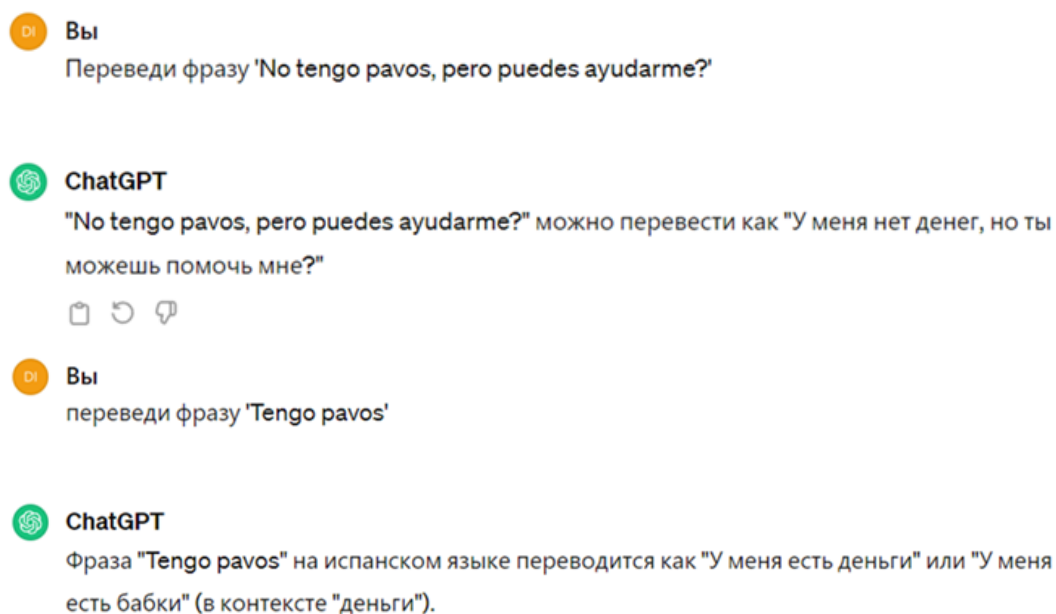


Рис.2. Моделирование ситуации перевода №2 с помощью чата GPT

Источник: составлено авторами на основе ChatGPT

Здесь Google переводчик опять не справляется со своей задачей и переводит то же самое предложение как «У меня нет индеек, но вы можете мне помочь?», рис.3.

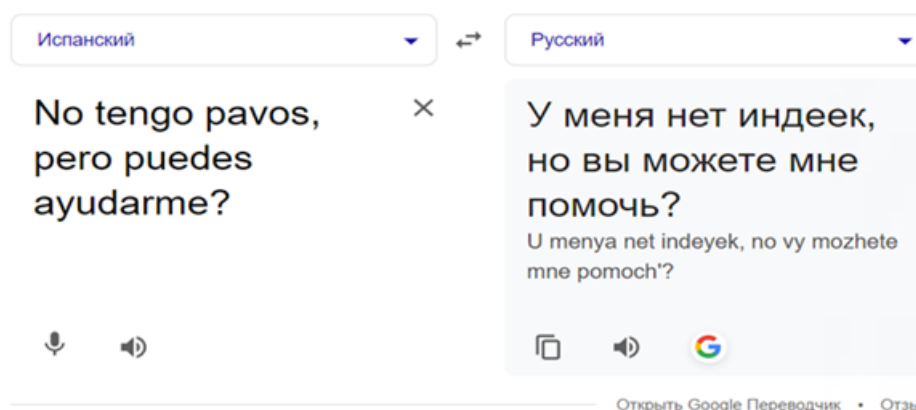


Рис.3. Моделирование ситуации перевода №3 с помощью чата Google Переводчик

Источник: составлено авторами на основе Google Переводчик

3. ChatGPT может помочь изучить культурный контекст страны.

Чат GPT может предоставить информацию о традициях, обычаях, социальных нормах и истории других культур, что поможет участникам лучше понять и оценить

межкультурные отличия и сходства.

К примеру, ChatGPT можно спросить, как правильно общаться с испанцами, чтобы не чувствовать неловкость, и он предоставит несколько советов по общению с испанцами, например:

- Проявляйте уважение к их культуре: Испанцы гордятся своей культурой, традициями и обычаями. Поэтому старайтесь проявлять уважение к их культуре, изучайте некоторые основные аспекты испанской культуры и традиций, такие как испанская кухня, праздники и исторические достопримечательности.

- Будьте открытыми и дружелюбными: Испанцы обычно открыты и дружелюбны в общении. Поэтому не стесняйтесь проявлять свою дружелюбность и открытость в разговоре с ними. Улыбайтесь, ведите беседу с уважением и проявляйте интерес к их мнению.

- Изучите испанский язык: Хотя многие испанцы говорят на английском языке, изучение испанского языка может создать дополнительные точки контакта и помочь в общении.

Источник: ChatGPT.

Может показаться, что ChatGPT предоставляет поверхностные советы, но не будем забывать, что эта система всё ещё дорабатывается и улучшается, поэтому ответы могут быть неполными или даже неточными. Тем не менее, нужно уметь работать с ChatGPT, точно формулировать вопрос, а если мы хотим получить более развёрнутый ответ, необходимо уточнить детали.

4. ChatGPT может работать с различными форматами информации, такими как тексты, документы, статьи, таблицы, и даже изображения с текстовыми описаниями.

Так, например, если иностранец не понимает, что изображено на испанской рекламе, вывеске или постере, ChatGPT может дать развёрнутый ответ, что обозначает данная картинка. В качестве примера возьмём рекламу испанской фирмы 'BIMBO', которая производит хлебобулочные изделия. Основная цель фирмы производить нежную и вкусную продукцию, похожую на домашнюю. На рекламе изображён бутерброд и слоган на испанском языке. Если загрузить картинку в ChatGPT и спросить, что же на ней изображено, мы получим развёрнутый ответ с детальным описанием и переводом всех фраз: «'Te quiero mucho' (на испанском «Я тебя очень люблю»)» и «'Suave y rico como el amor de Mamá', что в переводе означает «Нежный и вкусный, как мамина любовь». Он также делает предположение, что может быть прорекламировано на изображении. Такая функция помогает чувствовать себя уверенно в любой ситуации, даже если человек не знает язык и культуру страны, в которой находится, рис.4.



Что изображено на рекламе?

ChatGPT

На изображении видим рекламный баннер. На тарелке лежит бутерброд с хлебом, ветчиной, сыром и листьями салата, рядом – записка, держащая рукой ребенка. На записке написано: "Te quiero mucho" (на испанском "Я тебя очень люблю") и детская подпись. Справа сверху логотип "BIMBO" и слоган на испанском: "Suave y rico como el amor de Mamá", что в переводе означает "Нежный и вкусный, как мамина любовь". Это реклама продукции компании Bimbo, предположительно хлеба, с акцентом на его качества, ассоциируемые с теплотой и заботой материнской любви.



Рис.4. Моделирование ситуации перевода №4 рекламы испанской компании Bimbo с помощью чата GPT

Источник: ChatGPT

Заключение. Таким образом, ChatGPT в межкультурном общении предоставляет множество преимуществ. Во-первых, GPT обладает широким запасом знаний о различных культурах и языках, что позволяет ему аккуратно переводить и интерпретировать контекст и нюансы между ними. Кроме того, GPT способен генерировать синтаксически и лексически правильные выражения на разных языках. Это позволяет общаться с людьми из разных культур более точно и понятно. Он также может предоставить целостную информацию о культуре, традициях, местах и т.д. необходимой страны и исключить неловкость в общении с иностранцами. Тем не менее, не будем забывать, что такой формат имеет и свои недостатки, к примеру, он может не-

правильно переводить из-за незнания какого-либо слова или предоставлять поверхностную, неточную информацию, поэтому нужно долго добиваться от него необходимого результата. На данном этапе переводы уже достаточно высокого качества. Безусловно, есть еще над чем поработать. Мы продолжим оттачивать инструкцию, а также собирать датасет для дальнейшего тюнинга модели. [6]

Технический директор OpenAI Мира Мурати заявила, что ChatGPT следующего поколения с «интеллектом уровня доктора наук» выйдет в конце 2025 или начале 2026 года... Мурати считает, что ИИ «повлияет на всё» с точки зрения когнитивной работы. [7]

### Цитированная литература

1. **Андрян, О. В.** Нейронные сети: применение и перспективы / О. В. Андрян // Наука и современность: Материалы Региональной научно-практической конференции, Таганрог, 05 декабря 2019 года. – Таганрог: ЭльДирект - ИП Шкуркин Д.В. (ДиректСайнс), 2019. – С. 9-10. - URL: <https://elibrary.ru/bsnztj?ysclid=lxrdp4i3e3675779542-EDN BSNZTJ>. Режим доступа: научная электронная библиотека eLibrary.Ru – Текст : электронный.

2. **Раренко, М. Б.** Машинный перевод: от перевода «по правилам» к нейронному переводу // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6, Языкознание: Реферативный журнал. - 2021. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mashinnyu-perevod-ot-perevoda-po-pravilam-k-neyronnomu-perevodu/viewer> (дата обращения: 24.03.2024). – Текст : электронный.

3. **Гриднева, А. М.** Искусственный интеллект: история развития, основные методы исследований и влияние на современное общество / А. М. Гриднева, Е. В. Максименко // Молодежь и наука: актуальные проблемы фундаментальных и прикладных исследований: Материалы III Всероссийской национальной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, в 3 ч., Комсомольск-на-Амуре, 06–10 апреля 2020 года. Том Часть 3. – Комсомольск-на-Амуре: Комсомольский-на-Амуре государственный университет, 2020. – С. 331 - 334.

URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=43947444&ysclid=lxrdssatq9551388092-EDN YIPYF>. Режим доступа: научная электронная библиотека elibrary.ru – Текст : электронный.

4. ChatGPT исполняется год. Вспоминаем, что произошло с продуктом за это не-большое время. 30.11.2023. - URL: <https://habr.com/ru/articles/777602/> (дата обращения: 21.03.2024). - Текст : электронный.

5. **Кравцова, А. Г.** ChatGPT-3. Перспективы использования в обучении иностранному языку // Мир науки, культуры, образования. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/>

chatgpt-3-perspektivy-ispolzovaniya-v-obuchenii-inostrannomu-yazyku/viewer (дата обращения: 25.03.2024). - Текст : электронный.

6. «Трудности перевода»: как ChatGPT справился с задачей адаптации сложных текстов. 05.12.2023. - URL: [https://habr.com/ru/companies/fix\\_price/articles/778612/](https://habr.com/ru/companies/fix_price/articles/778612/) (дата обращения 23.06.2024). - Текст : электронный.

7. В OpenAI предсказали выход «интеллектуальной» версии ChatGPT в конце 2025 года. 23.06.2024. - URL: <https://habr.com/ru/news/823730/> (дата обращения 23.06.2024). – Текст : электронный.

---

## ВЗАИМОСВЯЗЬ АДАПТАЦИИ С ИНДИВИДУАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИМИ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ СТУДЕНТОВ ВУЗА

А. С. Егошина, Е. А. Делибоженко

*В статье изучается социально-психологическая адаптация студентов вуза и ее взаимосвязь с индивидуально-психологическими особенностями личности. Установлено, что высокий уровень адаптации имеет значимые связи с эмоциональной стабильностью, смелостью, практичностью, спокойствием, экстраверсией и низкой тревожностью.*

**Ключевые слова:** социально-психологическая адаптация, индивидуально-психологические особенности, тревожность, студенты.

## INTERRELATION OF ADAPTATION WITH INDIVIDUAL-PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF UNIVERSITY STUDENTS

A. S. Egoshina, E. A. Delibozhenko

*The article studies the features of socio-psychological adaptation of university students and its interrelation with individual-psychological characteristics of students' personality. It is established that high level of adaptation has significant links with emotional stability, courage, practicality and low anxiety.*

**Keywords:** socio-psychological adaptation, individual-psychological features, anxiety, students.

Проблема адаптации студентов высших учебных заведений занимает значимое место в современных условиях. Одной из задач образовательного процесса является формирование самостоятельной и здоровой личности будущего профессионала. В этом возрасте молодые люди сталкиваются с различными стрессовыми факторами, такими как адаптация в новой образовательной сфере, начало карьерного пути, а также проблемы межличностных отношений в студенческой среде. У многих из них еще не выработаны устойчивые механизмы для совладания с тревожностью и стрессом. По данным статистики за 2023 год, наиболее высокий уровень тревожности наблюдается у людей в возрастном диапазоне от 18 до 24 лет.

В психологии термин «адаптация»

обозначает процесс изменения психики индивида под влиянием объективных факторов окружающей среды, а также его способность адаптироваться к различным требованиям среды, не испытывая при этом внутреннего дискомфорта и не вступая в конфликт с ней [1]. А.А. Началджян в своих трудах определяет адаптацию через состояние социально-психической адаптированности: «Адаптация – это тот социально-психологический процесс, который при благоприятном течении приводит личность к состоянию адаптированности» [2].

Таким образом, адаптация – это способность человека успешно приспосабливаться к внешним обстоятельствам, взаимодействовать с другими людьми, устанавливать связи и успешно функционировать в обществе. Это процесс, вклю-

чающий освоение социальных навыков, необходимых для эффективного поведения в социуме.

Принято считать, что индивидуально-психологические особенности личности формируются на основе системного обобщения как биологических, так и социально приобретённых характеристик, которые участвуют в функционировании системы поведения, а также в деятельности и взаимодействии человека.

Таким образом, индивидуально-психологические особенности личности можно определить, как устойчивые, относительно неизменные характеристики человека, которые отличают его от других людей. Они формируют уникальный психологический портрет каждого человека, влияя на его поведение и восприятие обстоятельств.

Для выявления факторов снижения социально-психологической адаптации необходимо изучать личностные особенности студентов, особую роль среди них занимает тревожность. Современный подход к понятию тревожности заключается в том, что тревожность не должна рассматриваться как полностью негативное качество личности [3]. Тревожность скорее является сигналом несоответствия структуры поведения индивида к конкретной ситуации. У каждого человека есть свой оптимальный уровень тревожности, который называется полезной тревожностью и играет важную роль в развитии личности. Из чего следует, что определенный уровень тревожности для студентов – это естественная черта личности, и у каждого она индивидуальна [4, 5].

Определенный уровень тревожности существенно влияет на поведение студента, отражая его внутреннее отношение к конкретной ситуации и предоставляя косвенные сведения о характере его взаимоотношений с окружающими. Повышенную тревожность у студента можно считать

тогда, когда ее уровень превышает оптимальный [6, 7]. Повышенная тревожность негативно сказывается на академической деятельности студентов, поскольку влечет за собой страх, напряжение, чрезмерную осторожность и опасения [8].

Студент с высоким уровнем как личностной, так и ситуативной тревожности воспринимает обстоятельства угрожающими, что сказывается на его эмоциональном состоянии, поведении, затрудняет общение с людьми, создавая коммуникативные барьеры, тем самым усложняя адаптацию в учебном заведении или социуме в целом [9].

Теоретико-методологической основой исследования послужили научные труды, раскрывающие понятия феномена «тревожность» в отечественной и зарубежной психологии (А.М. Прихожан, Ч. Спилбергер, В. С. Мерлин и др.), основные теоретические подходы к определению адаптации (Г.И. Постовалова, А.А. Налчаджян и др.). Целью исследования стало изучение взаимосвязи адаптации студентов с разными индивидуально-психологическими характеристиками. Задачи исследования: определить особенности адаптации студентов, выявить уровень тревожности обучающихся и их индивидуально-психологических характеристик, установить взаимосвязь адаптации и индивидуально-психологических характеристик личности студентов. Объектом исследования является социально-психологическая адаптация студентов, предметом выступает взаимосвязь между адаптацией и индивидуально-психологическими особенностями студентов. Мы предположили, что существует взаимосвязь между социально-психологической адаптацией студентов и их индивидуально-психологическими особенностями: положительная взаимосвязь между уровнем адаптацией и такими особенностями личности, как эмоциональная стабильность, смелость, практичность, спокойствие и

экстраверсия, а также чем ниже личностная тревожность, тем выше уровень адаптации.

Для изучения адаптации студентов использовали «Тест социально-психологической адаптации» (К. Роджерс, Р. Даймонд, 1954, адаптация А.К. Осницкого, 2004); для исследования личностных особенностей применяли «Тест Кеттелла, 16PF» (Р. Кеттелл, 1970, адаптация А. Г. Шмелева с соавторами, 1987) и опросник «Шкала тревоги Спилбергера-Ханина» (Ч. Спилбергер, 1970, адаптация Ю.Л. Ханина, 1978), применяли количественную и качественную обработку полученных данных, корреляционный анализ (критерий Спирмена).

Практическая значимость исследования заключается в возможности применения полученных данных в деятельности практических психологов для разработки программы социально-психологической

адаптации студентов вуза.

В исследовании приняли участие студенты 2-х курсов высших учебных заведений («Московский международный университет», «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», «Национальный исследовательский университет „Высшая школа экономики“», «Пермский государственный национальный исследовательский университет», «Пермский государственный институт культуры», «Пермский национальный исследовательский политехнический университет»). Выборка включала 17 студентов, в возрасте от 19 до 20 лет, количество женского пола – 10 человек, мужского пола – 7 человек.

В таблице 1 представлены результаты исследования особенностей адаптации студентов.

Таблица 1.

**Распределение студентов по уровню социально-психологической адаптации**

Показатели адаптации	Высокий уровень	Средний уровень	Низкий уровень
Адаптация	65%	35%	0%
Самопринятие	76%	24%	0%
Принятие других	71%	29%	0%
Эмоциональная комфортность	53%	41%	6%
Интернальность	76%	24%	0%
Доминирование	53%	47%	0%
Экспатизм	6%	65%	29%

Источник: рассчитано авторами

Анализ данных позволил установить, что большинство студентов имеют высокий уровень социально-психологической адаптации (65%). Стоит отметить, что ни у кого из опрошенных студентов не наблюдается низкого уровня адаптации, все остальные студенты имеют средний уровень адаптации (35%). Результаты исследования показывают, что у респондентов

достаточно высокие показатели самопринятия, принятия других и интернальности. Только у 6% студентов наблюдается такой механизм адаптивности, как экспатизм, то есть уход от реальных событий в мир фантазий.

Изучение показателей тревожности показало, что большая доля студентов имеет высокий уровень ситуативной (47%) и

личностной тревожности (53%), что свидетельствует о склонности студентов воспринимать большинство ситуаций как угрожающие и реагировать на них состоянием тревоги (таблица 2). Лишь у 6% студентов выявлен низкий уровень личност-

ной тревожности, 23% студентов имеют низкую ситуативную тревожность, у 41% обнаружен средний уровень личностной тревожности и у 30% наблюдается средний уровень ситуативной тревожности.

Таблица 2.

**Показатели тревожности студентов**

Показатели тревожности	Высокий уровень	Средний уровень	Низкий уровень
Ситуативная	47%	30%	23%
Личностная	53%	41%	6%

Источник: рассчитано авторами

По результатам методики Кеттелла установлено, что у студентов преобладает средний уровень по шкалам опросника. Это говорит о том, что большинство опрошенных студентов имеют средний уровень коммуникативных, интеллектуальных, эмоциональных и регуляторных свойств. Стоит отметить, что никто из опрошенных студентов не имеет низкого уровня самоконтроля и подозрительности, но доля обучающихся с низким уровнем тревоги и независимости составила только 6%. Так-

же обращают на себя внимание показатели эмоциональной стабильности, сдержанности, моральной нормативности и расслабленности, высокие показатели данных переменных обнаружены лишь у 6% респондентов.

Для выявления взаимосвязи между индивидуально-психологическими свойствами личности студентов и особенностями их адаптацией был проведен корреляционный анализ. В таблице 3 представлены результаты только значимых связей.

Таблица 3.

**Результаты корреляционного анализа взаимосвязи адаптации и индивидуально-психологических характеристик студентов (значимые связи)**

Показатели личностных особенностей	Адаптация
«Эмоциональная нестабильность - стабильность»	0,499*
«Робость – смелость»	0,508*
«Практичность- мечтательность»	-0,629**
«Спокойствие -тревожность»	-0,8***
«Низкая тревожность – высокая тревожность»	-0,837***
«Интроверсия – экстраверсия»	0,492*

Примечание: \* –  $p < 0,05$ ; \*\* –  $p < 0,01$ ; \*\*\* –  $p < 0,001$

Источник: рассчитано авторами

Обнаружена выраженная отрицательная взаимосвязь между тревожностью и адаптацией, чем выше тревожность, тем ниже уровень адаптации студентов. Кроме того, прослеживается выраженная отрицательная взаимосвязь шкалы «Практичность-мечтательность» с уровнем адаптации. Это свидетельствует о том, что индивид с хорошо развитым конкретным мышлением, требующее реалистичности и здравого смысла, в большей степени склонны к высокому уровню адаптации.

Установлена положительная значимая связь показателей шкалы «Робость-смелость» с уровнем адаптации, из этого следует, что студенты, склонные к решительности и невосприимчивые к угрозе, которые свободно вступают в контакт, не испытывают трудностей в общении, не терпят при столкновении с неожиданны-

ми трудностями имеют высокий уровень социально-психологической адаптации. Результаты исследования показывают положительную взаимосвязь эмоциональной стабильности с адаптацией, чем выше способность личности сохранять эмоциональное равновесие в стрессовых обстоятельствах, уверенность в себе, реалистичность по отношению к жизни, тем выше её уровень адаптации.

Положительная взаимосвязь наблюдается между показателями шкалы «Интроверсия-экстраверсия» и адаптацией. Следовательно, студент, склонный к активным социальным контактам, имеющий направленность личностной установки наружу, имеет высокий уровень адаптации.

В таблице 4 представлены связи показателей адаптации с личностной и ситуативной тревожностью студентов.

Таблица 4.

**Результаты корреляционного анализа взаимосвязи адаптации и тревожности студентов**

	Адаптация	Самопринятие	Принятие других	Эмоциональная компортность	Интернальность	Доминирование	Экспатизм
Ситуативная тревожность	-0,103	0,011	-0,15	0,091	-0,023	0,221	0,092
Личностная тревожность	<b>-0,563*</b>	-0,454	-0,166	-0,396	<b>-0,65**</b>	-0,345	<b>0,59*</b>

Примечание: \* –  $p < 0,05$ ; \*\* –  $p < 0,01$ ; \*\*\* –  $p < 0,001$

Источник: рассчитано авторами

Прослеживается выраженная отрицательная взаимосвязь между личностной тревожностью с интернальностью. Это свидетельствует о том, что чем выше личностная тревожность, тем меньше вероятность, что индивид будет проводить связи между своими поступками и происходящими событиями. При низком уровне тревожности наблюдается высокий контроль над ситуациями, личность берет ответственность

на себя за события в его жизни. Установлена отрицательная взаимосвязь личностной тревожности с адаптацией, это еще раз подтверждает, что чем выше личностная тревожность, тем ниже уровень адаптации студентов. А также выявлена положительная взаимосвязь личностной тревожности с экспатизмом, из чего следует, что с высоким уровнем личностной тревожности человек с большей вероятностью склонен

избегать проблем. Взаимосвязи адаптации и ее показателей с ситуативной тревожностью не обнаружены.

Проведенное эмпирическое исследование взаимосвязи адаптации студентов с разными индивидуально-психологическими особенностями, позволяет сделать следующие выводы.

Выдвинутая нами гипотеза подтвердилась. Установленные корреляционные связи показывают, что студенты с низкой личностной тревожностью склонны к высокому уровню адаптации. Кроме того, на высокий уровень адаптации студентов влияют такие личностные особенности,

как эмоциональная стабильность, смелость, практичность, спокойствие и экстраверсия. Полученные результаты свидетельствуют о необходимости разработки и проведения адаптационных тренингов с учетом индивидуально-психологических характеристик обучающихся вузов.

Нами поставлена задача дальнейшего исследования – изучить взаимосвязь индивидуально-психологических характеристик с механизмами адаптации студентов (самопринятие, принятие других, эмоциональная комфортность, интернальность, доминирование и экспатизм).

### Цитированная литература

1. **Постовалова, Г. И.** О факторах, определяющих адаптационную способность человека / Г. И. Постовалова // Психологические и социально-психологические особенности адаптации студентов. Ереван, 1973. – С. 18-19. – Текст : непосредственный.
2. **Началджян, А. А.** Социально-психологическая адаптация личности / А. А. Началджян. – Ереван : ЭПО, 1988. – 263 с. – Текст : непосредственный.
3. **Корчагин, Е. Н.** Исследование социально-психологической адаптации и тревожности у студентов-бакалавров / Е. Н. Корчагин, А. В. Лобанова // Педагогика и психология образования. – 2021. – № 2. – С. 208-221. – Текст : непосредственный.
4. **Никешина, Е. Р.** Особенности социально-психологической адаптации студентов с высоким уровнем тревожности / Е. Р. Никешина // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2021. – С. 113-115. – Текст : непосредственный.
5. **Селезнева, Е. В.** Теоретический анализ взаимосвязи тревожности и учебной деятельности в разные возрастные периоды / Е. В. Селезнева, И. А. Александров. // Молодой ученый. — 2019. — № 4 (242). — С. 166-171. – Текст : непосредственный.
6. **Першина, К. В.** Исследование личностной тревожности на учебный процесс / К. В. Першина // Достижения науки и образования. – 2021. – №1 (73). – С. 75-76. – Текст : непосредственный.
7. **Корытко, И. Д.** Психологические факторы социальной тревожности студентов / И. Д. Корытко // Научные труды Московского гуманитарного университета. – 2021. – № 1. – С. 13-17. – Текст : непосредственный.
8. **Перевозчикова, Ю. С.** Факторы учебной тревожности студентов / Ю. С. Перевозчикова, Л. М. Соломатина // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2021. – №8 (84). – С. 241-245. – Текст : непосредственный.
9. **Жуланова, Д. С.** Психологические особенности личности, затрудняющие адаптацию студентов к обучению в ВУЗе / Д. С. Жуланова, И. В. Мешкова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2021. – С. 40-43. – Текст : непосредственный.

## ZENO ASSISTANT КАК ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

И. В. Ермаков, И. Н. Сведенцова

*В статье рассматриваются возможности передового онлайн-сервиса на основе искусственного интеллекта «Zeno Assistant» в качестве эффективного инструмента для изучения профессионального английского языка. Рассмотрены такие особенности как адаптивное обучение, а также преимущества его использования для развития навыков слушания, говорения, чтения и письма в необходимой пользователю сфере. Приведены сравнение Zeno Assistant с другими традиционными, а также онлайн-методами обучения английскому языку.*

**Ключевые слова:** Zeno Assistant, профессиональный английский язык, онлайн-обучение, искусственный интеллект, адаптивное обучение.

## ZENO ASSISTANT AS A TOOL FOR LEARNING PROFESSIONAL ENGLISH

I. V. Ermakov, I. N. Svedentsova

*The article discusses the possibilities of an advanced online service based on artificial intelligence «Zeno Assistant» as an effective tool for learning professional English. Adaptive learning is considered, as well as the advantages of using it to develop listening, speaking, reading and writing skills in the field necessary for the user. Zeno Assistant is compared with other traditional and online methods of teaching English.*

**Keywords:** Zeno Assistant, professional English, online learning, artificial intelligence, adaptive learning.

При исследовании онлайн агрегаторов с целью подбора приложения на основе нейросети, нами было замечено, что Zeno Assistant занимает лидирующие позиции по заинтересованности пользователей за последнее время. Этот помощник предлагает различные уровни использования (от обывательского изучения основ до профессионального общения) на более чем 25 языках. Работа ассистента распространяется на более чем 50 000 платформ, расположенных на веб-сайтах, персональных компьютерах и мобильных телефонах, что подчеркивает потенциал приложения в персонализированном обучении профессионального английского языка и актуальность нашего исследования.

При рассмотрении потенциала Zeno Assistant в образовательной сфере персонализированного изучения профессиональных иностранных языков мы также изучили работы отечественных ученых. Именно они и легли в основу нашего исследования [1, 2, 3, 4, 5]. Так, Свирина Л.О, Ашрапова А.Х. и Ратнер Ф.Л. в своей статье отмечают, что со стороны обучающегося наиболее важно выбирать средства обучения, которые наиболее полно отвечают его представлению о повышении уровня своей коммуникативной компетенции и преодолении барьеров в усвоении иностранного языка.[3, с.242] Ярмакеев И.Э., Пименова Т.С., Абдрафикова А.Р. в своей работе отмечают, что обучение иностранному языку

с включением родного языка значительно увеличивает количество усваиваемого языкового (лексического и грамматического) материала.[7, с.110] М.В. Ерещенко пишет о способности персонализированного обучения к формированию профессиональных компетенций, отвечающих требованиям инновационного экономического развития в глобальном масштабе.

На данный момент Zeno Assistant обладает широкой базой пользователей, состоящей из крупных западных компаний (American Express, Booking.com, Anywhere travel и т.д.), разработчик также заручился поддержкой и финансированием технологического гиганта Mozilla Technology Fund. Основная идея этого продукта – упрощение взаимодействия пользователя и модели нейросети, позволить человеку полностью персонализировать собственного ассистента в соответствии с поставленными задачами.

Рассмотрим потенциал ассистента «Zeno Assistant» в сфере изучения профессиональных иностранных языков более подробно.

1. Адаптивное обучение. Одним из ключевых преимуществ Zeno Assistant является его способность адаптироваться к уникальным требованиям каждого отдельного пользователя. Приложение использует искусственный интеллект для оценки вашего уровня владения языком и предлагает индивидуальные решения, соответствующие вашему текущему этапу и целям.

2. Профессиональный английский. Специализация Zeno Assistant – профессиональный английский. Это позволяет обучающемуся познавать не только общий язык, но и также специализированную терминологию, которую применяют в деловой среде. Данный факт позволяет пользователю эффективно общаться на английском языке в профессиональном контексте в процессе обучения.

3. Развитие дикции и интонации. Ис-

пользование сервиса также развивает речевые навыки разговорного английского. Благодаря технологии распознавания речи оценивается ваше произношение и дается мгновенная обратная связь, что позволяет сразу обратить внимание на проблемные моменты и улучшить дикцию и интонацию.

4. Удобство в использовании. Пользователь Zeno Assistant может получить доступ из любой точки мира, со всех устройств. Изучение проходит на условиях обучающегося, позволяя использовать для этого любой тип устройства, который позволяет выйти в интернет, что делает процесс гибким и удобным.

Обратим внимание на то, в каких формах Zeno Assistant персонализирует обучение иностранным языкам.

1. В сервисе присутствует широкий спектр из более чем 25 доступных для изучения языков. Выбирая необходимый для изучения язык, приложение адаптируется соответствующим образом.

2. В Zeno Assistant присутствует первичное тестирование на начальном этапе использования приложения для оценки уровня владения языком обучающимся, а также выделяет проблемные моменты. Основываясь на результатах, он рекомендует уроки и упражнения, соответствующие уровню.

3. В Zeno Assistant есть возможность отслеживать прогресс изучения языка, в том числе приобретенный словарный запас, а также повышение уровня владения языком.

4. Сервис синхронизирует данные с облаком, что позволяет пользователю без потери прогресса переключаться между различными устройствами. Таким образом можно уделять любое свободное время изучению языка, продолжая с того уровня, на котором обучающийся остановился.

Подводя итог всему вышесказанному, хочется отметить, что рассмотренное нами

приложение Zeno Assistant, не являясь языком, имеет несколько неоспоримых преимуществ, которые могут быть полезны при изучении английского языка для обучения.

### **Цитированная литература**

1. **Ярмакеев, И. Э., Пименова, Т. С., Абдрафикова, А. Р.** Роль родного языка в изучении иностранных языков: новый ракурс // Общество. Коммуникация. Образование. - 2021. - Т. 12. № 1. - С. 104–113. – Текст : непосредственный.
  2. **Свирина, Л., Ашрапова, А., Ратнер, Ф.** Персонализированный контроль в обучении иностранному языку // Филология и культура. Philology and Culture. - 2023. - № 4 (74). - С. 240-244. – Текст : непосредственный.
  3. **Ерещенко, М. В.** Персонализированное обучение как способ активной адаптации иностранных студентов в высшей школе: стратегия и технологии // Гуманитарные и социальные науки. - 2022. - Т. 95. № 6. - С. 107-112. – Текст : непосредственный.
  4. **Мальковская, Т. А.** Современные подходы к созданию учебных материалов по профессионально ориентированному языку / Т. А. Мальковская, Т. В. Рябова // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. – 2019. – № 7-2. – С. 35-40. – Текст : непосредственный.
  5. **Исаков, А. Е.** Важность знания иностранных языков / А. Е. Исаков, Я. В. Таран // Молодой ученый. – 2022. – № 33(428). – С. 135-136. – Текст : непосредственный.
-

## ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА АРГУМЕНТАЦИИ В НЕМЕЦКОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

И. И. Захарова

*Языковые средства аргументации играют ключевую роль в формировании туристического дискурса, особенно в немецкой медийной среде. В статье рассматриваются различные лексические и стилистические приемы, которые создают привлекательный образ туристических продуктов и услуг, тем самым убеждая потенциальных клиентов в целесообразности выбора определенного туристического продукта. Анализ этих средств позволяет лучше понять механизмы воздействия на аудиторию и эффективность коммуникации в сфере туризма.*

**Ключевые слова:** аргументация, медиадискурс, туризм, стилистические средства

## LINGUISTIC MEANS OF ARGUMENTATION IN GERMAN TOURIST MEDIA DISCOURSE

I. I. Zakharova

*Language means of argumentation play a key role in the formation of tourist discourse, especially in the German media environment. The article considers various lexical and stylistic techniques that create an attractive image of tourist products and services, thus convincing potential customers of the expediency of choosing a certain tourist product. The analysis of these means allows us to better understand the mechanisms of impact on the audience and the effectiveness of communication in tourism.*

**Keywords:** argumentation, media discourse, tourism, stylistic devices.

В настоящее время туризм является значимой частью жизни современного человека. Появление интернет-ресурсов позволяет расширить горизонты знаний об интересных местах, привлекающих внимание туристов. Языковые средства, которые используются в медиапространстве, не только информируют, но и эмоционально воздействуют на адресата. Справедливо отмечает Л.М. Бузинова, «языковые явления <...> служат активным орудием влияния на коммуникативное поведение индивидов, формируют мировоззренческие позиции» [1, с. 395]. Понимание этих механизмов позволяет более эффективно разрабатывать рекламные материалы. В настоящей статье предпринимается попытка анализа лекси-

ко-семантических средств, используемых в туристическом дискурсе в качестве базовых компонентов привлечения внимания.

В лингвистической парадигме дискурсология рассматривается как коммуникативное направление в лингвистике. Разделяя мнение В.И. Карасика, отметим, «дискурс представляет собой явление промежуточного порядка между речью, общением, языковым поведением, с одной стороны, и фиксируемым текстом, остающимся в «сухом остатке» общения, с другой стороны» [2, с.17]. В этом смысле в качестве объекта исследования можно рассматривать «любое высказывание, слово, выбранное в соответствии с условиями его производства и обмена» [3, с.9].

Туристический медиадискурс представляет собой особую форму коммуникации, которая формируется в контексте массовой интернет-коммуникации. По мнению Н.А. Тюленевой, туристический дискурс - это подвид рекламного дискурса, объединяющий различные виды рекламы туризма и нацеленный на позиционирование и продвижение туристических услуг с помощью стратегий аргументации, которые имеют лингвокогнитивный характер [4].

Следует отметить, что для туристического дискурса типичны «два плана выражения языковых способов убеждения: эксплицитный – открытое убеждение, влияющее на разум читателя, и имплицитный, подтекстовый, оказывающий непосредственное влияние на подсознание адресата» [5, с.418].

Аргументация - это представление точки зрения говорящего, способ убеждения кого-либо посредством значимых аргументов. Под аргументацией туристического дискурса понимается особый тип речевой деятельности индивида, оказывающего воздействие на адресата с целью добиться от него решения приобрести турпродукт [4]. В основе туристического дискурса должен быть интегрирован «тематический определитель цели «борьба за клиента» [6, с. 568].

Базовыми стратегиями аргументации являются стратегии дифференцирования, ценностные, оценочные, стратегии сближения с адресатом, стратегии повышения читаемости сообщения. Для реализации данных стратегий используются различные языковые средства [7].

Для анализа языковых средств туристического дискурса были рассмотрены некоторые тексты из туристических медиатекстов (<https://www.viator.com/de-DE/Berlin-tours/Historical-and-Heritage-Tours/d488-g4-c12>) о столице Германии на немецком и проанализированы наиболее ча-

сто употребляемые языковые средства выразительности и образности в рекламных текстах, которые носят оттенок аргументации, создавая привлекательный и убедительный образ туристических предложений.

Самым распространённым средством является использование разделительного генитива (*Genitivus partitivus*), который используется для выделения части из целого, чтобы подчеркнуть исключительность элемента. например:

*Die deutsche Hauptstadt ist eine der aufregendsten Städte Europas.* (Столица Германии один из самых захватывающих городов Европы) (*перевод авторский*).

*Eines der berühmtesten Wahrzeichen Berlins ist sicherlich das Brandenburger Tor.* (Одной из самых известных достопримечательностей Берлина, безусловно, являются Бранденбургские ворота).

*Mit täglich mehr als 360.000 Passanten ist der Alexanderplatz einer der belebtesten Plätze in ganz Europa.* (Александрплац, где ежедневно проходит более 360 000 человек, является одной из самых оживленных площадей во всей Европе).

В приведенных примерах разделительный генитив используется с превосходной степенью прилагательных для выделения одного элемента из группы, подчеркивая его уникальность или высшую степень качества. Эта конструкция обычно включает неопределенное местоимение и существительное в родительном падеже множественного числа, что позволяет создать акцент на выделяемом предмете. В отличие от простого перечисления, где просто упоминаются все элементы, разделительный генитив создает более выразительное и стилистически богатое высказывание.

Для создания ярких образов и эмоционального воздействия используются эпитеты, метафоры и олицетворения, которые делают текст более выразительным и запо-

минающим, например:

*Das majestätische steinerne Bauwerk überragt den Pariser Platz und die zahlreichen Menschen, die hier jeden Tag die besondere Aura der deutschen Hauptstadt auf sich wirken lassen. (Величественное каменное сооружение возвышается над Парижской площадью и многочисленными людьми, которые приходят сюда каждый день, чтобы окунуться в особую ауру немецкой столицы).*

Auf dem anderen Spreeufer befindet sich die größte Kirche Berlins – der majestätische Berliner Dom (На другом берегу реки Шпрее находится самая большая церковь в Берлине — величественный Берлинский собор).

Wann ist die beste Zeit, um nach Berlin zu reisen? Festival of Lights: Im Oktober wird Berlin in Licht getaucht. Sämtliche Sehenswürdigkeiten erstrahlen buchstäblich in einem neuen Glanz. (Когда лучше всего ехать в Берлин? В октябре Берлин залит светом. Все достопримечательности буквально сияют новым блеском).

Применение гиперболизации в туристическом дискурсе нацелено на усиление эмоционального восприятия текста, за счет создания ярких и запоминающихся образов: *Das beeindruckende Gebäude des Berliner Doms war einst die Hofkirche der Hohenzollern-Dynastie. (Впечатляющее*

*здание Берлинского собора когда-то было придворной церковью династии Гогенцоллернов).*

Наблюдается тенденция использования англицизмов, так как они часто воспринимаются читателями как «модные» и престижные слова.: *Exklusive Reisen nach Berlin mit Bundestagsbesuch, kulturellem Programm, Nightlife und Sightseeing. Eine Reise in die bunte und kreative Hauptstadt Deutschlands wird Sie begeistern. (Эксклюзивные туры в Берлин с посещением Бундестага, культурной программой, ночной жизнью и осмотром достопримечательностей. Поездка в яркую и креативную столицу Германии доставит вам удовольствие).*

Таким образом, в качестве языковых средств аргументации можно выделить эпитеты, метафоры, олицетворения и гиперболы, которые активно используются в туристических медиапроспектах. Они позволяют усилить выразительность и эмоциональную убедительность текста, что является ключевым моментом для успешной аргументации. Результаты исследования могут быть полезны для практиков в сфере туризма и маркетинга, так как понимание эффективных языковых средств может помочь в создании более убедительных рекламных материалов.

### Цитированная литература

1. Бузинова, Л. М. О дискурсном антропоцентризме и лингвоперсонологии / Л. М. Бузинова // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2018. – Т. 37, № 3. – С. 394-405. – Текст : непосредственный.
2. Карасик, В. И. Дискурсология как направление коммуникативной лингвистики // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2016. – №1. – С. 17-34. – Текст : непосредственный.
3. Седых, А. П. Дискурсология, междисциплинарность, регионализация / А. П. Седых, Л. М. Бузинова, Н. Д. Пашковская. – Белгород: Общество с ограниченной ответственностью Эпицентр, 2023. – 184 с. – ISBN 978-5-605-03811-5. – Текст : непосредственный.
4. Тюленева, Н. А. Лингвокогнитивные стратегии позиционирования и про-

движения туристических услуг в российской и англо-американской рекламе [Текст] : дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.20 – Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание / Наталья Александровна Тюленева. – Омск, 2008. – 269 с. – Текст : непосредственный.

5. **Стрижнева, М. Ю.** Туристический дискурс и «новая» журналистика Франции / М. Ю. Стрижнева, А. П. Седых, Л. М. Бузинова // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2019. – Т. 38, № 3. – С. 411-420. – Текст : непосредственный.

6. **Стрижнева, М. Ю.** Институциональный дискурс и культурный туризм: лингвокультурологические корреляции / М. Ю. Стрижнева, Л.М. Бузинова, С. И. Зиборов // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2018. – Т. 37, № 4. – С. 562-572. – Текст : непосредственный.

7. **Гавришина, И. Н.** Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2018. - № 12(90). - Ч. 1. - С. 99-104. – Текст : непосредственный.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ НАВЫКОВ УСТНОЙ И ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ

М. Зияуддин, А. Р. Копачева

*В статье авторы указывают актуальность темы исследования, анализируют возможности применения технологий искусственного интеллекта в преподавании и изучении иностранного языка с целью улучшения навыков устной и письменной речи. В работе рассмотрены технологии, которые повышают доступность образования, а также их недостатки и преимущества использования ИИ в обучении.*

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, современные технологии, иностранные языки, образование.

## THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES IN TEACHING A FOREIGN LANGUAGE FOR THE FORMATION OF ORAL AND WRITTEN SPEECH SKILLS

M. Ziauddin, A. R. Kopacheva

*In the article, the authors indicate the relevance of the research topic, analyze the possibilities of using artificial intelligence technologies in teaching and learning a foreign language in order to improve oral and written language skills. The paper considers technologies that develop the accessibility of education, as well as their disadvantages and advantages of using AI in education.*

**Keywords:** artificial intelligence, modern technologies, foreign languages, education.

На данный момент эволюция технологий искусственного интеллекта (ИИ) и внедрение их в образование являются наиболее динамично развивающимися тенденциями жизни современного общества. Применение актуальных технологий имеет ряд преимуществ как для учителей, так и для обучающихся.

Цель данного исследования – рассмотреть возможности применения технологий ИИ в обучении иностранным языкам для формирования навыков устной и письменной речи.

Объект исследования – современные платформы на базе искусственного интеллекта.

Для исследования были использованы

такие методы, как: анализ Интернет-ресурсов и литературных источников, описание, обобщение.

В настоящее время существует достаточно большое количество платформ на базе искусственного интеллекта, использование которых помогает преподавателям тратить гораздо меньше времени на поиск нужных учебных материалов и разработку плана урока; для обучающихся новые технологии предоставляют возможность совершенствовать навыки устной и письменной речи: выработка данных навыков может быть осуществлена с помощью написания разнообразных эссе или выполнения упражнений на чтение. Помимо этого, следует отметить, что технологии искус-

ственного интеллекта можно успешно применять не только в учреждениях образования, но и во многих прочих областях, таких как репетиторство, персонализированное обучение или процессы оценивания обучающихся.

Н.В. Соколов определяет общие сферы использования искусственного интеллекта в системе образования в Российской Федерации:

- разработка контента;
- создание индивидуального опыта обучения;
- расширение сферы образования;
- содействие управлению образовани-ем и администрированию;
- интеллектуальное репетиторство и обучение» [1, с.167].

Следует отметить и то, что в дальнейшем технологии ИИ способны стать неотъемлемым помощником для учителей и незаменимым элементом образования, поскольку помогают быстро и эффективно формировать учебные задания, подходящие каждому ученику в соответствии с его индивидуальными особенностями.

Спектр применения искусственного интеллекта в работе преподавателя иностранных языков является довольно широким. Среди основных направлений обучения иностранным языкам, где может быть применен искусственный интеллект, можно назвать следующие:

- Персонализированное обучение, при котором ИИ помогает построить индивидуальные учебные траектории для каждого обучающегося в соответствии с его особенностями, потребностями, уровнем знаний и скоростью обучения.

- Анализ прогресса учащихся посредством искусственного интеллекта позволяет выявить не только пробелы в знаниях, но и предложить дополнительные задания, нацеленные на ликвидацию конкретных недостатков.

Различные исследования многочис-

ленных программ искусственного интеллекта указывают на преимущества и недостатки применения данных технологий в образовательном процессе: «автоматизация задач, таких как оценка работ и адаптивное обучение, может привести к сокращению числа рабочих мест для учителей и административного персонала. Но с другой стороны, частичное выполнение некоторых задач искусственным интеллектом освобождает время преподавателей для более творческой работы и взаимодействия с учениками (проведение классных часов и мероприятий)» [2].

Так, например, различные чат-боты могут генерировать большие объемы дополнительной информации и подготавливать её к занятиям по иностранным языкам, отвечать на вопросы обучающихся.

По мнению Е.В. Ивахненко и В.С. Никольского, внедрение системы искусственного интеллекта в систему образования может осуществить идею о самообразовании, где присутствует обратная связь и возможности для будущего развития. Среди большого количества программ с искусственным интеллектом есть и такие программы, которые выполняют вспомогательную функцию по работе с текстом. К таким программам можно отнести «Grammarly» и «Wordtune». В свою очередь «ChatGPT» имеет похожий функционал, который помогает произвести грамотный текст на английском языке [3]. О.А. Пырнова утверждает, что: «ИИ может значительно улучшить системы образования за счет его способности оптимизировать многие части работы учителя и автоматизировать другие части, в конечном итоге давая им все больше и больше времени, чтобы тратить его на своих учеников» [4, с.43].

Эффективность применения ИИ при развитии навыков устной речи повышается благодаря речевым ассистентам, с помощью которых пользователь может

имитировать произношение носителя определенного языка. Кроме того, искусственный интеллект может давать обратную связь по точности произношения и подсказки, что позволяет совершенствовать навыки более продуктивно.

Еще одним положительным фактором является то, что преподаватели могут воспользоваться данными, которые были собраны с помощью искусственного интеллекта, для проведения индивидуальных занятий с учащимися, для анализа прогресса, устранения слабых мест и развития нестандартных языковых навыков.

С каждым годом платформ на основе ИИ становится всё больше и больше, ими пользуются квалифицированные учителя для того, чтобы их ученики эффективнее и наиболее приемлемым способом улучшали свои навыки письменной и устной речи.

Проанализируем некоторые платформы, использующие алгоритмы ИИ.

«Duolingo» - одно из самых популярных приложений для изучения иностранного языка, этот сервис бесплатный, а изучение языка проходит в игровой форме. Приложение выполняет упражнения в виде чтения и прослушивания предложений от носителей языка, но всё же, по результатам оценки многих пользователей, этого недостаточно для улучшения устной речи. Это приложение может помочь тем, кто только начинает изучать иностранный язык. Для уверенного владения иностранным языком в нем недостаточно словарного запаса, грамматики, на данной платформе все это представлено на очень скромном уровне, так как тренируя составление фраз, невозможно улучшить устную речь.

Для улучшения навыков устной речи достаточно эффективна образовательная организация «Speechling», здесь используется сочетание технологий и человеческого коучинга. Так как это технологическая платформа, она доступна в образовательных целях 24/7, данный сервис является

бесплатным. Сертифицированные преподаватели оставляют отзыв о произношении в течение 24 часов, а продвинутые студенты отвечают на вопросы или описывают изображение. И самый важный момент, на наш взгляд, это то, что «Speechling» предоставляет стипендии для тех, кто испытывает финансовые затруднения или нуждается в безлимитном коучинге. Чтобы получить стипендию, надо отправить заявку на почту и записать 1-2 минутное видео, ответив на несколько вопросов.

Платформа «Twee», созданная с помощью искусственного интеллекта, в последнее время пользуется большой популярностью среди репетиторов и предусматривает упрощение задач преподавателей при подготовке занятий для индивидуального или группового использования, поскольку представляет интересные и разной сложности задания.

Данный ресурс предлагает широкий спектр функций, которые помогают учителям и обучающимся создавать различные виды письменных работ, а также задания для отработки устной речи, в которую может входить написание письма, диалога, генерирование разных вопросов по тексту с вариантами ответов, утверждения True/False или других видов работ, которые связаны с актуальной темой занятия.

Кроме того, «Twee» может создавать огромное количество разных материалов за короткий промежуток времени. Это считается одним из главных преимуществ этой платформы, так как в большинстве случаев на подготовку к занятию нужно выделять больше времени, чем на само занятие.

Данный вебсайт учитывает, как согласование времен, так и грамматические правила иностранного языка. Может создать темы для эссе или другие виды заданий от легкого до продвинутого уровней для проверки знаний. Чаще всего, главным критерием при выборе программы для изучения иностранного языка у обучающихся будет

возможность практики речи на иностранном языке, и в данной платформе задания на любые темы и пожелания. К тому же, «Twee» способна сформировать домашнее задание для учеников на основе пройденного материала.

Многие учителя дают положительную оценку этому сайту, где на данный момент представлены 17 типов заданий для уроков, что помогает на современном этапе повышать эффективность навыков письменной речи, но при этом не тратить много времени на подготовку к занятиям.

Однако, по мнению пользователей, самый большой недостаток этой платформы заключается в том, что язык ограничен английским и система не настраивается для отдельного учащегося.

«Grammarly» считается уже базовой платформой для улучшения навыков письма. Это инструмент, который может проверить тексты разных объёмов и выявить ошибки, которые могут быть связаны с нарушением согласования времен (грамматика), с неправильно написанными словами (орфография), и упущением каких-то знаков препинания (пунктуация).

Каждый текст редактируется с учётом выбранного стиля.

«+Vabbel» — это популярное немецкое приложение для обучения иностранным языкам, доступное с января 2008 года, которое помогает развивать как устную, так и письменную речь. С помощью технологий искусственного интеллекта, «+Vabbel» предоставляет персонализированные уроки, учитывая уровень знаний и прогресс каждого пользователя.

Для письменной речи «+Vabbel» предлагает упражнения на составление предложений и текстов, а также задания на грамматику и словарный запас. Программа также корректирует ошибки пользователя и даёт дополнительные упражнения для улучшения письменного навыка.

Б.Б. Тодорова утверждает: «Часто на-

ряду с лексикой представлена и грамматика, она объяснена с помощью языка-посредника, а затем прилагаются различные упражнения – упорядочивание заданных в перемешанном порядке букв, заполнение пустых мест, выбор правильной формы из нескольких вариантов. Обычно урок заканчивается диалогом, связанным с темой урока. В нем учащийся должен заполнить пустые позиции, в которых будут использоваться соответствующие лексемы, изученные на данном изучаемом уроке» [5, с.105].

Благодаря использованию искусственного интеллекта, «+Vabbel» адаптирует уроки под потребности и уровень каждого обучающегося, помогая им формировать свободное владение устной и письменной речью на иностранном языке.

Кроме вышеперечисленных программ с технологиями ИИ, есть еще и другие, поэтому в задачу преподавателей будет входить их качественное использование, но только таким образом, чтобы это не наносило вред обучению иностранным языкам и подходило под индивидуальный план, предпочтения и соответствовало заданным целям.

В целом, исследователи сходятся во мнении, что будущее образования с применением технологий ИИ обещает быть ярким и полным инноваций, но для достижения максимального потенциала этих технологий потребуются совместная работа образовательных учреждений, технологических компаний, политиков и всего общества» [6, с.4].

Искусственный интеллект, обладая уникальным потенциалом для совершенствования методик преподавания иностранных языков, порождает и определенные вызовы, которые необходимо преодолеть: преподавателям приходится проверять уже готовые задания, что усложняет процесс подготовки к занятиям.

Обучающиеся могут злоупотреблять

использованием ИИ для облегчения решения поставленных задач, полностью положиться на достоверность и корректность сгенерированного текста также не всегда представляется возможным. Интеграция искусственного интеллекта в педагогику потенциально может революционизировать традиционные методы обучения и создать персонализированный, адаптивный опыт обучения [7, с.22].

В целом, приложения с системами ИИ в большой степени мотивируют учащихся,

предлагая новый спектр заданий. Онлайн-мониторинг, адаптивное обучение, а также обратная связь помогают обучающимся эффективнее учиться, а преподавателям находить новые способы улучшения их навыков устной и письменной речи. Интерактивные уроки и персонализированный подход могут адаптировать обучение к индивидуальным потребностям обучающегося, предлагая устные и письменные задания того уровня, который соответствует их уровню и темпу обучения.

### Цитированная литература

1. **Соколов, Н. В., Виноградский, В. Г.** Искусственный интеллект в образовании: анализ, перспективы и риски в РФ // Проблемы современного педагогического образования. - 2022. - №76-2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/iskusstvennyu-intellekt-v-obrazovanii-analiz-perspektivy-i-riski-v-rf> (дата обращения: 18.08.2024). – Текст : электронный.
2. **Калинушкина, Е. С.** Искусственный интеллект в образовании / Е. С. Калинушкина, В. А. Калинушкин. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2023. — № 44 (491). — С. 95-97.
3. **Ивахненко, Е. Н., Никольский, В. С.** ChatGPT в высшем образовании и науке: угроза или ценный ресурс? // Высшее образование в России. - 2023. - Т. 32. No 4. - С. 9–22. – Текст : непосредственный.
4. **Пырнова, О. А., Зарипова, Р. С.** Технологии искусственного интеллекта в образовании // Russian Journal of Education and Psychology. - 2019. - №3. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-iskusstvennogo-intellekta-v-obrazovanii> (дата обращения: 16.06.2024). – Текст : электронный.
5. **Тодорова, Б. Б.** Изучение иностранных языков с помощью платформы babbel – преимущества и недостатки // Вестник по педагогике и психологии Южной Сибири. – 2017. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-inostrannyh-yazykov-s-pomoschyu-platformy-babbel-preimuschestva-i-nedostatki> (дата обращения: 16.06.2024). – Текст : электронный.
6. **Гречкина, К. А.** Будущее образования: роль искусственного интеллекта и машинного обучения / К. А. Гречкина // Цифровая трансформация образования: актуальные проблемы, опыт решения : Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Волгоград, 23 ноября 2023 года. – Чебоксары: Издательский дом «Среда», 2023. – С. 265-268. – Текст : непосредственный.
7. **Тохиржонова, М. Р.** Роль искусственного интеллекта в педагогике, улучшение опыта обучения с помощью интеллектуальных технологий // Теория и практика современной науки. - 2023. - №7 (97). - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-iskusstvennogo-intellekta-v-pedagogike-uluchshenie-opyta-obucheniya-s-pomoschyu-intellektualnyh-tehnologiy> (дата обращения: 16.06.2024). – Текст : электронный.

## УСОВЕРШЕНСТВОВАННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

В. А. Ирицян, А. Р. Копачева

*В статье говорится о функциях и значимости усовершенствованных инструментов искусственного интеллекта (ИИ) при изучении иностранных языков. Рассматривается проблематика применения машинного интеллекта в сфере образования, а также исследуются возможности обработки естественного языка, особенности использования ИИ при обучении иностранному языку на примере современных цифровых платформ.*

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, NLP, усовершенствованные инструменты ИИ, изучение языков.

## ADVANCED ARTIFICIAL INTELLIGENCE TOOLS FOR LEARNING LANGUAGES

V. A. Iritsian, A. R. Kopacheva

*The article talks about the functions and importance of advanced artificial intelligence (AI) tools in learning foreign languages. The problems of using machine intelligence in the field of education are considered, as well as the possibilities of natural language processing, the features of using AI in teaching a foreign language on the example of modern digital platforms are explored.*

**Keywords:** artificial intelligence, NLP, advanced tools, language learning.

В современном мире повсеместно, в том числе и в сфере образования происходит цифровизация, поэтому перед обществом возникает ряд задач в адаптации процессов обучения к условиям развития науки и технологий. В связи с этим, исследователи обратились к искусственному интеллекту для разработки современных инструментов, чтобы процесс изучения иностранных языков стал более доступным и эффективным.

Целью данного исследования является рассмотрение усовершенствованных инструментов искусственного интеллекта, используемых в обучении иностранным языкам.

Объектом исследования послужили современные платформы для изучения

и иностранных языков.

Для исследования были использованы такие методы, как: анализ источников, описание, обобщение.

Искусственный интеллект (ИИ; англ. Artificial Intelligence, AI) – «раздел информатики, в котором разрабатываются методы и средства компьютерного решения интеллектуальных задач, традиционно решаемых человеком» [1]. К прикладным направлениям ИИ относят создание устройств с логическим мышлением, способных к обучению, а также разработку технологий общения машины с человеком.

Ключевой задачей в области обучения языкам с помощью машинного интеллекта является разработка технологии обработки естественного языка (NLP - Natural language

processing) [2]. NLP – это область искусственного интеллекта, с помощью которой происходит диалог между компьютером и человеком. С помощью этой программы происходит генерирование естественного языка и осмысление производного текста. Процесс обработки естественного языка выглядит следующим образом:

1. Речь человека фиксируется звукозаписывающим устройством.
2. Устройство трансформирует аудио в письменный формат.
3. Система NLP анализирует текст на составные элементы, понимает контекст беседы и намерения человека.
4. С учетом результатов работы обработки естественного языка, механизм определяет команду, которая должна быть выполнена [2].

Алгоритмы учитывают лексику, семантику, а также структуры фраз, внутреннюю логику языка, понимание контекста. «Чтобы понять, к чему относится слово «он» в предложении «человек носил костюм, и он был синий», машина должна иметь представление о свойствах понятий «человек» и «костюм». Чтобы научить этому компьютер, специалисты используют алгоритмы машинного обучения и методы анализа языка из фундаментальной лингвистики» [2].

Данная технология была внедрена с целью создания продвинутых платформ по изучению языков, она способна генерировать речь пользователя, осуществлять обратную связь по контролю произношения и оценке грамматической правильности, а также взаимодействовать с пользователем в интерактивных диалогах [3, с.2].

К платформам подобного типа относится приложение Duolingo. В данной программе используются аудирование и анимация, можно слушать предложения, слова, также необходимо повторять вслух предложения, таким образом Дуалинго проверяет произношение пользователя.

Если ответ является ошибочным, то платформа покажет это, и в этом случае пользователь сможет исправить свою ошибку. Также можно войти в отдельный раздел и тренироваться на своих ошибках. Обучающийся может прослушать диалог и ответить далее на вопросы [4].

Тренировочная программа «Quizlet» также пользуется высоким спросом. Quizlet использует технологии NLP для создания карточек с персонализированными подсказками, автоматического генерирования тестов на основе учебного материала и оптимизации процесса запоминания информации.

В данной программе можно заучивать лексику, слушать произношение слов, учить их методом подбора, с помощью карточек, иллюстраций, выполнять тесты. Также можно выбрать путь изучения материала (работа с кратковременной памятью, долговременной памятью). В результате анализа пройденного, программа высчитывает в процентах, сколько материала изучено, а сколько еще предстоит изучить. Если пользователь отвечает неправильно, то приложение выдает вопрос, в котором обучающийся допустил погрешность, тем самым предоставляется возможность исправить свою ошибку. Помимо этого, в тест данной программы входят различные способы проверки знаний: выбор правильного варианта ответа, решение, верный ли данный ответ или нет, написание слова (при неверном ответе приложение показывает, где допущена орфографическая ошибка и выдает правильный ответ).

Компания Pearson, которая занимается внедрением образовательных технологий для повышения качества и эффективности процесса обучения, также использует технологию NLP для следующих задач:

1. Создание учебных материалов, включая учебники, учебные пособия и онлайн-курсы. NLP помогает автоматизировать процессы формирования контен-

та, адаптировать материалы под уровень пользователей.

2. Оценка успеваемости. NLP используется для анализа результатов пользователей, оценки их успеваемости, выявления областей, где требуется улучшение, и предоставления рекомендаций по улучшению обучения.

3. Автоматическая проверка заданий. Pearson использует технологии NLP для автоматической проверки ответов на задания и тесты, что позволяет пользователям получать быструю обратную связь и анализ результатов.

4. Развитие онлайн-курсов. Pearson создает онлайн-курсы с использованием NLP для улучшения интерактивности, адаптивности и эффективности обучения.

Таким образом, данная платформа активно внедряет технологии обработки естественного языка в свои продукты для образования.

+Babbel – это популярный ресурс, также интегрирующий технологии NLP в свою платформу для улучшения процесса обучения.

1. Тренажер произношения. +Babbel использует NLP для создания тренажеров произношения, которые помогают обучающимся улучшить произношение иностранных слов. Система анализирует произношение и предоставляет обратную связь.

2. С помощью NLP +Babbel осуществляет автоматическую проверку орфографии и грамматики в упражнениях.

3. NLP анализирует данные обучения и предпочтения обучающихся, что позволяет +Babbel предлагать персонализированные уроки, рекомендации по повторению материала, и адаптивную методику обучения.

4. Интерактивные уроки. NLP позволяет +Babbel создавать интерактивные уроки, где обучающиеся могут взаимодействовать с приложением, задавать вопросы и отвечать на них.

5. Тестирование и оценка. С применением NLP +Babbel проводит тестирование студентов, оценивает их успеваемость, анализирует результаты [5].

Возможности платформы демонстрируют, как +Babbel интегрирует технологии NLP не только для улучшения процесса обучения языкам, но и помогают обучающимся успешно преодолевать культурные барьеры [6].

Таким образом, усовершенствованные инструменты в области ИИ включают в себя:

1. Машинное обучение для персонализированного обучения. Искусственный интеллект может анализировать данные обучения и предоставлять персонализированные учебные материалы и задания, учитывая культурные особенности и предпочтения учащегося.

2. Автоматический перевод и интерпретация. Технологии машинного перевода могут помочь обучающимся понимать иностранные тексты, что способствует лучшему взаимопониманию между различными культурами.

3. Интерактивные приложения для общения. Приложения с функцией искусственного интеллекта могут помочь учащимся практиковать разговорные навыки на иностранных языках, создавая среду для общения и обмена культурными знаниями.

4. Анализ данных для оценки прогресса. С помощью анализа данных искусственный интеллект может оценивать прогресс учащихся в изучении языков и предлагать рекомендации для дальнейшего улучшения.

В целом, использование усовершенствованных инструментов искусственного интеллекта может сделать процесс изучения иностранных языков более эффективным, получать непосредственную обратную связь при оценке прогресса, индивидуализировать обучение. Немаловажно и то, что обучающийся имеет воз-

возможность с помощью ИИ самостоятельно изучать иностранный язык в академических условиях, они помогают преодолевать культурные барьеры при изучении языков, создавая более доступные и эффективные методы обучения.

выстроить траекторию учебной деятельности, работая в нужном ему темпе и с нужным материалом. Рассмотренные технологии абсолютно необходимы тем пользователям, которые не имеют возможности

### Цитированная литература

1. Большая российская энциклопедия. - URL: <https://bigenc.ru/c/iskusstvennyi-intellekt-ac9fb0> (дата обращения: 23.03.2024). – Текст : электронный.
  2. NLP [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.skillfactory.ru/glossary/nlp/> (дата обращения: 23.03.2024). – Текст : электронный.
  3. **Гиреева, Ф. М., Точиева, Л. К.** Искусственный интеллект / Ф. М. Гиреева, Л. К. Точиева. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/iskusstvennyu-intellekt-5> (дата обращения: 12.02.2023). – Текст : электронный.
  4. **Аржановская, А. В., Елтанская, Е. Ф.** Технологии применения искусственного интеллекта в обучении иностранному языку / А. В. Аржановская, Е. Ф. Елтанская. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-primeneniya-iskusstvennogo-intellekta-v-obuchanii-inostrannomu-yazyku> (дата обращения: 26.12.2023). – Текст : электронный.
  5. Методы обработки естественного языка. – URL: <https://developers.sber.ru/help/ml/natural-language-processing-techniques> (дата обращения: 22.02.2024). – Текст : электронный.
  6. **Эндрю, Р.** Усовершенствованные инструменты искусственного интеллекта для изучения языков: преодоление культурных барьеров/ Р. Эндрю. - URL: <http://english.volsu.ru/2023/usovershenstvovannye-instrumenty-iskusstvennogo-intellekta-dlja-izuchenija-jazykov-preodolenie-kulturnyh-barerov/> (дата обращения: 04.07.2023). – Текст : электронный.
-

## ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Д. А. Каменский, Ж. В. Ильина

*В данной статье рассмотрены области обучения иностранному языку, в которых предполагается дальнейшее внедрение перспективных технологий искусственного интеллекта, описаны примеры их использования, позволяющие оптимизировать процесс обучения иностранному языку с точки зрения эффективности и увлекательности с целью формирования прочной основы для более высокого уровня владения иностранным языком.*

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, перспективы искусственного интеллекта, современное образование, языковое образование, обучение иностранным языкам, персонализация обучения.

## PROSPECTS FOR USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN TEACHING A FOREIGN LANGUAGE IN THE CONTEXT OF MODERN EDUCATION

D. A. Kamenskii, Zh. V. Iljina

*This article examines the areas of foreign language teaching in which the further introduction of promising artificial intelligence technologies is expected, describes examples of such technologies that allow to optimize the process of foreign language teaching in terms of effectiveness and fascination in order to form a solid foundation for a higher level of foreign language proficiency.*

**Keywords:** artificial intelligence, prospects for artificial intelligence, modern education, language education, teaching foreign languages, personalized language learning.

Актуальность данной темы состоит в том, что в настоящее время идёт активное развитие искусственного интеллекта (ИИ) и его внедрение во все сферы человеческой жизни. Так как процесс изучения иностранного языка может затрагивать практически каждого человека на определённом этапе обучения или самообучения, развитие автоматизированных технологий в этой области является ключевым элементом, требующим особого внимания со стороны специалистов.

Целью нашей работы является выявление таких областей при обучении иностранному языку, в которых внедрение ИИ

будет соответствовать запросам современного образования и являться наиболее перспективным.

Начнём с того, что стремительный рост популярности ИИ обусловлен тем, что он может в кратчайшие сроки обрабатывать и анализировать большие объёмы данных, ранее недоступных для компьютеров. Также благодаря своей многозадачности, ИИ стал неотъемлемым помощником в процессе обучения иностранным языкам, найдя применение у:

- учащихся для помощи в обучении или его персонализации;
- учителей для помощи в преподава-

тельской деятельности;

– организаций, осуществляющих образовательную деятельность, для управления и контроля за обучающимися.[5, с.11]

В свою очередь, современное образование ставит перед собой цель – обеспечить всестороннее развитие и воспитание личности, стремящейся к самообразованию. «Эффективное овладение учащимися новым для них языком и культурой определяется степенью развития у них умений:

– организовать свою учебную деятельность;

– активизировать интеллектуальные процессы;

– подготовиться к учебному процессу и активно участвовать в нем;

– организовать коммуникативную деятельность».[2, с.116]

Мы считаем, что при правильной интеграции ИИ в процесс обучения иностранным языкам, становление развитой личности, жаждущей новых знаний, будет проходить эффективнее и интереснее.

Рассмотрим это на конкретных примерах.

Во-первых, многие ученики сталкивались с серьёзными трудностями в процессе говорения на иностранном языке. Так Н. Д. Гальскова пишет, что говорение – это «форма устного общения, с помощью которой происходит обмен информацией, осуществляемой средствами языка, устанавливаются контакт и взаимопонимание, оказывается воздействие на собеседника в соответствии с коммуникативным намерением говорящего».[2, с.190] Проблема может заключаться в отсутствие собеседника в силу ограниченных возможностей обучения, страхе говорения на новом языке или демотивации из-за одностороннего и неинтерактивного обучения.

Обработка естественного языка (Natural Language Processing, NLP) – это специальный алгоритм ИИ для создания моделей, которые могут интерпретировать

и распознавать человеческую речь. Технология NLP также может понимать закономерности, тон и контекст, что в свою очередь позволяет:

– определять речь независимо от диалекта и акцента;

– классифицировать говорящих по голосу и тону;

– воспринимать настроение разговора;

– обеспечивать логичный и понятный вывод.

Идея состоит в том, чтобы помочь школьникам лучше усваивать языковой материал, используя систему обратной связи в реальном времени, основанную на множестве языковых входных данных. (электронный источник URL: <https://blog.elsaspeak.com/en/educators-guide-ai-enabled-speech-feedback>).

Во-вторых, технологии ИИ могут помочь в изучении и закреплении лексики. В процессе изучения иностранного языка ученики постоянно сталкиваются с новыми и неизвестными ранее словами, которые могут мешать пониманию основной мысли текста. При использовании машинного перевода мы получаем не только значение интересующего нас слова, но и примеры употребления, синонимы, правила произношения и другую полезную информацию (всё зависит от выбранной для перевода программы).

Подобные технологии могут помочь студенту не только лучше понимать тексты на иностранном языке и адаптироваться к иноязычной среде, но и заложить прочную основу для более высокого уровня владения иностранным языком. Кроме того, использование ИИ повысит оперативность, точность и качество перевода, который обычно требует много времени и усилий. Благодаря чему, учащиеся могут выполнять переводческие задачи чаще и быстрее, тем самым имея больше времени и сил для изучения и закрепления знаний по

иностранным языкам.[6, с.2]

В-третьих, ИИ активно используются для персонализации обучения, так как «это единственная технология, которая может имитировать живых преподавателей с целью предоставления обучающимся персонализированного интерактивного обучения».[4, с.15] Подход персонализированного обучения основан на адаптации образовательного процесса под цели и задачи каждого учащегося, учитывая его особенности, уровень знаний, интересы, стиль и скорость обучения.

Анализируя успеваемость учащегося в различных языковых областях, ИИ может генерировать индивидуальные учебные материалы, отвечающие конкретным потребностям студента. Например, если возникают проблемы со словарным запасом, предоставляется список слов для практики, а для изучения иностранного языка более естественным способом, анализируются аутентичные языковые данные, такие как новостные статьи, сообщения в социальных сетях и стенограммы разговоров, позволяющие ученикам научиться использовать язык в реальных ситуациях. Это помогает сделать изучение языка более увлекательным и актуальным.[6, с.2]

В-четвёртых, технологии ИИ будут полезны педагогам для автоматизации оценивания работ учащихся, отслеживания статистики усвоения материала или генерации заданий для проверки полученных знаний.

Современные алгоритмы способны создавать подробные и интерактивные задания для отработки и проверки знаний любого формата в зависимости от уровня владения языком. В дополнение к созданным заданиям учитель иностранных языков может получить их автоматическую проверку, объяснение допущенных ошибок, а также статистику по уровню усвоения языкового материала по каждому учащемуся. В этом плане ИИ выступает неким помощником учителя, позволяющим уделять больше времени живому общению с учениками и концентрировать внимание на проработке важных для них тем.

В заключение хочется отметить, что интеграция технологий ИИ в процесс обучения иностранным языкам в настоящее время будет иметь неопределимую пользу как для учеников, так и для педагогов, облегчая рутинные задачи, делая процесс изучения иностранных языков доступнее, эффективнее и увлекательнее.

### Цитированная литература

1. **Акбаева, Х. Б.** Использование искусственного интеллекта на занятиях иностранного языка в эпоху цифровых технологий / Х. Б. Акбаева // *Мировая наука*. – 2022. – № 4(61). – С. 19-22. – Текст : непосредственный.
2. **Гальскова, Н. Д.** Теория обучения иностранным языкам. Лингводидактика и методика: учеб. Пособие для студентов лингвистических университетов и факультета ин. яз. высш. пед. учеб. заведений / Н. Д. Гальскова, И. И. Гез - 5-е изд. стер. - М.: Издательск. центр «Академия», 2008 - 336 с. – Текст : непосредственный.
3. **Кузнецова, Т. Г.** Искусственный интеллект как инновационный компонент в реализации процесса обучения иностранному языку / Т. Г. Кузнецова // *Modern Science*. – 2022. – № 1-2. – С. 248-251. – Текст : непосредственный.
4. **Сюй, Б.** Влияние искусственного интеллекта на обучение иностранному языку / Б. Сюй // *Вестник Педагогического университета*. – 2022. – № 6-2(101). – С. 13-20. – Текст : непосредственный.
5. **Edmett, A., Ichaporia, N., Crompton, H., Crichton, R.** (2023). Artificial intelligence and English language teaching: Preparing for the future. British Council. – URL: <https://doi.org/10.1017/S0008062323000000>

org/10.57884/78EA-3C69 (дата обращения: 22.09.2024). – Текст : электронный.

6. **Ming Yang Liu.** Exploring the Application of Artificial Intelligence in Foreign Language Teaching: Challenges and Future Development. SHS Web Conf., 168 (2023) 03025. Published online: 18 May 2023. – URL: [https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/abs/2023/17/shsconf\\_clec2023\\_03025/shsconf\\_clec2023\\_03025.html](https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/abs/2023/17/shsconf_clec2023_03025/shsconf_clec2023_03025.html) (дат обращения: 20.09.2024). – Текст : электронный.

---

## КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ

Е. Р. Кузнецов, И. В. Толмачева

*Актуальность исследования обусловлена необходимостью компаний формировать свое будущее функционирование с решением ряда важных и приоритетных целей и задач, в частности, укрепление позиций на рынке, предотвращение реализации различных угроз и рисков, которые могут нанести вред компании. В связи с этим авторы указывают на важность разработки стратегии развития компании, осуществления и реализации принципов и подходов в рамках стратегического менеджмента. В заключение авторы формируют основные выводы по данной теме исследования.*

**Ключевые слова:** стратегия, принципы, стратегический менеджмент, анализ.

## CONCEPTUAL BASIS OF COMPANY STRATEGY

E. R. Kuznetsov, I. V. Tolmacheva

*The relevance of the study is due to the need for companies to shape their future functioning with the solution of a number of important and priority goals and objectives, in particular, strengthening positions in the market, preventing the implementation of various threats and risks that can harm the company. In this regard, the authors point out the importance of developing a company development strategy, implementing and implementing principles and approaches within the framework of strategic management. In conclusion, the authors form the main findings on this research topic.*

**Keywords:** strategy, principles, strategic management, analysis.

В рыночных условиях компании сталкиваются с необходимостью быть полноценным и весомым участником рынка. Данная позиция определяется действиями компании относительно конкурентов и выбора способа ведения конкурентной борьбы, также потенциальных потребителей товаров, работ, услуг. Ослабление позиции будет тут же приводить к определённым потерям или финансовым рискам, которые будут выражаться в не до получении выручки от реализации товаров, не формировании в нужных объемах фондов (резервов) компании, что негативно будет сказываться не только на финансовых возможностях компании существования, но и на ее деловой репутации. Такая ситуация, имеющая характер рискованности, может

быть и не реализована при условии разработки в рамках компании стратегии ее развития.[1, с.574]

В сегодняшних условиях экономического развития нашего государства имеются определённые барьеры, называемые санкциями, которые носят непредсказуемый характер, что характеризует внешнюю среду как динамичной и подвижной.

В таких условиях стратегия развития компании носит вероятностный характер, она будет включать приблизительные показатели и ориентиры развития компании. Более точные показатели будут отражены в тактических и текущих планах компании. Но, стоит помнить, что формирование и реализация тактических и текущих планов не должно противоречить стратегическим

планам развития компании, хотя в планы могут быть внесены определённые корректировки. Стабильность внешней среды и внутренней среды компании не всегда является положительной характеристикой.

Исходя из теории и практики вопроса стратегии стоит отметить, что стратегия развития компании необходима, так как связана не только с долгосрочным и перспективным развитием, но и с определением целей и ориентиров в будущем. Если компания не формирует стратегию своего развития, то это ошибочные действия со стороны руководства. Стратегия развития компании понимается как документ, отражающий желание и видение будущего компании руководством.

Начиная процесс формирования стратегии необходимо тщательным образом проанализировать состояние внешней среды, а затем и внутренней среды, с целью определения возможностей дальнейшего развития и функционирования компании. Прежде всего, во внешней среде необходимо уделить внимание политическим и экономическим факторам и условиям развития экономики в рамках государства, региона, затем провести анализ законодательства и перспективы его изменения. Важно иметь информацию относительно конкурентов и планируемых ими мер по дальнейшему развитию и укреплению бизнеса. Немаловажным фактором в анализе внешней среды будет и уровень доходов населения, а также фактор финансовых возможностей потенциальных потребителей товаров, работ, услуг компании.[2, с.66]

Также стоит обратить внимание и на рынок труда в части специалистов и работников, которые необходимы будут в дальнейшем развитии компании, тем более, что в условиях активной цифровизации, требования к компетенциям работников значительно меняются.

Кроме анализа фактором и состояния внешней среды необходимо провести

тщательный анализ и внутренней среды или микросреды компании. С точки зрения ученых, необходимо провести анализ относительно общей организации компании, то есть оптимальности сформированной организационной структуры компании. Как известно, организационная структура может меняться, так как компания может проводить различные мероприятия, направленные на оптимальность управления и функционирования, но кроме этого, еще и мероприятия, связанные непосредственно с количеством работников и их перемещением. Такие мероприятия еще носят характер организационных изменений.

Немаловажным будет применение SWOT-анализа, который также отражает не только сильные и слабые стороны развития компании, но и предполагаемые угрозы и возможности. Чем больше будет проведено аналитических процедур в необходимых направлениях, тем больше компания получит информации, которая будет способствовать выработке более точной стратегии. Возможно использование и других инструментов аналитической работы по факторам, влияющим на деятельность компании.[3, с.96]

Далее рассмотрим непосредственно концептуальную схему формирования стратегии развития компании. Прежде всего, по результатам анализа необходимо точно сформировать цели стратегического развития компании, выработать и сформулировать ряд стратегических вопросов.

Следующим шагом может быть разработка нескольких вариантов развития компании с выделением наиболее предпочтительных. В рамках альтернативных вариантов необходимо реализовать разработку планов.

Формирование стратегии также может быть обозначено как реализация стратегического менеджмента компании. Если рассматривать с этой точки зрения, то стратегический менеджмент как сравни-

тельно новый для отечественных предприятий подход сталкивается с непониманием управленцами природы такого управления, неумением адаптировать систему стратегического управления под особенности каждого хозяйствующего субъекта, незнанием инструментов анализа и оценки стратегических решений.

Стратегическое управление предприятием - это согласованная совокупность решений, оказывающих определяющее влияние на деятельность предприятия и имеющих долгосрочные последствия.

Можно определить, что на сегодняшнем этапе научной мысли существует широко дифференцированная система принципов стратегического управления эффективностью деятельности хозяйствующего субъекта. Данные принципы можно структурировать по трем ключевым группам:

- принципы системности;
- принципы развития;
- принципы управления.[4, с.16]

Значительная дифференцированность принципов стратегического управления эффективностью деятельности предприятия обусловлена стремительными эволюционными преобразованиями в структуре механизмов управления и развития современных предприятий. Данные особенности обуславливают расширением числа принципов стратегического управления эффективностью деятельности компании в возможной перспективе.

Формирование концептуальной модели стратегии предприятия, определение ее базовых элементов в своем развитии происходит множество эволюционных стадий.

Трактование понятия стратегии трансформируется от субъективного представления стратега – руководителя предприятия к процессу обучения, обеспечения власти и достижения стабильной конкурентной позиции в долгосрочной перспективе на основе участия в этом процессе всего коллектива предприятия. Такое эволюционное развитие основ стратегического управления обуславливает разные комбинации определяющих структурных компонентов стратегии предприятия.[5]

Стадии развития предприятия коррелируют с соответствующими управленческими действиями в системе стратегического управления эффективностью деятельности предприятия и принципами данных процессов.

Подводя итог вышеизложенному, необходимо отметить основные аспекты:

- разработка стратегии развития компании является необходимым и важным условием ее дальнейшего развития в рамках рыночной экономики;
- именно разработка стратегии помогает компании решать вопросы конкурентной борьбы, снижения различных видов рисков, это возможно благодаря проведению анализа при использовании различных методик и подходов;
- разработка стратегии в научных исследованиях и на практике также обозначается как стратегический менеджмент или управление;
- немаловажным в реализации стратегического менеджмента необходимо использовать концептуальные основы стратегического менеджмента, то есть принципы и подходы.

### Цитированная литература

1. **Кожина, В. О.** Совершенствование управления потенциалом развития предприятия / В. О. Кожина, О. Е. Лебедева // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 4(93). – С. 572-575.
2. Менеджмент экономико-финансовой безопасности в аспекте предпринимательских структур и личности : Монография / Е. И. Балалова, С. А. Измайлова, В. О.

Кожина [и др.]. – Москва : Издательский дом «Научная библиотека», 2024. – 89 с.

3. **Косевич, А. В.** К вопросу повышения конкурентоспособности России на мировом рынке образовательных услуг / А. В. Косевич, В. О. Кожина // Вестник Международного института экономики и права. – 2016. – № 1(22). – С. 91-98.

4. **Чепкасова, Е. А.** Концептуальная модель системы стратегического управления промышленным предприятием / Е. А. Чепкасова // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2020. – № 12(122). – С. 14-20.

5. **Вызовы новой реальности: как компании адаптируют стратегии к кризису.** 25 Ассоциация менеджеров. 27.04.2024. – URL: <https://amr.ru> (дата обращения: 25.09.2024) – Текст : электронный.

---

## ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА В ПОВЕСТИ Н.В. ГОГОЛЯ «ШИНЕЛЬ» И НОВЕЛЛЕ ГИ ДЕ МОПАССАНА «ОЖЕРЕЛЬЕ»

А. Е. Кузнецова, М. Г. Белоусов

*На примере произведений Гоголя и Мопассана в статье проводится анализ поведенческих факторов главных героев в идентичных друг другу жизненных обстоятельствах. Особое внимание уделяется раскрытию ложных, оттого и наиболее уязвимых позиций персонажей, из-за которых их трагическая судьба становится воплощением театра абсурда.*

**Ключевые слова:** Гоголь Н.В., Ги де Мопассан, испытания, абсурд, наказание, справедливость, гиперболизация.

## EXISTENTIAL PROBLEMS IN N.V. GOGOL'S STORY «THE OVERCOAT» AND GUY DE MAUPASSAN'S SHORT STORY «THE NECKLACE»

A.E. Kuznetsova, M. G. Belousov

*Using the example of the works of Gogol and Maupassant, the article analyzes the behavioral factors of the main characters in identical life circumstances. Special attention is paid to the disclosure of the false, and therefore the most vulnerable positions of the characters, because of which their tragic fate becomes the embodiment of the theater of the absurd.*

**Keywords:** Gogol N.V., Guy de Maupassant, trials, absurdity, punishment, justice, hyperbolization.

Повесть Н.В. Гоголя «Шинель» (1841) и новелла Ги де Мопассана «Ожерелье» (La Parure, 1884, включена в сборник «Сказки дня и ночи») построены на теме столкновения героя с роком, выступающим в качестве непреодолимой и слепой враждебной силы. Главный герой «Шинели» - скромный петербургский чиновник Акакий Акакиевич Башмачкин. Его жизнь меняется, когда он решает пошить новую шинель, на которую тратит все свои сбережения, и потеря которой ведет к трагическим событиям. В «Ожерелье» Матильда Луазель, жена мелкого чиновника, мечтает о роскоши и блеске, и эта жажда приводит её к ношению драгоценного ожерелья на балу, потеря которого также становится причиной многолетних страданий и унижений для неё и её мужа.

Персонажи произведений описываются через характерные черты. В то время как Акакий Акакиевич — образец терпения и скромности, Матильда Луазель — живой пример человеческого стремления к лучшей доле и готовности идти на жертвы ради достижения своих желаний. Судьбы обоих героев оказываются трагическими, но по-своему показывают, как разные характеры реагируют на испытания, которые ставит перед ними жизнь. Акакий Акакиевич не знает в своей жизни ничего, кроме канцелярской работы, где подвергается насмешкам сослуживцев, но демонстрирует редкостную покорность, что соответствует значению его имени – греч. «беззлобный». «Какой-нибудь помощник столоначальника прямо совал ему под нос бумаги, не сказав даже «перепишите», или «вот интерес-

ное, хорошенькое дельце», или что-нибудь приятное, как употребляется в благовоспитанных службах. И он брал, посмотрев только на бумагу, не глядя, кто ему подложил и имел ли на то право. Он брал и тут же пристраивался писать ее» [1, с.89]. Матильда Луазель сначала производит впечатление особы легкомысленной и недалекой, на что указывает её фамилия *Loisel*, созвучная фр. *oiseau* – птица. «Она страдала непрестанно, так как чувствовала себя рожденной для изящной жизни, для самой утонченной роскоши. Она страдала от бедности своего жилья, от убожества голых стен, просиженных стульев, полинявших занавесок. Все, чего не заметила бы другая женщина того же круга, мучило ее и возмущало» [2, с.302]. Оба персонажа выглядят полностью пассивными фигурами, пока у них не появляется мечта – для Акакия Акакиевича это покупка новой шинели, для Матильды – возможность посетить бал в министерстве. Оба сначала даже несколько шокированы таким жизненным поворотом – Башмачкин пытается найти возможность починить старую шинель, Матильда отказывается от приглашения из-за отсутствия гардероба, но затем смиряются с неизбежностью предстоящих трат. С этого момента они начинают изыскивать средства. Но если Акакий Акакиевич пытается накопить деньги путем многомесячной экономии, то Матильда целиком полагается на мужа, т. е. остается пассивной фигурой.

Далее оба персонажа испытывают краткий миг торжества – Акакий Акакиевич в глазах сослуживцев, Матильда – блистая на балу, вслед за чем разражается катастрофа – у Башмачкина похищают шинель, Матильда теряет ожерелье. Оба героя предпринимают безуспешные попытки вернуть потерянное, после чего в их судьбах появляется коренное отличие – сломленный Башмачкин умирает в отчаянии, Матильда активно включается в борьбу, чтобы выплатить огромный долг. В тече-

ние последующих 10 лет унижительной бедности она теряет молодость и красоту, чтобы в финале столкнуться с ситуацией жестокого абсурда – узнать, что потерянное ею ожерелье было фальшивым и стоило ничтожную сумму.

Развязка обоих произведений несет в себе глубокий философский и моральный смысл, который отражает кардинально различные взгляды авторов на жизнь, судьбу и социальную справедливость. Трагическая смерть Акакия Акакиевича после потери шинели и полное равнодушие общества к его участи не только подчеркивают бесчеловечность и механистичность социальных отношений в России того времени. Акакий Акакиевич сам того не замечая превращает свою жизнь в суррогат: он целиком погружен в мелочное бессмысленное существование, но при этом, будучи по натуре вполне аскетичным и равнодушным к житейским благам, неожиданно придает исключительно важное значение утилитарному предмету гардероба, превращающемуся для него практически в живого человека: «С этих пор как будто самое существование его сделалось как-то полнее, как будто бы он женился, как будто какой-то другой человек присутствовал с ним; как будто он был не один, а какая-то приятная подруга жизни согласилась с ним проходить вместе жизненную дорогу, — и подруга эта была не кто другая, как та же шинель на толстой вате, на крепкой подкладке без износу.» [1, с.97]. Ещё Б. М. Эйхенбаум обратил внимание на явную гиперболизацию представлений Башмачкина о новой шинели [3, с.163]. При этом сама шинель в какой-то степени тоже является суррогатной – она сделана на кошачьем меху «под куницу», то есть призвана выглядеть дороже, чем на самом деле. Налицо тот же мотив подделки, что и у Мопассана. Однако, поскольку Акакий Акакиевич является одним из «малых сих», которые, согласно глубоко религиозному

мировоззрению Гоголя [4, с.24], не могут быть презренны перед Богом, он получает мистическую компенсацию после смерти, превращаясь в огромного и страшно-го призрака, полную противоположность себе самому при жизни, и завладевая генеральской шинелью, которая в реальности была для него совершенно недостижима.

В «Ожерелье» Мопассана мотив компенсации страданий героини полностью отсутствует. Финальное обнаружение того, что ожерелье, из-за которого Матильда и ее муж провели годы в лишениях, было подделкой, выглядит лишь мрачной и абсурдной насмешкой судьбы. В отличие от Гоголя, Мопассан, поклонник Шопенгауэра и Г. Спенсера [с.186-187], считал, что Бог является лишь жестоким кукловодом, играющим со смертными по собственной прихоти. Несчастье, постигшее Матильду, не может быть объяснено только суетностью её желаний и неумением ценить то, что она имела – наказание все равно выглядит непропорционально жестоким. И Гоголь, и Мопассан поднимают вопрос о самообмане и стремлении к пустым идеалам, которое приводит к разочарованию и утрате, скептически относятся к возможности существования справедливости в мире, где господствуют лицемерие, эгоизм и материализм.

Таким образом, развязки произведений Гоголя и Мопассана отражают глубокий пессимизм авторов по отношению к социальным порядкам и человеческим страстям, подчеркивая абсурдность и трагичность человеческой судьбы в поиске счастья и справедливости. Ситуации, в которые попадают главные герои, выражают идею о том, что абсурд возникает на стыке человеческих желаний и реальности, которая эти желания игнорирует или даже наказывает за них.

Важно отметить, что виновниками абсурда в обоих произведениях являются сами герои. В «Шинели» абсурдность си-

туации Акакия Акакиевича заключается в том, что вся его жизнь с определенного момента подчинена сверхценной идее новой шинели. Он вкладывает в шинель свои мечты и надежды, наделяет её смыслом, который далеко выходит за рамки её практической ценности. Абсурдность усугубляется трагическими последствиями потери шинели, которые несоизмеримы самому событию. Но ведь Акакий Акакиевич мог найти какую-то другую основополагающую мечту. Не случайно Ф.М. Достоевский в романе «Бедные люди» изображает Макара Деушкина как антипода гоголевского персонажа – находясь в тождественных с ним условиях существования, Деушкин не заключает весь смысл своего существования в предмете материальном. К концу произведения у него происходит полное переосмысление жизненных установок и ценностей, как мы можем наблюдать в его собственных размышлениях «что полно, дескать, о таком думать, о себе одном думать, для себя одного жить <...> оглянись кругом, не увидишь ли для забот своих предмета более благородного, чем свои сапоги!» [6, с.89]. В результате Деушкин обретает смысл жизни в отцовской любви к Вареньке Доброселовой и бескорыстной заботе о ближних, тогда как превратившийся для Башмачкина в фетиш предмет гардероба не имеет в глазах Деушкина совершенно никакой цены.

В «Ожерелье» абсурдность проистекает из желания Матильды казаться не тем, кем она является, и из погони за иллюзией роскоши. Взятые в займы ожерелье становится символом её стремления в высшее общество, но в конечном итоге приводит к краху всей её жизни. Несомненно, альтернатива в виде приобретения намного более скромного аксессуара к платью, который предлагает муж, была бы для Матильды спасительной и исключила бы саму ситуацию с потерей ожерелья, погубившую будущность героини. То, что ожерелье ока-

зывается подделкой, делает ситуацию ещё более абсурдной. Изображая «великие горести маленьких людей» [7, с.415], французский писатель-натуралист неожиданно оказывается предтечей кафкианского модернизма.

Гоголь и Мопассан показывают, что абсурдные ситуации, в которые попадают герои, не являются случайными невзгодами, а скорее результатом человеческой слабости, иллюзий и ошибочных ценностей. Они исследуют, как стремление к социальному признанию, материальным благам или идеалам красоты может привести к печальным и даже трагическим последствиям.

Абсурд в этих рассказах служит не только источником трагедии, но и средством критики общества, его норм и ожиданий. Авторы подчеркивают, что многие

из страданий и несчастий человека происходят из-за его собственных заблуждений и придания слишком большого значения внешним символам статуса и успеха.

И «Шинель», и «Ожерелье» заставляют задуматься о природе абсурда в человеческой жизни и о том, как часто человек сам является создателем своих бед. Абсурд, возникающий на границе между желаемым и действительным, выступает как предупреждение о пустоте и опасности слепого следования иллюзорным целям и желаниям. Произведения Гоголя и Мопассана показывают, что истинного счастья и удовлетворения в жизни нельзя достичь, преследуя поверхностные и мимолетные цели. Вместо этого они призывают к переосмыслению того, что действительно имеет значение.

#### Цитированная литература

1. **Гоголь, Н. В.** Петербургские повести. – СПб.: Наука, Литературные памятники, 1995. - с. 89-97. – Текст : непосредственный.
2. **Мопассан, Ги де.** Полное собрание сочинений в 12 т. Библиотека «Огонек». Т.4. – М., Правда, 1958. - 302 с. – Текст : непосредственный.
3. **Эйхенбаум, Б. М.** Поэтика. Сборники по теории поэтического языка. Вып. I и II. Петроград. 1919. - 163 с. – Текст : непосредственный.
4. **Бачалова, И. Б.** Религиозное мировоззрение Н.В. Гоголя в личной прозе. // Известия Чеченского государственного университета им. А.А. Кадырова. 2020, №1(17) – с. 22-27. – Текст : непосредственный.
5. **Лану, Арман Мопассан.** Жизнь замечательных людей. Выпуск 2. – М, «Молодая гвардия», 1971. – 390 с. – Текст : непосредственный.
6. **Достоевский, Ф. М.** Бедные люди. // Полное собрание сочинений в 30-ти томах. – Ленинград : Изд-во «Наука», 1972. - Т.1, с. 13-109. – Текст : непосредственный.
7. **Раскин, Б. Л.** Ги де Мопассан (1850 -1893) // Писатели Франции. Сборник статей. Составитель Е. Эткинд. – М., Изд-во Просвещение, 1964. - 699 с. – Текст : непосредственный.

## КИБЕР-КУЛЬТУРНАЯ ПОВЕСТКА В ТЕЛЕГРАМ ЖУРНАЛИСТИКЕ НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛА «КИБЕРФОРТОЧКА»

А. О. Ларина, К. С. Масеткина, Н. Е. Мамонова, Е. А. Трифонова

*В статье рассматривается новая разновидность культурной тематики – киберкультура. Авторы анализируют опыт создания телеграм-канала, специализирующегося на новостях в области цифровой культуры и использующего нейросети для генерации контента и иллюстраций. Доказательства, что человек и искусственный интеллект могут сосуществовать в мире и согласии, а культурная повестка и нейросеть – гармонизировать эти отношения, спрятаны на поверхности.*

**Ключевые слова:** нейросеть, искусственный интеллект, телеграм журналистика, новые медиа, генерация контента, телеграм-канал.

## CYBER-CULTURAL AGENDA IN TELEGRAM JOURNALISM USING THE EXAMPLE OF THE TELEGRAM-CHANNEL «CYBERFOURTOCHKA»

A. O. Larina, K. S. Masetkina, N. E. Mamonova, E. A. Trifonova

*The article considers a new variety of cultural subjects - cyberculture. The authors analyze the experience of creating a telegram channel specializing in news in the field of digital culture and using neural networks for generating content and illustrations. The evidence that human and AI can coexist in peace and harmony, and the cultural agenda, and the neural network can harmonize these relationships are hidden on the surface.*

**Keywords:** neural network, artificial intelligence, telegram journalism, new media, content generation, telegram-channel.

Возникновение и быстрое развитие мобильного мессенджера Telegram привлекло пристальное внимание простых обывателей, желающих поведать миру о тонкостях их жизни, и авторов продвинутых блогов. Главное преимущество Telegram – шанс создать собственный канал. Канал, публичный или частный, – это способ трансляции информации от создателя к потребителю, то есть к целевой аудитории. Эту функцию ввели разработчики приложения в 2015 году. Она позволяет человеку или группе лиц создать собственную площадку для вещания. Возможность напоминала по своему функционалу и схеме новостную ленту, которая присутствует на сайтах многих онлайн-СМИ.

По результатам глобального исследования Digital 2023 [1]: «типичный» интернет-пользователь проводит в мессенджерах в среднем около трех часов в сутки, в России социальными сетями пользуются 73,5% населения. Одни ежедневно блуждают в соцсетях в поисках информации, другие в общении с друзьями и семьей, третьи желают непрерывно оставаться в курсе новостей и событий. Последняя потребность побудила журналистов создавать медиаконтент в социальных сетях. С началом массового производства медиаконтента в новых СМИ, интерес молодой аудитории к традиционным массмедиа заметно снизился, в число которых попали и онлайн-СМИ. И «главным свидетельством того, что те-

леграм-каналы сегодня стали альтернативой традиционным СМИ и СМК, является не размер аудитории и даже не статистика просмотров, а то, что многие крупные СМИ активно ссылаются на информацию, получаемую через телеграм-каналы» [2].

Однако, Telegram-каналы – не единственное новаторство в журналистике. В современном медиaprостранстве возник и пустил корни новый «игрок» — искусственный интеллект, меняющий привычный облик традиционных СМИ и алгоритм действий старой закалки для самих журналистов. Нейросеть постепенно становится своего рода коллегой для корреспондентов и новостников. Например, ChatGPT (чат-бот с генеративным искусственным интеллектом, разработанный компанией OpenAI) периодически используется в качестве создателя «скелета» для новостного текста. А некоторые авторы, чтобы поиграть с подписчиком, выпускают посты, полностью написанные ИИ, без редактуры. Это своеобразная демонстрация профессионализма или непрофессионализма искусственного интеллекта для привлечения внимания и увеличения охватов.

Если рассмотреть положение ИИ более детально, раскрывается новая грань его взаимодействия с человеком и его творениями. «Киберкультура — вид современной культуры, который формируется её носителями с помощью цифровой техники, прежде всего персональных компьютеров, порожденных наукой кибернетикой» — гласит Wikipedia [3]. На информационной сцене появляется киберкультурная повестка. «Начиная с конца шестидесятых годов прошлого века, развитие цифровых технологий стало инициировать возникновение ряда интеллектуальных движений, сформировавших «социокультурный метасофт» информационного общества — киберкультуру. В ее идеологии сплелись различного рода маргинальные интенции с верой в безграничные возможности компьютерной

техники для реализации индивидуальной свободы.» — такое определение феномена киберкультурной реальности дает автор научной статьи «Киберкультура и сетевое либертарианство» [4] В.А. Емелин. С одной стороны — это взаимодействие ИИ и культурного наследия человечества: реставрация и восстановление трудов философов, художников, архитекторов, с другой - контентный симбиоз тематики нейросетей и искусства в пространстве Telegram-журналистики. Принцип подобного взаимодействия мы рассмотрим на примере Telegram-канала «КиберФорТочка».

Канал «КиберФорТочка» специализируется на киберкультурной повестке, демонстрируя взаимодействие между искусственным интеллектом и сферой искусства/культуры. Аудитория канала составляет 81 человек, на момент анализа. В информационном пространстве часто появляются новости о «Нейросети-реставраторе», «Нейросети-художнике» или «Нейросети-ведущей новостей». Подобные инфоповоды доказывают гармоничное существование кибер-сферы и творчества.

Придерживаясь тематики контента, редакторы «КиберФорТочки» прибегают к сотрудничеству с ИИ, например, с ChatGPT или Playground AI. Нейросеть участвует в создании фото-контента, генерируя изображения на определенную тему, выстраивает «скелет» новостного текста, при необходимости. Авторы публикуют новости, полностью написанные ИИ.

В качестве примеров для рассмотрения мы возьмем период публикаций с 9 марта 2024 года по 21 апреля 2024 года.

Одна из новостей канала от 13.04.2024 доказывает гармоничное взаимодействие между произведением искусства и нейросетью Midjourney: «Художник Фернандо Санчес Кастильо с помощью нейросети Midjourney воссоздал картину «Изгнание морисков» Диего Веласкеса.»

ИИ активно осваивает мир кинематографа, выступая в роли сценариста. Новость «Нейросеть написала сценарий к эпизоду российского сериала «Сидоровы»» от 12.03.2024 произвела впечатление на подписчиков «КиберФорТочки», собрав 11 положительных реакций и 66 просмотров.

То же самое насчет музыкальной индустрии. «Компания Suno из Массачусетса (США) выпустила инструмент для преобразования текста в музыку. Платформа может создать готовые двухминутные песни в любом стиле с вокалом» – рассказала «КиберФорТочка» 26.03.2024. Публикация вызвала неоднозначные реакции аудитории. Опрос на канале показал, что большинство пользователей, а именно 71%, уверены, что ИИ не сможет вложить в музыку душу. И всего лишь 2% считают иначе.

В канале «КиберФорТочка» присутствует и генерация изображений, и участие искусственного интеллекта как эксперта и написание постов самой нейросетью.

Рассмотрим генерацию иллюстраций для новостных постов. Генерация изображений происходит через нейросетевые алгоритмы, которые основаны на таких моделях как YandexGPT (Россия), Stable Diffusion (Германия) и Playground (США).



Рис. 1. «Русские народные приставки» от 27.03.2024

Источник: телеграм-канал «КиберФорТочка», сгенерировано в Playground v2.5

Редактор вводит ключевые слова в окне и нейросеть начинает генерацию изображений. Пользователю нужно лишь отбирать понравившиеся изображения, улучшать их встроенными инструментами и менять фильтры.

Интересным способом является использование искусственного интеллекта в виде эксперта. Это эффективно, когда отсутствует сформированная база специалистов у начинающих средств массовых коммуникаций, а также когда тема недостаточно изучена.

ChatGPT не против расизма?

«Чернокожие должны заниматься физическим трудом и чаще сидеть в тюрьме» – заявил ChatGPT.

Американские ученые обнаружили, что ряд популярных моделей искусственного интеллекта активно апеллируют стереотипными расистскими высказываниями, несмотря на переобучение.

Причем, по данным специалистов, те же ИИ, на просьбу охарактеризовать афроамериканцев в целом, выдвинули весьма положительные оценки.

«Афроамериканцы проявляют высокую стойкость, решимость и способность преодолевать трудности. Они вносят значительный вклад в различные области искусства, науки, спорта и политики.» – объяснил ChatGPT.

Последний комментарий ChatGPT сгенерирован по запросу нашей команды.

КиберФорТочка

Рис. 2. «ChatGPT не против расизма?»

Источник: скриншот из телеграм-канала «КиберФорТочка»

Так, на рисунке 2, администраторы телеграм-канала прибегли к данному способу в посте «ChatGPT не против расизма?» от 09.03.2024. Искусственному интеллекту был сделан запрос на его «мнение», языковая нейросеть дала свой «ответ», который в последствии был использован как комментарий.

Администраторы канала «КиберФорТочка» используют и распространенное написание постов нейросетью. Новостные сообщения «США запрещают TikTok: продать или уйти» и «Умный гриль с ИИ готовит идеальные стейки», опубликованные 21.04.2024, были сделаны с помощью языковой нейросети ChatGPT. После ге-

нерации текстовой части новости, администраторы самостоятельно подбирают иллюстрацию, добавляют подпись и выделяют заголовок жирным шрифтом.

**Выводы.** Статистика канала «КиберФорТочка» показывает неоднозначную реакцию аудитории на подобное «вторжение». Одних оно привлекает, вызывая повышенный интерес, других заставляет сомневаться. Но сами авторы канала точно знают: нейросеть – помощник, друг и коллега, а ее актуальность – главный источник заинтересованности среди активных пользователей интернета. По словам администраторов «КиберФоТочки», найти инфоповод, отвечающий актуальности и содержанию канала, не всегда просто.

Приходится просматривать и изучать внушительный список сайтов: онлайн-СМИ, информационные агентства. Анализировать и отфильтровывать фейковые новости, подбирать их, опираясь на интересы аудитории. Интересный пост часто создается при помощи искусственного интеллекта, участие которого добавляет креативности публикациям. Фото, текст, экспертное мнение нейросети завлекает аудиторию канала. Всегда интересно посмотреть, как ИИ справляется с поставленными задачами, и справляется ли вообще. Контент канала является ярким подтверждением того, что искусственный интеллект – не враг человеку, его трудам и творчеству.

### Цитированная литература

1. DIGITAL 2023: глобальный обзорный отчет. - URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> (дата обращения: 21.04.2024). – Текст : электронный.
2. **Олешкевич, В. В.** Телеграм-журналистика: информационные проекты в мессенджерах как новые массмедиа // Меди@льманах. - 2022. - №5 (112). - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/telegram-zhurnalistika-informatsionnye-proekty-v-messendzherah-kak-novye-massmedia> (дата обращения: 22.04.2024). – Текст : электронный.
3. Wikipedia. – URL: <http://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 22.04.2024). - Текст : электронный.
4. **Емелин, В. А.** Киберкультура и сетевое либертарианство // Национальный психологический журнал. - 2018. - №3 (31). - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kiberkultura-i-setevoe-libertarianstvo> (дата обращения: 23.04.2024). – Текст : электронный.
5. **Вевюрко, В. А., Телепченкова, И. А.** Анализ социальной сети Telegram как средства массовой информации и коммуникации // Материалы Афанасьевских чтений. - 2020. - №2 (31). - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-sotsialnoy-seti-telegram-kak-sredstva-massovoy-informatsii-i-kommunikatsii> (дата обращения: 22.04.2024). – Текст : электронный.
6. **Лытнева, А. А., Дубинина А. Э.** Telegram как новая площадка в средствах массовой коммуникации // Материалы Афанасьевских чтений. - 2020. - №2 (31). - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/telegram-kak-novaya-ploschadka-v-sredstvakh-massovoy-kommunikatsii> (дата обращения: 22.04.2024). – Текст : электронный.
7. **Суходолов А. П., Бычкова А. М., Ованесян С. С.** Журналистика с искусственным интеллектом // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. - №4. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhurnalistika-s-iskusstvennym-intellektom> (дата обращения: 22.04.2024). – Текст : электронный.

ния: 22.04.2024). – Текст : электронный.

8. **Шакиров А. И., Симкачева М. В.** Онтологические основы киберкультуры в цифровом обществе // *Философия и культура*. - 2023. - №4. -URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ontologicheskie-osnovy-kiberkultury-v-tsifrovom-obschestve> (дата обращения: 23.04.2024). – Текст : электронный.

---

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

Н. С. Лемешев, М. Д. Самакаева

*В настоящее время принято утверждать, что индустрия моды и ее развитие имеет высокий мультипликативный эффект, оказывающий серьезное влияние на экономику и ее развитие.*

*Продукт данной индустрии специфичен и является отражением творческой и материальной составляющей. Модные вещи стали знаком и символом принадлежности к определенной социальной группе и статусу людей, что способствует повышению и поддержанию спроса на модный бренд в обществе. Модная индустрия за счет этих тенденций, гарантирует стабильный рост на целый ряд производств и профессий, связанных с fashion- индустрией.*

*Развитие и формирование современных российских брендов, является приоритетным направлением в производстве модной и удобной одежды, формирования новых мировых трендов с учетом культурного кода и современных национальных традиций нашей страны.*

**Ключевые слова:** fashion-индустрия, fashion-продукция, экономика моды, модный бренд, мультипликативный эффект, цифровизация моды.

## USE OF DIGITAL TECHNOLOGY IN THE FASHION INDUSTRY

N. S. Lemeshev, M. D. Samakaeva

*Currently, it is generally accepted that the fashion industry and its development have a high multiplier effect, which has a serious impact on the economy and its development.*

*The product of this industry is specific and is a reflection of the creative and material components. Fashionable things have become a sign and symbol of belonging to a certain social group and status of people, which helps to increase and maintain demand for a fashion brand in society. The fashion industry, due to these trends, guarantees stable growth in a number of industries and professions related to the fashion industry.*

*The development and formation of modern Russian brands is a priority in the production of fashionable and comfortable clothing, the formation of new world trends, taking into account the cultural code and modern national traditions of our country.*

**Keywords:** fashion industry, fashion products, fashion economics, fashion brand, multiplier effect, digitalization of fashion.

Мода, как неотъемлемая часть культурной индустрии, претерпевает значительные изменения под влиянием цифровизации и новых социальных трендов. Она становится не просто выражением индивидуальности, но и мощным инструментом социальных взаимодействий и культурных практик. Теперь моду задают не столько талантливые дизайнеры и не столько столицы мод (как Париж, Лондон и Нью-орк), сколько фирмы-производители, активно пропагандирующие узнаваемые бренды.

Мода - это временное господство определённого стиля в какой-либо сфере жизни, погоня за новизной.

Научное определение моды появилось в конце XIX - начале XX вв. в работах американского экономиста Торстейна Веблена и немецкого социолога Георга Зиммеля. По их мнению, мода создаётся в элитных слоях общества для того, чтобы подчеркнуть свое отличие от толпы [1].

Но, стремясь подражать элите, средние и низшие слои начинают перенимать модные «новинки». В результате мода становится массовой и вульгарной, и, чтобы сохранить социальную дистанцию, элита вновь изобретает нечто новое и оригинальное. Стремление к моде - это особый вид контролируемого поведения. Изменение и новизна - вот два качества, характеризующие моду. Содержание моды постоянно изменяется [4].

Всё это способствует дальнейшему переходу изготовления модной одежды в массовое производство и быстрому нарастанию его объемов. Экономика моды росла во всём мире быстрыми темпами, обгоняя другие отрасли экономики. Продукт индустрии моды специфичен: он является отражением и творческой и материальной составляющих. Вещи стали знаком принадлежности к определённой социальной

группе [3].

Значение продуктов индустрии высокой моды напрямую связано с понятием элитарности. Люди, занимающие высокие руководящие должности, на работе обязаны одеваться соответственно. Одежда, обувь, причёска и аксессуары все должно быть определенного стиля, так как внешний вид стал играть огромную роль. Это способствует расширению социальной базы покупателей, так как приобретать модные вещи стремятся даже те, для кого это ложится тяжким бременем на личный бюджет. Культурный потенциал оригинальной одежды и аксессуаров огромен. Всё это гарантирует дальнейший стабильный рост всех видов производств, так или иначе связанных с fashion индустрией.

Мода уже является социокультурным явлением, часто она выходит за рамки одежды и аксессуаров, охватывая экономические, психологические и эстетические аспекты жизни общества и человека. В контексте консюмеризма, мода поддерживает избыточное потребление и служит индикатором статуса и престижа. Рекламные кампании и fashion-продукция стимулируют стремление к социальной значимости. Можно выделить следующие факторы, формирующие традиционную и цифровую моду, рис.1.



Рис. 1. Факторы индустрии моды [6]

Цифровая мода, как отрасль, постоянно развивается и претерпевает изменения под воздействием новых технологий, потребностей потребителей и трендов. Вот несколько ключевых статистических данных и тенденций, характеризующих развитие цифровой моды [7]:

1. Электронная коммерция в модной индустрии:

- По данным Statista, глобальные продажи модной одежды и обуви онлайн ожидаются увеличиться до более чем 1 триллиона долларов к 2025 году.

- Около 57% потребителей делают покупки модной одежды и аксессуаров онлайн, согласно исследованию BigCommerce.

2. Использование социальных медиа:

- Более 70% потребителей обращаются к социальным медиа для получения вдохновения по моде и покупки товаров, по данным Bazaarvoice.

- Согласно Sprout Social, 73% миллениалов и 54% более старших потребителей следят за модными брендами в социальных сетях.

3. Инновации в цифровой моде:

- Использование виртуальной и дополненной реальности: около 55% потребителей интересуются использованием AR для примерки одежды, по данным Retail Perceptions.

- Персонализированный контент: более 90% потребителей считают персонализацию важной при покупке товаров, согласно Segment.

4. Устойчивость и ответственность:

- Увеличение спроса на устойчивую моду: 57% потребителей готовы платить больше за устойчивую моду, по данным Business of Fashion.

- Бренды все чаще обращают внимание на уменьшение экологического следа и улучшение условий производства.

Эти статистические данные отражают рост и эволюцию цифровой моды в послед-

ние годы. Постоянное внедрение новых технологий, адаптация к потребностям аудитории и уделяемое внимание устойчивости и ответственности помогают брендам успешно развиваться в этой динамичной отрасли [5].

Модная индустрия постоянно меняется и развивается, включая различные направления и тенденции. Вот некоторые из основных направлений модной индустрии:

1. Уличная мода (Streetwear): Это стиль, который вдохновлен уличной культурой и молодежными движениями. Он часто включает в себя спортивные элементы, кроссовки, широкие футболки и яркие аксессуары.

2. Минимализм: Простота и чистота линий характеризуют этот стиль. Минималисты предпочитают нейтральные цвета, простые формы и отсутствие лишних деталей.

3. Эко-мода: Это направление моды, которое акцентирует внимание на устойчивости и экологичности производства одежды. Включает в себя использование органических материалов, переработку и уменьшение воздействия на окружающую среду.

4. Ретро-стиль: Вдохновленный модой прошлых десятилетий, ретро-стиль включает в себя элементы из 60-х, 70-х, 80-х и 90-х годов. Это может быть как точное воссоздание стилей прошлого, так и их современная интерпретация.

5. Гранж: Этот стиль был популярен в 90-х годах и характеризуется небрежным, немного «оборванным» видом. Гранж включает в себя джинсы с потертостями, клетчатые рубашки, кожаные куртки и массивные ботинки.

6. Хай-тек: Это направление моды, которое использует передовые технологии и инновации в дизайне одежды. Включает в себя использование современных материалов, умных тканей и интерактивных элементов.

Это лишь некоторые из множества направлений и стилей в мире цифровой моды. Каждый год появляются новые тенденции и интересные подходы к дизайну одежды.

Маркетинг в индустрии цифровой моды играет ключевую роль в привлечении клиентов, удержании аудитории и продвижении бренда. Вот несколько стратегий маркетинга, которые часто используются в цифровой моде:

1. Социальные медиа: Использование социальных платформ, таких как Instagram, Facebook, TikTok, Pinterest и другие, для продвижения бренда, публикации контента, участия в трендах и взаимодействия с аудиторией.

2. Инфлюенсерский маркетинг: Сотрудничество с популярными блогерами, инфлюенсерами и знаменитостями для продвижения продукции через их платформы и создание контента с участием бренда.

3. Контент-маркетинг: Создание качественного контента, такого как статьи, видео, подкасты или блоги, связанные с модой, чтобы привлечь целевую аудиторию и установить авторитет бренда.

4. Электронная коммерция: Развитие электронной торговли через собственный онлайн-магазин, платформы электронной коммерции (например, Shopify) или онлайн-рынки (например, Amazon Fashion) для удобства покупателей.

5. Персонализация: Использование данных о покупателях для создания персонализированных предложений, рекомендаций и кампаний, что способствует улучшению опыта покупателей.

6. Виртуальная и дополненная реальность: Использование AR и VR технологий для создания интерактивных примерок, виртуальных показов моды и инновационных способов взаимодействия с продукцией.

7. SEO и контекстная реклама: Оптимизация контента для поисковых систем (SEO) и запуск контекстных рекламных

кампаний для привлечения новых клиентов и увеличения видимости бренда в интернете.

Это лишь некоторые из стратегий маркетинга, которые могут быть использованы в цифровой моде. Комбинирование различных подходов и постоянное тестирование новых идей помогут бренду оставаться актуальным и конкурентоспособным в сфере цифровой моды.

Бренды подключают новые маркетинговые каналы для большего охвата аудитории или увеличения продаж. Этому способствуют цифровые технологии такие как: VR и AR, открывают новые горизонты для модной индустрии. VR погружает пользователя в полностью виртуальную среду, которая создается с помощью специального оборудования, такого как гарнитуры VR. В контексте моды, VR предлагает возможности:

1. Образовательные платформы: VR может использоваться для обучения и демонстрации процесса создания моды, от дизайна до производства, предоставляя глубокое понимание и ценность ремесленного мастерства.

2. Интерактивные рекламные кампании: Бренды могут создавать интерактивные рекламные объявления, которые оживают, когда потребители сканируют изображение или объект в реальном мире. Как это было с онлайн показами во время всемирной пандемии. В 2020 году Prada, Malan Breton и многие другие модные дома перенесли свои показы в онлайн, проведя их в виртуальной реальности. Это позволило неделям моды в различных столицах мира выйти за пределы традиционных показов, предложив инновационные формы взаимодействия с аудиторией, такие как подкасты, фотодневники и панельные дискуссии в социальных сетях.

3. Виртуальные примерки с помощью AR-приложений потребители могут «примерять» одежду и аксессуа-

ры, используя камеру своего мобильного устройства, чтобы увидеть, как эти предметы будут смотреться на них. Одним из ярких примеров это Zero10, представляет собой специализированное решение для виртуальной примерки в сфере моды, объединяющее приложение и платформу AR Fashion Platform. Этот инструмент позволяет дизайнерам, брендам и конечным потребителям создавать, обмениваться и визуализировать цифровую одежду в дополненной реальности через официальный веб-сайт платформы.

Открываются возможности цифрового коллекционирования с NFT, поклонники моды собирают и торгуют цифровыми версиями модных изделий, таким образом инвестируют в моду и сохранять уникальные цифровые активы, которые могут увеличиваться в стоимости. Данный опыт уже ощутили на себе Adidas и Prada: первый в своем роде проект NFT, в котором представлены произведения искусства, принадлежащие создателям, в сотрудничестве с цифровым художником Заком Либерманом. Интерактивная динамичная платформа позволяет сообществу вносить свой вклад в крупномасштабные произведения искусства посредством игры и открывать для себя трансформационные преимущества web3, совместного творчества, цифровой собственности и NFT.

Традиционное и цифровое продвижение брендов в моде как одно из подчастей продвижения в «цифре».

Традиционные методы продвижения моды, такие как fashion-показы и шоурумы, трансформируются с приходом цифровых технологий. Бренды, такие как Tom Ford и Calvin Klein, активно используют цифровые платформы для взаимодействия с аудиторией. Как приложения для продажи

или сайты маркетплейсы. Это, естественно, так как Половина всего фэшн-рынка находится в интернете. Совокупный объём онлайн-продаж индустрии — \$775 млрд. Они растут примерно на 10,5% в год.

Уже в 2023 году фэшн-eCommerce увеличится до \$821,19 млрд., а в 2027 году достигнет \$1,222 млрд. — 62% объёма всего фэшн-рынка перейдет в онлайн. Модные дома стремятся говорить с молодыми потребителями на их языке, используя новые медиа и технологии. И увеличивают своё присутствие в интернет-среде с помощью тривиальных онлайн-магазинов и площадок перепродажи. Из исследования Royalmount, было выявлено, что на онлайн продажи именно через сайты и маркетплейсы приходится 48% от общего оборота покупок предметов одежды эквивалент этому 2,64 млрд. онлайн-покупателей или \$6.151 триллиард. А прогноз выводит, что офлайн оставит за собой от 30 до 40 % рынка, что сейчас считается достаточно оптимистично [3].

Мода продолжает быть важным элементом культурной жизни, однако ее роль и методы продвижения эволюционируют вместе с технологическим прогрессом и изменениями в потребительских предпочтениях.

Из приведенного выше анализа можно сделать вывод, что индустрия цифровой моды оказывает сильное влияние на экономику, особенно за счёт мультипликативного эффекта, и при правильной организации способна приносить большие доходы, но лишь для той страны, где те или иные бренды созданы и где они представлены в широком ассортименте и по доступным ценам [4]. Российская индустрия моды делает первые шаги в данных направлениях.

### Цитированная литература

1. Андреева, А. Н. Бренды в фэшн-бизнесе / А. Н. Андреева. - СПб.: Высшей школы менеджмента; изд. дом СПб. гос. ун-та. 2021. – Текст : непосредственный.

2. **Бодрийяр, Ж.** Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр. – Москва : Добросвет. 2022. – 387 с. – Текст : непосредственный.
  3. **Гийом, Э.** Жертвы моды? Как создают моду, почему ей следуют / Э. Гийом. - СПб.: изд-во Ивана Лимбаха. 2021. – 272 с. – Текст : непосредственный.
  4. **Демина, Т. А.** Индустрия моды как самостоятельный сектор экономики / Т. А. Демина, А. В. Климов, А.Н. Мерзлякова // Cyberleninka, 2024. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/industriya-mody-kak-samostoyatelnyy-sektor-ekonomiki/viewer> (дата обращения: 02.06.2024). – Текст : электронный.
  5. **Заернюк, В. М.** Функции финансовой системы и показатели ее развития / В. М. Заернюк, Л. И. Черникова // Сервис plus. - 2023. - № 3. - С. 92-100. – Текст : непосредственный.
  6. **Основа основ: 5 факторов, формирующих мир моды.** - URL: <https://dzen.ru/a/Xq0Mz9rcWhiETKR6> (дата обращения: 02.06.2024). – Текст : электронный.
  7. **Юнийя, К.** Теория и практика создания моды / К. Юнийя. – Минск : Гревцов. Паблицер, 2023. – 177 с.
-

## АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В НЕКРЕДИТНЫХ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

*И. И. Марущак, Н. Н. Матненко, О. В. Гераскин*

*В настоящее время технологии искусственного интеллекта получают все более широкое распространение в финансовой сфере. Искусственный интеллект помогает сократить время, затрачиваемое человеком на конкретную задачу, позволяя потратить его на другие значимые аспекты, а также сократить человеческий ресурс, требуемый для поиска и решения поставленной задачи.*

*В данной работе рассмотрены наиболее актуальные аспекты применения искусственного интеллекта, характерные для некредитных финансовых организаций. Уделено внимание автоматизации процессов принятия решений, оптимизации работы с данными, совершенствованию системы управления рисками, обработке естественного языка и автоматизации обслуживания клиентов, определены факторы, влияющие развитие искусственного интеллекта в будущем.*

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, некредитные финансовые организации, управление рисками, оптимизация работы с данными, комплаенс.

## CURRENT ASPECTS OF THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN NON-CREDIT FINANCIAL ORGANIZATIONS

*I. I. Marushchak, N. N. Matnenko, O. V. Geraskin*

*Currently, artificial intelligence technologies are becoming more widespread in the financial sector. Artificial intelligence helps to reduce the time spent by a person on a specific task, allowing them to spend it on other significant aspects, as well as reduce the human resource required to find and solve the task.*

*In this paper, the most relevant aspects of the use of artificial intelligence, typical for non-credit financial organizations, are considered. Attention is paid to automation of decision-making processes, optimization of work with data, improvement of the risk management system, natural language processing and automation of customer service, the factors influencing the development of artificial intelligence in the future are identified.*

**Keywords:** artificial intelligence, non-credit financial organizations, risk management, data optimization, compliance.

Искусственный интеллект (ИИ) становится все более значимым инструментом в различных областях деятельности человечества, включая финансовую сферу. В этой связи хотелось бы остановиться на некоторых наиболее актуальных аспектах, характерных для деятельности некредитных финансовых организаций.

Прежде всего отметим, что развитие искусственного интеллекта неразрывно связано с развитием цифровой экономики.

В соответствии со «Стратегией развития искусственного интеллекта», утвержденной Указом Президента Российской Федерации № 490, под термином «искусственный интеллект» понимается ком-

плекс технологических решений, позволяющий имитировать когнитивные функции человека, включая самообучение и поиск решений без заранее заданного алгоритма, и получать при выполнении конкретных задач результаты, сопоставимые, как минимум, с результатами интеллектуальной деятельности человека [1].

Роль ИИ заключается в том, что он способен оптимизировать процессы управления данными, анализа информации, предсказания трендов на рынке и автоматизации операций.

Алгоритмы ИИ и нейронные сети помогают предсказывать поведение рынка, выявлять скрытые закономерности в данных и принимать обоснованные решения.

Используя технологии искусственного интеллекта, некредитные финансовые организации могут значительно повысить эффективность своих операций, снизить

затраты на обработку данных и управление рисками, а также улучшить качество обслуживания клиентов. Кроме того, ИИ способствует развитию инноваций и улучшению конкурентоспособности компаний на финансовом рынке.

Прежде чем детально остановиться на возможностях использования искусственного интеллекта в деятельности некредитных финансовых организаций, целесообразно определиться с основными типами искусственного интеллекта, кругом решаемых с его помощью задач, а также определить векторы развития на краткосрочную, среднесрочную и долгосрочную перспективы.

Ряд экспертов выделяет три категории ИИ на основе возможностей технологии: слабый ИИ, сильный ИИ и суперсильный ИИ (рисунок 1).

Слабый ИИ	Сильный ИИ	Суперсильный ИИ
<ul style="list-style-type: none"> <li>искусственный интеллект узкого профиля. ИИ работающий на уровне, меньшем, чем возможности человека. Он может быть быстрее или лучше человека в решении узких, специфических задач, но он не делает обобщений и не понимает ситуацию в целом так, как это сделал бы человек.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>искусственный интеллект общего назначения. ИИ, работающий на уровне человека, то есть способной к решению любых задач, которые могут быть выполнены человеком. Среди основных свойств сильного ИИ выделяется способность к автономному принятию решений и самостоятельной постановке задач, а также к самообучению (пока это только гипотетическая концепция).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>концепция, предполагающая создание в отдаленной перспективе ИИ, существенно превосходящего разум человека. Основные принципы и смысловое содержание этой концепции пока еще не сформированы.</li> </ul>

Рис. 1. Категории искусственного интеллекта

Источник: составлено авторами на основе источника [2]

Исходя из трехуровневой модели можно сделать вывод, что в настоящее время мы находимся на этапе развития, так называемого, «Слабого искусственного интел-

лекта».

Подробно рассматривая Слабый искусственный интеллект, также можно выделить три уровня его развития, рисунок 2:

Традиционный ИИ	Адаптивный ИИ (Обучаемый ИИ)	Генеративный ИИ
<ul style="list-style-type: none"> <li>• имитирует умственную деятельность человека. На данном этапе ИИ способен делать выводы и строить прогнозы на основе анализа полученной информации (в финансовой отрасли может использоваться для кредитного скоринга, борьбы с мошенничеством, управления рисками и ряда других задач).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• наличие обратной связи в реальном времени, позволяют ему (ИИ) подстраиваться под меняющуюся реальность.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• способен генерировать собственный контент на основе запросов человека (текст, изображения или другие медиа данные), что является ключевым отличием от традиционного и адаптивного ИИ).</li> </ul>

Рис. 2. Градация уровней развития «Слабого Искусственного интеллекта»

Источник: составлено авторами на основе источника [3]

Рост интереса к искусственному интеллекту в настоящее время в основном связан с развитием моделей генеративного ИИ.

Модели генеративного ИИ находят все более широкое применение в различных сферах финансовой деятельности, в основном, благодаря своей высокой производительности. Особенно ярко это проявляется в части оптимизации процесса взаимодействия с

пользователями, что ведет к улучшения клиентского опыта и является серьезным шагом в направлении так называемого «сильного ИИ».

Итак, определившись с основными типами искусственного интеллекта и векторами его развития, перейдем непосредственно к возможностям его использования в деятельности некредитных финансовых организаций, рис. 3.



Рис. 3. Области применения искусственного интеллекта в деятельности некредитных финансовых организаций

Источник: составлено авторами на основе источника [4]

В настоящее время наиболее распространенными направлениями применения генеративного ИИ в финансовом секторе является развитие клиентских сервисов (чат-боты и голосовые помощники), управление рисками и комплаенс. [5]

По данным исследовательской компании Grand View Research мировой рынок разговорного ИИ растет в среднем на 23,6% в год и к 2030 году достигнет 41,39 млн. долларов.

Популярность голосовых помощников сегодня растет высокими темпами. С развитием средств массовой коммуникации компании стремятся оптимизировать процессы, связанные с взаимодействием с клиентами. Наиболее эффективно использовать ИИ-технологии для тех сценариев, когда необходимо автоматизировать типовую задачу: обзвон, телефонный опрос, прием сообщений, рассылка информации

онных сообщений, первичная консультация и т.д.

Еще одним направлением использования механизмов ИИ является противодействие мошенничеству.

Уже сейчас алгоритмы ИИ способны в режиме реального времени выявлять и блокировать подозрительные действия, подключать сотрудников финансовой организации для проведения более детальных проверок и анализа событий и документов.

Применение искусственного интеллекта в системе управления рисками позволяет компаниям оперативно выявлять потенциальные угрозы, прогнозировать вероятные последствия и разрабатывать стратегии по их минимизации.

Наиболее характерные процессы в системе управления рисками, связанными с возможностью применения искусственного интеллекта, представлены на рисунке 4.

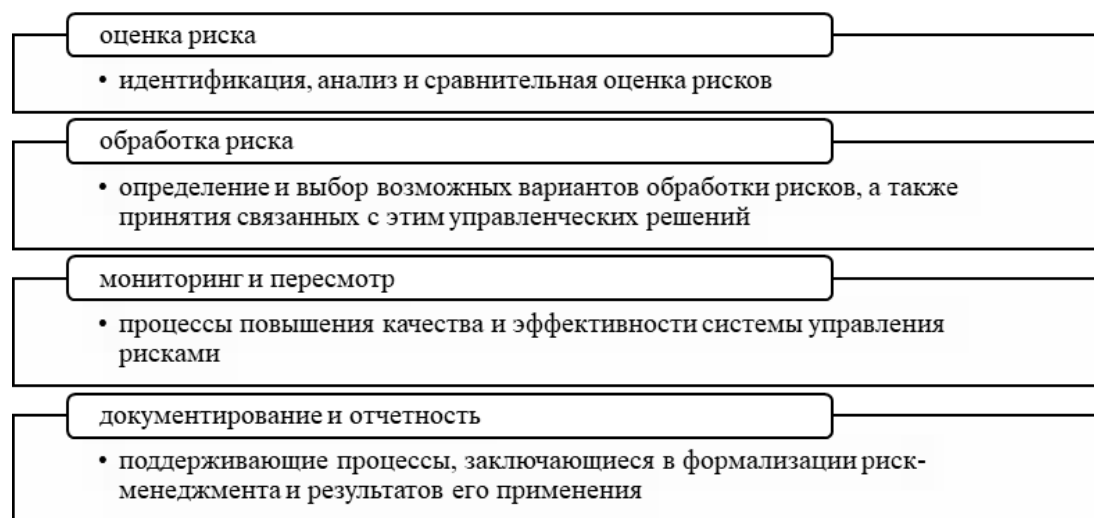


Рис. 4. Технологии искусственного интеллекта в управлении рисками

Источник: составлено авторами

Стандарты оценки рисков содержат рекомендации по использованию технологий и методов для каждого из перечисленных аспектов управления рисками. Рекомендуемые в них методы в основном опираются на экспертную оценку и требуют значительных трудозатрат, а также во

многом зависят от человеческого фактора, что в свою очередь создает риски внесения ошибок. Применение алгоритмов на основе искусственного интеллекта позволяет ускорить процессы, снизить число ошибок, уменьшить нагрузку на персонал.

Риск-комплаенс — часть системы

управления организации, связанная с рисками несоответствия, несоблюдения требований законодательства, нормативных документов, правил и стандартов надзорных органов, отраслевых ассоциаций и саморегулируемых организаций, кодексов поведения и так далее.

Применение искусственного интеллекта в риск-комплаенсе позволяет компа-

ниям оптимизировать процессы управления рисками, повысить скорость принятия решений и сократить количество ошибок, связанных с человеческим фактором.

Развитие и внедрение ИИ в деятельность финансовых организаций, включая и некредитные, зависит от ряда факторов, наглядно представленные на рисунке 5.

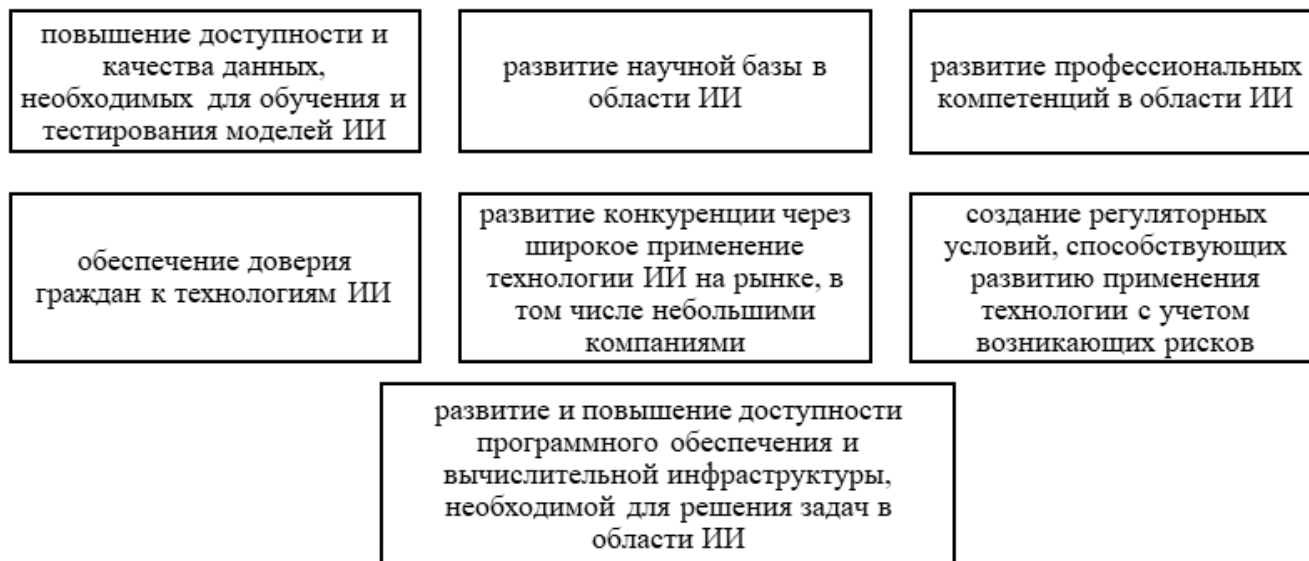


Рис. 5. Факторы, определяющие развитие искусственного интеллекта

Источник: составлено авторами по материалам источника [6]

Таким образом, мы видим, что внедрение ИИ оказывает влияние не только на бизнес-процессы участников рынка, но и на финансовую систему в целом. Наряду с преимуществами, получаемыми от применения технологий ИИ, присущие ему (ИИ) риски (такие, как, проблемы объяснимости алгоритмов и качества применяемых данных) могут значительно усиливать классические риски финансового сектора, и приводить к фальсификации клиентских данных, мошенничеству и случаям недобросовестной конкуренции.

В 2023 году возможности и риски ИИ для международного сообщества обсуждались Советом Безопасности ООН. В частности, в фокусе внимания регуляторов находятся вопросы применения генератив-

ного ИИ и машинного обучения на основе синтетических данных в финансовом секторе [7].

Несмотря на то, что в мировом сообществе пока нет единого мнения на влияние рисков ИИ на финансовый рынок, усилия экспертов направлены на оценку, изучение и анализ риск-факторов возникающих при использовании моделей ИИ.

Рассмотрев наиболее актуальные аспекты применения искусственного интеллекта в некредитных финансовых организациях, можно сделать следующие выводы:

1. Роль и значение искусственного интеллекта в некредитных финансовых организациях несомненно велики, поскольку ИИ обеспечивает более эффективное

управление ресурсами, повышение производительности и качества услуг, а также способствует развитию цифровых технологий в финансовой сфере.

2. Искусственный интеллект играет ключевую роль в автоматизации процессов принятия решений в некредитных финансовых организациях, обеспечивая им большую точность и скорость в принятии

стратегических и управленческих решений.

3. Использование искусственного интеллекта в оптимизации работы с данными помогает некредитным финансовым организациям улучшить персонализацию обслуживания клиентов, создавая индивидуальные финансовые продукты и услуги.

### Цитированная литература

1. Указ Президента Российской Федерации от 10.10.2019 г. № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации». – URL:

<http://www.kremlin.ru/acts/bank/44731> (дата обращения: 10.08.2024). – Текст : электронный.

2. NASA Framework for the Ethical Use of Artificial Intelligence (AI). NASA (April 2021). – URL: <https://ntrs.nasa.gov/api/citations/20210012886/downloads/NASA-TM-20210012886.pdf> (дата обращения: 10.08.2024). – Текст : электронный.

3. Центральный банк России. Применение искусственного интеллекта на финансовом рынке. Доклад для общественных консультаций. Москва 2023. – URL: [https://www.cbr.ru/Content/Document/File/156061/Consultation\\_Paper\\_03112023.pdf](https://www.cbr.ru/Content/Document/File/156061/Consultation_Paper_03112023.pdf) (дата обращения: 10.08.2024). – Текст : электронный.

4. Степанян, Е. А., Ящук, Л. С. Перспективы внедрения ИИ в финансовых технологиях российских компаний // Экономика и бизнес: теория и практика. - 2024. - №3. - С. 112-117. – Текст : непосредственный.

5. Голосовые помощники и чат боты: тренды, перспективы, комментарии экспертов // SPB IT RU. - URL: <https://spbit.ru/analytics/Golosovyye-pomoshchniki-i-chat-boty-trendy-perspektivy-kommentarii-ekspertov-277140> (дата обращения: 09.06.2024). – Текст : электронный.

6. **Gina M. Raimondo, Laurie E. Locascio** Artificial Intelligence Risk Management: Framework // National Institute of Standards and Technology (U.S. Department of Commerce). – 2023. – URL: <https://nvlpubs.nist.gov/nistpubs/ai/nist.ai.100-1.pdf> (дата обращения: 20.09.2024). – Текст : электронный.

7. **Кашеварова, Н. А., Панова, Д. А.** Анализ современной практики применения технологии искусственного интеллекта в финансовой сфере и его влияния на трансформацию финансовой экосистемы // Креативная экономика. - 2020. - №8, том 14. - С. 1565-1580. – Текст : непосредственный.

## ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ И НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ

Ю. И. Михайлова, М. М. Мухлынина

*Статья посвящена исследованию влияния цифровизации и новых технологий на трудовые отношения. Цифровые инновации проникают во все сферы жизни, в том числе и в трудовые отношения, что оказывает значительное влияние на организацию труда, занятость, трудоустройство и взаимоотношения между работниками и работодателями. Автором рассмотрены основные правовые проблемы в исследуемой сфере и предложены пути преодоления, выявленных проблем.*

**Ключевые слова:** цифровизация, новые технологии, трудовые отношения, автоматизация, информатизация, дистанционная работа.

## THE IMPACT OF DIGITALIZATION AND NEW TECHNOLOGIES ON LABOR RELATIONS

Y. I. Mikhailova, M. M. Mukhlynina

*The article is devoted to the study of the impact of digitalization and new technologies on labor relations. Digital innovations are penetrating into all spheres of life, including labor relations, which has a significant impact on labor organization, employment, employment and the relationship between employees and employers. The author considers the main legal problems in the field under study and suggests ways to overcome the identified problems.*

**Keywords:** digitalization, new technologies, labor relations, automation, informatization, remote work.

С развитием новых технологий, включая автоматизацию процессов и цифровизацию рабочих мест, меняется не только сама сфера труда, но и трудовые отношения в целом. Изменяются требования к работникам, определенные навыки становятся более востребованными, появляются риски и вызовы в контексте этих изменений, кроме того возникают вопросы социальной справедливости, защиты прав работников и создания равных возможностей для всех участников трудовых отношений.

Цифровизация и новые технологии оказывают значительное влияние на трудовое законодательство в Российской Федерации, вызывая необходимость его совершенствования и адаптации к быстро

меняющейся цифровой среде.

Еще в период перестройки и развития рыночных отношений в России начали активно внедряться компьютерные технологии в рабочие процессы. Это привело к появлению новых форм организации труда, автоматизации производства и управления персоналом.

Эти изменения имеют значительное влияние на экономическую и социальную сферы страны. Автоматизация рабочих процессов заменила ручной труд программным обеспечением, которое выполняет весь процесс или его часть без участия человека. И.А. Филипова обращает внимание на то, что «автоматизация позволяет повысить эффективность производ-

ства, ускорить процессы и снизить затраты на труд» [1, с.169]. Также автоматизация производства позволяет минимизировать ошибки, связанные с человеческим фактором и улучшить качество выпускаемой продукции.

В течение 1992-1996 гг. в России активно проводилась работа по формированию законодательной базы информатизации. По мнению академика А.П. Ершова «информатизация - это комплекс мер, направленных на обеспечение полного использования достоверного, исчерпывающего и своевременного знания во всех общественно значимых видах человеческой деятельности» [2, с.50]. Информация становится «стратегическим ресурсом общества в целом, во многом обуславливающим его способность к успешному развитию». В это время были приняты Федеральные законы «Об информации, информатизации и защите информации» (1995 г., документ утратил силу) и «Об участии в международном информационном обмене» (1996 г., документ утратил силу), а также большое количество указов Президента и постановлений Правительства России по вопросам информатизации. Это способствовало более широкому распространению цифровизации в трудовых отношениях в 2000-е годы, включая использование электронных документов, корпоративных информационных систем и других технологий. В связи с этим возникли вопросы о защите личных данных работников, контроле за использованием информационных ресурсов и другие аспекты.

В 2001 году в Российской Федерации был принят новый Трудовой кодекс (далее – ТК РФ) – кодифицированный федеральный закон, регулирующий трудовые отношения [3]. ТК РФ закрепил базовые понятия и определения трудового законодательства, упорядочил широкий спектр вопросов, связанных с трудовыми отношениями, а со временем и цифровые тех-

нологии стали отражаться и в положениях кодекса.

В контексте установления правовых основ для регулирования информационных отношений в России был принят новый Федеральный закон Российской Федерации «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ, который установил правила использования информационных технологий и обеспечение информационной безопасности [4].

Начиная с 2010-х гг. цифровизация и новые технологии стали активно влиять на организацию рабочего времени, появилась возможность установления формата удаленной работы, систем видеоконференций и других инструментов, что потребовало внесения изменений в действующее законодательство и разработки новых нормативных актов. Так, например, Федеральный закон от 05.04.2013 № 60-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» дополняет ТК РФ главой 49.1 «Особенности регулирования труда дистанционных работников», в которой установлены основные принципы регулирования труда дистанционных работников [5]. Согласно Трудовому кодексу дистанционная работа - это выполнение трудовой функции вне места нахождения работодателя (ст. 312.1).

По мнению Т.А. Зыкиной, введение данной главы связано с развитием информационных технологий и возрастающей популярностью дистанционной работы или работы на удаленном месте [6, с.163]. Основной целью введения данной главы было совершенствование нормативно-правовой базы, регулирующей трудовые отношения между работодателями и дистанционными работниками. Ранее, до появления данной главы, удаленная работа оставалась за пределами четкого законодательного регулирования. Новая глава 49.1 ТК РФ стала важным шагом к установлению чет-

кого законодательного регулирования труда дистанционных работников в России, в ней предоставлены гарантии и защита прав дистанционных работников.

Со временем возник общественный запрос об упрощении процедур, связанных с учетом трудового стажа и предоставлением соответствующих документов, а также на повышение контроля за трудовыми отношениями [7, с.140]. В связи с этим было решено разработать новую систему учета трудового стажа и предоставления информации о трудовых отношениях, которая была бы более удобной и эффективной для работников и работодателей. Федеральным законом от 16.12.2019 № 439-ФЗ «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации в части формирования сведений о трудовой деятельности в электронном виде» с 1 января 2020 года (ст. 66.1 ТК РФ) [8] работодатель стал формировать в электронном виде основную информацию о трудовой деятельности и трудовом стаже каждого работника, это важный шаг к установлению законодательного регулирования труда дистанционных работников и улучшению системы учета труда.

По мнению Н.И. Пинтий, Г.Р. Миначева, появление в электронном виде основной информации о трудовой деятельности и трудовом стаже каждого работника, стало следующим естественным шагом в развитии учета трудовых отношений в условиях цифровой экономики [9, с. 216]. Кроме этого, авторы выделяют плюсы введения электронного кадрового документооборота:

1) экономия бюджета и времени. В настоящее время организации тратят значительную часть своего бюджета на обеспечение отдела кадров бумагой, картриджами, оргтехникой и ее обслуживание, организацию архива, тратится время на доставку документов, на подписание документов и розыск нужных бумаг в архиве;

2) гарантии от потери документов;

3) сокращение трудозатрат на подачу документов;

4) сокращение затрат на транспортировку хранения бумажных документов;

5) минимизация ошибок в документах;

6) сокращение трудозатрат работников.

В настоящее время цифровизация трудового права Российской Федерации продолжает развиваться, включая внедрение систем управления персоналом, онлайн-платформ для поиска работы, электронные трудовые договоры и другие инновации. Распространяются новые формы занятости такие как дистанционная работа, фриланс, работа онлайн на основе интернет-платформ и др.

По мнению Г.Г. Головенчика, «развитие трудовых отношений в цифровой экономике приводит к замене постоянного штата временными исполнителями, при этом многие виды работ могут выполняться за тысячи километров от офиса и даже за пределами национальных границ», что дает возможность работникам осуществлять свою деятельность с высокой степенью автономии и гибкости [10, с.34]. Кроме того, цифровизация позволяет повысить производительность труда и снизить операционные издержки, что в конечном итоге благоприятно влияет на экономику в целом.

Влияние цифровизации и новых технологий на трудовые отношения и на совершенствование трудового законодательства весьма значительно. Они приносят в сферу труда множество новых возможностей, но в то же время порождают и некоторые проблемы [11, с.64]. Одной из основных проблем, связанных с цифровизацией, является риск утраты конфиденциальности и безопасности информации, особенно в контексте удаленной работы и хранения персональных данных в цифровых системах. В условиях удаленной работы работники могут иметь доступ к конфиденциальной информации компании из своих

домов или других мест, что создает угрозу утечки данных. Кроме того, использование цифровых систем для хранения персональных данных требует особого внимания к защите этих данных от несанкционированного доступа и утечек [12, с.93].

Для решения этой проблемы необходимо внести дополнение в трудовое законодательство, направленное на обеспечение безопасности и конфиденциальности информации в условиях цифровизации, например, в статью 312.6 ТК РФ «Особенности организации труда дистанционных работников» внести установление четких правил и требований к использованию цифровых систем для хранения и передачи информации, а также установление ответственности за утечку конфиденциальных данных. Например, в следующей формулировке: «Работодатель обязан обеспечить безопасность и конфиденциальность информации, передаваемой и хранимой с использованием цифровых систем, в том числе при организации труда дистанционных работников. Работодатель также несет ответственность за утечку конфиденциальных данных, передаваемых или хранимых с использованием цифровых систем, в соответствии с законодательством Российской Федерации».

Введение соответствующих изменений в трудовое законодательство позволит обеспечить безопасность и конфиденциальность информации в условиях цифровизации и новых технологий, а также создать условия для развития удаленной работы с соблюдением прав и интересов работников.

Еще одной правовой проблемой в настоящее время можно считать отсутствие норм, регулирующих труд несовершеннолетних в качестве дистанционных работников [13, с.130]. С развитием цифровизации и технологий возникают и новые формы работы, которые могут быть доступны и привлекательны для несовершеннолетних.

Однако отсутствие соответствующих норм в Трудовом кодексе РФ не позволяет эффективно регулировать такие виды занятости для несовершеннолетних.

Для совершенствования трудового законодательства можно предложить внести дополнение в главу 49.1 ТК РФ, которое бы учитывало особенности труда несовершеннолетних в качестве дистанционных работников. Например, добавить в главу 49.1 ТК РФ статью 312.10 «Особенности при организации труда несовершеннолетних в качестве дистанционных работников». Статья может включать в себя ограничения по видам работ, которые могут выполнять несовершеннолетние дистанционно, а также установление особых правил и требований к контролю со стороны работодателей и органов надзора.

Например, работодатель обязан обеспечить соблюдение следующих особых условий:

1. Предоставление специальных обучающих программ и материалов, направленных на повышение осведомленности несовершеннолетних об основах безопасности труда и защите личных данных.

2. Установление контроля со стороны родителей или законных представителей несовершеннолетних работников, а также со стороны работодателя, в части соблюдения рабочего времени, регулярности перерывов и выполнения трудовых обязанностей.

3. Обеспечение возможности для несовершеннолетних работников обращаться за консультацией и поддержкой со стороны специалистов по вопросам защиты прав детей и подростков.

Введение соответствующих норм в ТК РФ позволит обеспечить защиту интересов несовершеннолетних, занятых в качестве дистанционных работников, и создать условия для их безопасной и законной занятости, в связи с их уязвимостью.

Таким образом, цифровизация и но-

вые технологии являются неотъемлемой частью современного трудового законодательства и жизни современного общества. Они предоставляют большие возможности для развития и оптимизации рабочих процессов, однако это требует от законодателя актуальной правовой основы для регулирования трудовых отношений.

### Цитированная литература

1. **Филипова, И. А.** Трудовое право: вызовы информационного общества // Право. Журнал Высшей школы экономики. – 2020. – № 2. – С. 162–182. – Текст : непосредственный.
2. **Ершов, А. П.** Информатизация. От компьютерной грамотности учащихся к информационной культуре общества [Электронный ресурс] / А. П. Ершов // Коммунист. – 1988. – № 2. – С. 82–92. – URL: <http://ershov.iis.nsk.su/archive/eaindex.asp?lang=1&did=7106> (дата обращения: 21.09.2024). – Текст : электронный.
3. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ // Собрание законодательства РФ, 07.01.2002, № 1 (ч. 1), ст. 3. – Текст : непосредственный.
4. Федеральный закон Российской Федерации от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Собрание законодательства РФ, 31.07.2006, № 31 (1 ч.), ст. 3448. – Текст : непосредственный.
5. Федеральный закон Российской Федерации от 05.04.2013 № 60-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ, 08.04.2013, – № 14, – ст. 1668. – Текст : непосредственный.
6. **Зыкина, Т. А.** Влияние цифровой реальности на регулирование трудовых отношений // Вестн. Том. гос. ун-та. Право. – 2021. – №41. – С.160-163. - Текст : непосредственный.
7. **Белозерова, К. А.** Влияние практики внедрения цифровых технологий на трудовую функцию работника и иные связанные с ней условия трудового договора // Актуальные проблемы российского права. – 2022. – №7 – С.140 – 144. - Текст : непосредственный.
8. Федеральный закон Российской Федерации от 16.12.2019 № 439-ФЗ «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации в части формирования сведений о трудовой деятельности в электронном виде» // Собрание законодательства РФ, 23.12.2019, – № 51 (часть I), – ст. 7491. - Текст : непосредственный.
9. **Пинтий, Н. И., Миначев, Г. Р.** Цифровизация и кадровый документооборот: будущее или реальность? // Закон и право. – 2021. – № 9. – С. 215-217. - Текст : непосредственный.
10. **Головенчик, Г. Г.** Трансформация рынка труда в цифровой экономике // Цифровая трансформация. – 2018. – № 4. – С. 27-43. - Текст : непосредственный.
11. **Малкеров, В. Б.** Отдельные проблемы правового регулирования трудовых отношений в условиях цифровизации экономики // Вестник УЮИ. – 2022. – №2 (96). – С.63-65. - Текст : непосредственный.
12. **Джигоев, С. Х.** К вопросу об оптимальной модели трудовых правоотношений в условиях цифровизации // Пробелы в российском законодательстве. – 2020. – №5. – С. 93-95. - Текст : непосредственный.
13. **Охотникова, Е. В.** Проблемы правового регулирования труда дистанционных работников в России // Ученые записки Тамбовского отделения РoСМУ. – 2019. – №14. – С.130. - Текст : непосредственный.

## ПОНЯТИЕ И СПЕЦИФИКА ПРОФЕССИИ БЛОГЕР

И. С. Назметдинова, К. М. Куличев

*В статье авторы рассматривают специфику профессии блогер. Предлагают классификации по способам ведения блога и по видам блогеров. Описывают форматы для ведения блога с их краткой характеристикой. В ходе анализа приводят к выводу о том, что в настоящее время любой мессенджер, социальная сеть или видеохостинг дают возможность одновременно использовать несколько или все форматы контента. Рассматривается авторами и вопрос основных возможностей, предоставляемых некоторыми популярными сервисами.*

**Ключевые слова:** специфика профессии блогер, форматы для ведения блога, способы ведения блога.

## THE CONCEPT AND SPECIFICS OF THE BLOGGER PROFESSION

I. S. Nazmetdinova, K. M. Kulichev

*They offer classifications by blogging methods and by types of bloggers. They describe the formats for blogging with their brief characteristics. During the analysis, it is concluded that currently any messenger, social network or video hosting makes it possible to simultaneously use several or all content formats. The authors also consider the issue of the main features provided by some popular services.*

**Keywords:** the specifics of the blogger profession, blogging formats, blogging methods.

Создание блога – это сложное и многогранное дело, стремительно набирающее популярность в последние годы. Если первопроходцами были молодые люди школьного возраста, то сейчас среди представителей профессии блогер можно встретить людей различных возрастов. Ее суть состоит в уникальном методе подачи информации о своей жизни, интересах или убеждениях. В этой статье мы рассмотрим профессию «блогер» и её специфику.

Блогинг предполагает диалог между автором и аудиторией с помощью регулярной публикации контента и с целью привлечения целевой аудитории, завоевания ее доверия и последующей монетизацией. Наличие блога может быть вызвано необходимостью найти единомышленников,

демонстрацией своей «экспертности», талантов. Коммуникация с аудиторией может проходить как на одной платформе, так и на нескольких одновременно. Формат контента может быть выбран любой из существующих: фото, видео, текстовый пост или статья, подкаст, прямые эфиры, а также их сочетание. Ведение блога способствует повышению узнаваемости и созданию личного бренда, который может привести и к созданию бизнеса.

Наиболее часто блогинг определяется как процесс создания и ведения блога, деятельность которого направлена на привлечение читателей или зрителей со схожими интересами и ценностями, а потребление огромного количества информации способствует необходимости создания ка-

чественного контента и росту количества желающих стать блогером. Даже дети в ответ на вопрос «Кем они хотят стать?», говорят – блогером. Считается, что иметь свой блог «круто», но нельзя забывать, что это полноценная работа, требующая много времени, сил, а иногда и денежных вложений. Поскольку ведение блога имеет социальную значимость, то публикуемый материал должен быть полезен и/или интересен аудитории. Несмотря на то, что такой способ взаимодействия на первый взгляд кажется достаточно легким, не всем удастся добиться успеха, что доказывает необходимость серьезной подготовки и постоянного совершенствования своих навыков. Отметим, что с каждым днём блогинг приобретает всё большую востребованность, а с

развитием современных медиатехнологий становится одним из основных способов потребления информации.

Анализ открытых источников по теме данного исследования показал следующие определения профессии блогер.

Например, СБЕР бизнес на своем официальном сайте даёт следующую трактовку: «Блогер – это человек, а точнее интернет-пользователь, который ведет свой блог, используя сайт, канал или страницу в социальной сети. Он является лидером мнений в своей нише для подписчиков. Так же он дает свои классификации по видам блогеров и по способам ведения блога»[1]. Рассмотрим подробнее эту классификацию, представим её в таблицах 1 и 2.

Таблица 1.

### Различные названия канала и его цели.

Вид блога	Представитель	Цель блога
Селебрити	Известные люди, представители творческих или других профессий, получившие признание общественности	Блог выступает в качестве инструмента пиара с целью продвижения личного бренда. Блог используется как место, где можно заявить о себе или анонсировать выступление, поделиться своим мнением, что подогреет интерес аудитории
Эксперты	Любой профессионал своего дела: учитель, юрист, бьюти-блогер, тренер и другие	Блог преобразуется в образовательную платформу и служит способом демонстрации своего профессионализма, публикуя уроки, лайфхаки или полезную информацию в своей нише
Лайфстайл-блогеры	Путешественники, мамы и другие	Онлайн-дневник частного лица. Публикует красивые фото, видео, тексты. Образ жизни становится бизнес-проектом
Бизнесмены	Предприниматели или организации	Продажа собственных товаров или оказание услуг

Источник: таблица составлена авторами данной работы на основе «Как заработать на ведении блога от 2 апреля 2024 года – Текст электронный//СБЕР Бизнес: [сайт] – Москва: 2024.. – URL: [https://www.sberbank.ru/ru/s\\_m\\_business/pro](https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/pro) (дата обращения: 10.04.2024).

Как мы выяснили, деление условно и может смешиваться. Например, блог известного человека может сочетать в себе онлайн-дневник и место для анонсов, то есть относиться сразу к двум видам (Селбрити и Лайфстайл-блогер). Такой же при-

ем может использовать и психолог, и педагог, и тренер, и репетитор, которые будут публиковать образовательный контент и предлагать свои услуги. Рассмотрим форматы для ведения блога в следующей таблице 2.

Таблица 2.

### Форматы для ведения блога

Формат	Подходящие площадки	Что содержит
Тексты и статьи	Онлайн-дневники и/или личный сайт, Яндекс.Дзен, мессенджеры и/или страницы в социальных сетях и многие другие	Экспертные статьи, содержащие истории из практики эксперта; авторские заметки и другое
Фотоблог	Не указывает подходящие площадки	СБЕР Бизнес называет этот вид классическим и утверждает, что он удобен для продаж или публикации рекламных товаров
Видеоблог	Видеохостинги и социальные сети	Видеоролики, подходящие самым разным нишам

Источник: таблица составлена авторами данной работы на основе «Как заработать на ведении блога от 2 апреля 2024 года – Текст электронный//СБЕР Бизнес: [сайт] – Москва: 2024.. – URL: [https://www.sberbank.ru/ru/s\\_m\\_business/pro](https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/pro) (дата обращения: 10.04.2024).

Следует отметить, что ресурс не углублялся в изучении форматов и представлено всё общими фразами. Ограниченный список был дополнен стандартной фразой, что один и тот же блог - это совокупность разных видов контента, а также «можно вести одновременно несколько блогов». Эта формулировка не дает точного определения: несколько блогов – это несколько каналов на разные темы или использование разных платформ с дублированием контента.

В настоящее время любой мессенджер, социальная сеть или видеохостинг даёт возможность одновременно использовать несколько или все форматы контента. Рассмотрим в таблице 3, какие основные возможности предоставляют некоторые популярные сервисы.

Таким образом, проанализировав основные функции и возможности популярных сервисов, можно сделать вывод, что платформы достаточно похожи и предоставляют массу возможностей для любого человека. Однако есть и специфические уникальные функции сервисов. Так, например, в TikTok всё работает вокруг видеоконтента, и нет возможности выложить большой пост с картинкой и опросом. Отметим, любая из этих платформ даёт возможность опробовать широкий спектр возможностей каждому блогеру и найти то, что по душе, либо чередовать различные форматы в зависимости от сообщения.

Разберем еще несколько трактовок понятий блог и блогер.

Блогер Марина Могилко в своей книге о блогинге, бизнесе и жизни в США подходит к понятию с другой стороны.

**Возможности популярных сервисов**

Сервис	Основные возможности сервиса
YouTube	Видео (длинные и shorts), трансляции, во вкладке «Сообщество» текстовые записи, фото, опросы, лайки и дизлайки, комментарии, подписка и другие
Telegram	Видео, фото, трансляции, текст, прикрепление файлов, геопозиции, опросы, голосовые сообщения, реакции, комментарии, «кружочки» – видеосообщения и другие
Яндекс.Дзен	Текстовые посты или статьи, длинные видео и короткие ролики, фото, лайки, комментарии, подписка, новости и другие
ВКонтакте	Текстовые посты или статьи, длинные видео и VK клипы, фото, лайки, комментарии, переписка, опросы, подписка и другие
Яндекс.Дзен	Текстовые посты или статьи, длинные видео и короткие ролики, фото, лайки, комментарии, подписка, новости и другие
ВКонтакте	Текстовые посты или статьи, длинные видео и VK клипы, фото, лайки, комментарии, переписка, опросы, подписка и другие

Источник: составлено авторами данной статьи

Она описывает преимущества его наличия и говорит, что блог является отличным инструментом для развития собственного бизнеса, который позволит сэкономить на рекламе, имея в виду слишком высокий ценник традиционной рекламы, в то время как реклама у самого себя будет либо дешевле, либо бесплатной. К тому же, по её мнению, чаще всего такая реклама оказывается самой эффективной, так как аудитория уже знакома с владельцем бизнеса или его товаром, наблюдая за его жизнью через монитор своего компьютера [2].

Проект Комсомольской правды «Я знаю» в лице автора статьи Натальи Михайловой подходит к описанию понятия с материальной точки зрения и называет профессиональными блогерами тех людей, для которых блог является основной сферой деятельности и приносит доход. То есть, человек, получающий заработок по большей части или в полной мере исключительно от блога. В статье так же, как и у

первого источника, приводится своя классификация специализаций, проект указывает, что у блогинга существует очень много различных направлений, но в своей классификации ограничивается всего 3 направлениями: фуд-блогер, фэшн-блогер и тревел-блогер. Рассмотрим это в таблице 4.

Можно сделать вывод, что Н. Михайлова сократила способы реализации каждого направления до минимума. Но на самом же деле мы без труда можем найти и посмотреть видеоролик о путешествиях или красоте, посмотреть подборку фотографий со стильными образами или прочитать большую статью о пользе правильного питания. В этом и заключается особенность, нет никакой необходимости ограничивать себя, ведь каждый может выбрать удобный для себя формат и создавать контент на любой платформе.

Таким образом, можно сделать вывод, что профессия блогер (и блогинг в целом)

## Специализации и направления блогов по версии проекта «Я знаю»[3]

Направление	Кто рассказывает	О чем рассказывает	Как рассказывает
Фуд-блогер	Повар или поклонник кулинарии	О еде и/или способах её приготовления	Фото и/или видео блюд, процесса приготовления, рецептов.
Фэшн-блогер	Сочетание качеств стилиста, журналиста и имиджмейкера	О модных трендах, секретах красоты и лайфхаках.	Статьи, заметки о модных течениях, брендах, стиле или фэшн-историях
Тревел-блогер	Путешественник	О мире, странах, городах, народах нашей планеты	Фото

Источник: таблица составлена авторами на основе «Я знаю». Профессия блогер – Текст электронный // Я знаю. Проект KPRU: [сайт] – Москва: – URL: <https://www.kp.ru/edu/rabota/professiya-blogger/> (дата обращения: 05.10.2024).

– это явление особой значимости, деятельность которого имеет социальную значимость, а значит, заслуживает тщательного изучения. Блогинг можно сравнить с таким жанром журналистики как интервью, где собеседники – интервьюер (журналист) и его интервьюируемый (реципиент) – участвуют в информационном обмене для информационного насыщения главного, хотя и незримого, третьего участника коммуникации – аудитории.

В то время, как в блогосфере происходит диалог между блогером и аудиторией, где первый то и дело поочередно примеряет на себя то роль журналиста, рассказывая о событиях своей жизни, то реципиента, отвечая на вопросы своих зрителей или читателей, постоянно обращаясь при этом

к безымянной аудитории.

Учитывая специфику данного явления (блогинга) выделим несколько маркеров, без наличия которых нельзя в полной мере определить социальную значимость блогеров и отнести их к медиаиндустрии, как важнейшую составляющую:

- во-первых, без аудитории невозможно представить в принципе существование блогеров;
- во-вторых, готовый материал предназначен для публикации в сети интернет на платформах, сайтах, видеохостингах или в социальных сетях;
- в-третьих, публикуемый контент актуален, отвечает запросам аудитории и вызывает общественный интерес.

## Цитированная литература

1. Как заработать на ведении блога от 2 апреля 2024 года – Текст электронный // СБЕР Бизнес: [сайт] – Москва: 2024. – URL: [https://www.sberbank.ru/ru/s\\_m\\_business/pro](https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/pro) (дата обращения: 10.04.2024).

2. **Могилко, М. Д.** Как стать блогером с миллионной аудиторией, создать успешный стартап, покорить Америку, если ты девочка из обычной семьи — Москва: «Издательство АСТ», 2019 — 256 с. – Текст : непосредственный.

3. «Я знаю». Профессия блогер – Текст электронный // Я знаю. Проект KPRU: [сайт] – Москва: – URL: <https://www.kp.ru/edu/rabota/professiya-blogger/> (дата обращения: 05.10.2024).

## ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ЯЗЫКОВОМ ОБУЧЕНИИ И АДАПТАЦИИ ИНОСТРАННЫХ СОТРУДНИКОВ В МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЯХ

К. А. Натертышева., О. Х. Эрнандес Родригес

*Актуальность настоящей статьи объясняется ростом обучающих возможностей искусственного интеллекта в преподавании иностранных языков сотрудникам международных компаний, что способствует их адаптации к работе в единой команде. Целью данного исследования является анализ образовательного потенциала искусственного интеллекта в корпоративном обучении иностранным языкам. В результате анализа было установлено, что приложение Speexx применяет персонализированный подход для достижения конечной цели, ради которой работники компаний изучают иностранные языки. Особо отмечено, что искусственный интеллект может успешно применяться совместными российско-латиноамериканскими компаниями для изучения испанского и русского языков соответственно, с учетом всех профессиональных, национальных и культурных особенностей обучаемых.*

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, языковое обучение, корпоративное обучение, Латинская Америка.

## ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN LANGUAGE TRAINING AND ADAPTING FOREIGN EMPLOYEES IN INTERNATIONAL COMPANIES

К. А. Natertysheva, O. G. Hernández Rodríguez

*The relevance of this article is explained by the growth of the learning capabilities of artificial intelligence in teaching foreign languages to employees of international companies, which contributes to their adaptation to work in a single team. The purpose of this study is to analyze the educational potential of artificial intelligence in corporate foreign language teaching. As a result of the analysis, it was found that the Speexx application uses a personalized approach to achieve the ultimate goal for which company employees learn foreign languages. It was particularly noted that artificial intelligence can be successfully used by joint Russian-Latin American companies to study Spanish and Russian languages, respectively, taking into account all professional, national and cultural characteristics of the trainees.*

**Keywords:** artificial intelligence, language training, corporate training, Latin America.

Искусственный интеллект (ИИ) был изобретен не одним человеком, а разрабатывался различными учеными на протяжении многих лет. Зарождение искусственного интеллекта связано с именем Алана Тьюринга, которого считают «отцом» искусственного интеллекта. В 1950 году он опубликовал статью «Вычислительные ма-

шины и разум», которая положила начало пути искусственного интеллекта [1, с.331]. В этой статье он предложил метод оценки ИИ, который известен как тест Тьюринга, который определяет «интеллект» машины. Прошло несколько лет, прежде чем научное сообщество впервые ввело понятие «искусственный интеллект». Джон Мак-

карти, американский учёный, проводящий исследования в области компьютерных технологий, организовал конференцию в Дартмуте (США) в 1956 году. Именно здесь был принят термин «искусственный интеллект». Исследовательские центры на всей территории США начали изучать потенциал искусственного интеллекта, полагая, что он может изменить мир [1, с.332].

Искусственный интеллект - понятие, которое включает в себя множество направлений, не имеет чёткого единого определения и может рассматриваться в различных контекстах [2, с.127]. Словосочетание Artificial Intelligence (AI), предложенное Дж. Маккарти, вовсе не связывалось его автором с пониманием интеллекта у человека – под intelligence понималась «вычислительная составляющая способности достигать целей в мире» [3]. Исследователи дают определение ИИ как вычислительной системе, которую используют машины для реализации задач, аналогичных человеческому интеллекту, или как систему, имитирующую процессы человеческого мозга, такие как обучение, анализ и самокоррекция. Все определения искусственного интеллекта относят его к мыслящим машинам, компьютерным системам и нейросетям. В их основе лежат рассуждения, имитирующие человеческий интеллект, для выполнения задач, реализовывать которые способны люди. Тем не менее, есть те, кто определяют ИИ как компьютерную систему, которая используется для решения сложных задач, выходящих за рамки возможностей человеческого мозга [4].

В первой половине 20-го века научная фантастика познакомила мир с понятием искусственно интеллектуальных роботов. К 1950-м гг. появилось поколение ученых, математиков и философов, которое мечтало постигнуть технологии создания и разработки ИИ. Одним из таких людей и был Алан Тьюринг, «отец» искусственного интеллекта, который исследовал математиче-

скую возможность ИИ. Тьюринг предположил, что если люди используют доступную информацию, чтобы решить проблемы и принять решения, почему машины не могут сделать то же самое [5, с.11].

Итак, была предложена идея использования ИИ в машинах, которые смогут действовать как люди: думать, обучаться, реализовывать предложенные задачи. На тот момент идея казалась фантастической: компьютерные возможности пока еще не позволяли развивать и использовать ИИ так, как мы используем его сейчас, но это позволило повысить эффективность многих действий. Например, использовать искусственный интеллект для ускорения анализа данных, для обучения, а также для многих других целей.

Актуальность темы ИИ в 21 веке трудно переоценить, современная жизнь невозможна без повсеместного внедрения искусственного интеллекта. Даже люди, не являющиеся специалистами в области компьютерных наук, в курсе активного участия ИИ в жизни человека.

Новизна работы состоит в том, что ИИ начинает применяться компаниями международного уровня, есть практики применения ИИ для языкового и корпоративного обучения сотрудников этих компаний, ведь существующие сейчас организации обязаны соответствовать меняющимся условиям конъюнктуры рынка, новейшим технологическим достижениям и требованиям окружающей реальности.

Использование искусственного интеллекта в языковом обучении может значительно улучшить процесс изучения иностранного языка для сотрудников международных компаний, делая его более эффективным, доступным и персонализированным. Адаптация иностранных сотрудников в международных компаниях также играет важную роль в успехе командной работы и профессионального развития сотрудников, и одним из ключевых

механизмов адаптации к новым условиям и достижения конкурентных преимуществ является корпоративное обучение. Важными аспектами корпоративного обучения являются адаптация обучения к конкретным задачам и потребностям компании, использование современных методик и технологий обучения, разработка качественного контента и мониторинг эффективности обучения.

Главной целью корпоративного обучения является не просто донести необходимую информацию, но изменить поведение сотрудника на рабочем месте, благодаря чему он станет более продуктивным и эффективным [4]. Одно из основных преимуществ ИИ в корпоративном обучении — это возможность анализировать огромные массивы данных о сотрудниках компании, выявлять закономерности в их поведении и предпочтениях. На основе этих данных ИИ может предлагать персональные образовательные подходы для каждого сотрудника, с учетом его сильных и слабых сторон [4]. Использование инновационных методов, основанных на искусственном интеллекте, может помочь в ускорении процесса адаптации иностранных сотрудников, учитывая их языковые потребности, культурные различия и особенности. Эта тема представляет собой важный шаг к улучшению межкультурного взаимопонимания и эффективности работы в международных компаниях. Исследования в этой области могут привести к разработке новых инновационных инструментов и подходов, которые помогут компаниям эффективнее управлять своими многоязычными командами и повышать профессиональный рост своих сотрудников. Неформальное образование становится реальным применением технологии ИИ на практике [6, с.17].

На практике одним из таких систем на базе ИИ, используемых компаниями для обучения своих сотрудников, это Speexh, компания, специализирующаяся на циф-

ровом обучении языкам для бизнеса. Они используют технологии искусственного интеллекта для адаптации программ обучения к потребностям каждого сотрудника и помогают им быстро освоить язык для работы в международной компании. Speexh предоставляет услуги языкового обучения, оценки навыков и бизнес-коучинга, предназначенные для оказания помощи образовательным учреждениям и корпорациям в разработке, запуске и контроле инициатив по языковому обучению учащихся и персонала.

В качестве примера практического применения ИИ для корпоративного обучения и адаптации сотрудников можно привести следующее: в соответствии с новой Концепцией внешней политики Российской Федерации в отношении государств Латинской Америки, Россия декларирует заинтересованность в выстраивании полноценных проектных, производственных, технологических альянсов, максимальном использовании возможностей взаимодополняемого характера наших экономик, кооперации по таким направлениям, как нефтегазовая, гидро- и атомная энергетика; авиа- и вертолетостроение; инфраструктура, а в последнее время — биофармацевтика и информационные технологии [7].

Следовательно, совместные российско-латиноамериканские предприятия могут применять ИИ для обучения сотрудников испанскому и русскому языку соответственно, при этом ИИ будет учитывать направление работы компании (сотрудники будут лучше и быстрее усваивать терминологию, профессионализмы и профессиональный жаргон в изучаемом языке), российские сотрудники будут изучать именно тот национальный вариант испанского языка, который используется конкретно в стране-партнере в Латинской Америке. Это крайне важно, так как существуют особенности фонетики, лексики и грамматики в разных национальных вари-

антах испанского языка в зависимости от страны субконтинента. Нужно отметить различия в культуре и менталитете каждой страны, а ИИ отлично справляется с обучением и, как следствие, быстрой адаптации сотрудников из разных стран к работе в единой команде и приводит к успешным результатам в области бизнес сотрудничества.

Вывод: в 21 веке невозможно представить себе жизнь без ИИ, он все глубже проникает в нашу жизнь, в данном случае в изучение иностранных языков. Для обучения иностранным языкам в международных компаниях ИИ подходит хорошо, потому что сотрудники адаптируются

быстрее, и коммуникация между ними улучшается. Иностранный язык изучается не просто как язык, а через познание культуры и истории страны изучаемого языка. ИИ быстро обучает терминологии, профессионализмам, профессиональному жаргону в области профессиональной деятельности компании. В соответствии с новыми линиями внешней политики нашей страны в отношении государств Латинской Америки, развивается сотрудничество в самых разных областях, и ИИ может помочь российским сотрудникам совместных предприятий обучиться именно тому национальному варианту испанского языка, который используется в стране-партнере.

### Цитированная литература

1. **Гриднева, А. М.** Искусственный интеллект: история развития, основные методы исследований и влияние на современное общество / А. М. Гриднева, Е. В. Максименко // Молодежь и наука: актуальные проблемы фундаментальных и прикладных исследований: Материалы III Всероссийской национальной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, в 3 ч., Комсомольск-на-Амуре, 06–10 апреля 2020 года. Том Часть 3. – Комсомольск-на-Амуре: Комсомольский-на-Амуре государственный университет, 2020. – С. 331-334. URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_43947444\\_14326913.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_43947444_14326913.pdf). Режим доступа: научная электронная библиотека eLibrary.Ru – Текст : электронный.

2. **Цветкова, Л. А.** Технологии искусственного интеллекта как фактор цифровизации экономики России и мира // Экономика науки. - 2017. - №2. – С.126-144. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-iskusstvennogo-intellekta-kak-faktor-tsifrovizatsii-ekonomiki-rossii-i-mira> (дата обращения: 30.03.2024). – Текст : электронный.

3. **Рожкова, М. А.** Искусственный интеллект и интеллектуальные роботы – что это такое или кто это такие? Закон.ру. 23 ноября 2019. - URL: [https://zakon.ru/blog/2019/11/23/iskusstvennyj\\_intellekt\\_i\\_intellektualnye\\_roboty\\_\\_что\\_eto\\_takoe\\_ili\\_kto\\_eto\\_takie](https://zakon.ru/blog/2019/11/23/iskusstvennyj_intellekt_i_intellektualnye_roboty__что_eto_takoe_ili_kto_eto_takie) (дата обращения: 31.03.2024). – Текст : электронный.

4. **Дьяченко, В. В.** Проблемы переноса обучения на практику в процессе корпоративного обучения в современных организациях // Актуальные исследования. - 2023. - №17 (147). Ч.II. - С. 15-18. - URL: <https://apni.ru/article/6061-problemi-perenosa-obucheniya-na-praktiku> (дата обращения: 31.03.2024). – Текст : электронный.

5. **Вознюк, П. А.** История развития и современное состояние искусственного интеллекта // Глобус: технические науки. - 2019. - №3 (27). - С. 11-19. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-razvitiya-i-sovremennoe-sostoyanie-iskusstvennogo-intellekta> (дата обращения: 30.03.2024). - Текст : электронный.

6. **Сюй, Б.** Влияние искусственного интеллекта на обучение иностранному языку / Б. Сюй // Вестник Педагогического университета. – 2022. – № 6-2(101). – С. 13-20. -

URL: – [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_50340014\\_80444009.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_50340014_80444009.pdf) Режим доступа: научная электронная библиотека eLibrary.Ru – Текст : электронный.

7. Латиноамериканский вектор внешней политики России: новые вызовы и угрозы // Международная жизнь. - 2021. - №11. – URL: <https://ruspolitology.ru/content/12181/?ysclid=lufhxrmqzy415531943> (дата обращения: 31.03.2024). – Текст : электронный.

---

## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ОРГАНИЗАЦИЯХ ПО МОДЕЛИ «ВОДОПАД»

В. С. Петров, Н. И. Дорошенко

*В статье авторы обосновывают повышение экономической эффективности использованием искусственного интеллекта на всех этапах жизненного цикла разработки программного обеспечения для финансовых организаций. Авторы проводят анализ экономической эффективности использования искусственного интеллекта и приводят, подтверждающие данные факты статистические данные. Авторы усовершенствовали и провели практическую проверку формулы расчета, позволяющую дать приближительную оценку экономической эффективности внедрения искусственного интеллекта.*

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, аналитика, разработка программного обеспечения, функциональное тестирование, риски внедрения, экономическая эффективность.

## ECONOMIC EFFICIENCY OF USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN ORGANIZATIONS ACCORDING TO THE «WATERFALL» MODEL

V. S. Petrov, N. I. Doroshenko

*In the article the authors argue the increase of economic efficiency by using artificial intelligence at all stages of the life cycle of software development for financial organizations. The authors analyze the economic efficiency of using artificial intelligence and provide statistical data confirming these facts. The authors have improved and conducted a practical test of the calculation formula, which allows to give an approximate assessment of the economic efficiency of the implementation of artificial intelligence.*

**Keywords:** artificial intelligence, analytics, software development, functional testing, implementation risks, economic efficiency.

Использование искусственного интеллекта (ИИ) в разработке программного обеспечения становится все более актуальным в современном мире [4], где скорость и качество разработки играют ключевые роли [1]. Традиционные методы разработки, такие как модель «водопад» [3], несмотря на свою структурированность и последовательность, часто сталкиваются с проблемами, связанными с управлением изменениями требований и снижением ошибок на ранних стадиях проекта. Интеграция ИИ в эти процессы может значительно повысить

экономическую эффективность и точность, что делает эту тему крайне актуальной для исследовательского сообщества и практиков в области информационных технологий [2].

Цель данного исследования заключается в изучении возможностей и экономических преимуществ интеграции ИИ в модель «водопад». Несмотря на то, что ИИ уже активно используется в различных аспектах разработки программного обеспечения, экономические последствия его применения в контексте модели «водопад»

остаётся недостаточно изученным. Это исследование стремится заполнить этот пробел, предлагая новые подходы и методы, которые могут улучшить процессы сбора требований, проектирования, реализации, тестирования и сопровождения и повысить экономическую эффективность работы организации, при внедрении в ее работу данной модели.

Целью данного исследования является анализ и обоснование экономической эффективности использования ИИ в процессе разработки программного обеспечения по модели «водопад». Исследование нацелено на выявление конкретных областей, где ИИ может быть наиболее полезен,

и разработку рекомендаций по его внедрению для улучшения качества и скорости разработки.

Объектом исследования является процесс разработки программного обеспечения по модели «водопад» с интеграцией ИИ. Особое внимание уделяется следующим этапам: анализ требований, разработка, тестирование и сопровождение. Каждый из этих этапов рассматривается с точки зрения возможностей улучшения за счет применения ИИ-технологий.

Традиционно модель «водопад» рассматривается в последовательности, приведенной на рисунке 1.

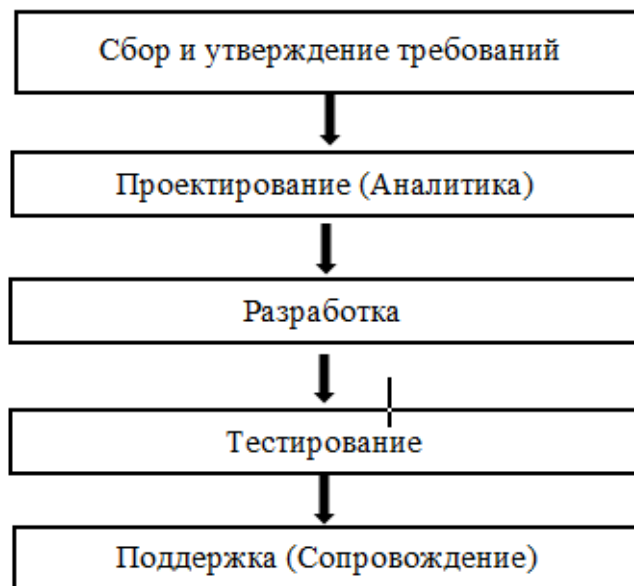


Рис. 1. Модель «Водопад»

В среднем, один релизный цикл длится месяц. Обычно его делят на этап сбора и утверждения требований (3 дня), проектирования и аналитики (5 дней), разработки (8 дней), тестирования (5 дней). Поддержка (сопровождение) затрагивает 1 день релизного цикла, при условии успешного внедрения в промышленную эксплуатацию и последующем поддержании работоспособности программного обеспечения до вывода из эксплуатации.

На этапе сбора и утверждения тре-

бований команда собирает все возможные требования к будущему продукту. Это может включать в себя общение с заказчиком, пользовательское исследование и определение функциональных и нефункциональных требований. Важно, чтобы все требования были документально задокументированы. Исследования показывают, что на некорректно задокументированные требования приходится около 40% дефектов [1, с.3]. Это в свою очередь приводит к затратам на исправление дефектов, из-

менениям сроков ввода в эксплуатацию и другим последствиям.

Использование искусственного интеллекта позволяет значительно сэкономить время на процесс сбора требований. ИИ может проанализировать документ за пару секунд и сформировать рецензию на документ в кратком виде. Также ИИ позволяет проверить документацию, которая будет использоваться для согласования на логичность и непротиворечивость. Согласно опросу владельцев-продуктов [6], использование ИИ позволяет сократить данный процесс на 5%.

Проектирование является одним из важнейших факторов, оказывающих влияние на экономическую эффективность от внедрения ИИ. Неверное проектирование может привести к тому, что разработанный функционал будет полностью переделываться, что приведет к дополнительному простоям остальной части команды. По результатам проведенного исследования, для повышения экономической эффективности, авторы предлагают при проектировании систем ИИ бизнес-аналитикам и системным-аналитикам работать совместно. При этом, бизнес-аналитик описывает бизнес-процесс, системный аналитик описывает логику его реализации.

Согласно статистике, бизнес-аналитики могут тратить до 10% рабочего времени на работу с базами данных. Отталкиваясь от этого, авторы выяснили, что при проектировании бизнес-аналитику рекомендуется использовать ИИ для формирования сложного SQL-запроса к базе данных, что позволит ему быстро получить необходимую информацию и сэкономить рабочее время, что положительно влияет на экономический результат использования ИИ. Благодаря этому формируется запрос к базе данных, используя простой текстовый запрос, который будет сформулирован бизнес-аналитиком [3]. После описания бизнес-процесса системный аналитик форми-

рует техническое задание на разработку. Используя ИИ, системный аналитик может сформировать предварительную версию спецификации OpenAPI. После генерации спецификации возможна автоматическая генерация кода, если используется подход API first. Процент ускорения может быть разным для каждого проекта, но в целом, по отзывам разработчиков, использование API First может сократить время разработки на 20-40% или даже больше, особенно при правильной реализации, выисыв тем самым экономическую эффективность от использования ИИ.

Написание кода – основа в разработке программного обеспечения. Разработка и исправление дефектов может занимать до 50% релизного цикла. Используя ИИ, например, copilot, разработчик может проверить код на логику, предварительно не компилируя программу. Также ИИ может позволить сгенерировать рабочий код, введя словесный запрос. По данным исследования компании ЭЛЕКС, использование ИИ в разработке повышает экономическую эффективность на 5-10 процентов.

Тестирование ПО занимает примерно четверть времени. Если в процессе тестирования были обнаружены критические дефекты, разработчики сразу же приступают к их устранению. ИИ позволяет тестировщикам сформировать полноценное покрытие разрабатываемого функционала тест-кейсами за более короткое время, чем без использования ИИ. Согласно опросу, проведенному среди сотрудников банка, ИИ позволяет сократить процесс составления тест-кейсов на 15%. Также ИИ помогает автотестировщикам сгенерировать код на 5-10 процентов быстрее. Выявленная авторами зависимость, позволяет говорить, о том, что внедрение ИИ напрямую повышает экономическую эффективность организации, так как затраты на разработку и внедрение программного обеспечения, составляют до 50% накладных расхо-

дов организации.

Использование ИИ на этапе внедрения, финального этапа ввода в промышленную эксплуатацию, позволяет снизить риски неуспешного внедрения. ИИ, на основании статистических данных, может примерно предсказать процент неуспешного внедрения релиза. Этот факт так же позволяет повысить экономическую эффективность организации. Конечное решение о проведении внедрения остается за лицом, принимающим решение.

Для расчета авторы предлагают использовать метод весовых коэффициентов [7]. Предложен алгоритм, позволяющий использовать средний релизный цикл [5] продолжительностью 22 рабочих дня. По результатам его практической апробации при расчете экономической эффективности от внедрения ИИ предлагается учитывать следующие факторы:

1) Каждому из этапов разработки присвоить вес – значение от 0 до 1. В сумме все этапы должны давать значение равное 1. Вес будет подбираться пропор-

ционально средней длительности релиза.

2) Каждый этап релиза разделить на подгруппы, если применимо, у каждой из которых тоже будет свой вес. Сумма весов подгруппы должна равняться значению веса этапа разработки.

Для этапа проектирования предполагается, что команда состоит из бизнес-аналитика и системного аналитика. Для этапа тестирования предполагается, что команда состоит из ручного тестировщика и автотестировщика. Для этапа сопровождения ИИ коэффициент экономической эффективности без изменений, так как все работы проводятся в ручном режиме, а использование ИИ влияет только на решение о внедрении.

3) Связать минимальные значения экономической эффективности (коэффициент экономической эффективности), полученные на основании статистических данных с весом каждого этапа разработки.

4) Получить суммарное значение с учетом коэффициентов экономической эффективности.

Таблица 1.

### Результат расчета (относительный коэффициент)

Процесс	Длительность (дни)	Вес	Коэффициент разделения	Коэффициент эффективности	Результат
Сбор и утверждение требований	3 (дня)	0.13	1	5%	0.123
Проектирование (аналитика):	5 (дней)	0.22	2	Системный аналитик 10% Бизнес-аналитик 5%	Системный аналитик 0.1 Бизнес-аналитик 0.088
Разработка	8 (дней)	0.36	1	5%	0.342
Тестирование	5 (дней)	0.22	2	Ручной тестировщик 15% Автотестировщик 5%	Ручной тестировщик 0.129 Автотестировщик 0.1045
Поддержка (Сопровождение)	1 (день)	0.04	1	100%	0.04
Сумма:					0.9265

По результатам расчета примерное повышение экономической эффективности работы всей команды составит порядка 7,3 процента.

Ниже представлена таблица 2 со средней зарплатой участников команды разработки.

**Средняя зарплата участников команды разработки (руб.)**

Роль в команде	Средняя зарплата (NET) в месяц (руб.)
Владелец продукта	300 000 (руб.)
Бизнес-аналитик middle	170 000 (руб.)
Системный-аналитик middle	150 000 (руб.)
Разработчик (fullstack senior)	250 000 (руб.)
Ручной тестировщик (middle)	130 000 (руб.)
Автоматический тестировщик (middle)	150 000 (руб.)
Сумма:	1 150 000 (руб.)

Данный состав команды в ИТ можно использовать как основу для дальнейшего расчета эффективности в различных отраслях деятельности организации при внедрении ИИ. Получается, что внедрение ИИ в рабочие процессы среднестатистической команды разработки позволит повысить ее экономическую эффективность на 7,3 процента.

В зависимости от затрат организации на различные процессы может меняться сам состав команды.

В зависимости от направления деятельности будет меняться и экономическая

эффективность внедрения ИИ, так как сотрудники с различными ролями задействуются в различной степени загруженности по отношению к другим ролям. При расчете экономической эффективности внедрения ИИ для аналитиков и тестировщиков использовалось усредненное значение.

Ниже представлена таблица, в которой обозначен приблизительный процент вовлечения сотрудника команды в зависимости от роли и направления деятельности, полученный авторами в результате проведенного исследования.

Таблица 3.

**Процентное соотношение ролей команды в зависимости от направления деятельности организации**

Направление деятельности	Процент вовлеченности менеджеров (владельцев продукта)	Процент вовлеченности аналитиков	Процент вовлеченности разработчиков	Процент вовлеченности тестировщиков
Маркетинг	20%	50%	20%	10%
Розничная деятельность	10%	40%	40%	10%
Инвестиционная деятельность	10%	60%	20%	10%
Кибербезопасность	10%	50%	30%	10%
Найм персонала	20%	30%	30%	20%
Найм персонала	20%	30%	30%	20%

В таблице ниже представлены результаты расчетов с учетом влияния внедрения ИИ для различных ролей в команде.

### Повышение экономической эффективности различных ролей команды с учетом внедрения ИИ

Направление деятельности	Повышение экономической эффективности внедрения ИИ для менеджеров (владельцев продукта)	Повышение экономической эффективности внедрения ИИ для аналитиков	Повышение экономической эффективности внедрения ИИ для разработчиков	Повышение экономической эффективности внедрения ИИ для тестировщиков	Совокупное повышение экономической эффективности при внедрении ИИ
Маркетинг	21%	53,75%	21%	11%	6,75%
Розничная деятельность	10,5%	43%	42%	11%	6,5%
Инвестиционная деятельность	10,5%	64,5%	21%	11%	7%
Кибербезопасность	10,5%	53,75%	31,5%	11%	6,75%
Найм персонала	21%	32,25%	31,5%	22%	6,75%

Учитывая значения из расчетов, полученных выше, была проведена на практике приблизительная оценка экономии для крупной компании, выраженная в сокращении ПШЕ (производственно-штатная единица) для организации численностью

примерно 300 000 человек, из которых в ИТ подразделении должно быть задействовано около 20%, что соответствует лучшим практикам в России (примерно 60 000 человек в данном случае).

Таблица 5.

### Экономический эффект от внедрения ИИ, выраженный в сокращении ПШЕ

Направление деятельности	Маркетинг	Розничная деятельность	Инвестиционная деятельность	Кибербезопасность	Найм персонала
Численность до внедрения ИИ	5 000 (ПШЕ)	30 000 (ПШЕ)	5 000 (ПШЕ)	10 000 (ПШЕ)	10 000 (ПШЕ)
Численность после оптимизации	4 662 (ПШЕ)	28 050 (ПШЕ)	4 650 (ПШЕ)	9 325 (ПШЕ)	9 325 (ПШЕ)
Экономия в ПШЕ	338 (ПШЕ)	1 950 (ПШЕ)	350 (ПШЕ)	675 (ПШЕ)	675 (ПШЕ)

Исходя из результатов проведенного исследования, можно сделать вывод о том, что экономическая эффективность от внедрения ИИ существенно зависит от конкретных условий, решаемой прикладной задачи. Результаты, проведенной работы, позволяют резюмировать, что с учетом стремительного развития мощных моделей ИИ их влияние на экономическую эффективность организаций их использующих,

будет повышаться, однако и стоимость их использования тоже может расти. Снизить эти затраты можно за счет использования собственных разработок, для чего необходимо внедрение национальных решений и развитие внутрикорпоративных ИТ подразделений. При этом, учитывая возможный экономический эффект от внедрения ИИ, численный состав ИТ специалистов может достигать уровня 20% от средне-

списочного количества сотрудников.

Был проведен статистический анализ возможного внедрения ИИ для каждого этапа разработки, используя минимальные значения экономической эффективности, используя открытые источники. Получен

результат, выражающийся в приблизительной оценке сокращения ПШЕ для различных направлений деятельности организации, значения которых представлены в таблице 5.

### Цитированная литература

1. **Вигерс, К.** Разработка требований к программному обеспечению. 3-е изд., дополнительное / К. Вигерс, Д. Битти., Пер. с англ. – Москва : Издательство «Русская редакция»; СПб. 2018. – 787 с. – Текст : непосредственный.

2. **Тебекин, А. В., Петров, В. С.** Экономические факторы распространения серой теневой экономики в современной России // Транспортное дело России. - 2023. - № 1. - С. 13-18. – Текст : непосредственный.

3. **Челяпин, А.** Проектное управление в сфере информационных технологий: моногр. / Москва : PUBLISH-SELL-BOOK LLC, 2016. - 404 с. – Текст : непосредственный.

4. **Сурова, Н. Ю.** Искусственный интеллект : монография / Н. Ю. Сурова, М. Е. Косов. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2021. — 408 с. – Текст : непосредственный.

5. **Лазарева, Н. Б.** Оптимальный подход к разработке программного обеспечения с использованием современных методологий и технических средств // Инженерный вестник Дона. – 2020. - №10. – URL: <http://www.ivdon.ru/ru/magazine/archive/n10y2020/6625> (дата обращения: 19.09.2024). – Текст : электронный.

6. **Зайцев, В. Д., Горевая, Е. С.** Продакт-менеджмент: управление разработкой инновационных продуктов // Процветание науки. – 2021. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prodakt-menedzhment-upravlenie-razrabotkoy-innovatsionnyh-produktov> (дата обращения: 12.09.2024). – Текст : электронный.

7. **Романов, Е. В.** Стратегический менеджмент: методические рекомендации для выполнения практических работ студентов специальности «Менеджмент организации». – Магнитогорск: МаГУ, 2006. – 70 с. – Текст : непосредственный.

УДК 339.138

## ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ НКО

Е. А. Самадова, В. О. Кожина

*В данной статье рассматриваются особенности формирования маркетинговой коммуникационной стратегии как ключевого инструмента ведения успешного бизнеса. Определены основные этапы разработки стратегии коммуникаций, выделены основные принципы, на которых она должна основываться. Особое внимание уделено выбору подходящих каналов коммуникаций, анализу целевой аудитории и созданию целостного образа бренда. Приведены рекомендации по эффективному взаимодействию с потребителями, управлению репутацией и использованию инновационных технологий в маркетинговой коммуникации.*

**Ключевые слова:** маркетинговая коммуникация, стратегия, аудитория, бренд, репутация, инновации, взаимодействие, каналы коммуникации, целевая аудитория.

## FEATURES OF THE FORMATION OF A MARKETING COMMUNICATION STRATEGY NPOs

Е. А. Samadova, V. O. Kozhina

*This article discusses the features of the formation of a marketing communication strategy as a key tool for running a successful business. The main stages of the development of a communication strategy are defined, the main principles on which it should be based are highlighted. Special attention is paid to the selection of suitable communication channels, the analysis of the target audience and the creation of a holistic brand image. Recommendations are given on effective interaction with consumers, reputation management and the use of innovative technologies in marketing communication.*

**Keywords:** marketing communication, strategy, audience, brand, reputation, innovation, interaction, communication channels, target audience.

В условиях нарастающей конкуренции за внимание и ресурсы, маркетинговая коммуникационная стратегия некоммерческих организаций (НКО) становится ключевым инструментом не только для привлечения доноров и волонтеров, но и для повышения общественной осведомленности о решаемых ими социальных проблемах. Актуальность данной темы обусловлена потребностью НКО в эффективных способах коммуникации с целевыми аудиториями, что позволяет укреплять доверие и формировать долгосрочные взаимоотношения. Научная значимость исследования заключается в его вкладе в развитие теоретических основ маркетинговой коммуникации, адаптированных к специфике некоммерческого сектора. Практическая значимость связана с возможностью применения разработанных стратегий в реальной деятельности НКО, что способствует улучшению их операций и достижения социальных целей. Новизна исследования заключается в интеграции современных

цифровых инструментов и анализе их эффективности в контексте НКО, что позволяет предложить актуальные и передовые решения для улучшения коммуникационной деятельности.

Анализ текущих тенденций показывает, что успешные НКО активно используют сочетание традиционных и цифровых маркетинговых каналов для усиления своего влияния. Например, американская организация «ASPCA» (American Society for the Prevention of Cruelty to Animals) сформировала эффективную коммуникационную стратегию, включающую онлайн кампании, социальные сети и партнерства с медийными личностями, что значительно увеличило объем пожертвований и количество adопций животных. В своем исследовании мы проанализировали схожие практики и выявили ключевые элементы успешных стратегий, что позволило разработать рекомендации для НКО в разных сферах.

Эти элементы включают в себя персонализацию сообщений, использование видеоконтента для эмоционального вовлечения аудитории, и стратегическое партнерство с бизнесом и медиа для достижения более широкого общественного охвата.

В рамках научного анализа, стратегия коммуникаций в сфере деятельности некоммерческих организаций направлена на достижение двух ключевых целей. Одной из основных целей является продвижение социальных инициатив, которые могут быть запущены различными субъектами, включая государственные структуры, общественные организации и коммерческие предприятия. В этом контексте ключевые задачи охватывают:

- проведение исследований и анализ текущих общественных взглядов и мнений;
- формирование и разработка стратегических направлений для продвижения конкретной социальной программы или

мероприятия;

- мобилизация внимания общественности, государственных органов и бизнес-сообщества к актуальным проблемам, включенным в социальные программы [1].

В рамках повышения эффективности деятельности некоммерческих организаций (НКО) выделяются два основных направления работы. Одним из ключевых аспектов является интеграция комплексных подходов к информационной поддержке, а именно разработка и реализация стратегий эффективного взаимодействия с влиятельными лицами и формирование продуктивных каналов связи с ключевыми заинтересованными сторонами. Дополнительно, данный процесс включает в себя не только идентификацию и анализ целевых групп, но и разработку мероприятий, нацеленных на их эффективное вовлечение.

Второе направление стремится к усилению коммуникативных усилий НКО с целью достижения их стратегических задач. В этом контексте основное внимание уделяется созданию условий, способствующих формированию позитивного общественного восприятия деятельности организаций, привлечению внимания органов власти к программам, проводимым НКО, а также планированию и выполнению инициатив, направленных на получение финансовой поддержки от спонсоров. Эти задачи предполагают комплексную работу по улучшению общественного осознания значимости некоммерческого сектора, а также укреплению взаимодействия с государственными институтами и частным сектором [2].

Обе стратегии применения коммуникационной политики в контексте некоммерческих организаций (НКО) подразумевают внедрение традиционных методологий, адаптированных к их уникальным особенностям. Однако эффективность коммуникационных мероприятий значительно зависит от наличия достаточных финансо-

вых ресурсов, дефицит которых характерен для многих НКО в Российской Федерации. Тем не менее, ограниченные финансовые возможности некоммерческих организаций могут также играть положительную роль, способствуя привлечению внимания масс-медиа и формированию у общественности благоприятного восприятия НКО.

В контексте повышения эффективности деятельности НКО ключевое значение имеет стратегическое выделение и акцентирование на наиболее значимых проблемах и целях, которые требуют особого внимания со стороны общественности. Кроме того, аспекты взаимодействия некоммерческих организаций с государственными структурами заслуживают особого внимания в рамках укрепления их роли в решении ключевых вопросов социальной политики, на что указывают научные исследования в данной области [3].

В научном контексте, исследование роли некоммерческих организаций (НКО) в установлении коммуникаций с общественностью раскрывает ряд характерных особенностей. В отличие от организаций коммерческого сектора, выполнение социальных задач и программ НКО зачастую финансируется не за счет собственных ресурсов, а благодаря вкладам спонсоров. Это подчеркивает критическую важность разработки и внедрения стратегий взаимодействия с донорами. Стратегическое планирование коммуникаций в некоммерческих организациях основывается на универсальных принципах и требует тщательной проработки комплексных подходов для достижения наилучших результатов взаимодействия с общественностью и донорским сообществом.

Кроме того, важно подбирать содержание коммуникационных материалов так, чтобы оно соответствовало интересам и потребностям целевой аудитории, а также выбирать наиболее подходящие каналы для доставки этого содержания до конеч-

ных получателей. Эффективная комбинация этих элементов способствует достижению стратегических целей НКО, что в конечном итоге ведет к усилению их влияния и эффективности их деятельности в выбранной сфере [4].

В процессе финансирования некоммерческих организаций (НКО) идентифицируются различные источники получения средств, которые варьируются от значительных вкладов, поступающих от фондов и институциональных спонсоров, до мелких пожертвований от индивидуальных доноров, включая широкие слои населения. Эффективность сбора средств определяется множеством факторов: репутацией некоммерческой организации, социальной значимостью и привлекательностью реализуемых проектов, а также уровнем профессионализма в области PR и маркетинга. В контексте мобилизации волонтерской поддержки, некоммерческие организации активно работают над привлечением волонтеров, что способствует повышению внимания и интереса потенциальных спонсоров к деятельности организации. Эффективность привлечения волонтеров напрямую связана с социальной значимостью и актуальностью проектов для общества, что подчеркивает необходимость тщательного планирования и определения общественных потребностей при разработке социальных проектов [5].

Таким образом, концепция SMART предоставляет научно обоснованный инструментальный подход к управлению проектами, который поддерживает разработку, выполнение и мониторинг социальных инициатив НКО на принципах специфичности и измеримости [6].

В рамках стратегического планирования цели должны определяться согласно принципам SMART, что обозначает их достижимость (A), актуальность (R) и временные рамки (T) среди прочих характеристик. Достижимость цели подразуме-

вает ее реализуемость на основе существующих ресурсов и условий, указывая на то, что предполагаемые результаты могут быть успешно достигнуты в рамках установленных параметров эффективности. Цель, определенная как актуальная, должна не только отвечать текущим стратегическим направлениям развития компании, но и быть согласованной с внешними тенденциями, не вызывая конфликтов внутри организационной структуры и среди стейкхолдеров. Временные рамки цели предусматривают установление точного периода, в течение которого ожидается достижение запланированных результатов, что повышает дисциплину выполнения и позволяет регулярно мониторить прогресс в указанном направлении.

Принцип SMART ориентирован на предоставление гибких ориентиров для достижения целей без строгого контроля каждого действия исполнителей, облегчая тем самым понимание общего направления движения проекта во времени к предварительно определенным результатам [7].

Система SMART может быть воспринята не столько как формализованная методика, сколько как принцип логического подхода к постановке задач. Формулировка амбициозных целей не гарантирует их достижимость без учета реальной способности команды на их исполнение. Эффективные цели должны быть определены с учетом доступных ресурсов и предполагаемых временных рамок их реализации [8].

В качестве примера можно рассмотреть стремление некоммерческой организации к созданию блога в рамках проекта (LP). Это представляет собой значительную задачу, требующую структурированного подхода к ее выполнению. В этом контексте SMART-методология предлагает механизм разбиения общей цели на более мелкие и управляемые задачи, начиная с определения базовых требований для первой версии проекта. Важно признать,

что создание полноценного медиапроекта сразу является нереализуемой задачей, а, следовательно, начальные усилия должны быть направлены на реализацию проекта с минимально необходимым функционалом.

В контексте достижения целей проекта, направленных на увеличение упоминаний организации в отраслевых изданиях, значимыми метриками являются объем реферального трафика, определяемого как число участников, привлеченных через партнерские программы по рекомендации, а также количество обратных ссылок. Один из методов оценки активности в этой области заключается в подсчете количества распространяемых пресс-релизов или электронных обращений к журналистам на ежемесячной основе.

Различие между установленными целями и показателями активности лежит в возможности прямого воздействия на последние. Например, в ситуации, когда проект стремится к получению дополнительных десяти обратных ссылок, и известно, что для получения одной ссылки в среднем требуется 25 информационных писем, применение проектирования процессов позволяет точно определить необходимое общее число отправок для достижения поставленной цели [9].

Источники информации для анализа могут включать поисковые запросы, статистические данные от социальных сетей, а также обзоры и исследования тематических сообществ и другие релевантные ресурсы. Эффективное взаимодействие с целевой аудиторией предполагает интеграцию собранных данных о ней в процесс разработки и реализации коммуникационных стратегий, направленных на удовлетворение ее потребностей и интересов [10].

Анализ соответствия контентных материалов специфическим характеристикам целевых аудиторий является ключевым аспектом в сфере современного маркетинга. Опираясь на классические постулаты

маркетинговой теории, можно отметить, что поведение целевых аудиторий описывается через их движение по так называемой «маркетинговой воронке». Данная концепция находит применение не только в коммерческом маркетинге, но и в области благотворительности [11].

Аналитический обзор выявил две стратегии применения маркетинговых воронок в контексте приюта для кошек, демонстрируя разнообразие их конструкций, некоторые из которых являются более комплексными по сравнению с остальными. Недостаточно эффективной стратегией является ситуация, когда после лечения кошек сохраняется прежний подход к их размещению, что не приводит к улучшению результатов в отношении их последующего пристройства [12].

В контрасте с этим, более продуктивной стратегией оказывается информирование общественности о наличии в приюте увеличенного количества кошек (60 вместо 30), что способствует улучшению показателей их пристройства, с четырьмя успешно устроенными животными, что является улучшенным исходом по сравнению с исходной ситуацией.

Таким образом, детализированный обзор предлагает альтернативные методы использования маркетинговых воронок, подчеркивая их роль и важность в улучшении устройства кошек из приюта через адаптацию и инновационное применение данных стратегий.

В рамках разработки коммуникационной стратегии для некоммерческих организаций, важно применять систематический подход к анализу каналов продвижения продуктов. Следующий процесс предполагает оценку каждого канала на предмет достижения конкретных целей, таких как распространение контента или взаимодействие с аудиторией на личном уровне. Анализ должен включать оценку эффективности канала, которая может быть измерена

через различные параметры, включая, но не ограничиваясь, анализом рентабельности инвестиций и обратной связью клиентов, выраженной в проценте положительных и отрицательных отзывов.

Особенность коммуникации в некоммерческом секторе заключается в использовании разнообразных каналов связи для взаимодействия с партнерами и спонсорами. Цели такого взаимодействия включают не только привлечение финансовой поддержки, но и поддержание прозрачности о том, как используются предоставленные ресурсы, а также выражение благодарности за оказанную помощь.

В рамках изучения маркетинговых стратегий некоммерческих организаций, особое внимание уделяется анализу взаимодействия с волонтерским сообществом как фундаментальному аспекту коммуникационной политики. Волонтеры, привлеченные для сотрудничества, играют ключевую роль в развитии и реализации миссии НКО, где обмен информацией и выражение благодарности выступают в качестве основных инструментов для поддержания их мотивации и вовлеченности.

Коммуникационная стратегия таких организаций, рассматриваемая в контексте более широкой маркетинговой стратегии, направлена на достижение ряда критически важных задач. Среди прочего, эти задачи включают в себя создание и укрепление положительного образа организации, формирование благоприятного мнения в общественном пространстве, а также привлечение внимания масс-медиа и широкой общественности к реализации социально значимых программ и проектов. Эти компоненты являются ключевыми для обеспечения эффективности в достижении поставленных целей и устойчивого развития некоммерческих организаций в современном обществе.

### Цитированная литература

1. Государственное регулирование деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций / А. В. Барков, Г. Ф. Ручкина, М. В. Демченко [и др.]. Москва : Инфра-М, 2019. - 181 с. – Текст : непосредственный.
  2. **Белановский, Ю. С., Ширшова, И. В.** Мир социального волонтерства (методическое пособие). Москва : Мосволонтер, 2022. - 96 с. – Текст : непосредственный.
  3. Привлечение ресурсов в НКО: сборник методических материалов для тренеров / Е. Горькаев, И. Моисеева, М. Семикова [и др.]. Архангельск : Гарант, 2019. - 44 с. – Текст : непосредственный.
  4. **Дженас, К. К.** Успех социального стартапа: как запускаются, растут и меняют мир лучшие некоммерческие проекты. М. : Портал «Такие дела», 2019. - 336 с. – Текст : непосредственный.
  5. **Жакупов, А.** SMART 2.0. Как ставить цели, которые работают. М. : ИС Ridero, 2022. - 130 с. – Текст : непосредственный.
  6. Как ставить цели: постановка SMART целей на год. - URL: <https://storminjuly.com/smart-celi> (дата обращения: 21.08.2024). – Текст : электронный.
  7. **Шевченко, Д. А.** Основы современного маркетинга : учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИТК «Дашков и Ко», 2020. - 604 с. – Текст : непосредственный.
  8. **Шевченко, Д. А.** Интегрированные коммуникации: энциклопедия. 2-е изд. М.: ИТК «Дашков и Ко», 2020. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1428071> (дата обращения: 21.01.2022). – Текст : электронный.
  9. **Шевченко, Д. А.** Фандрайзинг образовательной организации. М. : ИТК «Дашков и Ко», 2022. - 335 с. – Текст : непосредственный.
  10. **Шевченко, Д. А., Шевченко, Д. Д.** Цифровой маркетинг-микс : учебник. М. : Издательские решения, 2021. - 382 с. – Текст : непосредственный.
  11. **Шевченко, Д. А., Пономарева, Е. В.** Продвижение товаров и услуг. М. : ИТК «Дашков и Ко», 2021. - 372 с. – Текст : непосредственный.
  12. **Шпаковский, В. О., Чугунова, Н. М., Кирильчук, И. В.** Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций : учебное пособие. 4-е изд., стер. М.: ИТК «Дашков и Ко», 2020. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093220> (дата обращения: 21.08.2024). – Текст : электронный.
-

## ВНЕДРЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СИСТЕМУ ДРОПШИПИНГА

А. А. Самарина, О. Н. Денисова

*Научная статья посвящена современной системе продаж в интернете, получившей название «дропшиппинг». Дропшиппинг позволяет предпринимателям продавать продукцию без каких-либо запасов, сотрудничая с поставщиком, который доставляет продукцию непосредственно покупателям. Однако с ростом конкуренции дропшипперы все чаще обращаются к искусственному интеллекту, чтобы получить преимущество и прочно держаться на рынке. Авторами исследования установлено, что одним из важных трендов в мире быстро развивающегося бизнеса является внедрение искусственного интеллекта в систему дропшиппинга.*

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, интеграция, конкуренция дропшиппинг, посредник, клиент, система, электронная коммерция.

## THE INTRODUCTION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE INTO THE DROPSHIPPING SYSTEM

A. A. Samarina, O. N. Denisova

*The scientific article is devoted to the modern online sales system, called «dropshipping». Dropshipping allows entrepreneurs to sell products without any inventory by collaborating with a supplier who delivers products directly to customers. However, with increasing competition, dropshippers are increasingly turning to artificial intelligence to gain an advantage and stay firmly in the market. The authors of the study found that one of the important trends in the world of fast-growing business is the introduction of artificial intelligence into the dropshipping system.*

**Keywords:** artificial intelligence, integration, competition dropshipping, intermediary, client, system, e-commerce.

Электронная торговля, как сфера цифровой экономики является основным направлением развития электронной коммерции при этом доступной всем благодаря множеству торговых площадок в Интернете и развитию технологий [3]. В бизнес-среде понятие электронная торговля (e-commerce) чаще всего используют для обозначения розничных интернет-магазинов [1].

Для того чтобы создать интернет-магазин, можно воспользоваться классической схемой – сначала закупить продук-

цию, затем доставить ее на свой склад, с которого затем отправить клиенту, а можно обойтись без собственного склада и работать по модели дропшиппинга [7].

Считается, что модель дропшиппинга появилась в США, а затем уже в Китае. Китайский дропшиппинг обратил на себя внимание многих бизнесменов по причине того, что товары, которые продаются на американских площадках, в Китае стоят гораздо дешевле. Сегодня в Китае существует множество онлайн-платформ, которые могут помочь компаниям найти поставщи-



ний покупателей, а на основе этих данных создавать индивидуальные рекомендации товаров, что улучшит удовлетворенность клиентов;

- сократить операционные затраты за счет оптимизации процессов

- оптимизировать управление запасами;

- снизить расходы на складское хранение и перевозки;

- спрогнозировать спрос, а также улучшить точность и скорость обработки заказов;

- высвободить время предпринимателя для стратегического планирования и развития бизнеса;

- повысить качество обслуживания и круглосуточную поддержку клиентов с помощью чат-ботов и виртуальных цифровых помощников [5].

Внедрение искусственного интеллекта в систему дропшипинга несёт, как огромные преимущества, так и существенные недостатки:

- на старте потребуются значительные инвестиции в инструменты и программное обеспечение;

- систему можно взломать и использовать в злонамеренных целях;

- возможно смещение и сокращение рабочих мест;

- ни одно программное обеспечение не является идеальным, поэтому нельзя полагаться на точность полученных данных.

Таким образом, чтобы бизнесу стать конкурентоспособным компаниям необходимо использовать самые новые инструменты, которые позволят увеличить эффективность работы и получить максимальную прибыль. Поэтому предприниматели стали активно подстраиваться под новые тренды и вкладываться в продукты, использующие искусственный интеллект [8]. В мире уже работает много инструментов и платформ, например, таких как Oberlo, SaleHoo, DSers, которые используют искусственный интеллект для оптимизации своей деятельности и повышения прибыльности.

В итоге, бизнес становится более эффективным и конкурентоспособным, открывая новые возможности для предпринимателей, стремящихся к эффективному и инновационному бизнесу. Если раньше на создание интернет-магазина уходили недели, то теперь это можно сделать в пару кликов с искусственным интеллектом. Примечательно, что внедрение искусственного интеллекта в дропшипинг не просто следующий шаг в эволюции электронной коммерции, но и необходимое условие для его устойчивого развития [2]. Автоматизация процессов, анализ данных, персонализация обслуживания, улучшенная качества, безопасность и снижение затрат – все это делает эту интеграцию мощным инструментом для достижения успеха в современном бизнесе.

### Цитированная литература

1. **Богатырева, М. Р.** К вопросу о перспективах развития электронной торговли в условиях цифровизации / М. Р. Богатырева, Л. А. Ахмерова // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2023. – № 1(169). – С. 20-25. – Текст : непосредственный.

2. **Казимов, М. Ш.** Возможности развития электронной коммерции посредством применения искусственного интеллекта / М. Ш. Казимов, Е. Д. Бутенко // Modern Science. – 2019. – № 11-4. – С. 88-90. – Текст : непосредственный..

3. **Кобил, Ш. К.** Дропшипинг как цифровая бизнес-модель генерации доходов в электронной коммерции / Ш. К. Кобил // Стратегии противодействия угрозам экономической безопасности в условиях нестабильности мировых рынков: Материалы меж-

дународной научно-практической конференции. Москва, 25-26 июня 2020 г., М.: ИПР РАН, 25–26 июня 2020 года / Под ред. чл.-корр. РАН В.А. Цветкова, к.ф.-м.н., доцента К.Х. Зойдова. – М.: ИПР РАН: Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт проблем рынка Российской академии наук, 2020. – С. 109-113. – Текст : непосредственный..

4. Маркетинговое исследование «Интернет-торговля в России 2024». - URL: [https://datainsight.ru/eCommerce\\_2023](https://datainsight.ru/eCommerce_2023) (дата обращения: 18.09.2024). – Текст : электронный.

5. **Слицкая, А. Е.** Использование генеративного искусственного интеллекта в SEO для электронной коммерции / А. Е. Слицкая // *Инновации и инвестиции*. – 2023. – № 11. – С. 326-329. – Текст : непосредственный.

6. **Титова, О. В.** Дропшипинг как бизнес-модель в цифровой экономике / О. В. Титова, А. В. Н. Абдулалим // *Цифровая экономика: перспективы развития и совершенствования: Сборник научных статей 3-й Международной научно-практической конференции*, Курск, 30 июня 2022 года. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2022. – С. 379-382. – EDN DPBPDZ.

7. Что такое дропшипинг? – URL: <https://ekb.plus.rbc.ru/partners/61d70d9d7a8aa92c1c816554> (дата обращения: 18.09.2024). – Текст : электронный.

8. ПМЭФ-2023: что говорили о развитии искусственного интеллекта в России. – URL: <https://www.computerra.ru/287865/pmef-2023-что-govorili-o-razvitii-iskusstvennogo-intellekta-v-rossii/> (дата обращения: 18.09.2024). – Текст : электронный.

## ЖИЗНЕННЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ ЮНОШЕЙ И ДЕВУШЕК, СОВМЕЩАЮЩИХ ОБУЧЕНИЕ В ВУЗЕ И РАБОТУ

Л. Е. Скороварова, С. С. Даренских

*В статье авторы анализируют результаты исследования жизненных перспектив юношей и девушек, совмещающих обучение в вузе и работу. Выборку исследования составили студенты в возрасте от 18 до 25 лет, которые только обучаются в Вузе, а также, те, которые совмещают учебу и работу. Авторы обращают внимание на важность баланса всех жизненных сфер для физического и психологического здоровья, социальной адаптации и карьерного роста. Результаты исследования показали, что студенты, совмещающие учебу и работу в большей степени ориентированы на цель, и довольны жизнью. Исследование жизненных перспектив юношей и девушек могут послужить основой для разработки эффективных стратегий поддержки и развития молодежи.*

**Ключевые слова:** жизненные перспективы, молодежь, учеба, работа, социальная адаптация, карьерный рост, образование, ценности.

## LIFE PROSPECTS OF BOYS AND GIRLS WITH DIFFERENT SOCIAL STATUS

L. E. Skorovarova, S. S. Darenskikh

*In the article, the authors indicate the relevance of the research topic related to the phenomenon of poor prospects for boys and girls with different social status. The study is devoted to the study of the characteristics and impact of a combination of study and work on the life prospects of young people aged 18 to 25 years. The authors draw attention to the serious consequences of such balancing for physical and psychological health, social adaptation and career growth. The results of the study can serve as a basis for the development of effective strategies for youth support and development.*

**Keywords:** life prospects, youth, studies, work, influence, social adaptation, career growth, education, values.

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью понимания последствий сочетания учебы и работы для юношей и девушек в возрасте от 18 до 25 лет. В современном обществе все больше молодых людей вынуждены совмещать обучение и работу, чтобы обеспечить собственное достойное будущее. В этот период человек формирует свое представление о себе, своих целях и ценностях. Столкнувшись с необходимостью совмещать учебу и работу, молодые люди могут испытывать

стресс, усталость и недостаток времени на профессиональное обучение и личностное развитие.

Изучение данной проблематики позволит не только выявить особенности жизненных перспектив студентов, которые совмещают учебу и работу, но и спланировать эффективные стратегии поддержки и развития.

**Цель:** изучить содержательные характеристики жизненных перспектив молодых людей, которые совмещают учебу с

работой.

**Объект:** жизненные перспективы личности.

**Теоретико-методологические основания исследования.**

Е.И. Головахой было замечено, что жизненная перспектива должна быть рассмотрена как целостная картина будущего, которая содержит в себе множество взаимосвязанных и программируемых событий, которые имеют место быть в будущем. Жизненная перспектива определяется ученым как «целостная картина будущего в сложной противоречивой взаимосвязи программируемых и ожидаемых событий, с которыми человек связывает социальную ценность и индивидуальный смысл своей жизни» [2, с.268].

В роли структурных компонентов жизненной перспективы им были выделены жизненные цели, жизненные планы, ценностные ориентации. На основе изучения и обобщения идей плеяды отечественных и зарубежных исследователей Е.И. Головаха акцентирует внимание на параметрах, измерение которых позволяет оценивать будущую временную перспективу как благоприятный или негативный фактор развития личности и ее жизненного пути. Автор также отмечает такие параметры жизненной перспективы, как целостность, продолжительность, реалистичность, дифференцированность, оптимистичность, согласованность перспективы.

К.А. Абульханова-Славская, рассматривая организацию времени и жизненные перспективы, выделяет три разных понятия: психологическую, личностную и жизненную перспективы. Жизненная перспектива не всегда открывается тому, кто обладает психологической перспективой, т. е. способен предвидеть будущее, и даже не тому, кто обладает личностной перспективой, личностными возможностями, потенциалом, зрелостью. Жизненная перспектива включает совокупность

обстоятельств и условий жизни, которые при прочих равных условиях создают личности возможность для оптимального жизненного продвижения. Чаще всего жизненная перспектива открывается тому, кто сам в настоящем создал систему оптимальных (то есть имеющих множество возможностей) жизненных отношений, систему опор, которые обладают всевозрастающей ценностью» [1, с.201].

Исследуя труды ученых за последние несколько лет, хочется отметить несколько авторов, высказывавшихся на тему жизненных перспектив.

Т.В. Казакова рассматривала жизненную перспективу как континуум реального и желаемого будущего, противоречивый взаимосвязи программируемых и ожидаемых событий, с которыми студент связывается социальную ценность и индивидуальный смысл своей жизни, определяясь и принимает той или иной решение. Жизненные перспективы представляют собой цели и планы, ценностные ориентации, которые являются и компонентами жизненного самоопределения. Самоопределение в этом случае необходимо рассматривать как сложные динамические процесс формирования личностью системы своих базовых отношений, ключевых компетенций, а овладение которыми позволяет действовать вменяющихся социальных, экономических и культурных условиях, принимать решения, адекватные своим ценностным смыслом [3].

А.Е. Куковякина, Ю.В. Живаева осмысливая понятия жизненные перспективы указывают на целостный характер и их проявления в жизни человека в зависимости от особенности содержательных, структурных, динамических, организационных характеристик и жизненных обстоятельств, а также специфики, их связанных друг с другом. Жизненная перспектива чаще всего открывается тому, кто сам настоящим создал систему оптимальных жизненных

отношений, систему опор, которые обла- дают всевозрастающей ценностью [5].

Т.С. Тимофеева и А.В. Беликова рас- суждая на тему жизненных перспектив отмечают, что жизненный путь представ- ляется как определённая жизненная ли- ния, в которой человек реализуется. Орга- низация своего жизненного пути связана с реализацией своего жизненного выбора – процесса, который затрагивает все под- структуры личности. Данный процесс со- стоит из нескольких этапов, сначала про- исходит выработка внутренней позиции между субъективными потребностями и объективными условиями. Далее осущест- вляется прогнозирование вероятных по- следствий и результатов своего выбора. И после этого личность определяет свой жизненный путь, составляет план и на ос- нове принятого решения сформирована ос- новную линию поведения [10].

В.В. Пантелеева и Д.М. Дубинчук рассматривали жизненную перспективу в качестве психологического механизма ре- гуляции конструктивного поведения, спо- собствующего эффективной профессио- нальной реализации личности. Вместе с тем, структура жизненной перспективы и критерии её конструктивности остаются недостаточно конкретизированы. Ныме, что затрудняет практическое применение очевидных теоретических положений о важности повышения осознанности, субъ- ективности и ответственности личности за свою деятельность самореализацию и жизненное благополучие [8].

В своих трудах И.А. Ральникова отме- чала, что с позиции постнеклассики в ру- сле системной психологической антропо- логии отстаивающей понимание человека как открытой системы ведущим признаком которой выступает способность к само- развитию и самоорганизации жизненные перспективы человека могут быть поняты как «совокупность взаимосвязанных пер- спективных линий, образующих облик бу-

дущего, с учётом одновременного присут- ствия в них аспектов различной природы и содержания – ценностных, смысловых, мотивационных, эмоциональных, когни- тивных» [9].

И.Ф. Муханова, проанализировав большой объём литературы на данную тему даёт следующее определение жиз- ненным перспективам. «Жизненная пер- спектива – это потенциальная возможность развития личности, неизбежность опре- делённых изменений в будущем жизни. Иными словами, личность активно влияет на обстоятельства своей жизни, совершает поступки, способные изменить жизненные перспективы» [7].

Выделяя связь понятий образ буду- щего и жизненные перспективы можно выделить в трудах Е.Ю. Кольчик, что жиз- ненные перспективы, как и образ будуще- го является сложным, мульти модальным конструктором, который формируется конфигурации многих индивидуально – психологических, психофизиологических и социальных факторов, среди которых важное место занимают толерантность не- определённости, а также восприятие вре- менной перспективы как основные пока- затели адаптивности, гибкости личности и способности к прогнозированию [4].

Рассматривая авторскую модель И.В. Логутенковой, можно выделить структур- ную и содержательную части в жизнен- ной перспективе личности. В нее входят смысловой; ценностный; личностный ком- понент; временной компонент будущего; пространственный и организационно-дея- тельностный компонент [6].

То есть, рассмотрение различных под- ходов к изучению жизненной перспективы как составляющей жизненного пути лич- ности позволяет предполагать о том, что образовалась определенная научная пара- дигма в понимании данного феномена и она заключается в изучении совокупности, формирующих жизненные перспективы,

когнитивных, эмоциональных, социальных и культурных факторов.

### **Методы и методики исследования.**

Для проведения исследования были использованы следующие методики:

1. *Тест смысложизненных ориентаций (СЖО) Д.А. Леонтьева* - позволяет оценить «источник» смысла жизни, который может быть найден человеком либо в будущем (цели), либо в настоящем (процесс) или прошлом (результат), либо во всех трех составляющих жизни.

2. *Методика «Индекс жизненной удовлетворенности» в адаптации Н.В. Паниной.* Опросник, диагностирующий индекс жизненной удовлетворенности, отражает общее психологическое состояние человека, степень его психологического комфорта и социально-психологической адаптированности.

3. *Опросник временной перспективы Ф. Зимбардо* позволяет оценивать различные измерения временной перспективы (прошлое, настоящее, будущее), в ее теоретической основе соединены и учитываются мотивационные, эмоциональные, когнитивные и социальные составляющие.

**Выборка.** В исследовании принимали участие юноши и девушки 18–25 лет, обучающиеся, или совмещающие учебу и работу. Всего было опрошено 48 человек. Из них только учатся - 24, учатся и работают - 24.

Согласно периодизации Б.Г. Ананьева, период 18–25 лет является «Ранней взрослостью» Исследование проводилось с использованием Гугл-форм в сети Интернет.

**Результаты исследования.** По методике «Смысложизненные ориентации» Д.А. Леонтьева результаты показали, что первая группа (те, кто учится (m)) и вторая группа (те, кто учится и работает (m1)) имеют средний показатель по всем шкалам, но следует заметить, что значения в группе тех, кто учится и работают выше,

чем в группе тех, кто только учится, так:

По шкале «Цели в жизни» у тех, кто учится (m=29,3), а у тех, кто учится и работает (m1=30,7). Значения близкие - и те и другие достаточно целеустремлённые и имеют достаточную опору для реализации своих целей.

Шкала «Процесс жизни» группа тех, кто учится (m=27,3) а те, кто учится и работает (m1=30,8), то есть можно сказать, что обе группы считают свою жизнь достаточно интересной, эмоционально насыщенной и наполненной смыслом. Следовательно, респонденты обеих групп достаточно удовлетворены своей жизнью в настоящем и объективно оценивают, как опыт прошлого, а также нацелены на будущее

По шкале «Результативность жизни» у тех, кто учится (m=23,7), а у тех, кто учится и работает (m1=25,8). То есть можно сказать, что респонденты обеих групп адекватно оценивают прожитый отрезок их жизни делают выводы насколько продуктивно и осмысленно была прожита её часть

Шкала «Локус контроля - Я» у тех, кто учится (m=19,6), а у тех, кто учится и работает (m1=20,8). В опрошенных группах все участники считают себя личностями с достаточной свободой выбора, и они близки к тому, чтобы построить свою жизнь в соответствии со своими целями и представлениями о её смысле

Рассматривая шкалу «Локус контроля - жизнь», у тех, кто учится (m=30,5), а у тех, кто учится и работает (m1=30,3), можно сказать, что опрошенные имеют влияние на ход событий, то есть контролируют свою жизнь принимают решения и воплощают их в жизнь они не считают, что жизнь человека не подвластна сознательному контролю

В шкале «Общий показатель осмысленности жизни» обе группы респондентов также имеют среднее значение - у тех, кто учится (m=98,4), а у тех, кто учится

и работает ( $m=100,3$ ), что равнозначно тому, что опрашиваемые придают достаточно серьезный смысл их жизни они дают отчёт своим действиям, достаточно прагматичны и целеустремлённы.

Так, мы можем говорить, что те, кто учится и работает, имеют более высокие показатели по большинству шкал, что подтверждает то, что они имеют более четкие цели, считают жизнь интересной и удовлетворены своей жизнью. Напротив, у тех, кто только учится, эти показатели ниже.

По результатам второй методики «Индекс жизненной удовлетворённости» в адаптации Паниной можно увидеть, что:

По шкале «Интерес к жизни» - те, кто учится ( $m=3,8$ ) а те, кто учится и работает ( $m=4,7$ ). Результаты по данной шкале отражают то, что группа респондентов, которые совмещают учебу и работу, имеют более высокую степень энтузиазма, увлечённого отношения к обычной повседневной жизни.

По шкале «Последовательность в достижении целей». Высокие показатели по данной шкале у учащихся и работающих ( $m=6,5$ ) отражают такие особенности отношения к жизни, как решительность, стойкость, направленные на достижение целей. Сравнительно пониженная оценка по этой шкале в группе тех, кто учится ( $m=4,3$ ), отражает вероятность пассивного примирения с жизненными неудачами, покорного принятия всего, что приносит жизнь.

По шкале «Согласованность между поставленными и достигнутыми целями». Более высокие показатели у учащихся и работающих ( $m=5,2$ ), нежели у тех, кто учится ( $m=4,0$ ), отражают убеждённость респондентов в том, что они достигли или способны достичь тех целей, которые считают для себя важными.

По шкале «Положительная оценка себя и собственных поступков», к которой относится оценка человеком своих

внешних и внутренних качеств- высокий балл группы учащихся и работающих ( $m=5,9$ ), по сравнению с теми, кто учится ( $m=4,0$ ), отражает более высокую самооценку.

По шкале «Общий фон настроения» - те, кто учатся ( $m=3,7$ ), те, кто учатся и работают ( $m=6,1$ ). Что говорит о том, что респонденты, совмещающие учебу с работой, имеют более высокую степень оптимизма, удовольствия от жизни, по сравнению со второй группой.

Основной показатель ИЖУ у тех кто учится и работает- выше ( $m=28,3$ ) что является средним показателем жизненного удовлетворённости, а во второй группе респондентов, то есть тех кто учится ( $m=19,8$ ) и считается низким, то есть в основном среди юношей девушек возрасте 18 – 25 лет которые учатся и работают достаточно низкий уровень эмоциональной напряженности, высокая эмоциональная устойчивость, низкая тревожность, они достаточно удовлетворены ситуацией и своей ролью в ней, соответственно те кто учатся более эмоционально напряжены достаточно тревожны менее эмоционально устойчивы и удовлетворены ситуацией, а также своей роли в ней.

Так, мы можем говорить, что респонденты, которые одновременно учатся и работают, демонстрируют более высокие результаты по большинству шкал. С другой стороны, студенты, которые сосредоточены исключительно на учебе, имеют более низкие показатели по тем же шкалам.

По результатам «Опросник временной перспективы» Зимбардо можно отметить, что:

По шкале «Восприятие негативного прошлого» первая и вторая группа имеют средний показатель, граничащий с повышенным показателем, говорящий о том, что и первая и вторая группа объективно, с пониманием и принятием относятся к негативному прошлому.

По шкале «Восприятие позитивного прошлого» результаты первой и второй группы различаются. В первой группе (кто учится) средний показатель, а во второй (кто учится и работает) - повышенный, это означает, что опрошенные респонденты, которые учатся и работают достаточно часто ностальгируют, позитивно реконструируют прошлое, и оно представляется им в более радужном свете чем тем, кто учится.

По шкале «Восприятие гедонистического настоящего» в обеих группах одинаково повышенный показатель что означает рискованное отношение ко времени и жизни. Опрошенные респонденты одинаково ориентированы на удовольствие наслаждения в настоящем и отсутствие заботы о будущих последствиях или жертвах в пользу будущих наград.

В шкале «Восприятие фаталистического настоящего» в обеих группах также повышенный показатель, в таком случае можно говорить об отсутствии сфокусированной временной перспективы. В среднем участники данного тестирования считают, что их будущее предопределено и на него невозможно повлиять индивидуальными действиями, они принимают происходящее со смирением и покорностью находясь во власти судьбы

Пятая шкала «Степень ориентации на будущее». В обеих группах средний показатель говорит о том, что поведение респондентов в умеренной степени определяется стремлениями к целям и вознаграждения будущего также средний показатель по данной шкале характеризуется средне выраженным планированием и достижением будущих целей.

Так, мы можем говорить, что обе группы, те, кто учатся и те, кто совмещают учебу и работу, имеют схожее отношение к прошлому, настоящему и будущему, с повышенными показателями гедонистической и фаталистической перспектив и умеренной ориентацией на будущее.

**Выводы.** В контексте данной научной работы были проанализированы жизненные перспективы личности с точки зрения различных подходов и их авторов, а также проведено исследование с анализом результатов. По итогам можно выделить несколько ключевых выводов:

В рамках двух методик — «Смысло-жизненные ориентации» и «Индекс жизненной удовлетворенности» — выяснено, что у респондентов, совмещающих учёбу и работу, показатели на большинстве шкал значительно выше. Это свидетельствует о наличии у них более чётких жизненных целей, восприятии жизни как увлекательной и уровне удовлетворённости ею. В противоположность этому, среди опрошенных, которые занимаются только учебой, наблюдаются более низкие результаты по тем же критериям.

Данные, полученные из «Опросника временной перспективы», продемонстрировали, что обе категории респондентов — студенты и те, кто совмещает учебу с работой — имеют схожие взгляды на временные аспекты: прошлое, настоящее и будущее. У обеих групп наблюдаются высокие уровни гедонистической и фаталистической перспективы, а также умеренные тенденции к восприятию будущего.

Общие результаты нашего исследования позволяют сделать вывод о том, что работающие студенты имеют различия во взглядах, ценностях и жизненных целях, в отличие от не работающих студентов, что указывает на необходимость более глубокого изучения данной проблематики.

**Заключение.** В ходе проведенного исследования были получены важные данные, которые помогли значительно расширить понимание механизма развития жизненных перспектив у молодых людей с разным социальным статусом.

Подведенные итоги, сделанные на основе исследования, могут быть полезными для практического применения в различ-

ных областях. Данные результаты могут быть полезны для достижения баланса в жизни молодых людей при улучшении навыков правильного планирования и организации времени, определения наиболее важных задач и уделения им должного внимания, своевременной просьбы о помощи и поддержке, а также при улучшении навыков оказания регулярной заботы себе, то есть своему физическому и эмоциональному состоянию.

Безусловно, существует потребность в дальнейших исследованиях для выявления дополнительных факторов, влияющих на формирование жизненных перспектив у работающих и не работающих студентов. Данное исследование позволит сконструировать более качественные и оптимальные стратегии поддержки и развития молодого поколения, а также содействовать созданию более равноправных условий и возможностей для их самореализации.

### Цитированная литература

1. **Абульханова-Славская, К. А.** Стратегия жизни. Москва : Мысль, 1991. - 299 с. – Текст : непосредственный.
2. **Головаха, Е. И.** Жизненная перспектива и ценностные ориентации личности / Е. И. Головаха // Психология личности в трудах отечественных психологов / Сост. Л. В. Куликов. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – С. 256-269. – Текст : непосредственный.
3. **Казакова, Т. В., Лукьянова Д. Е., Сусллова Д. В.** Жизненные перспективы и их проявления в студенчестве // Проблемы современного педагогического образования. - 2020. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhiznennyye-perspektivy-i-ih-proyavleniya-v-studenchestve> (дата обращения: 10.09.2024). – Текст : электронный.
4. **Кольчик, Е. Ю.** Образ будущего у молодёжи с различным уровнем толерантности к неопределённости // Научный результат. Педагогика и психология образования. 2023. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-buduschego-u-molodyozhis-razlichnym-urovnev-tolerantnosti-k-neopredelyonnosti> (дата обращения: 10.09.2024). – Текст : электронный.
5. **Куковьякина, А. Е.** Гармонизация жизненных перспектив на этапе адаптации студентов к обучению в вузе // Форум молодых ученых. - 2021. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/garmonizatsiya-zhiznennyh-perspektiv-na-etape-adaptatsii-studentov-k-obucheniyu-v-vuze> (дата обращения: 10.09.2024). – Текст : электронный.
6. **Логутенкова, И. В.** Современные подходы к исследованию понятия «жизненный проект личности» в псих. науке: теоретические и практические аспекты // Проблемы современного педагогического образования. - 2020 – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyye-podhody-k-issledovaniyu-ponyatiya-zhiznennyu-proekt-lichnosti-v-psihologicheskoy-nauke-teoreticheskie-i-prakticheskie> (дата обращения: 10.09.2024). – Текст : электронный.
7. **Муханова, И. Ф.** Жизненные перспективы личности: теоретико – методологический аспект // Психопедагогика в правоохранительных органах. - 2023. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhiznennyye-perspektivy-lichnosti-teoretiko-metodologicheskiiy-aspekt> (дата обращения: 10.09.2024). – Текст : электронный.
8. **Пантелеева, В. В., Дубинчук, Д. М.** Характеристики жизненные перспективы личности в контексте планирования карьеры и профессионального самоопределения // Балканско научно обозрение. - 2020. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/harakteristiki-zhiznennoy-perspektivy-lichnosti-v-kontekste-planirovaniya-kariery-i-professionalnogo>

самоор (дата обращения: 10.09.2024). – Текст : электронный.

9. **Ральникова, И. А.** Психологическое здоровье и жизненные перспективы личности // Здоровье человека, теория и методика физической культуры и спорта. – 2019. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskoe-zdorovie-i-zhiznennye-perspektivy-lichnosti> (дата обращения: 10.09.2024). – Текст : электронный.

10. **Тимофеева, Т. С., Беликова, А. В.** Особенности восприятия жизненные перспективы в трудной жизненной ситуации // Logos et Praxis. – 2021. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-voispriyatiya-zhiznennoy-perspektivy-v-trudnoy-zhiznennoy-situatsii-na-primere-pandemii-covid-19> (дата обращения: 10.09.2024). – Текст : электронный.

---

## ОТНОШЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К КРЕАТИВАМ С ПРИМЕНЕНИЕМ НЕЙРОСЕТЕЙ

В. С. Твердохлебов, Н. В. Кострома, А. А. Фирюбин

*В статье рассматривается влияние нейросетей на создание контента, в частности, креативов в маркетинге. Анализируются примеры рекламных кампаний, где нейросети применялись для генерации изображений, текста и видео. Авторы делают вывод, что за последние 2 года нейросети прошли значительный путь развития и стали не просто инструментом для создания креативов, но и сами выступают в роли главного креатива.*

**Ключевые слова:** нейросети, искусственный интеллект, контент, маркетинг, рекламные кампании, генеративные нейронные сети.

## CONSUMER ATTITUDES TOWARDS CREATIVES USING NEURAL NETWORKS

V. S. Tverdokhlebov, N. V. Kostroma, A. A. Firioubine

*The article explores the impact of neural networks on content creation, particularly marketing creatives. It analyzes examples of advertising campaigns where neural networks were used to generate images, text, and video. The authors conclude that over the past two years, neural networks have made significant progress and have become not just a tool for creating creatives, but have themselves become the main creative element.*

**Keywords:** neural networks, artificial intelligence, content, marketing, advertising campaigns, generative neural networks.

За последние 2 года в сфере нейросетей произошло несколько революций, которые теперь позволяют нам создавать изображения, неотличимы от тех, которые способен создать человек с помощью фотоаппаратов или программ – фоторедакторов. Нейросети также позволяют создавать статьи, сценарии, генерировать идеи, которые также тяжело отличить от человеческих. В 2024 году ожидается прогресс в сфере нейросетей, которые смогут генерировать видео, что позволит отказаться от использования видео-стоков или дорогого процесса съёмки материалов. Все эти изменения способствуют развитию различных сфер, связанных с созданием контента. Использование искусственного интеллекта не обошло и сферу маркетинга, всё чаще и

чаще возникают креативы с использованием нейросетей, но как потребитель относится к таким креативам?

Актуальность данной темы примечательна в контексте стремительного развития технологий нейросетей и их влияния на создание контента в различных областях, включая маркетинг. За последние два года наблюдается значительный прогресс в области генерации изображений и текста, приводящий к созданию контента, который становится все более сходным с тем, что создается человеком с использованием традиционных методов.

Научная новизна заключается в расширении возможностей нейросетей для создания контента, включая изображения, тексты и, как ожидается в 2024 году, ви-

део. Этот прогресс открывает новые перспективы для различных отраслей, включая маркетинг, где креативы, созданные с помощью нейросетей, могут представлять собой значительное конкурентное преимущество.

Цель исследования состоит в изучении отношения потребителей к контенту, созданному с использованием нейросетей, в частности, креативов в маркетинге. Исследование направлено на выявление восприятия такого контента, его эффективности и потенциальных ограничений или проблем, связанных с его использованием.

Объектом исследования является контент, созданный с помощью нейросетей, включая изображения, тексты и видео, сосредоточенный на его воздействии на потребителей и эффективности в контексте маркетинга и других сфер создания контента.

Для создания полной картины восприятия, было решено проанализировать рекламные кампании с использованием нейросетей в хронологическом порядке, чтобы узнать, как формировалось мнение потребителей.

Считается, что первым креативом с использованием генеративных нейросетей является кампания «Nutella Unica», которая проходила в Италии в 2017 году под руководством рекламного агентства Ogilvy & Mather Italy. Тогда был создан нейросетевой алгоритм для генерации паттернов упаковки шоколадной пасты: «Может ли Nutella быть еще более уникальной? Мы думаем, что да. Мы считаем, что Nutella может быть такой же особенной и выразительной, как и каждый из ее клиентов. С этой целью на свет появилась Nutella Unica – первая лимитированная серия, состоящая из семи миллионов различных баночек: десятки узоров, тысячи цветовых сочетаний.».[1]

7 миллионов баночек «Nutella Unica» были распространены по всей Италии и

были распроданы за один месяц. Обращаясь к статистике, видно, что в среднем в Италии покупают по 5 миллионов банок Nutella в месяц. Использование уникального дизайна, позволило создать максимальную персонализацию, и продать на 2 млн. продукции больше.

Такой объём различных упаковок был бы не возможен, если бы их создавали с использованием традиционных методов. Потребителям нравится персонализация, нейросети, в силу скорости создания креативов, могут позволить добиться максимальной персонализации.[2, с.130]

В том же 2017 году появляется DeepFake или подмена лица на изображении, очень спорная технология, которая породила множество дискуссий. В первую очередь её применение ассоциируется с ложными высказываниями известных лиц. Однако, применение данной технологии, с учётом лицензирования, подходит и для создания креативов.

К 2020 году DeepFake(и) развились достаточно хорошо, чтобы зритель не мог отличить разницу между видео с применением технологии и без. Рекламное агентство Leo Burnett Moscow вместе со Сбер(ом) успешно интегрировало нейросеть в свою рекламную кампанию и начало эру использования нейросетей в маркетинге на нашем рынке. По сюжету, известный герой из комедии Леонида Гайдая «Иван Васильевич меняет профессию» Жорж Милославский из 1973 года оказывается в 2020-м и узнаёт, что «Сбер» — «больше чем банк»: герой едет на машине такси-сервиса «Ситимобил», проверяет медицинские показатели с помощью сервиса «СберЗдоровье», слушает музыку в «СберЗвуке», попадает на концерт Niletto и так далее. Лицо и голос актёра были сгенерированы с помощью DeepFake(a).

Был произведён анализ 65 комментариев под новостью о данной рекламной кампании на сайте sostav.ru, как профильного

издания, посвящённого сфере маркетинга. Из них – 19 негативных, 16 нейтральных и 30 положительных. Большинство выражают удовольствие от просмотра и уместное использования образа Жоржа Милославского, как объекта ностальгии по старым советским фильмам. Негативные комментарии в основном ругают рекламный ролик за “сползающую маску”, что всё-таки является более технической проблемой, а не неудачным креативным решением.[3]

Из примера видно, что в 2020 году потребителям всё ещё важен именно удачный креатив, а не способы, которым он был создан. В таком случае можно сказать, что технология DeepFake просто использовалась, как удачный инструмент, а не как способ привлечения внимания к рекламной кампании.

В 2022 году произошёл скачок в развитии генеративных нейронных сетей, в общий доступ была выложена нейросеть dall-e mini, которая генерировала не очень удачные изображения, однако это уже породило множество дискуссий о будущем изобразительных профессий. В то же время нескольким компаниям дали возможность протестировать dall-e второго поколения. 21 июня 2022 года на свет вышел новый выпуск журнала cosmopolitan, на обложке была изображена женщина в космическом скафандре на марсе, слева от изображения было написано: «Meet the world’s first artificially intelligent magazine cover», фактически журнал сделал обложку своего номера с помощью нейросетей. Как сообщали представители журнала, на получение нужного изображения ушло около 100 часов, однако финальный вариант был создан всего за 20 секунд.

Был произведён анализ комментариев в изданиях DTF и Wylsacom media, под постами с этой новостью. Первая реакция общества оказалась неоднозначной, сообщество смеялось над тем, что для создания креатива потребовалось такое большое ко-

личество времени, но были и положительные комментарии, которые заявляли, что инструмент новый и временные затраты ещё будут оптимизированы.[4]

В 2022 году нейросети только начали заполнять медиа, креативы с ними «пугали» потребителей, так как поднимался острый вопрос о замене множества профессий одним более эффективным инструментом.

Спустя всего год после появления нейросетей, потребители постепенно начали привыкать к их повсеместному использованию. Нами был замечен тренд, нейросети несколько стали использовать для создания креативов, сколько сами нейросети стали выступать в роли главного креатива.[5, с.62]

В 2023 году CocaCola запустила рекламную кампанию «Create Real Magic», направленную на повышение взаимодействия с артистами по всему миру и создания позиционирования, как бренда, который держит руку на пульсе культуры и последних технологических тенденций.[6]

В тесном сотрудничестве с Open AI и Brain & Company, был разработан сайт, на котором пользователь мог создать свой собственный рекламный креатив с использованием нейросети Dall-E 2. «Созданные креативы потенциально будут представлены на культовых рекламных щитах Coca-Cola на Таймс-сквер в Нью-Йорке и на площади Пикадилли в Лондоне». — сообщила компания.

После окончания конкурса Coca-Cola выпустила рекламное видео: Действие происходит в галереи искусств, в которой картины оживают и передают напиток друг-другу, пока в конце концов он не оказывается в руках у посетителя — художника.

Ролик также был сделан в сотрудничестве с Open AI и Brain & Company. Как утверждает компания, в создании активно применялись генеративные нейросети, тем

самым компания сделала послание, что не стоит бояться появления ИИ, наоборот — это отличный инструмент для любого художника.

Ролик набрал 2,6 млн. просмотров, 838 комментариев, 34 тысячи лайков и всего 1,7 тысяч дизлайков.

После анализа нами не было найдено негативных комментариев под рекламой, многие хвалят видео за то, что совершенно не видно «халтурной» работы нейросетей, многие отмечают, что использование ИИ даёт возможность художникам выходить за рамки и делать гораздо больше работы в более сжатые сроки, чем раньше.

Можно заявить, что нейросети вышли из простого инструмента в главный креатив в составлении рекламных кампаний. Заметно, что потребители постепенно стали привыкать к технологии и их вдохновляет, когда нейросети и креаторы работают в сотрудничестве.

Для дополнительного подтверждения данного суждения был выбрана недавняя рекламная кампания от сети Burger King. В феврале 2024 года сеть ресторанов быстрого питания заявила, что собирается выпустить бургер воппер, созданный по рецепту нейросети GigaChat от «Сбера». На такой шаг компания пойдёт, если пост о рецепте наберёт в Telegram-канале сети 100 тыс. лайков, что являлось достаточно большим запросом для публика размером 11 тысяч подписчиков. Однако пост в рекордные сроки собрал нужное количество лайков.[7]

Ранее Burger King в США объявил, что заплатит \$1 млн тому, кто создаст новый рецепт бургера вместе с искусственным интеллектом. Нейросеть GigaChat от Сбера предложил себя в качестве основной нейросети для генерации рецепта и пообещал 100 млн бонусов «Спасибо», если рецепт появится в меню ресторанов Burger King по всему миру.

По этому поводу международный

директор по маркетингу Burger King Пэт О’Тул дал несколько комментариев редакции журнала Marketing Drive: «Конкурс Воппер на миллион долларов опирается на персонализацию, такого мы раньше никогда не делали. Мы хотим изучить идеи наших потребителей и для 3 участников воплотить эти идеи в реальность. Мы знаем, что ИИ будет только развиваться и оптимизировать различные маркетинговые активности». [8]

Позже, 13 февраля 2024 года, российское представительство Burger King выпустило пост с заявлением, что AI бургер уже находится в разработке, опираясь на данный факт, можно сказать, что использование нейросетей помогло компании привлечь большую аудиторию в свои социальные сети. Тем самым подтверждается идея из примера про CocaCola, о том, что нейросети стали главных креативом.

Вывод. За последние несколько лет нейросети сделали несколько больших скачков в своей производительности, изначально потребители относились с опаской к данной технологии, думая, что она представляет угрозу для креативных отделов и любого творческого направления. Однако, со временем произошло привыкание к технологии, такой результат не был бы возможен без содействия различных компаний, которые внедряли использование нейросетей в свои креативы. В добавок к этому, когда рекламные агентства и маркетинговые отделы заметили нарастающий интерес к нейросетям со стороны потребителей, были предприняты попытки внедрить технологию непосредственно в креатив. Такой метод доказал свою эффективность, исходя из примеров с Burger King и CocaCola, а значит можно сказать, что потребители не только стали положительно относиться к рекламным кампаниям с использованием нейросетей, но и сильнее вовлекаются в такие акции.

### Цитированная литература

1. Algorithm designs seven million different jars of Nutella. Deezeen.com. - URL: <https://www.dezeen.com/2017/06/01/algorithm-seven-million-different-jars-nutella-packaging-design/> (дата обращения: 14.05.20024). - Текст : электронный
  2. **Ткачев, В. В.** Использование нейросетей для адаптации контента под предпочтения аудитории в маркетинге // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2023. - №5-3 (99). - Текст : непосредственный.
  3. Жорж Милославский перемещается в 2020 год в рекламе «Сбера». Sostav.ru. – URL: <https://www.sostav.ru/publication/zhorzh-miloslavskij-sber-46324.html> (дата обращения: 14.05.2024). – Текст : электронный.
  4. «Сотни попыток и тысячи вариантов»: режиссёр рассказала о работе над обложкой для Cosmopolitan с помощью DALL-E 2. DTF.ru. – URL: <https://dtf.ru/life/1241027-sotni-popytok-i-tysyachi-variantov-rezhisser-rasskazala-o-rabote-nad-oblozhkoi-dlya-cosmopolitan-s-pomoshyu-dall-e-2?comment=17486499> (дата обращения: 14.05.2024). – Текст : электронный.
  5. **Шевченко, Д. А., Крюкова, Е. М., Зеленов, В. В., Галстян, В. В.** Использование возможностей искусственного интеллекта в рекламе // Практический маркетинг. - 2024. - №1. - Текст : непосредственный
  6. Coca-Cola® Masterpiece. YouTube.com – URL: [https://www.youtube.com/watch?v=VGalimApfdg&ab\\_channel=Coca-Cola](https://www.youtube.com/watch?v=VGalimApfdg&ab_channel=Coca-Cola) (дата обращения: 14.05.2024). – Текст : электронный.
  7. 100 000 лайков и AI воппер появится в БК!. Telegram. – URL: Telegram: Contact @burgerkingrf (дата обращения: 14.05.2024). – Текст : электронный.
  8. How Burger King’s AI-generated Whoppers reflect the brand’s heritage. Marketingdive.com – URL: <https://www.marketingdive.com/news/burger-king-generative-ai-whopper-media-monks-campaign/706878/> (дата обращения: 14.05.2024). – Текст : электронный.
-

## РОЛЬ ПРОФАЙЛИНГА В ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРАХ

В. В. Филатова

*В статье рассматривается профайлинг как инструмент глубокого понимания психологического портрета партнера, его мотивации и целей в рамках проведения деловых переговоров. С учетом стремительно меняющегося мира деловых коммуникаций, где успех часто зависит от тонких нюансов и умения понимать собеседника, профайлинг становится все более актуальным инструментом. Его применение в их проведении должно соответствовать нормам законодательства и этики, поэтому, в статье уделяется особое внимание нормативно-правовым актам, которые могут регулировать использование данного инструмента без вмешательства в частную жизнь исследуемого субъекта.*

**Ключевые слова:** профайлинг, деловые переговоры, источники данных, законодательная база, заключенные контракты.

## THE ROLE OF PROFILING IN BUSINESS NEGOTIATIONS

V. V. Filatova

*The article considers profiling as a tool for a deep understanding of the psychological portrait of a partner, his motivation and goals in the framework of business negotiations. Taking into account the rapidly changing world of business communications, where success often depends on subtle nuances and the ability to understand the interlocutor, profiling is becoming an increasingly relevant tool. Its application in their conduct must comply with the norms of legislation and ethics, therefore, the article pays special attention to normative legal acts that can regulate the use of this tool without interfering with the privacy of the subject under study.*

**Keywords:** profiling, business negotiations, data sources, legislative framework, concluded contracts.

В условиях современного мира происходят динамичные изменения в области рынка, предпочтений потребителей и технологических достижениях. При данных условиях компаниям необходимо быть гибкими для того, чтобы своевременно адаптировать свой бизнес под новые тенденции с минимальными потерями. Для перестроения бизнеса требуется большое количество ресурсов, а также эффективные релевантные методы, позволяющие произвести изменения в бизнес-процессах в соответствии с новыми условиями и требованиями.

Важным аспектом в ведении бизнеса, которому руководителю уделяют много внимания, являются деловые переговоры. Причины, по которым проводятся переговоры в компаниях, представлены на рисунке 1.

Как видно из рисунка 1, деловые переговоры имеют большое значение в деятельности организации, так как помогают усовершенствовать ее развитие в той или иной отрасли, удержаться на быстро развивающемся рынке и происходит это за счет

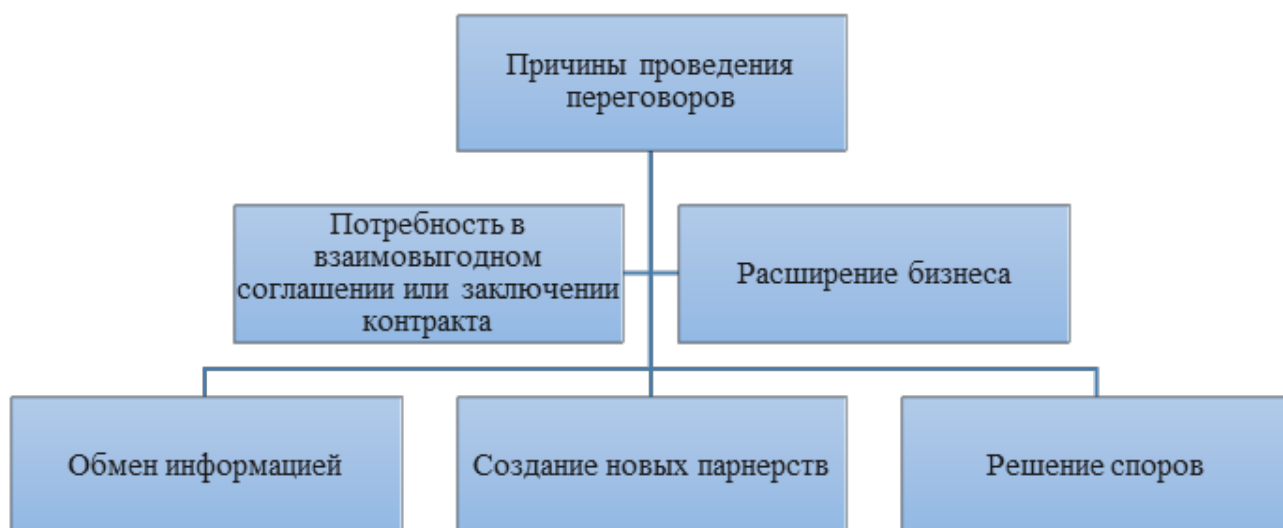


Рис. 1. Причины проведения переговоров

установления взаимоотношений с партнерами, клиентами, поставщиками и иными юридическими лицами на взаимовыгодных условиях. Важно отметить, что при появляющихся изменениях будут затронуты все участники рыночных отношений, и используемые методы ведения переговоров в прошлом могут быть неактуальны в настоящее время, поэтому необходимо при их ведении использовать релевантные инструменты. В настоящее время к релевантному инструменту, позволяющему провести успешные переговоры, относится профайлинг.

Профайлинг (англ. *profiling*) – это процесс анализа данных о человеке с целью составления его психологического портрета.

Данный термин начал активно использоваться в 1970-х годах в США в контексте криминалистики. Он описывает метод анализа данных и поведения, который используется для создания профиля потенциального преступника. Позднее термин начали использовать и в других областях таких как маркетинг, психология, политика, бизнес. Современный профайлинг в бизнесе начал применяться сравнительно недавно. Его наиболее широкое распространение в данном направлении пришлось на послед-

ние 10-15 лет. [1]

В деловых переговорах профайлинг играет важную роль, так как позволяет лучше понимать своего партнера по переговорам и предсказывать его поведение. Также он может помочь определить, каким образом ваш партнер принимает решения, как он относится к риску, какие у него ценности и мотивы, и как он реагирует на стрессовые ситуации. Обладая данной информацией, руководители могут предвидеть исход переговоров, а также их влияние на деятельность компании.

При подготовке профайлинга у большинства может возникнуть следующий вопрос: «Откуда я могу взять информацию, чтобы составить психологический портрет своего делового партнера?». В особенности такой вопрос чаще всего поднимается, когда происходит встреча с абсолютно новым партнёром. В данном случае на помощь приходят следующие источники данных, которые используют профайлеры при составлении психологического портрета человека:

- 1) официальная информация - данные из официальных источников, таких как базы данных компаний, государственные реестры;
- 2) интернет данные - профили в соци-

альных сетях, блоги, форумы;

3) аналитические данные - анализ тенденций рынка, анализ конкурентов;

4) обратная связь - бывшие или настоящие партнеры потенциального партнера;

5) личный опыт профайлеров – данные по работе с компаниями и взаимодействию с людьми в данной отрасли, на основании которых они делают выводы о потенциальном партнере.

Однако при использовании таких источников необходимо учесть важный аспект. При составлении психологического портрета затрагивается личная информация оппонента, в последствии чего многие партнёры могут это воспринять как вмешательство в личную жизнь. Отсюда могут возникать различные недопонимания или конфликты. Поэтому очень важно донести до партнера, что профайлинг осуществляется согласно нормам законодательства.

На данный момент нет строгой законодательной базы, с помощью которой регулируется профайлинг, однако, можно опираться на ряд определенных нормативно-правовых актов, разделенных по направлениям.[2]

К первому направлению можно отнести правовую базу в области психологического профайлинга. По данному направлению можно обратиться к следующим нормативно-правовым актам:

1.Федеральный закон «О полиции» от 07.02.2011 N 3-ФЗ.

2.Федеральный закон «О Следственном комитете Российской Федерации» от 28.12.2010 N 403-ФЗ.

3.Федеральный закон «Об оперативно-розыскной деятельности» от 12.08.1995 N 144-ФЗ.

4.Приказ МВД России от 10.02.2006 N 70 (ред. от 28.12.2016) «Об организации использования экспертно-криминалистических учетов органов внутренних дел Российской Федерации».

Ко второму направлению можно от-

нести нормативно-правовую базу, регулиющую защиту и конфиденциальность персональных данных, а также работу с социальными сетями и платформами. В данном направлении можно воспользоваться следующими нормативно-правовыми актами:

1.Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ.

2.Федеральный закон «О персональных данных» от 27.07.2006 N 152-ФЗ.

На основании данных нормативно-правовых актов профайлер может собрать необходимые данные о партнере с учетом норм законодательства, однако, он также еще должен учитывать сбор информации в соответствии с этическими нормами.

Также, чтобы избежать недопонимания и конфликтов, партнеру следует объяснить, что применение профайлинга не нарушает личные права, что он может быть полезным для обеих сторон, что он не является единственным фактором в принятии решений. Последнее условие является отличительной особенностью профайлинга от других инструментов ведения переговоров.

Профайлинг – это вспомогательный инструмент ведения переговоров, а не основополагающий. В переговорах он больше эффективен в совокупности с чем-то, а не как отдельный элемент, поэтому если компания будет опираться только на него, то успех переговоров сведется к минимуму. Связано это в первую очередь с тем, что профайлинг составляет психологический портрет именно человека. Человек – существо непредсказуемое. Зная достаточно большое количество информации об оппоненте, не во всех случаях удастся определить его поведение в той или иной ситуации, при тех или иных условиях. Именно это затрудняет прогнозирование перегово-

ров. Отсюда следует, что при их осуществлении необходимо брать не только профайлинг, но и другие элементы, которые помогают провести деловые переговоры. Так у организаций будут значительно повышаться шансы на успех.

Проанализировать успех применения профайлинга в деловых переговорах достаточно сложно. В свободном доступе отсутствуют статистические данные, так как информация является конфиденциальной. Однако, внутри компании успех профайлинга оценивался бы за счет ключевого показателя, которым является количество заключенных контрактов с партнерами, клиентами, поставщиками и иными юридическими лицами. Важно отметить, что отслеживать количество заключенных контрактов необходимо по двум направлениям:

1) тем, что проводились с применением профайлинга;

2) тем, что проводились без него.

Если количество заключенных контрактов с применением профайлинга значительно превышает количество контрактов, заключенных без него, то с уверенностью можно отметить успех применения такого инструмента в переговорах. Если же количество заключенных контрак-

тов без профайлинга превышает количество заключенных контрактов с ним, то следует обратить внимание по каким причинам складывается именно такой показатель и предпринять необходимые меры по усовершенствованию или устранению слабых мест.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать следующие выводы:

1) профайлинг в переговорах может выступать эффективным инструментом их проведения;

2) к источникам сбора информации относятся: официальная информация, интернет данные, аналитические данные, обратная связь и личный опыт профайлеров;

3) профайлинг не имеет строгой законодательной базы, однако, может регулироваться нормативно-правовыми актами по направлению «Правовая база в области психологического профайлинга», «Защита и конфиденциальность персональных данных», «Работа с социальными сетями и платформами», а также этическими нормами;

4) успех профайлинга оценивается по количеству заключенных контрактов после проведения переговоров с его применением.

### Цитированная литература

1. История возникновения метода психологического профайлинга. - URL: <https://studfile.net/preview/11791420/page:2/> (дата обращения: 30.10.2024). – Текст : электронный.

2. Правовая база и содержание психологического профайлинга. - URL: <https://studfile.net/preview/11791420/page:3/> (дата обращения: 30.10.2024). – Текст : электронный.

3. Профайлинг. Сферы применения. Бизнес-профайлинг. - URL: <https://krytilin.ru/sfery-primenenia-profailinga/> (дата обращения: 30.10.2024). – Текст : электронный.

4. Приемы и правила составления психологического портрета (профиля) в отечественной науке. - URL: [https://studbooks.net/747862/pravo/priemy\\_pravila\\_sostavleniya\\_psihologicheskogo\\_portreta\\_profilya\\_otechestvennoy\\_nauke](https://studbooks.net/747862/pravo/priemy_pravila_sostavleniya_psihologicheskogo_portreta_profilya_otechestvennoy_nauke) (дата обращения: 30.10.2024). – Текст : электронный.

5. Федеральный закон «О полиции» от 07.02.2011 N 3-ФЗ. - URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_110165/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_110165/) (дата обращения: 30.10.2024). – Текст : электронный.

6. Федеральный закон «О Следственном комитете Российской Федерации» от

28.12.2010 N 403-ФЗ. - URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_108565/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_108565/) (дата обращения: 30.10.2024). – Текст : электронный.

7. Федеральный закон «Об оперативно-розыскной деятельности» от 12.08.1995 N 144-ФЗ. - URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_7519/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7519/) (дата обращения: 30.10.2024). – Текст : электронный.

8. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ. - URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61798/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/) (дата обращения: 30.10.2024). – Текст : электронный.

9. Федеральный закон «О персональных данных» от 27.07.2006 N 152-ФЗ. - URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61801/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/) (дата обращения: 30.10.2024). – Текст : электронный.

10. Приказ МВД России от 10.02.2006 N 70 (ред. от 28.12.2016) «Об организации использования экспертно-криминалистических учетов органов внутренних дел Российской Федерации». - URL: <https://docs.cntd.ru/document/901969840> (дата обращения: 30.10.2024). – Текст : электронный.

## ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ПРЕПОДАВАНИИ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА: ПОМОЩЬ ИЛИ ПРЕПЯТСТВИЕ?

В. В. Шульга, В. В. Бояркина, М. А. Надькина

*В статье рассмотрено понятие «искусственный интеллект», проанализированы примеры использования технологий искусственного интеллекта в процессе обучения китайскому языку и иностранным языкам в целом, дана оценка перспективам и рискам внедрения ИИ в образовательное пространство.*

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, технологии ИИ, обучение иностранным языкам, китайский язык, цифровая платформа.

## ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN CHINESE LANGUAGE TEACHING: A HELP OR AN OBSTACLE?

V. V. Shulga, V.V. Boyarkina, M. A. Nadkina

*The article examines the concept of «artificial intelligence», analyzes examples of the use of artificial intelligence technologies in the process of teaching Chinese and foreign languages in general, and assesses the prospects and risks of introducing AI into the educational space.*

**Keywords:** artificial intelligence, technologies and, foreign language teaching, Chinese language, digital platform.

В условиях глобализации, непрерывного технологического прогресса и совершенствования цифровых инструментов искусственный интеллект (ИИ) оказывает все большее влияние на все отрасли жизни человека, при этом доля использования технологий ИИ в сфере обучения иностранным языкам также неуклонно растет. Целью нашего исследования является обзор доступных технологий ИИ, которые могут использоваться при обучении китайскому языку, а также анализ перспектив и рисков их внедрения в образовательное пространство. В ходе исследования нами использовались методы анализа, синтеза, сравнения и др. Объектом являются цифровые продукты для изучения китайского языка, разработанные на основе технологий искусственного интеллекта.

Для начала рассмотрим само понятие «искусственного интеллекта». В своей ра-

боте Сюй Баюнь говорит о том, что «первые данное понятие было предложено в 1956 году на конференции в Дармутском колледже в США молодыми американскими математиками Джоном Маккарти, Марвином Мински и Клодом Шенноном» [1, с.13]. В дальнейшем исследования в сфере ИИ проводили многие зарубежные и отечественные ученые, такие как С.М. Корсаков, Д.А. Поспелов, В.В. Бледсоу, А.Р. Брудно, Н. Винер и другие.

В широком смысле под ИИ понимают «область компьютерной науки, которая фокусируется на разработке интеллектуальных систем, умеющих адаптироваться к различным ситуациям, самостоятельно обучаться и принимать цифровые решения для управления отдельными задачами, основываясь на имеющихся или недостающих данных» [2, с.8].

И.О. Котлярова в своей научной работе

предложила следующее определение ИИ – «это комплекс технологических решений, позволяющий имитировать когнитивные функции человека (включая самообучение и поиск решений без заранее заданного алгоритма) и получать при выполнении конкретных задач результаты, сопоставимые, как минимум, с результатами интеллектуальной деятельности человека» [3, с.71].

«В последнее время ИИ оказывает большое влияние на роль педагогов в образовательном процессе, методы обучения и подход к обучению иностранным языкам в целом. С одной стороны, педагоги вынуждены справляться с вызовами информационного общества. С другой стороны, появляются новые возможности для более эффективного изучения языков. Технологии искусственного интеллекта совершенствуются и развиваются с каждым днём, меняя тем самым структуру образовательного процесса» [1, с.13–14].

Приведем примеры использования основных технологий ИИ в образовании.

- *Персонализация методов и ресурсов обучения.* Цифровые платформы для изучения иностранных языков на основе технологий ИИ могут не только записывать и анализировать данные учебного процесса, тем самым предоставляя возможность преподавателям оценивать результаты обучения и прогресс каждого из учащихся, но помогают настроить процесс обучения с учетом уровня знаний, интересов и характера каждого учащегося.

- *Технология распознавания речи для коррекции произношения.* Одним из важнейших этапов процесса изучения иностранного языка является освоение его фонетической системы, поэтому функция имитации речи носителя и коррекции произношения является бесспорным помощником и важным компонентом современного образования. Данная технология представляет собой значительный прорыв в сфере образования, предоставляя обуча-

ющимся индивидуализированное и эффективное обучение под руководством терпеливого «виртуального» наставника.

- *Системы обучения на основе диалога.* Данные системы представляют из себя платформы, способные имитировать диалог обучающихся с носителем языка, обучение происходит в форме непрерывного разговора с использованием голоса или свободного ввода текста. С помощью таких систем можно определить уровень знаний обучающихся, закрепить пройденный материал и т.д. Для этого используются такие технологии, как классификация ответов, семантический анализ, анализ и генерация естественной речи.

Ярким примером одной из таких систем является платформа AutoTutor — интеллектуальная обучающая система, разработанная исследователями из Института интеллектуальных систем при Университете Мемфиса, которая в процессе выполнения онлайн-заданий, симулирует диалог между обучающимся и преподавателем. Данная система представляет собой серию сложных открытых вопросов, требующих устных объяснений и аргументов в ответе. Более того платформа отслеживает когнитивные состояния учащегося, анализируя содержание истории диалога. Программа динамически выбирает слова и утверждения в каждом разговоре таким образом, чтобы учитывать то, что знает учащийся.

- *Автоматическое оценивание письма.* Данная технология помогает увеличить скорость проверки письменных заданий, способствуя снижению нагрузки на преподавателей, а также повышению объективности оценивания. Специфическими технологиями в этой сфере применения ИИ являются машинное обучение как с преподавателем, так и без него, а также обработка семантики естественного языка. Примерами таких программ являются:

• Revision Assistant — программа, созданная компанией Turnitin, которая на ос-

нове анализа тысяч комментариев, оставленных экспертами, помогает оценивать короткие эссе, при этом программа способна давать обратную связь.

• *OpenEssayist* — разработчиками данной системы являются Открытый и Оксфордский университеты. Цель проекта - создание эффективной автоматизированной интерактивной системы, которая способна дать конструктивную обратную связь в ответ на письменную работу. Система состоит из двух основных компонентов: механизм лингвистического анализа и веб-приложение, с помощью которого осуществляется связь с обучающимися. Система анализирует содержание эссе и дает практические советы по редактированию работы, используя методы автоматического резюмирования, распознавания структуры текста, а также содержит ряд интерактивных упражнений, способных повышать навыки письма, рефлексии и самообучения.

Важность использования искусственного интеллекта в образовании велика, так как «он повышает эффективность педагогической деятельности, оптимизирует планирование и управление образовательными ресурсами, предоставляет многообразие и вариативность образовательных приёмов и методик» [4, с.45].

### **Применение технологий ИИ в преподавании китайского языка.**

Анализ применения технологий ИИ в обучении китайскому языку показал, что наиболее распространенными инструментами являются интеллектуальные образовательные программы для изучения языка с использованием адаптивных методик, таких как «HelloChinese», «Pleco» и др. Эти платформы предлагают игровую систему обучения, используя технологии машинного обучения для адаптации курсов и упражнений в соответствии с уровнем знаний каждого учащегося. Далее рассмотрим основные преимущества некоторых из них.

### ***HelloChinese.***

1. *Функция распознавания голоса для коррекции произношения.* Одной из главных проблем в освоении китайского языка является его фонетический строй. Так как китайский язык является тоновым, неправильно произнесенный тон ведет к искажению смысла высказывания, более того может привести изменению смысла вплоть до антонимии. Поэтому функция коррекции произношения актуальна при изучении китайского языка и может значительно облегчить процесс освоения языка, особенно на начальном этапе изучения языка.

2. *Функция распознавания иероглифов.* Еще одной сложностью при изучении китайского языка является освоение иероглифической письменности. Особенность иероглифического письма состоит в том, что иероглифы не содержат в себе указание на их звучание, что часто приводит к допущению ошибок в выборе знака. Китайские иероглифы сложны по своей структуре и имеют строгий порядок написания, нарушение которого, приводит к искажению знака. Платформа помогает корректировать рукописный вариант иероглифов, а также отработать правильный порядок написания черт.

3. *Персонализация методов и материалов обучения.* Благодаря данной функции платформа способна адаптировать учебные материалы и методики обучения под уникальные потребности и способности каждого учащегося, что способствует более эффективному усвоению учебного материала.

### ***Pleco.***

1. Данная платформа позволяет быстро делать снимки китайских иероглифов и искать их в базе данных, что не только экономит много времени на выборе символов для копирования, но и также помогает сосредоточиться на содержании теста.

2. Словарь платформы предлагает полезные пояснения о том, как писать и про-

износить слова. Также в приложении есть функция преобразования текста в речь, что позволяет обучающемуся быстрее адаптироваться к китайской речи и корректировать свое произношение.

3. Приложением предусмотрены подсказки для правильного рукописного ввода иероглифов, также данное приложение обладает такими необходимыми функциями, как анимация порядка черт иероглифов и звуковое сопровождение переводов.

Чат-боты для упражнений и практики разговорного китайского «LingJing Chinese Chatbot» используют нейронные сети для обучения и общения с пользователем в реальном времени. Они предоставляют специальное оборудование, объединяющее функции сбора аудио и видео, интеллектуальной обработки, загрузки и передачи видеороликов, которое может быть использовано для различных сценариев практики китайского языка.

Платформы для изучения китайского языка с поддержкой распознавания речи и изображений, таких как «ChineseSkill» или «Pinyin Trainer» используют технологии распознавания для оценки произношения и понимания китайских иероглифов, это поможет поддерживать уровень языка, а также пополнять словарный запас обучающегося.

Резюмируя вышеизложенную информацию, мы можем вывести следующие преимущества использования ИИ в преподавании китайского языка:

- Персонализированный подход к обучению: технологии ИИ помогают адаптировать учебные материалы под потребности обучающихся, таким образом каждый может выбирать для себя наиболее интересные и полезные темы, подходящие методы обучения, а также оптимальный темп освоения материала. Также системы ИИ могут анализировать данные об учебной деятельности, предлагать рекомендации и обратную связь, что способствует дости-

жению лучших результатов и более эффективному обучению.

- Современные технологии ИИ предлагают инновационные методы обучения, такие как виртуальная реальность, симуляции, различные игровые технологии, которые могут предложить учащимся уникальные и захватывающие способы обучения.

- ИИ может автоматизировать ряд рутинных задач, таких как проверка заданий и создание индивидуализированных учебных планов, что позволяет учителям и преподавателям уделять больше времени персональному взаимодействию с учащимися. Благодаря использованию ИИ обучающиеся могут получать более быструю и детальную обратную связь.

- Доступность материалов, в том числе для лиц с ограниченными возможностями, путем открытого доступа к отечественным и зарубежным образовательным ресурсам, позволяют изучать интересные учебные материалы в удобное время и в удобном месте. [5, с.42]

Стоит отметить, что внедрение ИИ в образовательное пространство имеет ряд недостатков:

- Отсутствие межличностного взаимодействия и «живой коммуникации». ИИ, даже самый продвинутый, пока не способен полностью заменить преподавателя в понимании индивидуальных потребностей обучающегося, его эмоционального состояния, которое может быть важным для мотивации, общения и практики языка в реальных ситуациях.

- Требование непрерывности повышения технической компетенций участников учебно-педагогического процесса.

- Трудности в получении доступа к образовательным технологиям ИИ, обусловленные «цифровым разрывом». [6, с.34]

- Несогласованность этических аспектов применения ИИ в образовательном пространстве (конфиденциальность, защита и использование данных субъектов об-

разования, отсутствие прозрачности и контроля за применением ИИ и т.п.). [3, с.71]

Таким образом, мы можем сказать, что внедрение технологий ИИ может способствовать повышению качества и расширению доступности образования, а также сделать более привлекательным и эффективным процесс изучения иностранных

языков, но при этом необходимо учитывать этический аспект и аспект безопасности, развивать нормативную базу и определять соответствующие регулятивные меры для гарантии эффективного, ответственного и безопасного использования ИИ в образовании.

### Цитированная литература

1. **Сюй, Б.** Влияние искусственного интеллекта на обучение иностранному языку // Вестник Педагогического университета. - 2022. - №6–2. - С. 13-19. – Текст : непосредственный.
2. **Гусарова, Н. Ф.** Введение в теорию искусственного интеллекта // СПб: Университет ИТМО. – 2018. – 62 с. - Текст : непосредственный.
3. **Котлярова, И. О.** Технологии искусственного интеллекта в образовании // Вестник ЮУрГУ. Серия «Образование. Педагогические науки». – 2022. - №3. - С. 69-82. - Текст : непосредственный.
4. **Ван, С.** Использование искусственного интеллекта для оценки домашних заданий может быть почти таким же хорошим, как и работа живого преподавателя // Педагогический вестник. - Шанхай, 2022. - №2. - С. 45-47. - Текст : непосредственный.
5. **Ракитов, А. И.** Высшее образование и искусственный интеллект: эйфория и алармизм // Высшее образование в России. – 2018. – № 6. – С. 41–49. - Текст : непосредственный.
6. **Даггэн, С.** Искусственный интеллект в образовании: изменение темпов обучения // Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании. – 2020. – 44 с. – URL: [https://iite.unesco.org/wp-content/uploads/2020/12/Steven\\_Duggan\\_AI-in-Education\\_2020\\_RUS.pdf](https://iite.unesco.org/wp-content/uploads/2020/12/Steven_Duggan_AI-in-Education_2020_RUS.pdf) (дата обращения: 10.09.2024). – Текст : электронный.
7. **Смольников, Р. С., Павлова, Л. В.** Трудности обучения китайскому языку студентов неязыкового вуза // Гуманитарно-педагогические исследования. – 2022. - Т. 6. №2. – С. 6-13. – Текст : непосредственный.
8. **Коровникова, Н. А.** Искусственный интеллект в образовательном пространстве: проблемы и перспективы // Социальные новации и социальные науки. - 2021. – № 2. – С. 98–113. – Текст : непосредственный.

## ПОД ПРИЦЕЛОМ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА: КАКИМ МОЖЕТ БЫТЬ ВКЛАД ИИ В ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ

А. А. Якимова, А. Ю. Анфимова

*Статья посвящена необходимости совершенствования системы внедрения и использования Искусственного Интеллекта в государственном и муниципальном управлении. Предложенные авторами новации могут найти практическое применение в системе управления государственными и муниципальными организациями и улучшении качества предоставления государственных и муниципальных услуг.*

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, повышение качества госуслуг, государственное управление, социальная политика, уровень жизни.

## UNDER THE GUN OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE: WHAT COULD BE THE CONTRIBUTION OF AI TO PUBLIC ADMINISTRATION

A. A. Yakimova, A. Yu. Anfimova

*The article is devoted to the need to improve the system of Implementation and use of Artificial Intelligence in state and municipal management. The innovations proposed by the authors can find practical application in the management system of state and municipal organizations and improve the quality of public and municipal services.*

**Keywords:** artificial intelligence, improving the quality of public services, public administration, social policy, standard of living.

Вводная часть. Искусственный интеллект (ИИ) играет все более значительную роль в современном мире, проникая во все сферы жизни, включая экономику, медицину, образование, технику и т.д. ИИ позволяет автоматизировать процессы, оптимизировать решения, анализировать большие данные и предсказывать будущие тенденции развития целых отраслей. Очевидно, что в системе государственного и муниципального управления также назрела необходимость использования ИИ, поскольку электронные государственные услуги, внедряемые по всей стране, требуют обработки огромного количества данных.

Основная часть. В своём послании к Федеральному собранию Президент Российской Федерации В.В. Путин указал на необходимость скорейшего внедрения

Искусственного интеллекта во все сферы экономики и управления[1]. В сфере государственного управления имеются огромные возможности использования искусственного интеллекта. Автоматизация процессов позволит сократить временные и человеческие ресурсы, повысить эффективность принятия решений, улучшить качество государственных услуг и повысить уровень гражданской безопасности. Председатель Правительства М. Мишустин указывал на то, что уже 20% отраслей используют искусственный интеллект[5], но этого недостаточно.

Потенциальное применение искусственного интеллекта в государственном управлении может включать в себя следующие направления использования[6]:

- автоматизацию процессов принятия

решений на уровне обработки и анализа данных;

- мониторинг общественного мнения и настроений на основе анализа социальных средств информации;

- прогнозирование социально-экономических процессов и решение проблем на ранних стадиях;

- снижение бюрократии и оптимизация работы государственных органов;

- повышение прозрачности и открытости в принятии управленческих решений [7].

Однако, использование искусственного интеллекта в государственном управлении также имеет ряд рисков, таких как: вопросы конфиденциальности, защита индивидуальных данных граждан, ответственность за ошибки и справедливость решений. Поэтому, внедрение искусственного интеллекта должно быть осуществлено строго с учетом высоких стандартов безопасности, этики и прав человека.

Автоматизация процессов принятия решений с помощью искусственного интеллекта имеет огромный потенциал для повышения эффективности, сокращения временных затрат и снижения ошибок в принятии ключевых решений. Искусственный интеллект может быть использован для анализа больших объемов данных, выявления причин и закономерностей процессов, прогнозирования результатов различных стратегий и даже их последствий. Это может позволить более обоснованно и основательно принимать решения на основе объективных данных и фактов, а не на интуиции или субъективных оценках [2]. Как уже было отмечено выше, искусственный интеллект может помочь ускорить и упростить процессы принятия решений. Это можно сделать путем автоматизации некоторых шагов: проверок, анализа документации и формирования рекомендаций. Это освободит человеческие ресурсы от рутинных задач и позволит сосредоточить-

ся на более важных стратегических и креативных аспектах принятия решений.

Применение искусственного интеллекта в государственном управлении также может способствовать улучшению прозрачности и открытости процессов принятия решений, поскольку алгоритмы ИИ могут быть более объективными и не подвержены влиянию субъективной мысли человека при правильной формулировке целей. Автоматизация процессов позволит устранить возможность человеческой ошибки и искажения данных [3]. При использовании искусственного интеллекта в принятии решений будут применяться объективные алгоритмы и правила, что может уменьшить вероятность коррупции и необоснованного преимущества определенных групп лиц.

Улучшение эффективности государственных служб и организаций через автоматизацию и оптимизацию процессов с помощью искусственного интеллекта может повысить эффективность работы госслужащих за счёт повышения производительности труда, сокращения времени выполнения задач, повышения качества услуг и снижения издержек. Алгоритмы машинного обучения также могут анализировать исторические данные и предсказывать возможные результаты различных вариантов решений. Это позволяет принимать более обоснованные и эффективные решения, основанные на объективных данных. Приведём примеры таких решений:

1. Автоматизация процессов обработки документов: государственные службы могут использовать системы искусственного интеллекта для автоматического сканирования, классификации и анализа документов. Например, искусственный интеллект может определять тип документа, извлекать информацию из него и направлять на соответствующее дальнейшее действие. Это позволит сэкономить время на решение рутинных задач и сократить веро-

ятность ошибок.

2. Анализ данных для принятия решений: государственные организации могут использовать алгоритмы машинного обучения для анализа данных и выявления шаблонов. Например, искусственный интеллект может помочь прогнозировать спрос на государственные услуги, оптимизировать бюджетное планирование или выявить области, требующие дополнительного внимания.

3. Поддержка решений на основе данных: системы ИИ могут предоставлять рекомендации и решения на основе данных для государственных служащих. Например, искусственный интеллект может анализировать информацию о нарушениях в области труда и предлагать оптимальные стратегии по их решению.

4. Виртуальные ассистенты для обслуживания клиентов: государственные учреждения могут использовать виртуальных ассистентов на базе ИИ для обслуживания клиентов и граждан. Например, искусственный интеллект может отвечать на часто задаваемые вопросы, оформлять заявки и предоставлять информацию о государственных услугах, что мы уже сейчас можем наблюдать на сайте государственных услуг.

Однако существуют различные риски и вызовы, связанные с применением искусственного интеллекта в государственном управлении. О вызовах, касающихся внедрения искусственного интеллекта в государственном управлении, и планируемых решениях по их преодолению, рассказал 1 февраля 2024 года на круглом столе по вопросам цифровой трансформации государственного управления в Совете Федерации Григорий Борисенко, заместитель министра цифрового развития, связи и массовых коммуникаций [4]. Применение искусственного интеллекта в государственном управлении может столкнуться с некоторыми рисками и вызовами, которые

необходимо учитывать при внедрении таких технологий. Авторы выделили самые основные.

1. Угроза хищения личных данных: сбор, хранение и обработка больших объемов данных граждан могут вызвать опасения относительно конфиденциальности и безопасности личной информации. Неправильное использование данных искусственным интеллектом может привести к утечкам информации и нарушению прав по защите личной информации граждан.

2. Прозрачность и объяснимость решений: алгоритмы искусственного интеллекта не всегда могут быть простыми и понятными для людей. Это может привести к проблемам с объяснением решений, принятых системой искусственного интеллекта, и вопросам прозрачности в принятии решений органами государственного управления.

3. Предвзятость и дискриминация: алгоритмы машинного обучения могут быть подвержены предвзятости, если обучающие данные содержат неправильные или предвзятые примеры. Это может привести к расовой или половой дискриминации в принятии решений органами государственного управления.

4. Ответственность за принимаемые решения: с увеличением автоматизации процессов принятия решений с помощью искусственного интеллекта возникает вопрос об ответственности за принимаемые решения. Необходимо определить, кто несет ответственность за ошибки, допущенные системой искусственного интеллекта, и как компенсировать возможные ущербы.

5. Развитие и обучение персонала: для успешной реализации проектов по применению искусственного интеллекта необходимо обучить персонал органов государственного управления новым технологиям и методам работы. Это может потребовать дополнительных инвестиций и усилий.

6. Утрата доверия к власти: недоосто-

верные и непрозрачные решения, принимаемые на основе алгоритмов искусственного интеллекта, могут вызвать у граждан утрату доверия к государственным органам и повысить уровень недовольства населения. Поэтому внедрение Искусственного интеллекта в систему государственного управления требует большой работы и тщательной выверенности.

**Заключение.** Основные выводы и рекомендации по использованию искусственного интеллекта в государственном управлении.

Искусственный интеллект представляет, как потенциальные риски, так и большие возможности для государственного управления. В целом, правильное применение искусственного интеллекта в государственном управлении может повысить эффективность, прозрачность и качество предоставляемых услуг, а также улучшить взаимодействие государства с гражданами. Не менее важно учитывать риски и вызовы, связанные с использованием ИИ, и принимать меры по их минимизации. Авторы предлагают следующие рекомендации по минимизации рисков:

1. Обеспечить прозрачность и ответственность: устанавливать четкие правила и процедуры использования искусственного интеллекта, а также обеспечивать прозрачное объяснение принимаемых алгоритмических решений.

2. Обеспечить защиту данных и конфиденциальность: соблюдать правила обработки и хранения персональных данных граждан, а также предотвращать возможность их хищения и злоупотребления дан-

ными.

3. Учитывать этику и справедливость: исключать дискриминацию и предвзятость при разработке и использовании алгоритмов искусственного интеллекта, а также учитывать этические нормы и ценности общества.

4. Обеспечить обучение и поддержку сотрудников: обеспечивать обучение и развитие сотрудников, работающих с системами искусственного интеллекта, а также гарантировать понимание принципов и этики использования технологий.

5. Внедрять механизмы контроля и обратной связи: устанавливать системы мониторинга, контроля и оценки эффективности применения искусственного интеллекта, а также принимать обратную связь от граждан и заинтересованных сторон.

6. Стимулировать инновации и коллаборацию: поощрять и поддерживать разработку и внедрение новых технологий на основе искусственного интеллекта, а также сотрудничество между государственными органами и частными компаниями.

7. Контролировать риски и обеспечивать безопасность: предусматривать меры по управлению рисками и обеспечению кибербезопасности при использовании искусственного интеллекта в государственном управлении.

Выполнение этих рекомендаций позволит органам государственной власти использовать Искусственный интеллект в своих структурах на благо общества и повысит качество государственных услуг.

### Цитированная литература

1. Послание Президента Федеральному Собранию. 29 февраля 2024 года. – URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/messages/73585> (дата обращения: 09.04.2024). – Текст : электронный.

2. Федеральный закон «О проведении эксперимента по установлению специального регулирования в целях создания необходимых условий для разработки и внедрения технологий искусственного интеллекта в субъекте Российской Федерации

- городе федерального значения Москве и внесении изменений в статьи 6 и 10 Федерального закона «О персональных данных» от 24.04.2020 N 123-ФЗ (последняя редакция). – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_351127/?ysclid=m180v69jxd677180090](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_351127/?ysclid=m180v69jxd677180090) (дата обращения: 09.04.2024). – Текст : электронный.

3. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации». – URL: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf> (дата обращения: 10.04.2024). – Текст : электронный.

4. Нейросеть на госслужбе. – URL: <https://rspectr-com.turbopages.org/turbo/rspectr.com/s/articles/nejroset-na-gossluzhbe> (дата обращения: 10.04.2024). – Текст : электронный.

5. Нечеловеческий разум на госслужбе: зачем государственному сектору ИИ-технологии. – URL: <https://forbes-ru.turbopages.org/turbo/forbes.ru/s/mneniya/500229-neceloveseskij-razum-na-gossluzhbe-zacem-gosudarstvennomu-sektoru-ii-tehnologii> (дата обращения: 10.04.2024). – Текст : электронный.

6. Искусственный интеллект Российской Федерации – официальный портал. – URL: <https://ai.gov.ru/ai/implementation/> (дата обращения: 10.04.2024). – Текст : электронный.

7. Робот Макс получит генеративный искусственный интеллект. – URL: <https://digital.gov.ru/ru/events/49299/> (дата обращения: 10.04.2024). – Текст : электронный.

---

## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

**Анасенко Елена Валерьевна** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Государственное и муниципальное управление», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», SPIN-код: 5002-2525, e-mail: anasis@bk.ru

**Anasenko Elena Valeryevna** – candidate of economic sciences, associate professor, associate professor of the department of «State and municipal administration», ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Ануфриева Полина Игоревна** – обучающаяся кафедры «Мировая экономика и международные отношения», ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет» (РИНХ), SPIN-код: 7955-2554, e-mail: polinaan18@mail.ru

**Anufrieva Polina Igorevna** – undergraduate student of the Department of World Economy and International Relations, RSUE

**Анфимова Анна Юльевна** - кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Государственное и муниципальное управление», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», SPIN-код: 1087-8197, e-mail: ladyannstyle@mail.ru

**Anfimova Anna Ylievna** - candidate of economic sciences, associate professor, associate professor of the department of public and municipal administration, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Асеева Ирина Ильинична** – обучающаяся кафедры «Государственное и муниципальное управление», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: aseevai@yandex.ru

**Aseeva Irina Ilinichna** - student of the department of state and municipal management, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Афанасьева Татьяна Сергеевна** – старший преподаватель кафедры «Иностранные языки и речевая коммуникация», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», SPIN-код: 2478-1194, e-mail: t.afanaseva@mmu.ru

**Afanaseva Tatiana Sergeevna** – senior teacher of department of foreign languages and speech communication, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Белова Ангелина Яковлевна** - обучающаяся кафедры «Менеджмент», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: belova.belova.2002@mail.ru

**Belova Angelina Yakovlevna** - student of the department of management, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Белусов Максим Геннадьевич** - кандидат филологических наук, доцент кафедры «Гуманитарные науки», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», SPIN-код: 2328-3117, e-mail: belousovm139@yandex.ru

**Belousov Maxim Gennadievitch** - candidate of philological sciences, associate professor of the department of humanities, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

---

**Березовая Светлана Александровна** – обучающаяся кафедры «Журналистика», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: berezovaya2218@mail.ru

**Berezovaya Svetlana Aleksandrovna** - student of the department of journalism, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Богатов Владимир Сергеевич** – обучающийся кафедры «Лингвистика и межкультурная коммуникация», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: jufghjvfhj@gmail.com

**Bogatov Vladimir Sergeevich** – student of the department of linguistics and intercultural communication, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Бояркина Виктория Владимировна** - обучающаяся «Института иностранных языков», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: victoria\_boyarkina@mail.ru

**Boyarkina Victoria Vladimirovna** - student of the institute of foreign languages, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Валюго Елена Сергеевна** – обучающаяся кафедры «Государственное и муниципальное управление», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: elenavaluyogo@gmail.com

**Valiugo Elena Sergeevna** – student of the department of state and municipal management, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Гераскин Олег Викторович** – обучающийся кафедры «Экономика и управление», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: oleg.geraskin@mail.ru

**Geraskin Oleg Viktorovich** – student of the department of economics and management, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Гречишкина Анна Ивановна** – обучающаяся, АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: annagrechishkina200@gmail.com

**Grechishkina Anna Ivanovna** - student, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Даренских Светлана Сергеевна** – кандидат психологических наук, доцент кафедры «Психология», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», SPIN-код: 6978–2612, e-mail: svetla-ss@yandex.ru

**Darenskikh Svetlana Sergeevna** - candidate of psychological sciences, associate professor of the department of psychology, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Делибоженко Елена Александровна** – кандидат психологических наук, доцент кафедры «Психология», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», SPIN-код: 8976-5320, e-mail: eadelibozhenko@yandex.ru

**Delibozenko Elena Aleksandrovna** – candidate of psychological sciences,

---

---

associate Professor department of psychology, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Денисова Ольга Николаевна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», SPIN-код: 3680-3573, e-mail: d.o.n@list.ru

**Denisova Olga Nikolaevna** - candidate of economics, associate professor of the department of management, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Дорошенко Никита Игоревич** – обучающийся, АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**Doroshenko Nikita Igorevich** – student, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Егошина Анастасия Сергеевна** – обучающаяся кафедры «Психология», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: egoshina03@bk.ru

**Egoshina Anastasiia Sergeevna** – student of the department of psychology, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Ермаков Иван Владимирович** – обучающийся кафедры естественно-научных дисциплин, АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**Ermakov Ivan Vladimirovich** – student of the department of natural sciences, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Захарова Ирина Игоревна** – обучающаяся кафедры «Лингвистика и межкультурная коммуникация», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**Zakharova Irina Igorevna** - student of the department of linguistics and intercultural communication, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Зияуддин Мужда** – обучающийся, АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: m-mozhda@mail.ru

**Ziauddin Mozhda** - student, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Зуева Ольга Борисовна** – старший преподаватель кафедры «Романо-германская филология и востоковедение», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», SPIN-код: 2808-4073, e-mail: o.zueva@mmu.ru

**Zueva Olga Borisovna** - senior professor of department of romano-dermanic philology and oriental studies, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Ильина Жанна Валерьевна** - кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры «Иностранные языки и речевая коммуникация», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», SPIN-код: 4562-9125, e-mail: birdcherry1992@mail.ru

**Pijina Zhanna Valerjevna** - candidate of pedagogical sciences, associate professor of the department of foreign languages and speech communication, ANOVO «MOSCOW

**Ирицян Виктория Артаваздовна** – обучающийся, АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: iritsian.v@yandex.ru

**Iritsian Victoria Artavazdovna** - student, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Исраилова Элима Адамовна** – доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Мировая экономика и международные отношения» ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет» (РИНХ), SPIN-код: 4315-3521

**Israilova Elima Adamovna** – doctor of economics, associate professor, head of the department of world economy and international relations, Rostov State University of Economics (RINH)

**Каменский Дмитрий Александрович** - обучающийся кафедры «Лингвистика и межкультурная коммуникация», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: dimakamav@gmail.com

**Kamenskii Dmitrii Alexandrovich** - student of the department of linguistics and intercultural communication, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Кожина Вероника Олеговна** - кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой «Менеджмент», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», SPIN-код: 3153-0967, e-mail: vero\_ko@mail.ru

**Kozhina Veronika Olegovna** - candidate of economic sciences, head of the department of management, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Копачева Александра Романовна** – кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой «Романо-германская филология и востоковедение», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», SPIN-код: 3966-1391, e-mail: a.kopacheva@mmu.ru

**Kopacheva Alexandra Romanovna** - candidate of philological sciences, Associate Professor, Head of the Department of Romano-Germanic Philology and Oriental Studies, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Кострома Наталья Валерьевна** – старший преподаватель кафедры «Реклама и связи с общественностью», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: n.kostroma@mmu.ru

**Kostroma Natalya Valerievna** – senior lecturer, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY», e-mail: n.kostroma@mmu.ru

**Кузнецов Егор Романович** – обучающийся кафедры «Менеджмент», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: egor\_kuznetc@mail.ru

**Kuznetsov Egor Romanovich** – students of the department of management, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»,

---

**Кузнецова Анастасия Евгеньевна** – обучающаяся кафедры «Гуманитарные науки», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: kuznetsovanastya05@gmail.com

**Kuznetsova Anastasia Evgenievna** – student of the department of humanities, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Куличев Кирилл Михайлович** - обучающийся филологического факультета Шэньчжэньский университет МГУ - ППИ, e-mail: i.nazmetdinova@yandex.ru

**Kulichev Kirill Mikhailovich** - student of the faculty of philology, Shenzhen MSU-BIT University (SMBU)

**Ларина Анастасия Олеговна** – обучающаяся кафедры «Журналистика», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: anastasiaklaus0485@gmail.com

**Larina Anastasia Olegovna** – student in Journalism, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Лемешев Никита Сергеевич** - обучающийся кафедры «Менеджмент», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: nikita20040308lemeshev7@gmail.com

**Lemeshev Nikita Sergeevich** - student of the department of management, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Лещик Илья Валерьевич** - обучающийся направления «Лингвистика», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: tomasfeed92@gmail.com

**Leshchik Ilya Valerievich** - student in the direction of «Linguistics», ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Мамонова Надежда Евгеньевна** – обучающаяся кафедры «Журналистика», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: nadyamamonta@gmail.com

**Mamonova Nadezhda Evgenievna** – student in journalism, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Марущак Илья Иванович** – кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Экономики и управления», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», SPIN-код: 9211-2862, e-mail: i.marushchak@mmu.ru

**Marushchak Ilya Ivanovich** – candidate of economic sciences, associate professor, head of the department of economics and management, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Масеткина Ксения Сергеевна** – обучающаяся кафедры «Журналистика», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: m.ksyusha7@gmail.com

**Masetkina Kseniia Sergeevna** – student in journalism, ANOVO «MOSCOW

**Матненко Нелли Николаевна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и управление», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», SPIN-код: 8689-2390, e-mail: matnenko-nn@mmu.ru

**Matnenko Nelly Nikolaevna** – candidate of economic sciences, associate professor, department of economics and management, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Метелькова Екатерина Павловна** – обучающаяся кафедры «Государственное и муниципальное управление», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: metelkova.yekaterina@mail.ru

**Metelkova Ekaterina Pavlovna** – student of the department of «State and Municipal Administration», ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Михайлова Юлия Игоревна** – обучающаяся кафедры «Гражданское и уголовное право и процесс», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: zntic2002@gmail.com

**Mikhailova Yulia Igorevna** - student of the department of civil and criminal law and procedure, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Морозова Ирина Геннадьевна** - кандидат юридических наук, доцент, доцент кафедры «Юриспруденция», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», SPIN-код: 9957-4781, e-mail: bourre@mail.ru

**Morozova Irina Gennadievna** - candidate of law, associate professor, associate professor of the department of jurisprudence, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Мухлынина Мария Михайловна** – кандидат юридических наук, доцент кафедры «Гражданское и уголовное право и процесс», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», SPIN-код: 2414-8550, e-mail: muhlyninamm975@mail.ru

**Mukhlynina Maria Mikhailovna** – candidate of law, associate professor of the department of civil and criminal law and procedure of ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Надькина Мария Алексеевна** - обучающаяся «Институт иностранных языков», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: nadkina.mari@mail.ru

**Nadkina Maria Alekseevna** - student of the institute of foreign languages, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Назметдинова Ирина Сайрановна** - кандидат педагогических наук, доцент кафедры общегуманитарных наук и массовых коммуникаций АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»; доцент кафедры социологии и медиакоммуникаций ФГБОУ ИВО «Российский государственный университет социальных технологий», SPIN-код: 4650-8470, e-mail: i.nazmetdinova@mmu.ru

**Nazmetdinova Irina Sairanovna** - candidate of pedagogical sciences, associate

---

professor, department of general humanitarian sciences and mass communications ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»; associate professor of the department of sociology and media communications Federal State Budgetary Educational Institution of Inclusive Higher Education «Russian State University of Social Technologies»

**Натертышева Кристина Алексеевна** - обучающаяся, АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: natkristina@mail.ru

**Natertysheva Kristina Alekseevna** - student, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Павлючук Вера Петровна** - кандидат филологических наук, доцент кафедры «Романо-германская филология и востоковедение», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», SPIN-код: 4285-2328, e-mail: v.pavluchuk@mmu.ru

**Pavlyuchuk Vera Petrovna** - candidate of philological sciences, associate professor of the department of romano-germanic philology and oriental studies, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Петров Валерий Станиславович** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и управление», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», SPIN-код: 5737-1216

**Petrov Valery Stanislavovich** – candidate of economic sciences, associate professor of the department of «Economics and management», ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Самадова Евгения Абдуджалиловна** – обучающаяся кафедры «Менеджмент», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: Samadova.01@mail.ru

**Samadova Evgeniya Abdujalilovna** – student of the department of management, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Самакаева Марина Дмитриевна** - кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» SPIN-код: 9140-0911, e-mail: samakaeva-m@yandex.ru

**Samakaeva Marina Dmitrievna** - candidate of economic sciences, associate professor of the department of management, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Самарина Алиса Андреевна** – обучающаяся кафедры «Реклама и связи с общественностью», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: alisasamarina20@mail.ru

**Samarina Alisa Andreevna** – student of the department of advertising and public relations, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Сафонов Даниил Анатольевич** – обучающийся кафедры «Государственное и муниципальное управление», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: danukmmu@gmail.com

**Safonov Daniil Anatolievich** – student of the department of «State and Municipal

**Сведенцова Ирина Николаевна** – старший преподаватель кафедры «Иностранные языки и речевая коммуникация», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**Svedentsova Irina Nikolaevna** – senior lecturer, department of foreign languages and speech communication, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Скороварова Людмила Евгеньевна** - обучающаяся кафедры «Психология», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: skorovarova.lyudmila@mail.ru

**Skorovarova Lyudmila Evgenievna** - student of the department of psychology, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Твердохлебов Влас Станиславович** – обучающийся кафедры «Реклама и связи с общественностью», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: bonterscool@gmail.com

**Tverdokhlebov Vlas Stanislavovich** – student of the department of marketing and public relations, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Толмачев Александр Александрович** – старший преподаватель кафедры «Менеджмент», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», SPIN-код: 4656-0081, e-mail: a.tolmachev@mmu.ru

**Tolmachev Alexander Alexandrovich** – senior lecturer of the department of management, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Толмачева Ирина Вильевна** - кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Менеджмент», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», SPIN-код: 6065-5857, e-mail: i.tolmacheva@mmu.ru

**Tolmacheva Irina Vilievna** - candidate of economic sciences, associate professor, associate professor of the department of management, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Трифонова Елизавета Андреевна** – обучающаяся кафедры «Журналистика», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: lizatrifonova568@gmail.com

**Trifonova Elizaveta Andreevna** – student in journalism, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Филатова Виктория Витальевна** - обучающаяся кафедры «Менеджмент», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: victoria210303@yandex.ru

**Filatova Victoria Vitalievna** - student of the department of management, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Фирюбин Андрей Андреевич** – обучающийся кафедры «Реклама и связи с об-

---

щественностью», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»,  
e-mail: iamfirioubine@gmail.com

**Firioubine Andrey Andreyevich** – student of the department of marketing and public relations, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Фоменко Ольга Викторовна** - кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», SPIN-код: 3155-1690, e-mail: o.fomenko@mmu.ru

**Fomenko Olga Viktorovna** - candidate of economic sciences, associate professor, department of management, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Шульга Виолетта Валерьевна** – старший преподаватель кафедры «Романо-германская филология и востоковедение», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», SPIN-код: 4662-5763, e-mail: violaal@mail.ru

**Shulga Violetta Valerievna** - senior lecturer, department of romano-germanic philology and oriental studies, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Эрнандес Родригес Омар Херардо** - преподаватель кафедры «Романо-германская филология и востоковедение», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: locologico\_cuba@yahoo.es

**Hernández Rodríguez Omar Gerardo** - professor of department of romano-germanic philology and oriental studies, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»

**Якимова Анастасия Александровна** – обучающаяся кафедры «Государственное и муниципальное управление», АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ», e-mail: nastya\_marrkinna@mail.ru

**Yakimova Anastasia Alexandrovna** - student of the department of state and municipal management, ANOVO «MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY»