SCIENCE TIME

Общество Науки и Творчества

Международный
научный журнал

Выпуск №12/2024

Материалы Международных научно-практических мероприятий Общества Науки и Творчества (г. Казань) за декабрь 2024 года

Общество Науки и Творчества

КАЗАНЬ

2024 год

Журнал «Science Time»: Материалы Международных научно-практических мероприятий Общества Науки и Творчества за декабрь 2024 года / Под общ. ред. С.В. Кузьмина. – Казань, 2024.

Выходные данные для цитирования:
Science Time. – 2024. – № 12 (131).

ISSN 2310-7006

Редколлегия:

1. Муратова Н.Ф. – кандидат филологических наук, доцент Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана, г. Ташкент, Узбекистан.
2. Хамракулов А.К. – кандидат педагогических наук, доцент Наманганского инженерно-строительного института, г. Наманган, Узбекистан.
3. Мирзаев Д.З. – кандидат исторических наук, доцент Термезского государственного университета, г. Термез, Узбекистан.
4. Равочкин Н.Н. – кандидат философских наук, доцент Кузбасской государственной сельскохозяйственной академии, г. Кемерово, Россия.
5. Никитинский Е.С. – доктор педагогических наук, профессор Университета «Туран-Астана», г. Нур-Султан, Казахстан.
6. Муталиева Л.М. – кандидат экономических наук, доцент Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева, г. Нур-Султан, Казахстан.
7. Акимжанов Т.К. – доктор юридических наук, профессор Университета «Туран», г. Алматы, Казахстан.
8. Хусаинова Р.А. – доктор фармацевтических наук, доцент Ташкентского фармацевтического института, г. Ташкент, Узбекистан.
9. Ильященко Д.П. – кандидат технических наук, доцент Юргинского технологического института Томского политехнического университета, г. Юрга, Россия.
10. Анисимова В.В. – кандидат географических наук, доцент Кубанского государственного университета, г. Краснодар, Россия.

Материалы данного журнала размещаются в НЭБ eLibrary.

Для студентов, магистрантов, аспирантов и преподавателей, участвующих в научно-исследовательской работе.

© Коллектив авторов, 2024.

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел «Культурология»

Стр. 6 Атаев С.К., Бабаева М.К. Махтумкули Фраги и безымянный дестан «Гюл ве Бюльбюль»
Стр. 11 Атаев С.К., Бабаева М.К. Женский труд у туркмен зарубежья (по прессе зарубежного Востока)
Стр. 17 Голохвастова Н.В. Эволюция категории крепостных служащих в пермских вотчинах Строгановых в конце XVIII-первой половине XIX века: субъективные факторы
Стр. 22 Калеева Ж.Г. Культурный релятивизм в творчестве Маринетт Мортем: расширение границ и создание диалога
Стр. 25 Чарыева О.С. Использование пословиц и поговорок при изучении туркменского земледелия на уроках истории (на примере плодовых и декоративных деревьев)

Раздел «Правоведение»

Стр. 35 Иванников И.А. Правовые коллизии в регулировании деятельности маркетплейсов: судебная практика и пути совершенствования законодательства
Стр. 44 Шутемова Т.В. Об открытости ведомственной статистики (на примере пенитенциарной статистики)

Раздел «Психология и педагогика»

Стр. 47 Давыдова И.В., Давыдов Д.А. Принципы организации самостоятельной работы студентов
Стр. 53 Перегуда С.Н. Нейросемиотический анализ «квадроберов»

Раздел «Экономика, менеджмент и маркетинг»

Стр. 59 Бекахметова А., Широкова Я.А. Этика и прозрачность в маркетинговых коммуникациях: вызовы и практические решения
Стр. 68 Мамбетов А.Х., Темирчев К.Д. Вклад АПК в развитие региональной экономики Кабардино-Балкарской Республики
Стр. 72 Мамбетов А.Х., Темирчев К.Д. Эффективность мер поддержки малого и среднего предпринимательства (МСП) в КБР

СОДЕРЖАНИЕ

Стр. 76. Мосиенко О.С. Социальное самочувствие потребителей в условиях развития российского рынка косметических и косметологических услуг

Раздел «Естественные и технические науки»

Стр. 82 Алефиренко В.М., Денскевич А.Д., Зубрицкий Е Д. Анализ технических характеристик нелинейных локаторов с помощью комплексного арифметического показателя качества
Стр. 87 Алефиренко В.М., Морозова А.Н. Выбор объективов для камер систем видеонаблюдения

Раздел «Здоровье и индустрия красоты»

Стр. 92 Войтенко А.Г. Психофизиологическое обоснование требований к средствам индивидуальной защиты от высокоинтенсивного широкополосного шума
Стр. 96 Ulianova G., Streliaeva A. Robotics in the beauty industry: is it possible to automate eyelash extensions?

МАХТУМКУЛИ ФРАГИ И БЕЗЫМЯННЫЙ ДЕСТАН «ГЮЛ ВЕ БЮЛЬБЮЛЬ»

Атаев Сердар Какамурадович,
к.и.н., старший преподаватель,
востоковед кафедры археологии и этнологии
Туркменский государственный университет имени
Махтумкули, г. Ашхабад, Туркменистан
Бабаева Мая Какышовна,
старший преподаватель кафедры общественных наук,
Туркменский государственный университет имени
Махтумкули, г. Ашхабад, Туркменистан

E-mail: bmaya2227@gmail.com

Аннотация. Работа посвящена феномену безымянного дестана “Гюль и бюльбюль”, его роли в распространении творчества турмен.

Ключевые слова: дестан, Восток, праздник Ноуруз, Праздник роз, безымянный дестан “Гюль и бюльбюль”.

О”Соловье и розе” /”Гюль ве Бюльбюль”/ с таким названием произведения средневековых восточных авторов было не мало. Например, в X веке Исмаил Катиля, Кесаи Мервези; в XII-XIII вв. Фаридаддин Ших Аттар “Бюльбюлнама”; XX в. Мовлана Лутфи “Гюль ве Новруз” / “Цветок и новый день”/; XXIII в. Абдулла Шабенде “Гюль Бюльбюль” /” Цветок и соловей”/; Махтумкули Фраги который довольно часто употреблял в своих стихах эту тему. Как например: “Джигиты”, “Певец”, “Утро”, “Садовник”, “Влюбленный скиталец”, “Семь цветов мира”, “Сад”, “Птица счастья”, “Тоска по Родине” и т.д.

С названием этих птиц средневековые поэты символически обозначали творческие и застойные периоды восточной поэзии. Так, например, IX-XX вв. периодом соловья. К этому периоду относились персоязычные поэты: Рудаки /860-941/ “Ода о старости”, Фердоуси /940-1020/ “Шах наме”, Ибн Сина /980-1037/ “Книга исуиления”, Насир Хосров /1004-1072/ “Ровшен наме”, Гургани /X1 в/ “Вис и Рамин”, Омар Хайям /1048-1123/ “Рубаи”, Нызами Генджеви /1142-1204/ “Пятирица” /”Хамсе”/, Джелаледдин Руми /1207-1273/ “Месневи ве Манави”, Саади /1203-1292/ “Бостан” и “Гюлистан” Хафиз Ширази /1325-1390/ “Диван газали”/ “Сборник стихов”/, Кемал Ходжанти /X1X в/ “8 тыс. бейтов”, Абдурахман Джами /1414-1492/ “Бахаристан”. Что касается застойной период XУ1-X1X вв. символом ее была “Тоты гуш” /”Попугая”/. Об этом упоминается и в стихах Махтумкули Фраги “Сан болсам” Далее на Востоке в честь Новруза устраивали “Праздник роз”, а из глины где посажена роза получали араматное вещество “амра” ранее в банях использовали вместо гыла. Если этот сюжет назывался “роза и глина”, то есть сюжет “соловей и виноград” и

т.д. Ранней весной соловей никогда не садился на виноградную лазу даже ночью, так как усики новой ветви лазы могли обхватить соловья и она беспомощна погибала. В общем каждый восточный автор воспевал соловья и розу по своему украшая их своими сюжетами.

Например, у Исмаил Катиля есть строки:

“Если это растение значить это роза,
Если это железо, значить это золото.
Если это вкусное вещество значить это конфета,
Если это вино то это чистое вещество…”
Кесаи Мервези

“Роза людям как подарок отпущено сверху /всевышним/
Кто принесет домой розу тот будет всегда счастлив.
Эй бакалейщих зачем продаеш розу
Думаеш продав ее ты получиш больше чем розу…”

Махтумкули Фраги/разлученный, псевданим Махтумкули/названные стихи на русский язык переведен А.Тарковским.

Тоска по Родине
В черный день одиночества сонные очи,
Увядая, родную страну будут искать.
В тесных клетках своих опочив о полночи,
Соловьи только розу одну будут искать... [5, с. 20]

Джигиты
Ты взыскан высокой судьбой;
До гроба ты будешь собой,
Фраги, песнопевец седой,
Поющий над розами снова! [5, с. 29]

Певец
Словью – цветок любимый,
Мне Фраги, – народ родимый.
Стих мой скромный, стих гонимый,

Правнук мой произнесет (здесь можно видеть синхронный подход в оценке исторического явления в культурном пространстве) [5, с. 43].

Утро
Ещё почиет роза роз.
Я задыхаюсь и немею,
Не избежав ее заноз,

Над горькой радостью моею (роза с её шипами (это жизнь с её трудностеми) соловей (это человек) который не сбежавшим её заноз) [5, с. 71].

Садовник
Не пресытился мир потаенною горечью слез,-
У меня в пламенеющем сердце сто тысяч заноз
Слишком долго я спал, не гулял я в моем цветнике,
Поглядел поутру – не узнал увядающих роз [5, с. 77].
Влюбленный скиталец
Соль желаний всенародных,
Боль мечтаний полюбил я.
Розу лунную – в небесном
Океане полюбил я,
Соловей – и шум, и ссоры
В Гюлистане полюбил я [5, с. 81].

Семь цветов мира
Соловей свистит:”я тот,
Кто весну полей поет;
Кто над розой слезы льет
А дворец мой – Гюлистан” [5, с. 109].

Сад
Молвит роза: ”В мой чертог
Соловей влететь не мог.
Мой последний лепесток
Обрывает снегопад”.

Соловей:”Моя страна –
Розовая купина;
Дай настроить мне, весна,
Горло на высокий лад!” [5, с. 112] (Птица счастья, перев. Г. Шенгели).

Дай птицу счастья нам, прекрасную Хумай! Туркмены бедные, мы слезы льем рекою. Услыш меня, Аллах, спаси несчастный край; Нам наглый кызылбаш опять грозит войною! [5, с. 7]. Безымянном дестане в первую очередь своими душами обращается к Хумай (птица счастья), но удовлетворительного ответа не нашла).

И так о главном нашего исследования все же кому же принадлежит безымянный дестан “Гюль и бюльбюль” /”Цветок и соловей”/ которую

подготовил к печати в городе Кабуле/ Афганистан/Хаджи Абдул Ахад и Абдул Эзиз.

Перечисленные средневековые авторы старались передать свои идеи через птиц: соловья, Хумай/ мифическая птица счастья или царица птиц/пафлин/ индийский петух/,попугай, куропатка, горлица/ священная птица суфиев/, кукушка активно участвовавщие в этом дестане. Каждый из них величава по своему. Из всех перечисленных главный герой дестана является соловей/человек/ полюбивщий красную розу /жизнь/. Посредником или связистом между соловъем и розой является ранний ветерок под название “Саба”. Некоторые авторы называют её даже божьим дыханием. Дестан написанный на туркменском языке на арабской графике/возможно это перевод с персидского языка так как в тексте много слов с персидского и старо туркменских слов, но читается интересно. Состоит из 48 страниц и 24 частей, каждое из которых имеет свое название: Воспивание соловья о красной розе; Песня соловья Беседа розы с соловьем Через Саба приглощение соловья к красной розе; Прилет соловья к цветнику; Жалоба соловья, что у розы колючие шипы; Приход Саба к розе; Жалобная беседа розы с Сабой; Жалобу розы Саба доставляет соловью, Встреча соловья и розы в цветнике; Соловей читает свои газали /стихи/; Саба дает свои пожелания соловью; Прилет соловья к цветнику; Как соловей читает свои стихи; Встреча соловья с Хумай /птица счастье/; Беседа соловья с павлином, с попугаем; курапаткой, горлицей; кукушкой; Печаль соловья что разлучен с розой; Приход Саба к могиле соловью. В дестане упоминается садовник в клетку которого поподает соловей, который ставит цену 10 золотых для его освобождения. В тексте приводится такие имена, как пророк Мухаммед, Сулейман/библейский царь Соломон, мудрец/, Феттах, Андалиб /соловей /, Навои/мелодичный голос/, Рустам, Джурджани, Джемшит /легендарный шах древнего Ирана/, Фирудун, Хосров Парвиз, Искендер /Александр Македонский/ и другие в стихотворной форме:

Где Рустам, где малик Иран,
Где войны Джурджан и Гурган,
Где Хосров Парвиз, Джемшит и Демхур
Где Искандер известный всему миру…

Краткое содержание дестана такова соловей, как то пролетая над цветником увидел красную розу и полюбил её. Их встречах не малую роль сыграл ранний ветерок именуемая на Востоке “Саба”. Между влюбленными он был хорошой связист. От радости встречь влюбленный соловей пел свои газали / песни / и когда он прилетал в цветник красная роза открывала свои бутоны и становилась все прекраснее. Но одно неудобство у красной розы были острые шипы и подойти к ней близко было очень трудно. Соловей приближаясь

к цветку всегда раниймый улитал. Об этом он жаловался на ранний ветерок, потом мифической птице Хумай, павлину, попугаю, куропатке, корлице, кукушке, но не у кого не нашла поддержки. Каждая из птиц лишь хвалилась и показывали лишь свои достоинства. Все же птицы узнают, что соловей влюбъён в красную розу. В итоге она попадает в клетку садовника. И тогда ранний ветерок просит освободить несчатного соловья, но садовник ведет торг и за 10 золотых обещает освободить соловья на волю. В итоге жизнь соловья кончается плачевно.

Таким образом, взвесив содержание перечисленных авторов о соловье и розе предпочтение можно с уверенностью дать не персидскому поэту Шейих Аттару Нишапури, а классику туркменской поэзии Махтумкули Фраги. Данный дестан несомненно пополнит творческую капилку великого поэта, которое в этом году в Туркменистане торжественно отмечается его 300-летие со дня рождения.

Литература:

1. Брагинский И. С. 12 миниатюр. – М. 1976.
2. Магтымгулы. Сайланан гошгулар. – А. 1976. – С. 112.
3. Хамраев А.Х. Праздник “Красной розы” // Известие АН УЗ.ССР. Сер. общ. Н.Т. – 1958. – № 6. – С. 67.
4. Атаев С.К. Мерв-Кесаи Мервезиның дөврунде. Эдебият ве сунгат. 2015, 29 мая.
5. Классики туркменской поэзии. Избранные стихи. – А., 1955.
6. Атаев С.К. “Билбиль нама” билен танышлык. Эдебият ве сунгат, 2013, 6 сентября.
7. Мирза Абдазимрхан Гургани. Сборник стихов Техран, 1924. – С. 227.
8. Магтымгулы. Сайланан гошгулар. – А., 1976. – С. 148.

ЖЕНСКИЙ ТРУД У ТУРКМЕН ЗАРУБЕЖЬЯ (ПО ПРЕССЕ ЗАРУБЕЖНОГО ВОСТОКА)

Атаев Сердар Какамурадович,
к.и.н., старший преподаватель,
востоковед кафедры археологии и этнологии
Туркменский государственный университет имени
Махтумкули, г. Ашхабад, Туркменистан
Бабаева Мая Какышовна,
старший преподаватель кафедры общественных наук,
Туркменский государственный университет имени
Махтумкули, г. Ашхабад, Туркменистан

E-mail: bmaya2227@gmail.com

Аннотация. Туркменское национальное искусство ковроткачества внесено в Список нематериального культурного наследия человечества ЮНЕСКО. В этой связи хотелось более подробно остановиться на искусстве ковроделия туркмен, проживающих за рубежом.

Ключевые слова: искусство ковроделия, ковровая индустрия, ковроткачество, культурное наследие.

Читая спецкурс по истории средств массовой информации зарубежных туркмен на историческом факультете государственного университета им. Махтумкули, невольно затрагиваешь вопросы их культурного наследия, в частности, ковроткачества. Как известно, туркменское национальное искусство ковраткачества внесено в Список нематериального культурного наследия человечества ЮНЕСКО. В этой связи хотелось более подробно остановиться на искусстве ковроделия туркмен, проживающих за рубежом. В зарубежной прессе стран Востока постоянно публикуются иллюстрированные статьи, рассказывающие о ковровой индустрии туркмен, проживающих в Иране, Афганистане, Пакистане, Саудовской Аравии, Турции и т. д., в которых рассматриваются и вопросы истории происхождения ковровых изделий, этнографические особенности использования традиционных национальных узоров, техника связывания узлов, а также условия их развития, а также подлежащие решению современные вопросы развития ковроткачества.

В статьях, опубликованных в иранских газетах и журналах, таких как «Эттелаат», «Эттелаате-е эктесади», «Наме мордом Айне-е мирос» , «Эктесади Гулистан» , «Сахра», «Япрак», «Фыраги» в частности, в работах Халимберды Адыла «Туркменское ковраткачество и его колоритическое своеобразие» и «Ковровая индустрия нуждается в поддержке», в ряде других сообщений рассказывается о осуществляемой деятельности по развитию ковровой

индустрии, которая ведётся в местах компактного проживания туркмен в Бендер Туркмене, Акгала, Кюмищдепе, Кумбет Кабусе, Келале, Маравдепе, Джергелане и других территориях. Автор отмечает: «В доме каждого иранского туркмена имеется (горизонтальные так и вертикальные) станки, на котором ткут ковры. Ковроделы по 16 часов в день занимаются в своих домах ковроткачеством». До революции (1978/1979гг.) в Туркменсахре ковровая индустрия находилась в бедственном положении. Помещения, в которых ткались ковровые изделия являлись одновременно и местом приёма пищи и детских игр. Ребенок засыпал в объятиях матери под удары коврового гребня. Заработная плата за тяжелый, изнурительный труд была чрезвычайно низкой [1]. После победы Бахманской (февральской) революции с образованием организации“ Движение за созидание ”власти активно занялись улучшением социально-экономического и культурного положения в селах. С 1997 года с образованием новой провинции Гулистан (куда входит и район Туркменсахра) вопросам туркменской ковровой индустрии стало уделяться большое внимание. В частности:

– организовано ковровое предприятие в Туркменсахре, а также государственный надзор за его работой;

– создан банк (фонд) для накопления производителями ковровых изделий финансовых средств, используемых в условиях ухудшения экономического положения дел;

– осуществляются меры по государственному надзору за частными владельцами ковровых предприятий и препринимателями и т.д. [2].

Закон о защите статуса иранских женщин, принятый в 1989 г., в полной мере подтверждает гуманное отношение правительства Ирана к гражданам своей страны [3]. В провинции Гулистан существуют проблемы, возникающие вследствие активного роста в стране фабричного производства. По свидетельству иранского журналиста Абдолреза Назари, в последние годы из-за выпускаемых в большом количестве фабричных ковров интерес к ручным изделиям заметно снизился. В связи с этим в продажу идут ковровые изделия с изоброжением аятоллы Хмейни, ковровые подушки «Пешти бафт», “намазлык”, далее ковровые изделия для домашней утвари:айна габы(футляр для зеркал), чемче-габы(футляр для ложек), дуз габы (футляр для хранения соли), гайчы габы (футляр для ножниц), чувал (вешевые мешки), ковровые сумки, хорджуны (хранение предметов домашнего обихода и т.д.) [7].

Туркменские мастера-ковроделы всегда подтверждают высокое качество своих товаров. Среди них можно назвать фирму Ниязджана Ниязи, Хесель Ханджани из Куммет Кабуса, фирму “Солмаз” (цветоустойчивый). Пури Гурбантяч из Акгала и ряд других десятков фирм. Мастер Ниязи искусствовед одновременн в Куммед Кобусе работал в мастером культурное наследие туркмен, а Хесел Ханджани “куфшан” (“ткач”) в университете обучала девушек этому ремеслу.

В книге исследователя Забихулла Бадаги «Ниязджан и туркменский ковёр» речь идёт не только о туркменских коврах, производимых в Иране, но и подробно повествуется о ковровой индустрии туркмен, проживающих в Афганистане [4]. Об этом часто рассказывается в местной прессе в таких как “Анис”, “Ислах”, “Afghanistan to day”, “Гореш”, “Гунеш”, “Ватандеране туркмен” и т.д. Туркменские ковры в Афганистане в большом количестве производится в городах Довлетабат, Андхой, Алтыбёлек, Акджа, Шибиргант, Герат и т.д.

Вспоминая прошлое, представитель провинции Балх Мухаммед Афзали сообщает: «Раньше производители ковров Джавейджана и Фарьба только в Италию отправляли семь тысяч ковров, при этом получая солидный доход» [5]. В 2005 году правитетельство Афганистана сообщило об освобождении производителей ковров от налогов с целью дальнейшего развития ковровой индустрици в стране, в связи с чем уже по прошествии короткого времени только в северном Афганистане количество людей, занятых в ковровой индустрии, достигло 5,5 миллионов человек [5]. Среди воскрешающих древние тайны туркменского ковра следует назвать имена Мухаммеда Овеза Бадризи, Дурдымурада Чарыбая, Джора Акга, Аннагулы Абдышукура, Абдул Салама и некоторых других мастеров своего дела. В течение около 6 миллионов ковроделов (как женщин, так и мужчин) отправляют за границу 2 млн кв.м. ковровых изделий. В Афганистане для тружеников, занятых ковртказчеством, это ремесло рассматривается не только в качестве древнего высокого искусства, но и как средство преодоления возникающих время от времени экономических затруднений. Ковровщица Зулейха из Шибирганта в интервью, в данном ею корресподенту пакистанской газеты «The news international»? сказала: «Сегодня для того, чтобы свести концы с концами, нам остается только ткать ковры» [6].

В Пакистане ковроткаческое ремесло туркмен заново возраждается, немала заслуга в этом деле принадлежит соотечественникам из Афганистана. На новом месте они сумели быстро наладить производство ручных ковров, продолжив, дело своих отцов и дедов и тем самым, смогли органично интегрироваться в государственную экономику этой страны.

Если с 1947 года кашмирские мастера коврового искусство в стране основали это ремесло, то в начале 80-х годов XX столетия эту профессию взяли в свои руку туркменские мастера. В этой связи можно указать на опубликованные в пакистанской прессе на страницах газет «The news international», «Doon» сообщения и статьи Шахзада Энвери, Ьухаммеда Риязи, в которых рассказывается о значительном росте числа частных ковроткаческих предприятий туркмен в северо-западных провинциях Пакистана-Пенджаб, Синд, Белуджистан и т.д.

В Пакистане туркменские ковры в основном ткутся из шерсти, завозимой из Австралии и Новой Зеландии. Ежегодно ковровые изделия Пакистана экспортируются в США, Германию, Францию, Италию, Англию, Японию.

В 2001 году экспорт ковровых изделий Пакистана в зарубежные страны составил 5,5 млн. кв.м. Эти успехи связаны в первую очередь с трудом прибывших из Афганистана мастеров-ковроделов, число которых достигло 2200 человек [8].

В последующие годы в связи с политической обстановкой в регионе ситуация ковровой индустрии Пакистана менялась. Заметные успехи афганских туркмен в производстве ковровых изделий ручной работы наблюдаются в Саудовской Аравии в г. Джидда, в Турции в г. Токате, в Канаде в г. Торонто.

Ковровые изделия определялось по всем параметрам, плотностью форса, качество шерсти, добавлением шелка или хлопка, художественным оформлением, символические узоры и т.д. Далее, в художественном оформлении ковров обязательно присутствуют зооморфные мотивы, как павлиный узор определяло как символ любви, не говоря уже о птицах соловье, сороки, попугае бытующих в народных сказках, эпосах. В борьбе со злыми духами человеку на помощь являются лощадь (практикуется государственность, по этому петух (звонарь мира), имя “асб” персидские цари добавляли к своим именам. Парушасб, гистасб, тахмасб и т.д.Собака своим лаем отпугивает злых духов. На ковре можно увидеть рога быков или горного барана-это обозначала силу, мужество, рыба-символ достатка, скорпион и змеи-символ тайн и загадок. Форма в виде змейки “s” выражает белого дракона-добра или черного дракона-зла. Таким образом, ковры являются важным историческим источником по которым мы можем судить о передвижениях народов, и их связях, занятиях, верованиях, вкусах и чувствах [9, с. 69]. По данным европейского искусствоведа Ли АЛЛАНА в книге “Племенные ковры” приводятся туркменские ковры афшар, которые расселены в Иране в провинциях Хорасане, Азербейджане, Кермане, Курдистане, а также их не мало проживают и в Турции. Афшарских коврах по сведению автора, обязательно в центре ковра должен размещаться медальон или амулет, под символическим названием “алмаз афшара” со всех сторон оформленной цветами и в окружении птиц в основном соколами. Афшарские ковры цвета темно красный “гырмызы”, светлокрасный “мямиши”, голубой, коричневый, желтый, зеленый, то есть все света радуги. У турецких афшар название узоров гарагаш / черный драгоценный камень/, диогёз/ язык глаз/ , гарагёз / чёрные глаза/. Часто встречается амулеты, туморы, птицы, цветы и т.д. [10, с. 118]. Ли Аллан также останавливается на туркменских коврах Афганистана. Первую категорию ставит ковры изготовляемые в Герате “мёври”/ т.е. мервские/, далее Сарыкские и Довлетабатские узоры или орнаменты; Вторая категория относятся ковры сотканные в Андхое Адтыбёлеке и Акча; к третьей категории-изготовленные в Шибирганде, Гаркыне. Автор также подчеркивает, что некоторые туркменские орнаменты, как мёври в своих коврах ткут пуштуны, узбеки, таджики, аймаки придовая своим коврам качественное содержание. Ли

Аллан подробно останавливается на ковровых изделиях туркмен ёмудов, как Гавса гёл, чувал гел, энси вытканный в геометрической форме. Цвета в основном красный, светло-красный, синий, желтый, коричневый, белый с использованием шёлка [10, с. 118].

В статье иранского искусствоведа Зулейха Гаранджика “Украшение и цвета в туркменских коврах” опубликованная в журнале Ак ёл / “Белый путь” говориться, что по традиции на ковре обязательно должен быть узор “рога горного барана” похоже на месяц, которому туркмены издавна поклонялись, “гуш пендже” (“птичии ноги”) в основном использовались по краям ковров, “дуе боюн” (“верблюжее шея”) тоже символизирует величие, “эрик гуль” (“цветы урюка”), то есть туркмены этот продукт часто использовали в своей трапезе в зимний период, поэтому придают этому узору большое значение в своих коврах, “ йылдыз” / звезда / белым цветом использовались в основном тёмном фоне, мол путоводитель в пустыне для кочующих племен. В Иране их называли “Джамиете мутаррек” – (“кочующие народы”). Далее Зулейха Гаранджик туркменские племеные ковры с гёдями дает название, текинские узоры “теке гёли”, у човдуров – “човдур гёли”, у сарыков “ сарык гёл”, салыров “салыр гёл”, у ёмудов “ёмут гёл”, или же “гавса гёл” которому придают большое значения связывая с птичеми гнездами, особенно птицы под названием “молачик” которая живет на побережье Каспийского моря [12, с. 10-11].

Туркменские рукодельницы не только занимались ковроткачеством но и были мастерами по щитью. На сотканных в ручных станках сукна под названием “кетени” славились не только на Востоке, но и в Европейских странах. В IX-XI вв мервские шелковые ткани, как шанхайские, гилянские путем щелкового пути были вывезены итальянскими купцами сперва в Италию, а оттуда во Францию, Англию, Германию, Голландию и т.д. Вышивкой использовались как в кочевье, так и в оседлости. Мать с раннего детства этому ремеслу учила своих дочерей. По этому поводу у туркмен есть поговорка “Сять дочка сять, пусть твоя рука будет птица, пять друзей/пальцев/” бросит камень в колодец, “ сама одна вершка а борода двух вершков”(имеется ввиду иголка с ниткой), “от безработных и бог отрекся”. Туркмены не любят тех кто бездела сидит, в основном это касались девушек которые не умели ткать и шить.

Шили узоры как в мужских, женских и детских одеждах и каждому придавали астральное значение: Суфийский воротник, красный воротник, узоры на кафтанах или халатах, на тюбетейках. Хотя к сожалению надо сказать, этнические проблемы в современном Иране существуют. По мнению российских специалистов И. Рыжова и И. Бородина, “женщины-туркменки перестали носить колоритный среднеазиатский национальный костюм, перейдя на черную имеется ввиду ношение в стиле хиджаба” [13, с. 107]. Далее, национальные узоры можно наблюдать на домашних утварях, на украшениях лошадей и верблюдов. При

шитье использовалась особая технология, нитки заплетенные в виде косы, узоры в виде рыб тирана, то есть рыба севрюга, хлопковой узор, товук бурун / клюв курицы/, гюльдане-цветочная ваза или поднос и т.д. [14, с. 7].

Подводя итоги, следует отметить, что в вышеупомянутых статьях и сообщениях рассказывается о ковровом ремесле и шитье проживающих в зарубежных странах туркмен и подчеркивается особое место, которое занимает туркменское национальное ковраткаческое искусство и шитье в экономике упомянутых стран.

Литература:

1. Этталаат. 30.04.1984.
2. Этталааte эктысадыет. 16.10.2002.
3. Enjoy defends status of Iranian women // “The news international”. 27.10.1995.
4. Забихулла Бадаги. Нияздҗан ве фруш туркмен. Тегеран. 1992. С. 8.
5. Afghanistan export carpets to Italy // The news international. 28.10.2005.
6. Dreams of new life unravel for Afghan returnees // “The news international”. 05.09.2006.
7. Абдалреза Назари. Зенан ве дохтаран хунарменд галибаг коджа мистанд // “Egtesade Golestan”. 28.07.2005.
8. Refugees leave a void in carpet industry. – “The Gulf Times”. April 30, 2007.
9. Рустанбекова Афет о художественных особенностях азербайджанских ковров// Известие национальной Академии наук Азербайджана. Сер. История, философии и право. Б. 2007. № 8. С. 69.
10. Lee Allane. Tribol rugs a bu yer’s guide. L., 1996. pp. 118.
11. Lee Allane. Tribol rugs a bu yer’s guide. L., 1996. pp. 119.
12. Зулеха Гаранджик. Туркмен халыларың безеглери ве реңклери // Ак ёл. 1371. № 25. С. 10-11
13. Рыжков И., Бородина М. Этнические проблемы в современном Иране // Россия и мусульманский мир. Научно-информационный бюллетень. – 2016. – № 7. – С. 107.
14. Mugul and Andrews. Turkmen needle work. L., 1976. P. 7.
15. Ataýew S.K. Italýan täjirleri beýik ýüpek ýolunyň ugrunda // Bilim. A. – 2019. – № 2. – pp. 44-46.

ЭВОЛЮЦИЯ КАТЕГОРИИ КРЕПОСТНЫХ СЛУЖАЩИХ В ПЕРМСКИХ ВОТЧИНАХ СТРОГАНОВЫХ В КОНЦЕ XVIII-ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЕ XIX ВЕКА: СУБЪЕКТИВНЫЕ ФАКТОРЫ

Голохвастова Наталия Вениаминовна,
Прикамский социальный институт, г. Пермь

E-mail: nata-gol@bk.ru

Аннотация. В статье рассматриваются особенности формирования специфического социального слоя крепостных служащих в горнозаводских имениях Прикамья на примере пермских вотчин известных предпринимателей, политических и общественных деятелей, меценатов Строгановых. Обращается внимание на то, что этот процесс помимо объективных причин был обусловлен и субъективными факторами и носил двусторонний характер, т.е. инициировался как «сверху», со стороны владельцев, так и «снизу» – со стороны крепостных.

Ключевые слова: горнозаводские имения, пермские вотчины Строгановых, крепостные служащие, крепостная интеллигенция.

Одной из своеобразнейших групп в социальной структуре российского общества конца XVIII–первой половины XIX вв., особенно – в структуре уральских горнозаводских имений, являлись крепостные служащие. Они явственно выделялись из массы зависимого населения по характеру занятий, условиям труда и быта, по образовательному и культурному уровню, по своим социально-психологическим особенностям. Появление и закрепление терминов «служители», «служащие» было вплотную связано с первым этапом формирования этого социального слоя, уходящего своими корнями в XVI век, когда только начиналась экспансия сольвычегодских Строгановых на Урал.

Эволюция слоя крепостных служащих на Урале была вызвана, конечно, объективными причинами: потребность в штате специально подготовленных людей, владевших хотя бы минимумом профессиональных знаний, которые бы могли осуществлять управление такими сложными, многоотраслевыми хозяйствами, какими были в конце XVIII-первой половине XIX века горнозаводские имения, в том числе – пермские вотчины Строгановых.

Поскольку действующими лицами всех исторических процессов являются люди, мы считаем необходимым обратить внимание на субъективную сторону этого вопроса.

Вряд ли бы пермские вотчины Строгановых стали одним из культурных очагов в русской провинции этого периода и крупнейших центров формирования

слоя крепостных служащих, если бы их владельцы сами не входили в число высокообразованных людей страны, сыгравших значительную роль в развитии русской культуры. Совершенно естественно, как отмечает В. В. Мухин, что «такие люди, проявлявшие широкое меценатство в российском масштабе, не могли обойти и свои уральские владения, выступая меценатами и по отношению к своим крепостным, прежде всего к крепостной интеллигенции, и к развитию культуры в них вообще» [1]. Конечно, речь, скорее, должна идти не о меценатстве Строгановых, а о проведении ими идеи и практики патернализма по отношению к зависимому населению своих вотчин, который основывался, не в последнюю очередь, на вполне прагматичных представлениях о крепостном населении как основном источнике рабочей силы для сложного социально-экономического комплекса горнозаводской вотчины [2].

Хотелось бы особо остановиться на некоторых специфических чертах, присущих деятельности прикамских вотчинников как субъектов процесса формирования особого слоя крепостных служащих.

Многочисленные факты, встречающиеся в деловой документации строгановских вотчинных архивов, позволяют утверждать, что владельцы на протяжении всего XIX века проводили целенаправленную стратегию по упрочению границ между различными группами внутри массы крепостных, по «консервации» слоя крепостных служащих. Подобная стратегия создавала условия, при которых ряды служащих пополнялись исключительно из их же среды, а перейти из крестьян или мастеровых в разряд служителей становилось практически невозможно. В обособлении, отдалении служащих от остального населения вотчин магнаты видели гарантию нормального функционирования системы управления имением, а, следовательно, – и всего разветвлённого вотчинного хозяйства. Типичным в этом смысле является предписание графа С.Г. Строганова Главному управлению Пермского нераздельного имения от 18 декабря 1858 г.: «В изъявление же моей признательности высшим должностным лицам в имении, я готов принять на свой счёт воспитание способных из их детей в высших специальных заведениях...» [3]. Судьба детей служителей по большей части была предопределена заранее: в «Штатах» по майорату Строгановых оговаривалось, что мальчиков из семей крепостных служащих желательно с 14-16-летнего возраста «употреблять на службу, определять к приличным работам или отдавать в учение какому-либо полезному ремеслу…» [4]. Из специальной «записки», составленной главным управляющим строгановским майоратом В.А. Волеговым в 1846 г., следует, что граф С.Г. Строганов давал незадолго до этого конкретное указание уволить, по возможности, от должностей всех крестьян и заменить их служителями, тем самым, очевидно, поправляя «ошибки» прежних лет, сделанные по объективным причинам (нехватка квалифицированных кадров и, вследствие этого, не очень строгий подход к «социальному происхождению» должностных лиц в вотчине) [5].

Позднее Главная Санкт-Петербургская контора Строгановых более чётко сформулировала принципы, по которым Главное управление майоратом должно вести отбор кандидатов из служащих на получение образования и занятия

впоследствии ответственных должностей в системе управления имением: «Оказывать пособия только в следующих случаях: 1-е. Тем детям, родители которых, занимая высшие места, приносят пользу имению... 2-е. Наиболее способнейшим из детей служащих в таких заведениях, по окончании курса в которых они могли бы с пользою служить в имении... И сверх того, детей низших служащих едва ли следует вытягивать высшим образованием из семейного круга, – для воспитания их достаточны местные училища в имении…» [6]. Таким образом, патернализм Строгановых имел свои пределы, ограниченные интересами вотчины. При этом, как видим, далеко не все представители служителей пользовались привилегиями в получении качественного специализированного образования.

К середине XIX века изоляция крепостных служителей от массы феодально-зависимого населения строгановских вотчин основательно была подкреплена данными им владельцами реальными социальными и материальными привилегиями. Это отчуждение строгановских служащих особенно ярко проявилось при подготовке реформы отмены крепостного права. Узнав о приближающемся освобождении, строгановские крепостные служители высказали не радость, а опасение, что «при уничтожении крепостного состояния дворовые, как не имеющие никакой осёдлости, припишутся к сельским обществам и тем подвергнутся жалкой участи», в ответ на что граф С.Г. Строганов в письме к главноуправляющему В.А. Волегову поспешил успокоить служителей: «Никак нельзя допустить, что класс служителей, стоящий выше крестьян по образованию, будет поставлен в зависимость от крестьянских обществ или, всё равно, предоставлен произволу сословия, не имевшего к нему расположения...» [7].

Благодаря стратегии вотчинников ряды служащих в конце XVIII–первой половине XIX века пополнялись в основном за счёт «воспроизводства». Судя по официальным документам, социальное происхождение крепостных служащих указывалось в них лишь тогда, когда оно представляло исключение из правил. Так, из 643 крепостных служителей Пермского нераздельного имения Строгановых, включённых в общие списки за 1823 год, пометки о социальном происхождении обнаруживаем лишь у 15 человек (что составляет чуть более 2 % от общего числа), из них 7 человек – из крестьян, 6 – из мастеровых и 2 человека – из промысловых работников [8].

Подобную же картину можно проследить и по формулярным спискам служащих Нердвинского вотчинного правления Пермского имения графа Г. А. Строганова (1845–1860 гг.), по «Послужной книге на служащих Ильинского округа» (1845 г.): служащие, являющиеся выходцами из других социальных групп крепостного населения, составляют не более 6 % от общего числа [9; 10]. Переход в «служители» крепостных крестьян или мастеровых (промысловых работников) если и происходил, то был обусловлен настоятельной жизненной необходимостью, и в ранние периоды существования этой социальной категории он, очевидно, был более доступен. Интересен в этом смысле документ вотчинного архива Пермского имения графа Г.А. Строганова, датируемый июнем

1829 г. Это прошение крепостного Ивана Баранова непосредственно самому владельцу, из которого узнаём, что Баранов ещё мальчиком «из преждебывшего... крестьянского общества» был взят среди прочих на службу на Воскресенскую ткацкую фабрику «не собственным желанием, а принуждением», а в текущем году он, по распоряжению вотчинной конторы, в связи с закрытием ткацкой фабрики, должен был вернуться (по прошествии 13 лет) «в первобытное состояние» и «зачислен во крестьяне».

Обращая внимание владельца на то, что, «сей несчастный жребий» из всех бывших служителей ткацкой фабрики пал только на него, Баранов констатирует: «В сём (крестьянском – Н.Г.) состоянии я быть никак уже не могу по тем самым причинам, что пашня и покосы имевшие – часть заложил ещё в малолетстве моём родитель ..., притом де находясь я такое долгое время при фабрике, от всех таковых занятий удалён, да и приспособить к оною себя никак не могу» [11]. Суть прошения Баранова заключалась в том, чтобы ему была предоставлена возможность продолжать службу на владельца в любой должности, т.е. «де-юре» крестьянин, а «де-факто» – служитель просил закрепить его новый статус официально, что и было, в конце концов, сделано, правда, после тщательной проверки конторой реального положения вещей. Данный пример говорит о том, что в начале второй четверти XIX века переход в разряд служащих из других слоёв крепостного населения строгановских вотчин ещё имел место, но только в исключительных обстоятельствах. Упоминания о других фактах подобного рода в документах строгановских архивов первой половины XIX века мы не встречали.

В связи с вопросом о формировании и эволюции слоя крепостных служащих в пермских вотчинах Строгановых хотелось бы еще раз подчеркнуть, что процесс был обусловлен факторами как «сверху», так и «снизу». Комплекс ощутимых социальных и материальных привилегий для категории служителей в пермских вотчинах Строгановых, формировавшийся на протяжении десятилетий и ставший к середине XIX века «объективной реальностью», действовал как центростремительная сила: выходцы из семей служителей в большинстве своем старались закрепиться в этой социальной группе, так как понимали, что статус вотчинного служителя даёт им массу преимуществ, по сравнению с положением крестьян и мастеровых. Минусы своей зависимости от владельца строгановские служащие осознавали, в основном, при сравнении положения крепостного служащего и вольноотпущенного [12; 13; 14; 15].

Результатом этого двухстороннего процесса стало формирование целых династий служащих из среды строгановских крепостных, и более узко – династий служительской интеллигенции, когда из поколения в поколение складывалась цепочка профессионалов в какой-либо отрасли техники, науки, искусства. Династии служащих в пермских вотчинах Строгановых стали широко распространённым явлением, что, с одной стороны, усиливало замкнутость этой социальной группы, с другой – за счёт родственных связей – создавало более благоприятную почву для объединения представителей «служительского класса» в единое целое.

Литература:

1. Мухин В.В. «Строгановский» регион и его роль в формировании культуры дореводюционного Урала // Строгановы и Пермский край. – Пермь, 1992. – С. 5-11.
2. Неклюдов Е.Г. Уральские заводчики в первой половине XIX века: владельцы и владения. – Нижний Тагил, 2004.
3. Ильинский краеведческий музей (ИКМ). Рукоп. фонд. № 1990/108. – Л. 121 об. – 122.
4. Российский государственный архив древних актов (РГАДА). Ф. 1278. – Оп. 2. – Д. 946.
5. РГАДА. Ф. 1278. – Оп. 2. – Д. 978. – Л. 22 об. – 23.
6. ИКМ. Рукоп. фонд. № 1981/102. – Л. 125 об. – 126.
7. ИКМ. Рукоп. фонд. № 1990/108. – Л. 45-45 об.
8. РГАДА. Ф. 1278. – Оп. 2. – Д. 8223. – Л. 8, 25, 54, 56, 66, 85, 88, 89, 102, 104.
9. РГАДА. Ф. 1278. – Оп. 2. – Д. 8055.
10. ИКМ. Рукоп. фонд. № 1963/84.
11. РГАДА. Ф. 1278. – Оп. 2. – Д. 7946. – Л. 14-15 об.
12. ИКМ. Рукоп.фонд. № 1985/103. – Л. 122-122 об.
13. Государственный архив Пермского края. Ф. 613. – Оп. 1. – Д. 92. – Л. 12, 51.
14. РГАДА. Ф. 1278. – Оп. 2. – Д. 1478. – Л. 18.
15. РГАДА. Ф. 1278. – Оп. 2. – Д. 4382. – Л. 37 об., 54-54 об., 74-74 об.

КУЛЬТУРНЫЙ РЕЛЯТИВИЗМ В ТВОРЧЕСТВЕ МАРИНЕТТ МОРТЕМ: РАСШИРЕНИЕ ГРАНИЦ И СОЗДАНИЕ ДИАЛОГА

Калеева Жанна Григорьевна,
Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина,
г. Санкт-Петербург

E-mail: jkaleeva@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена исследованию роли культурного релятивизма в творчестве современной российской художницы и режиссера Маринетт Мортем. Рассматривается, как культурный релятивизм способствует расширению мировоззрения, развитию эмпатии и толерантности, а также созданию уникальных художественных произведений, объединяющих элементы различных культур. Примеры из творчества Маринетт Мортем иллюстрируют, как культурный релятивизм помогает преодолевать культурные барьеры и строить диалог между разными культурными группами.

Ключевые слова: культурный релятивизм, личностное развитие, художник, режиссер, мультикультурализм, межкультурный диалог, символика и образы, искусство и культура

Введение

Современный мир характеризуется высоким уровнем культурного многообразия и глобализации, что делает культурный релятивизм важным фактором личностного роста и профессионального развития, особенно среди представителей творческих профессий. Культурный релятивизм утверждает равную ценность всех культур, независимо от их происхождения и уровня развития, и предполагает оценку культурных норм и ценностей исключительно в контексте их собственной культурной среды.

Цель исследования

Целью данного исследования является анализ влияния культурного релятивизма на творчество Маринетт Мортем и демонстрация его роли в преодолении культурных барьеров и построении межкультурного диалога.

Культурный релятивизм как философская концепция

Исторический контекст возникновения культурного релятивизма. Культурный релятивизм возник в начале XX века как реакция на европоцентризм и колониализм. Его основные идеи были разработаны такими антропологами, как Франц Боас, Бронислав Малиновский и Мелвилл Херсковиц. Они утверждали, что каждая культура уникальна и должна оцениваться исключительно в контексте своих собственных традиций и ценностей.

Основные положения культурного релятивизма

Культурный релятивизм постулирует следующие ключевые положения: Равенство всех культур: ни одна культура не считается выше другой. Уникальность каждой культуры: каждая культура обладает своими специфическими нормами, ценностями и традициями. Необходимость оценки культурных норм в контексте их собственной среды: культурные явления следует рассматривать и оценивать исключительно в контексте той культуры, в которой они возникли.

Биография и творческий путь Маринетт Мортем

Детство и образование. Маринетт Мортем родилась и выросла в мультикультурной среде города Орска, где проживают представители различных этнических групп. Это позволило ей с детства познакомиться с различными культурными традициями и особенностями разных народов. Успешное участие в образовательных программах и конкурсах способствовало ее знакомству с культурными практиками и системами ценностей.

Начало карьеры. Маринетт Мортем начала свою карьеру в сфере режиссуры и живописи, активно экспериментируя с культурными мотивами и заимствуя элементы из разных культур. Ее первые проекты продемонстрировали стремление к созданию произведений, которые объединяли бы элементы различных культурных традиций.

Известные работы. Анализ известных работ Маринетт Мортем показывает, как она применяет принципы культурного релятивизма в своих проектах. В своих фильмах и картинах она использует символику и образы различных культур, придавая им новые значения в зависимости от контекста.

Принципы культурного релятивизма в творчестве Маринетт Мортем

Использование символики и образов различных культур. Маринетт Мортем активно использует символику и образы из различных культур в своих работах. Она берет элементы из разных культурных традиций и творчески перерабатывает их, создавая произведения, которые не только визуально привлекательны, но и стимулируют размышления о культурных различиях и их влиянии на восприятие и взаимодействие людей.

Преодоление культурных барьеров через художественные произведения. Творчество Маринетт Мортем служит примером того, как культурный релятивизм может использоваться для преодоления культурных барьеров. Ее работы помогают зрителям и читателям задуматься о собственных культурных установках и расширить свое понимание других культур.

Влияние культурного релятивизма на расширение мировоззрения и развитие эмпатии, на личное и профессиональное развитие. Применение принципов культурного релятивизма в творчестве Маринетт Мортем способствует расширению мировоззрения и развитию эмпатии. Через интеграцию элементов различных культур в свое искусство она развивает способность к пониманию и принятию других культурных традиций, что отражается в ее работах.

Влияние культурного релятивизма

Расширение мировоззрения. Культурный релятивизм помогает Маринетт Мортем видеть мир глазами других людей, понимать и принимать их ценности и убеждения. Это способствует расширению ее мировоззрения и позволяет создавать более глубокие и многослойные произведения искусства.

Развитие эмпатии и толерантности. Интеграция элементов различных культур в свое творчество способствует развитию эмпатии и толерантности по отношению к представителям других культур. Это позволяет Маринетт Мортем создавать произведения, которые могут быть поняты и оценены людьми из разных культурных сред.

Создание уникальных художественных произведений

Инкорпорация элементов различных культур в искусство Маринетт Мортем способствует созданию уникальных художественных произведений, которые объединяют различные культурные традиции и создают новое, всеобъемлющее видение мира.

Некоторые примеры работ Маринетт Мортем, которые относятся к культурному релятивизму:

1. Комикс «Асоциальное сообщество». В главе «Чур не я» прообраз Безглазого оленя Джерри - японская керамическая фигурка ханивы периода Кофун, обнаруженная в кургане Нохара. Второй персонаж, солнышко-психопат Хару-Хару, вдохновлён персонажем Daycare Attendant (Солнце) из компьютерной игры Five Nights at Freddy's: Security Breach.

2. Мем-провокация с Гарри Стайлсом. Английский певец и актёр представлен в забавной позе и леопардовом костюме. Работа наполнена метаиронией, многослойностью и метафоричностью.

3. Коллаж «Укладчик поддонов - гусеничные головы». Рисунок построен на основе гусениц, сделанных из голов шотландского актёра Дэвида Тенната, известного по роли Доктора Кто в одноимённом британском сериале.

4. Картина «Блондин с катаной». На заднем плане изображена японская пагода, три ряда цветущей сакуры и большое дерево бонсай.

5. Сюжеты детективных игр «Статуэтка, детектив, математик» и «Тыковка, Эндрю Вуд и Музейная кража: Похищенное ожерелье». В них изображаются диалоги между персонажами из разных социальных и культурных групп.

Заключение

Результаты исследования показывают, что культурный релятивизм оказывает существенное влияние на личное и профессиональное развитие Маринетт Мортем. Ее творчество демонстрирует, как культурный релятивизм может служить инструментом для преодоления культурных барьеров и построения диалога между различными культурными группами. Культурный релятивизм является важным фактором личностного роста и профессионального успеха в условиях современного мультикультурного мира.

Литература:

1. Калеева Ж.Г. Культурный релятивизм как фактор личностного развития на примере режиссера и художницы Маринетт Мортем // Матрица научного познания. – 2024. – № 12-1. – С. 686-690.

2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://sic-publ.press/index.php/lc/article/view/242/203

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОСЛОВИЦ И ПОГОВОРОК ПРИ ИЗУЧЕНИИ ТУРКМЕНСКОГО ЗЕМЛЕДЕЛИЯ НА УРОКАХ ИСТОРИИ (НА ПРИМЕРЕ ПЛОДОВЫХ И ДЕКОРАТИВНЫХ ДЕРЕВЬЕВ)

Чарыева Огулнабат Сапарвелиевна,
старший преподаватель кафедры истории Туркменистана, Туркменский государственный университет имени Махтумкули,
г. Ашхабад, Туркменистан

E-mail: bmaya2227@gmail.com

Аннотация. В статье говорится о том, что в сельском хозяйстве нашего народа, наряду с различными сельскохозяйственными культурами, особое значение придается выращиванию плодовых и декоративных деревьев. У наших предков были такие плодовые деревья, как яблони, груши, сливы, персики, виноград, инжир и так далее и такие декоративные деревья, как ива, тополь. Особое внимание уделяется использованию пословиц и поговорок при обучении учащихся, а также выращиванию и значению плодовых и декоративных деревьев.

Ключевые слова: история Туркменистана, наши предки, туркменское земледелие, плодовые и декоративные деревья, яблоки, груши, виноград, ива, тополь, уроки, учебники, методы, последовательность, пословицы и поговорки.

В сельском хозяйстве нашего народа, наряду с различными сельскохозяйственными культурами, большое внимание уделяется выращиванию плодовых и декоративных деревьев. У наших предков были такие плодовые деревья, как яблони, груши, сливы, персики, виноград, инжир и такие тенелюбивые деревья, как ива, тополь и т. д. Всё это подтверждают такие пословицы, как «Кто посадит дерево, тот и съест плоды его», «Если позаботиться о дереве, то будет сад, а если наоборот, то будет гора», Дерево сказало: «Береги меня – и я буду беречь тебя» [7, с. 515], «У меня есть дерево – у меня есть всё» [8, с. 108].

Сегодня важно использовать на уроках и при воспитательной работе с подрастающим поколением пословицы и поговорки о садоводстве, которые наши предки создали своей многовековой мудростью и опытом. Этому наглядно свидетельствуют слова нашего уважаемого Аркадага Гурбангулы Бердымухамедова: «Мы, как наследники древнего туркменского народа, должны найти и возродить культурные и литературные ценности наших предков, оставленные в слоях истории. Это долг каждого сына нашей Отчизны». Исходя со слов нашего уважаемого Гурбангулы Бердымухамедова, мы понимаем, что

необходимо не только изучать наше ценное наследие прошлого, но и решать задачу обеспечения национального образования молодого поколения, соответствующего мировому уровню. В связи с этим уроки по истории Туркменистана приобретают особое значение, потому что при обучении молодого поколения нашему прошлому и национальным принципам целесообразнее, если урок будет организован с использованием разных методов обучения. Поэтому метод использования пословиц и поговорок, позволяющих всесторонне раскрыть содержание изучаемой темы, всегда дает свой положительный результат.

В 7 классе при рассмотрении темы «Возникновение Древнего Хорезмского государства» в учебнике о сельском хозяйстве хорезмийцев приводятся следующие сведения: «Хорезмийцы в основном занимались земледелием. Они выращивали такие плодовые деревья, как абрикос, персик, слива и виноград. Найденные в древних поселениях железные серпы, каменные мельницы, соломы и зерна свидетельствуют о том, что хорезмийцы уделяли сельскому хозяйству большое внимание [3, с. 10]. Учитель даёт в учебнике учащимся такую информацию, как: «Ученики! Как мы видим, наши предки, которые хорошо понимали, что плодовые деревья, наряду с другими культурами, обеспечивали не только пищей, а тенелюбивые деревья служили хозяйственным нуждам, использовали такие пословицы, как "Дерево – зеница ока», «Новый саженец – зеница ока» [8, с. 108], утверждая, что деревья наряду с вышеперечисленными ещё и являются отражением природной красоты. Следует отметить, что наравне с этим наши предки отмечали еще одну особенность деревьев, которую невозможно заменить ничем другим.

Об этом пишет писатель Г. Оразгулиев: «Наука говорит: растущие деревья на одном гектаре земли «всасывают» до 220-280 килограммов углекислого газа и выделяют взамен до 180-220 килограммов кислорода. Это можно назвать «натуральной едой», чтобы 200 человек могли дышать свежим воздухом каждый час [12, с. 40]. Обращаясь к данной информации, учитель еще раз подчеркивает, что растения имеют много полезных свойств. Виноград был одним из самых культивируемых фруктов наших предков с древнейших времен. Если помните, в 6 классе, когда мы проходили тему «Развитие парфянского сельского хозяйства», говорили: «Виноград был одним из самых культивируемых плодовых деревьев парфян. Его выращивали в Парфии, Маргиане, а также в Сумбарской долине» [2, с. 82], основываясь на сведениях учебника, мы подчеркнули развитие виноградарства в Парфии.

Также в 7 классе, когда мы изучали тему «Возникновение и значение Великого Шелкового пути», мы говорили, что «китайские торговцы вывозили из Средней Азии красивых, грациозных лошадей, люцерну, виноград и хлопок» [3, с. 52]. Это показывает, что в Парфянском царстве процветало виноградарство, выращивались различные сорта винограда, вот почему семена

винограда вывозились в дальние страны, – говорит учитель. Это также показывает, что виноградарству с тех времен и до изучаемого нами сейчас периода, уделялось особое внимание. Как вы знаете, это продолжается и в наши дни», – говорит он, связывая изученное на предыдущих занятиях с нашим настоящим временем.

Когда учитель говорит о винограде, он упоминает, что наиболее распространенный способ его размножения – выращивание его с ростка. С этой целью в конце осеннего, в начале зимнего сезонов, перед закапыванием виноградных саженцев в землю, с виноградных деревьев с возрастом не менее 6-7 лет срезают ветки длиной 70-80 см. Затем роют яму и закапывают срезанные палки в землю. Подготовленные таким образом саженцы сажали весной. Виноградные деревья, за которыми правильно ухаживают, начинают плодоносить через три года», – объясняет он, поясняя, что виноград размножается не зёрнами, а ростками. Это способствует применению учениками в дальнейшем изученного материала в жизни.

Ещё есть такая пословица, связанная с уходом за виноградными лозами: «Как ухоженная земля благословенна, так и растущий виноград вкусен». Распространение в разные стороны ветвей винограда называли «раскидыванием веток». После того, как виноградные лозы полностью распускают свои ветки, их для получения урожая в дальнейшем обязательно подстригают с такой целью, чтоб виноградная лоза вкладывала все свои силы на свой рост, а не отдавала на отращивание своих веток. В такие моменты для определения дальнейших действий садовника использовали пословицу «Настоящий садовник – одновременно и ученый, и тиран». Значение этого дано в книге культуроведа А. Эсенова под названием «Земледельческое наследие»: Это выражение означает, что если захочешь посадить сад и получить урожай, то следует, не жалея («Дай врагу подстричь виноград», «Подстриги тутовник друга, а абрикос врага») периодически подрезывать, подстригать лишние ветки деревьев. Впервые это слово мы услышали в середине 70-х годов от известного юмориста Атакопек Мергена. Когда он был в гостях у известного фольклориста Умура Эсена, он не мог не заметить виноградные лозы, небрежно раскинувшие свои ветки; он взял в руку серп и чуть ли не большую часть веток убрал с лоз. Он говорил: «Даже если тебе их жаль, им тебя жаль не будет, настоящий садовник должен быть и учёным, и тираном» [1, с. 46].

Как мы видим, называющиеся в разных частях нашей страны вредные ветки («вредные ветки», «паразитические ветви», «бесполезные ветви», «яловые ветви», «пустые ветви», «губительные ветви», «мужские ветви» и так далее) обязательно стригли для получения хорошего урожая. Такие ветки в старых садах поглощают все удобрения, внесенные с материнского дерева, и весной буйно разрастаются. Они отдавали все свои силы на увеличение своего роста и не приносили никакого урожая. Если истинные садоводы точно знали, какие

ветви не приносят плодов, то многие люди не могли их сразу определить и делали это после того, как лоза зацветала и появлялись первые гроздья спелого винограда. «Это показывает, что каждое дерево имеет свои особенности, и если вы собираетесь стать садовником и получить большой урожай, вам нужно научиться различным методам выращивания растения» – объясняет учитель.

Информация о деревьях преподается последовательно от самых ранних периодов истории до текущего периода, связывая то, что было изучено по предыдущим темам, и тогда учащиеся лучше усваивают информацию о садах. Поэтому, когда учитель рассказывает о сельском хозяйстве по теме «Процветание Хорезмшах-Ануштегинской империи туркмен (продолжение)» в 8 классе говорит: «...выращивались плодовые деревья» [4, с. 117], а также в 9 классе при обсуждении темы «Туркменские государства в Индии» о развитии сельского хозяйства Тогалакского туркменского государства «...Правитель Фируз уделял большое внимание сельскому хозяйству. Для этого рыли колодцы, строили каналы и орошали посевы. Было посажено много плодовых деревьев...» [5, с. 84 с]. При беседе на основе всех вышеперечисленных информаций, помимо сведений из учебника, он подчеркивает, что каждое плодовое дерево имеет свой характер, и служит советом молодому поколению при выращивании плодовых деревьев.

Например, он с целью подчёркивания характера винограда объясняет, почему виноград называют «виноградом нечётным». Это потому, что виноградная лоза любит расти сама по себе. Наши предки обращали внимание на эту особенность и при построении беседок выбирали одну из ветвей винограда и давали ей расти. Если лозам позволить расти по проволокам на беседках по отдельности, она росла в длину и давала хороший урожай, а из «поврежденных ветв» ничего не вырастало.

В целом, чтобы получить качественный урожай не только с винограда, но и с других плодовых деревьев, с учетом погодных условий и географического положения сабов (вид дерева), начиная с января и продолжая эту работу до февраля каждого года, подрезывали, подравнивали ветки различных деревьев. Эта работа сначала проводилась в таких деревьях, как яблони, груши, а затем в таких косточковых деревьях, как слива, вишня, алча и абрикос. Словом, плодовые деревья не только должны были быть посажены, но и требовали соответствующего ухода. Плодовые деревья поливали в декабре-январе, если в эти месяцы воды не хватало, считалось необходимым поливать не менее 1 раза в течение февраля. Об этом свидетельствует пословица «Виноградная лоза, пившая воду, в первые месяцы зимы, никогда не будет испытывать жажду» [7, с. 519]. Этими словами они объясняли важность полива виноградной лозы в холодное время года. При этом они подчеркивали, что, когда лоза готова к сбору урожая, ее не следует поливать слишком много. Если много поливать

виноград, он получался водянистым и с низким содержанием сахара, поэтому виноград начинал портиться сразу после сбора.

У полива деревьев в холодное время года была ещё одна важная сторона. Мягкая погода в конце зимы приводила к тому, что деревья рано просыпались и рано зацветали. После этого в течение пяти-шестидневных морозных дней в начале весны, называемом «узловыми заморозками», цветы и плоды цветущих садов могли пострадать от холода и нанести большой вред урожаю. Поэтому для защиты деревьев от холода использовались различные методы, одним из которых был полив растений в холоде, то есть в начале зимы. Здесь пропитавшаяся почвой вода превращалась в лёд и держала в прохладе корни деревьев. Но, а если в холодное время деревья оставались без полива, то в этом случае раскапывали дно растений и закапывали в почву лед. Такой лёд, зарытый в почву, также помогал избавлению от различного вида вредителей.

Словом, если бывают холодные дни, когда цветут плодовые деревья, когда их может ударить холод, то для защиты садов от холода, в местах, где нет опасности пожара, если там дует ветер, также бывали случаи, когда задымляли деревья с помощью сжигания шкуры животных и хвороста, – рассказывает учитель о выращивании деревьев.

Информацию о методе защиты виноградных лоз от холода давали через пословицу: «Зимой-могила, весной – базар». «Так как в северной провинции нашей страны зимой холодно, в последние месяцы осени, пока земля не замерзала, закапывали ветви винограда, да так, чтобы его ветки не сломались. Это делалось для того, чтобы защитить лозу от холода и сделать ее плодоносной. Таким образом, виноградные ветви, закапываемая в землю для защиты от холода, была подобна могиле. Не замерзший на морозе виноград приносил весной богатый урожай», – объясняет учитель с целью заинтересовать учащихся и сделать урок более познавательным. Таким образом, ученики также знакомятся с методами выращивания винограда и изучаемая тема связывается с предыдущими занятиями.

Учитель объясняет: «Кишмиш (сушёный виноград) готовили для того, чтобы виноград ели не только, когда он созрел, но, чтоб его можно было бы использовать в пищу в течение всего года. Кишмиш в основном готовили с бескосточковых виноградов. Об этом давали понятие через такую пословицу: «Едите кишмиш, будет вам и косточка» [7, с. 167]. Эта пословица рассказывает о сборе и заготовке винограда.

С помощью пословицы «У винограда крапы появились» имели в виду, что настала пора брать кишмиш от винограда. Причина, по которой так говорили, состоит в том, что сначала начинала чернеть та сторона винограда, которая была обращена к солнцу, а затем начинали чернеть другие стороны. В такой ситуации в народе использовалась поговорка: «У винограда крапы появились, значит кишмиш созрел, это день, когда виноград засыхает…» Сбор винограда

начинался в августе и продолжался до конца сентября» [11]. Так учитель обращается к информации о приготовлении сушеного винограда. Учитель также обращается к информации для дополнительного чтения и показывает учащимся пример самостоятельного чтения. Он также объясняет необходимость и важность самостоятельного чтения учащимся.

В 10 классе, когда обсуждается тема «Земледелие Туркменистана», в учебнике говорится о посаженных и выращиваемых плодовых садах: «В Ахалском, Мургапском, Лебапском велаятах, Этрек-Гургенских долинах выращивали такие плодовые деревья, как виноград, абрикос, сливы, яблони, возделывались инжир, гранат, джида [6, с. 35]. Учитель: «Как сказано в вашем учебнике, одним из деревьев, возделываемых нашими предками, была яблоня. Сегодня, как и раньше, выращиванию яблонь придается особое значение. Поэтому учитель обращается к таким пословицам, как «Польза от яблока снаружи, вред внутри, а вред от абрикоса снаружи, польза внутри», «Яблоко (груша) от яблони недалеко падает», «Яблоко созрей и попади в мой рот» и поясняет их значение. А через пословицу «Яблоко в солёную землю, а грушу в пресную землю» [7, с. 512] даёт информацию о лучшем месте для посадки яблони. «Они напоминают нам, что каждый может сажать разные культуры, никого не спрашивая и обращаясь только к пословицам», – объясняет учитель о яблонях.

О том, что наши предки выращивали вместе с яблоней ещё и грушу, свидетельствуют такие пословицы, как «Грушевое дерево яблок не даст» и «Здоровая груша не растет недозревшей». «Потому что недозревшая здоровая груша никогда не падает на землю» – говорит он в середине своей речи и приводит слова специалиста: «...груша относится к семейству цветковых растений, дерево достигает до 15 метров высоты, цветки белые, имеют округлые или яйцевидные листья. Центральная Азия считается одним из самых древних мест грушевых деревьев. Сегодня в современных условиях выращиваются летние, осенние и зимние сорта этого растения.

«... Некоторые виды грушевых деревьев ценны также как декоративные деревья. Его красновато-коричневую древесину используют при производстве мебели» [9]. Ученики! Как видно из рассказа о груше, это дерево было одним из садов, издревле возделываемых нашими предками. Если вы смогли вообразить себе грушевое дерево, то состав груши, о его значении для организма человека и многое другое можно узнать из предмета биологии, в этапе, где она изучает растения. Таким образом, устанавливается связь нескольких предметов.

Когда учитель говорит о плодовых деревьях, он также даёт ученикам информацию о джидах. Он говорит: «Джида, который, как сказано в учебнике, выращивался вместе с другими плодовыми деревьями, был одним из самых полезных деревьев. Согласно легенде, джида когда-то был молодым человеком с короткими волосами, в красном халате и в белой рубашке. В этой легенде

говорится, что внутренняя часть плода джида белая, а косточка красная, то есть другая часть дерева джида содержит информацию, позволяющую узнать его тогда, как только вы его увидите».

Более мясистую форму джиды называли «сытная джида», а меньшую форму, как курага, называли джигерек. Те, кто отправляются в дальние путешествия, носили его с собой как пищу, которая не портится и всегда является очень сытным».

Наряду с этим, в теме «Земледелие туркмен» о выращивании нашими предками тутовника Мерв, Лебап и Северный Туркменистан уделяли особое внимание выращиванию тутовых деревьев. Массовая посадка тутовых деревьев во многом способствовала развитию производства шелка в нашей стране» [6, с. 36], в местах посадки тутового дерева, сведения о его вкладе в развитие шелководства можно дополнить тем, что тутовое дерево – одно из самых полезных и плодоносных деревьев. Они создали такие поговорки, как «Тот, кто один раз посадит тутовник, тот сто лет пожнёт плоды алмазами», «Если хочешь есть масло и одевать шёлковую одежду, то посади тутовник», «Из листьев тутового дерева можно сделать даже атлас (вид ткани)». Посредством этих поговорок объясняется, что листья тутового дерева являются основным источником шелкопрядства, а коконы тутового шелкопряда – источник драгоценного шелка. Также достичь всестороннего изучения темы можно, подчеркнув, что тутовник – очень полезное дерево. В это время ученикам необходимо призвать посадить тутовые деревья.

В пословице «Подожди год после посадки тутовника– получишь золото на сто лет» [7, с. 517], сказано, что тутовое дерево живет долго и служит пищей тутового шелкопряда. Объяснение смысла примеров, связанных с шелковицей, помогает полностью раскрыть смысл темы.

Через пословицу «Листья ивы и осокоря (вид дерева) не так хороши, как листья тутовника» объясняется, что лист тутового дерева имеет уникальное различие от листьев других деревьев, из его листьев получают шелк, даже если листья двух других деревьев соединить, он не может заменить тутовый лист, если весенние листья тутового дерева будут использованы в качестве корма для тутового шелкопряда, если использовать осенние листья до наступления холодов при кормлении скота, он очень будет им полезен. раскрывается посредством передачи. Называя отличительные черты дерева, учитель говорит, что польза от листа тутового дерева многочисленна, а также дает информацию о растении.

Также учитель связывает данную тему с темой, изученной в 7 классе на уроке истории Туркменистана, «Происхождение и значение Великого Шелковой пути». Он: Ученики! Если помните, в 7 классе, когда мы изучали тему «Происхождение и значение Великого Шелкового пути», мы узнали, что китайцы первыми освоили метод получения шелка из тутовых червей, питающихся листьями тутового дерева, а шелк был основным товаром Китая, на

«Великом шелковом пути», относящемуся ко II веку до н.э. С учетом этого торговый путь получил название «Великий Шелковый путь» [3, с. 52]. Таким образом, учитель напоминает учащимся то, что они узнали ранее о шелке и его свойствах. Так, он отмечает, что производство шелка продолжалось и в XVIII-XIX веках.

О том, что плоды тутового дерева созревают раньше других плодов, а именно в конце мая, говорит пословица «Дитё спешит, а тутовник созреет во время сезона».

«Наш уважаемый Гурбангулы Бердымухамедов в своей многотомной научно-энциклопедической книге «Лекарственные растения Туркменистана» упоминает, что высушенная и измельченная в виде плода, листьев, коры и корня тутового дерева веками применяется в народной медицине при лечении от желудочных, сердечно-сосудистых и других заболеваний. Всё это ясно показывает, что дерево очень полезное.

Наши предки использовали не только листья и плоды тутового дерева, но и делали из него дутар (музыкальный инструмент). С молодых веток готовили такие блюда, как белке и борек, специальные заготовки – черпаки.

Тень тутового дерева была также очень полезна для здоровья человека.

Сохранились традиции, свидетельствующие о том, что наши предки придавали особое значение выращиванию таких деревьев, как ива, чёрная тополь, кипарис, которые сажают для тени, строительства и топлива, наряду с плодовыми деревьями. Такие поговорки, как «Из ивы не сделаешь бревно, а из пня – возлюбленного», «Ветка того времени давно уже срублена», «На кипарисе не будет плодов», «Пройдёт день, пока вырастит из земли тополь» показывают, что наши предки умели правильно использовать эти деревья.

Среди декоративных деревьев в садах наших предков одним из наиболее широко посаженных деревьев была ива. Из ивняка изготавливались пороги, двери, рамы для туркменской кибитки, а также орудия труда, такие как лопата, кувалда, серп, нож, молоток. Помимо этого, они использовали древесину для покрытия крыш своих домов, изготовления реек для коров и других мест. Помимо прочего, из него очень умело делали расчёски для девушек.

Дерья Ашир пишет о значении поговорки «Ивняк эмалированный, а ива полированная», в которой говорится, что ветви дерева ивняк, кора которого снята, блестят, как будто их отполировали, и это одна из природных особенностей ивняка...

Полированная ива выглядит так, будто его отполировали. Светится золотом, как будто ромашка или цветки нарцисса» [10].

В туркменском сельском хозяйстве это было одно из деревьев, которые с любовью сажали и выращивали на берегах заболоченных мест и на опушках лугов. Его использовали для покрытия крыш жилых домов и сараев для скота, а также в столярных работах. По этой причине были созданы отчеты, в которых

информация о дереве данных обобщается в полной мере и не требует пояснений покороче. Например, через пословицу «Тень тополя не достигнет его низа» объяснили особенность роста дерева тем, что дерево прямостоячее, его ветви почти прикреплены к нему и оно растет вертикально.

Поговоркой «Тополь – сильный, но от ножа ему всё равно не уйти» они объяснили, что дерево в основном используется как строительный материал, а когда его разрабатывают и ремонтируют, то в основном используют ножи.

Как говорится: «Посадишь саженец – будешь жить вечно» [7, с. 516], в настоящее время в стране уделяется большое внимание посадке деревьев, следует отметить, что эта работа продолжается в соответствии с требованиями законодательства.

Связывая с темой, учитель объясняет про уникальность, про использование можжевельников: «Наши предки умели соответствующим образом использовать не только декоративные деревья, выращиваемые в оазисах, но и пустынные растения, растущие на песке, такие как саксаул, кандым". Смысл поговорки «Ель в горах, а можжевельник в пустыне» состоит в том, что ёлка, растущая в горах, тверда, как камни, и в то же время аналогична можжевельнику пустынному при сравнении, т. е. посадив дерево с елью горной, человек выяснял, что можжевельник – очень крепкое и плотное дерево, поэтому никогда не трескается. Можжевельник растет как на равнине, так и на песке. Растения, растущие в почве, были колючими и беловатыми, а те, что росли в песке, имели коричневый оттенок, напоминающий цвет песка. Можжевельник проживал более ста лет, поэтому пастухи использовали его в качестве изгороди во внутренних стенках колодцев. Наряду с этим люди в пустыне мастерили из можжевельника палки для пастухов. Потому что устойчивая к железу и жесткая палка служила пастушескому делу и сильно помогала пастуху и его помощнику при угрозе хищных животных.

В настоящее время, учитывая полезные стороны деревьев и растений, помимо выращивания плодовых и декоративных деревьев, коллективно выращивают и сажают такие пустынные растения, как сазак, кандым, черкез.

Возникновение пословиц и поговорок о садоводстве является свидетельством богатого опыта наших предков в этой области.

Именно поэтому письменные источники сохранили впечатляющие сведения об уникальной туркменской стране», – объясняет учитель.

Тот факт, что каждая информация, представленная в учебнике, наряду с другими, объяснена пословицами и поговорками наших предков, помогает учащимся расширить свои представления и кругозор о жизни туркменского народа. В общем, изречения наших предков – это их мудрость. Они являются неиссякаемым источником воспитания молодого поколения любви к своему Отечеству, Родине, труду и профессии.

Литература:

1. Алламурат Эсен. Наследие Бабадайхана. – А., «Магарыф», 1994.
2. Эсенов Б. и др. История Туркменистана. Учебник для VI класса общеобразовательной школы. – А.: Туркменская государственная издательская служба, 2019.
3. Эсенов Б. и др. История Туркменистана. Учебник для VII класса общеобразовательной школы. – А.: Туркменская государственная издательская служба, 2019.
4. Экаев О. История Туркменистана. Учебник для VIII класса общеобразовательной школы. – А.: Туркменская государственная издательская служба, 2020.
5. Экаев О. История Туркменистана. (XI-XVI вв.). Учебник для IX класса общеобразовательной школы. – А.: Туркменская государственная издательская служба, 2021.
6. Нурыев А., Нурыев Г. История Туркменистана. Учебник для X класса общеобразовательной школы. – А.: Туркменская государственная издательская служба, 2023.
7. Источник мудрости. – А.: Туркменская государственная издательская служба, 2016.
8. Туркменские пословицы и поговорки. Под ред. Б. Мамметязова и Н. Эсенмырадова. – А.:Просвещение, 1989.
9. Аннамухаммедов С. О деревьях и плодах // Газета для учителей. 2024. 2-ое октября.
10. Дерья Ашир. Таинственная ива // Плодородная почва. 2020. 14-ое августа.
11. Матджанова Х. У винограда крапы появились // Плодородная почва. 2022. 14-ое сентября.
12. Оразгулыев Г. Если посетишь устюрт… (со сборника «Бытовые сказки») // Родина. 2008. № 6.

ПРАВОВЫЕ КОЛЛИЗИИ В РЕГУЛИРОВАНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАРКЕТПЛЕЙСОВ: СУДЕБНАЯ ПРАКТИКА И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Иванников Иван Андреевич,
юрист-эксперт в области e-commerce litigation
и защиты прав продавцов на маркетплейсах,
ИП Иванников Иван Андреевич, Испания, г. Мадрид

E-mail: ivannikov.int@gmail.com

Аннотация. В статье анализируются правовые коллизии, связанные с регулированием деятельности маркетплейсов в России. Исследование охватывает проблемы неопределённости правового статуса платформ, смешения договорных моделей, налоговых и трансграничных споров. Представлен сравнительный обзор зарубежного опыта (ЕС, США, Китай). Сделан вывод о необходимости принятия в России специализированного закона о цифровых платформах, введения легального определения маркетплейса, разграничения ответственности сторон и внедрения механизмов саморегулирования в форме кодексов добросовестного поведения.

Ключевые слова: маркетплейс, цифровая платформа, правовые коллизии, потребительские споры, агентская модель, трансграничная торговля, законодательство, саморегулирование, судебная практика, регулирование электронной коммерции.

Актуальность исследования

В условиях стремительного роста электронной коммерции маркетплейсы становятся ключевыми субъектами цифровой экономики, активно трансформируя традиционные модели торговли. Их роль как посредников между продавцами и покупателями усиливается, однако законодательное регулирование их деятельности в России остаётся фрагментарным, что порождает многочисленные правовые коллизии. Отсутствие унифицированного правового статуса маркетплейса, размытые границы ответственности сторон, а также несогласованность норм гражданского, налогового и потребительского права создают правовую неопределённость и увеличивают судебную нагрузку. Особенно остро проблема проявляется в спорах между пользователями платформ, операторами и государственными органами, где отсутствует устоявшаяся судебная практика и единообразный подход.

Кроме того, активное развитие трансграничной торговли через цифровые платформы требует от национального законодательства адаптации к международным стандартам и вызовам, связанным с юрисдикцией, защитой данных и конкуренцией.

Таким образом, исследование правовых коллизий в регулировании деятельности маркетплейсов приобретает особую значимость в контексте выработки комплексных правовых решений, направленных на обеспечение баланса интересов всех участников платформенной экономики и повышение финансово-правовой безопасности государства.

Цель исследования

Целью данного исследования является выявление и систематизация правовых коллизий, возникающих в процессе регулирования деятельности маркетплейсов в Российской Федерации, анализ соответствующей судебной практики, а также формулирование предложений по совершенствованию правового регулирования данной сферы с учётом отечественных реалий и международного опыта.

Материалы и методы исследования

В работе использованы методы сравнительно-правового анализа, формально-юридический метод, анализ вторичных эмпирических данных, содержащихся в научных публикациях, статистике ФНС РФ и докладах международных организаций. В рамках исследования обобщены и систематизированы положения нормативных правовых актов Российской Федерации, Европейского союза, США и Китая, применяемых к регулированию цифровых платформ и маркетплейсов.

Результаты исследования

Маркетплейс – это полисемантический термин, под которым, как правило, понимают массовую электронную торговую площадку, на которой выгодоприобретатели осуществляют покупку какого-либо блага посредством заключения сделки с непосредственным продавцом данного товара или 3-м лицом-площадкой, которое действует от имени продавца или от своего имени, но на основании договора с первоначальным собственником, который изъявил желание реализовать товар [4, с. 427].

Современное правовое регулирование деятельности маркетплейсов в России базируется на совокупности норм гражданского, налогового, потребительского и информационного права.

Сложность правовой квалификации маркетплейсов обусловлена многообразием организационно-правовых моделей их функционирования. Крупные платформы, такие как Ozon, Wildberries, Яндекс.Маркет и AliExpress, используют сразу несколько схем взаимодействия с продавцами:

1. Реализация собственных товаров, закупленных от имени маркетплейса (модель retail).

2. Продажа товаров от имени продавца, доставляемых силами платформы, при этом товар хранится у продавца (модель FBS).

3. Продажа от имени продавца с хранением на складе маркетплейса и логистикой со стороны платформы (модели FBO, FBW).

4. Продажа от имени продавца с самостоятельной доставкой продавца (так называемый real FBS, например, на Ozon).

Такое многообразие приводит к смешению агентских, комиссионных и розничных элементов в правоотношениях, что затрудняет однозначную квалификацию договоров и вызывает расхождения в судебной практике и правоприменении.

Сравнительный анализ правовых моделей маркетплейсов представлен в таблице 1.

Таблица 1

Сравнительный анализ правовых моделей маркетплейсов

Модель функционирования	Правовая квалификация	Пример маркетплейса	Ключевые особенности
Агентская	Агентский договор (ст. 1005 ГК РФ)	OZON, Wildberries	Платформа действует от имени продавца
Комиссионная	Комиссия (ст. 990 ГК РФ)	AliExpress	Платформа выступает от своего имени, но за счёт продавца
Купля-продажа с логистикой	Договор купли-продажи (ст. 454 ГК РФ)	Amazon, Ozon, Wildberries, Яндекс.Маркет, AliExpress	Платформа выкупает товар и реализует самостоятельно
Гибридная	Комбинация договоров	Яндекс.Маркет	Варьируется в зависимости от категории товара

С точки зрения источников права, регулирование маркетплейсов происходит опосредованно через нормы:

1. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», особенно в части дистанционной торговли;
2. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» – в части цифровых платформ;
3. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» – в части ответственности за размещаемую на платформе информацию.

Противоречия между этими нормами становятся основой коллизий. Например, при определении, кто несёт ответственность за качество товара: маркетплейс или фактический продавец.

Отдельного внимания заслуживает анализ взаимодействия маркетплейсов с государственными структурами. Согласно статистике, более 55% жалоб потребителей на онлайн-торговлю приходится именно на маркетплейсы, но отсутствие унифицированного подхода к ответственности платформ осложняет правоприменение.

Рисунок 1 иллюстрирует сложность правового статуса маркетплейсов в зависимости от применяемой бизнес-модели.

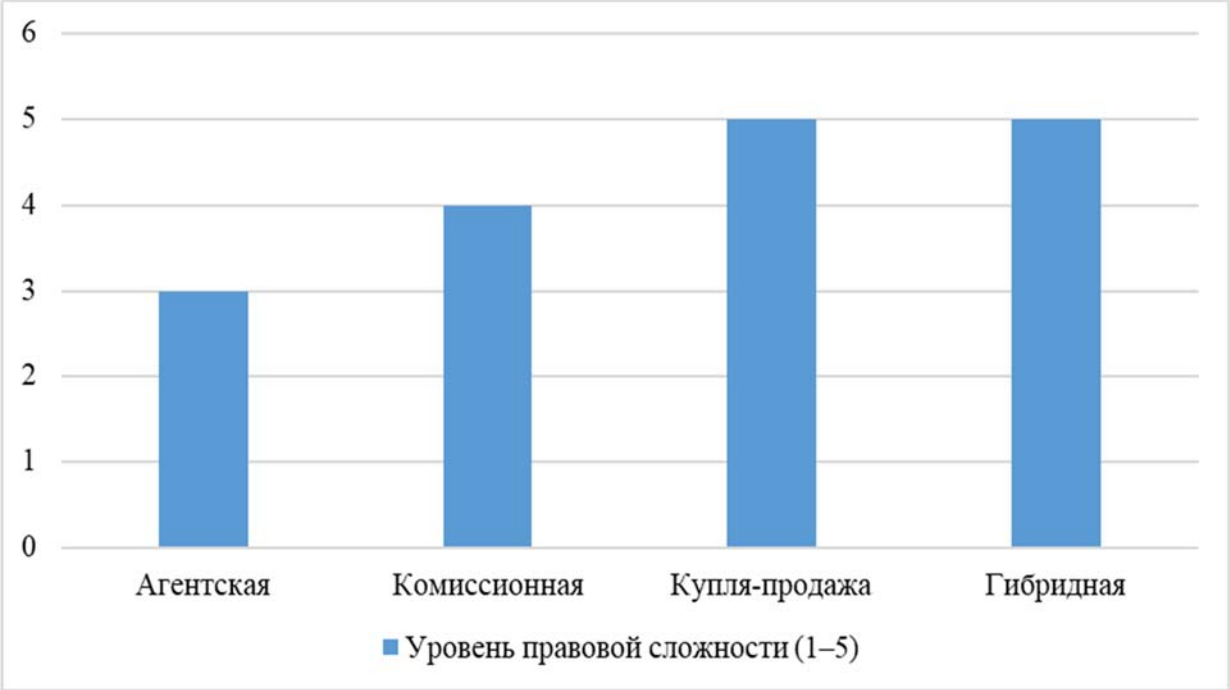

Рис. 1 Правовой статус маркетплейсов
в зависимости от бизнес-модели

Таким образом, на текущем этапе маркетплейс в российском праве существует как правовая конструкция, не обладающая самостоятельным статусом, а реализующаяся через совокупность договорных связей, регулируемых ГК РФ и иными актами. Это создаёт риски как для потребителей, так и для платформ, особенно при возникновении споров и коллизий с государством. Вывод о необходимости правовой кодификации в данной сфере становится логическим следствием выявленного теоретико-правового дисбаланса.

На фоне ускоренной цифровизации и роста электронной торговли маркетплейсы стали структурообразующим элементом современной экономики. Однако в правовом регулировании их деятельности сохраняются многочисленные коллизии, порождённые фрагментарным подходом законодательства и нормативной неопределённостью. Эти противоречия системного характера фиксируются как в научной литературе.

В таблице 2 представлена систематизация ключевых коллизий.

Анализ судебной практики в Российской Федерации за период 2020-2023 годов показывает резкий рост числа дел, связанных с деятельностью маркетплейсов. Основные категории судебных дел по маркетплейсам и их особенности представлены в таблице 3.

Таблица 2

Основные правовые коллизии в регулировании маркетплейсов

Категория правовой коллизии	Описание конфликта	Последствия в правоприменении
Нормативная неопределённость статуса платформы	Разные трактовки в ГК РФ, Законе № 2300-1, НК РФ и др.	Расплывчатая ответственность, спорные судебные решения
Конфликт агентских схем и налогообложения	НДС и расчёт налогов не соответствует сути договоров	Риски доначислений, блокировки расчётных счетов
Оферты, ограничивающие ответственность	Условия противоречат Закону «О защите прав потребителей»	Отдельные судебные случаи признания положений ничтожными
Нарушение требований закона о персональных данных	Не всегда ясно, как именно обеспечивается защита и передача данных между платформой, продавцом и логистическим подрядчиком	Санкции Роскомнадзора, судебные иски
Несогласованность договорных и технических механизмов	Некоторые сервисы затрудняют или откладывают выполнение юридически значимых действий (например, передача уведомлений об акцепте, возврате, аннулировании)	Увеличение числа споров по недействительности сделок

Таблица 3

Основные категории судебных дел по маркетплейсам и их особенности

Категория спора	Краткая характеристика	Типичный исход или тенденция в судах
Споры с потребителями	Возврат средств, споры по качеству, гарантийные обязательства	Платформа часто привлекается как солидарный ответчик
Продавцы против платформ	Удержание выплат, блокировка аккаунтов, штрафы	Как правило, суды признают действия платформ правомерными, ссылаясь на условия пользовательских соглашений и свободу договора. Продавцам сложно доказать неправомерность начисления штрафов
Споры с налоговыми органами	НДС, налог на прибыль, агентские схемы	Суды зачастую поддерживают позицию ФНС, признавая реальным агента маркетплейс или возлагая обязанность уплаты НДС на продавца. Требуется углублённый правовой анализ и аргументация экономической сути операций
Трансграничные споры	Покупка у нерезидента, невозможность подачи иска в РФ	По ряду дел суды отказывают в принятии иска в связи с иностранной юрисдикцией, однако в отдельных случаях маркетплейс может быть признан ответчиком, если он выступал посредником сделки и размещал оферту на территории РФ

Рисунок 2 демонстрирует структуру судебных споров с участием маркетплейсов по категориям.

Рис. 2 Структура судебных споров с участием маркетплейсов

Зарубежный опыт показывает, что успешное развитие маркетплейсов требует комплексного подхода со стороны государства. Регулирование должно быть сбалансированным, чтобы обеспечить защиту прав потребителей и предотвратить монополизацию рынка.

Европейский союз демонстрирует наиболее формализованный и прогрессивный подход. С 2022 года действует Регламент ЕС 2022/1925 Digital Markets Act, DMA) о цифровых рынках, который устанавливает правовой статус так называемых «gatekeepers» – крупнейших цифровых платформ.

Маркетплейсы, подпадающие под критерии gatekeepers, обязаны:

– обеспечивать прозрачность алгоритмов ранжирования товаров;

– недискриминационно относиться к сторонним продавцам;

– воздерживаться от использования данных продавцов в своих интересах.

В отличие от РФ, где права и гарантии потребителей закреплены на уровне федерального законодательства, в США соответствующее регулирование осуществляется преимущественно на уровне штатов. Однако, несмотря на отсутствие единого источника права, который бы регулировал ответственность владельцев агрегаторов на всей территории США, в судебной практике различных штатов с 2020 года стал формироваться подход, свидетельствующий о постепенном расширении пределов ответственности таких субъектов.

Первым таким прецедентом, получившим широкое обсуждение в профессиональном сообществе, стало дело Bolger v. Amazon.com67. В рамках

данного дела потребитель потребовал от Amazon компенсации за серьезные ожоги, полученные в результате возгорания аккумулятора ноутбука, приобретенного у стороннего продавца на платформе [3, с. 29].

Китай применяет жёсткий нормативный подход, ориентированный на государственный контроль цифровых платформ. В феврале 2021 года антимонопольным ведомством Китая принято Положение о регулировании платформенной экономики, целью которого является предотвращение и прекращение злоупотребления доминирующим положением в платформенной экономике, защита справедливой конкуренции на рынке, содействие упорядоченному, инновационному и здоровому развитию платформенной экономики, а также защита интересов потребителей. В Положении даны определения терминам «платформа», «операторы платформы» и «бизнес-операторы платформы», приведены характеристики платформенной экономики, отражены особенности применения антимонопольного законодательства в условиях платформенной экономики [2, с. 71].

Так, китайские власти оштрафовали компанию Alibaba на 18,23 млрд юаней ($2,8 млрд) в рамках антимонопольного дела. По итогам расследования регулятор вынес обвинение, что корпорация Джека Ма ограничивала конкуренцию на рынке. Alibaba обязывала продавцов торговать только на одной платформе, что привело к удару по бизнесу продавцов и нарушению прав и интересов потребителей. Власти потребовали, чтобы группа внесла изменения в правила ведения бизнеса [5].

Сравнительный анализ подходов представлен в таблице 4.

Таблица 4

Сравнительная характеристика зарубежных подходов к регулированию маркетплейсов

Страна / регион	Правовая модель	Ключевые инструменты регулирования	Особенности
ЕС	Регламентирующая, директивная	DMA, DSA, GDPR	Жёсткий контроль над алгоритмами, дискриминацией и обработкой данных
США	Прецедентная, антимонопольная	Законы Шермана, Клейтона, практика FTC	Фокус на защите конкуренции, слабое потребительское регулирование
Китай	Централизованная, директивно-жёсткая	SAMR regulations, антимонопольные дела	Государственный контроль, ограничение рыночной власти крупных платформ

Таким образом, зарубежный опыт свидетельствует о развитии целевых режимов регулирования платформ, в том числе маркетплейсов, с признанием их двойственного характера: как бизнес-актора и как инфраструктурного посредника.

Совершенствование правового регулирования маркетплейсов в России требует перехода от фрагментарного подхода к комплексному нормативному оформлению их правового статуса и функций. Согласно выводам правоведов, ключевым направлением является введение в законодательство легального определения маркетплейса как цифровой платформы, осуществляющей посреднические и (или) торговые функции между продавцом и покупателем, с разграничением ответственности сторон в зависимости от модели взаимодействия [1, с. 47].

Следует разработать специальный федеральный закон о цифровых платформах, аналогичный европейскому DMA, с закреплением обязанностей платформ по обеспечению прозрачности, недискриминации продавцов, защите персональных данных и алгоритмической справедливости.

В рамках действующего регулирования целесообразно внести изменения в Гражданский кодекс РФ, дополнив его нормами о «цифровом посреднике» и включив нормы, регулирующие публичные договоры оферты на платформах. Также требуется корректировка Закона о защите прав потребителей, включающая прямое упоминание маркетплейсов как субъектов, обязанных предоставлять потребителю достоверную информацию и участвовать в досудебном урегулировании споров.

На уровне мягкого права следует разработать Единый кодекс добросовестного поведения маркетплейсов, отражающий принципы саморегулирования и обеспечивающий превентивное снятие конфликтов между участниками.

Выводы

Таким образом, действующая правовая система Российской Федерации не обеспечивает должной степени определённости и правовой защиты в отношениях между участниками платформенной торговли. Многочисленные правовые коллизии, в том числе налоговые, договорные и трансграничные, обостряют судебную нагрузку и подрывают устойчивость электронной коммерции. Зарубежный опыт демонстрирует эффективность как директивных, так и гибридных моделей регулирования, предполагающих специальный статус платформ. С учётом зарубежных практик, российскому законодательству требуется разработка специализированного правового режима для маркетплейсов, который будет включать в себя легальное определение цифровой платформы, разграничение ответственности сторон и обязательные правила поведения. Также целесообразно внедрение механизмов «мягкого права» в виде Кодекса добросовестного поведения маркетплейсов, а также актуализация норм ГК РФ и Закона о защите прав потребителей. Это позволит обеспечить баланс интересов, снизить уровень правовой неопределённости и повысить устойчивость цифрового рынка.

Литература:

1. Алиев Т.М., Исмагилова О.Д., Попова В.Н. Мировой опыт регулирования цифровой торговли // Экономическое развитие России. – 2020. – Т. 27, № 12. – С. 46-59.

2. Габов А.В. Цифровая платформа как новое правовое явление // Пермский юридический альманах. – 2021. – № 4. – С. 13-82.

3. Краулин К.К. Пределы гражданско-правовой ответственности владельцев маркетплейсов перед потребителями в РФ и США // Цифровое право. – 2022. – Т. 3, № 3. – С. 20-42.

4. Чучев М.В., Щенин Н.Н. Правовое положение маркетплейсов // Обеспечение безопасности личности, общества и государства в условиях глобализации: правовые и организационные проблемы и перспективы. – 2022. – С. 427-431/

5. Alibaba оштрафовали на рекордные $2,8 млрд за антимонопольные нарушения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.sostav.ru/publication/alibaba-oshtrafovali-na-rekordnye-2-8-mlrd-za-antimonopolnye-narusheniya-48076.html (2021 г.).

ОБ ОТКРЫТОСТИ ВЕДОМСТВЕННОЙ СТАТИСТИКИ (НА ПРИМЕРЕ ПЕНИТЕНЦИАРНОЙ СТАТИСТИКИ)

Шутемова Тамара Васильевна,
Волжский университет имени В.Н. Татищева, г. Тольятти

E-mail: shutemtv2017@gmail.com

Аннотация. Данная статья посвящена вопросам ведомственной статистики. На примере пенитенциарной статистики предпринята попытка рассмотреть проблему открытости (доступности) статистических данных.

Ключевые слова: государственная статистика, правовая статистика, ведоственнная статистика, доступность статистических данных

В Федеральном законе от 29.11.2007 № 282-ФЗ (ред.от 22.07.2024) «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации понятие ведомственной статистики не дано. В научных статьях можно встретить такие определения, как : «Ведомственная статистика, а правильнее сказать «внутриведомственная», так как она реализуется внутри какого-то отдельно взятого федерального органа исполнительной власти – внутри ведомства (министерства, федеральной службы или федерального агентства), представляет собой административный ведомственный учет различных показателей объекта статистического исследования, с целью оперативного решения возникающих задач в данных ведомствах» [1, с.107], «Ведомственная статистика предназначена для сбора, обработки и анализа статистических данных, необходимых для планирования и принятия обоснованных управленческих решений и оперативного решения поставленных задач. Ведомственная статистика позволяет устанавливать взаимосвязи между явлениями, отслеживать динамику развития, сопоставлять различные данные и выступает как основной инструмент управления» [2, с. 60], «Статистический учет в ведомстве представляет собой деятельность, направленную на проведение в соответствии с утвержденной методологией статистических наблюдений и обработку данных, полученных в результате этих наблюдений, и осуществляемую в целях формирования официальной статистической информации» [3, с. 30]. Совершенствованию ведомственной статистики, наряду с государственной, посвящен ряд положений «Стратегии Росстата и системы государственной статистики Российской Федерации до 2024 года» (утв.Минэкономразвития России 06.09.2019 № МО-104), итоги которой были подведены 17.09.2024 на стратегической сессии правительства РФ с

включением новых мероприятий Стратегии до 2030 года в национальный проект «Экономика данных» в виде федерального проекта «Госстатистика» [4; 5].

Пенитенциарная статистика входит в статистику органов системы Министерства юстиции Российской Федерации, а Федеральная служба исполнения наказаний (далее – ФСИН) в соответствии с Федеральным планом статистических работ является субъектом официального статистического учета [6].

Средством сбора, обработки и анализа статистической информации во ФСИН РФ, как пишет О.В. Соболева, является «собственная разработка ФКУ НИИИТ ФСИН России – автоматизированная информационная система электронной обработки статистической информации «Статистика УИС», функционирующая на трех уровнях управления: федеральный, территориальный и уровень учреждений УИС» и решающая приоритетные информационные задачи ведомства:

– организация информационного ресурса УИС;

– формирование единой системы статистических учетов;

– обеспечение руководства и центрального аппарата ФСИН России статистической информацией о результатах деятельности ведомства; – поддержание в актуальном состоянии центральной базы данных ФСИН России» [3, с.31].

Исследование литературных источников и статистических данных, содержащихся на сайтах ФСИН России и подчиненных подразделений, показало два уровня открытости: применительно к проблемам сбора, анализа статистической информации и применительно к статистическим данным.

Представители ФКУ НИИТ ФСИН России отмечают необходимость унификации показателей, упрощения работы по сбору статистических данных, введения строгой единой методики сбора первичных данных, внедрения новых технологий сбора и обработки информации, особенно в условиях цифровой трансформации [3; 7]. Решение этих проблем неразрывно связано с решением проблем будущего статистики в цифровом обществе [8].

Говоря о статистике исполнения наказаний, авторы учебника «Правовая статистика» отмечают, что « на официальном сайте ФСИН России имеется отдельный раздел «Статистические данные» (http://фсин.рф/statistics/), содержащий подборку статистических материалов– краткая статистическая характеристика уголовно-исполнительной системы, статистические многолетние таблицы, характеризующие лиц, содержащихся в исправительных учреждениях» [9].

Обращение на данный момент на указанный сайт показало, что там есть только краткая характеристика уголовно-исполнительной системы Российской Федерации на 01 января 2023 года, а также Обзор о работе с обращениями граждан и организаций в Федеральной службе исполнения наказаний за II квартал 2024 года [10]. Однако в марте 2022 года в этом же разделе имелись такие таблицы:

– «Характеристика лиц, содержащихся в воспитательных колониях для несовершеннолетних» с данными с 2009 года по 2021 год;

– «Характеристика лиц, содержащихся в исправительных колониях для взрослых» с данными с 2009 года по 2021 год (по возрасту на момент совершения преступления, по срокам заключения (наказания), по числу лиц, осужденных впервые, второй раз, три и более раз;

– « Следственные изоляторы и тюрьмы» с данными с 2009 года по 2021 год;

– «Уголовно-исполнительные инспекции» с данными с 2008 года по 2021 год.

На сайте Управления ФСИН России по Самарской области в разделе о статистических данных приведена краткая информация об уголовно-исполнительной системе на территории области с указанием лимита в учреждениях УИС [11]. В таких же разделах на сайтах Управлений ФСИН России в субъектах РФ, граничащих с Самарской областью : на сайте Управления ФСИН России по Ульяновской области по состоянию на 01 января 2023 года указаны сведения о числе лиц, отбывающих наказание в учреждениях УИС в этой области [12], на сайте Управления ФСИН России по Саратовской области – перечислены учреждения УИС области [13], на сайте Управления ФСИН России по Республике Татарстан – за 12 месяцев 2022 года по состоянию на 01 января 2023 года приведены сведения о числе осужденных по видам учреждений с указанием лимита [14], на сайте Управления ФСИН по России Оренбургской области – дана общая информация об учреждениях УИС на территории области [15].

Сравнение приведенной информации в разделах «Статистические данные» на официальном сайте ФСИН России и сайтах ряда Управлений ФСИН России показывает явное изменение политики открытости (доступности) к хотя бы минимальным статистическим данным, характеризующим лиц, отбывающих наказание в учреждениях УИС России.

Литература:

1. Бойчин Е.Б. Респонденты об участии в ведомственных статистических исследованиях // Вестник ФКУ НИИИТ ФСИН России. Тверь, 2018. С. 107-113.

2. Ванюшина О.В. Система ведомственной статистической отчетности в уголовно-исполнительной системе Российской Федерации: сбор и обработка статистических данных в сфере жилищного обеспечения // Информация и техническое обеспечение уголовно-исполнительной системы Российской Федерации: проблемы, решения и перспективы развития: сборник материалов межведомственной научно-практической конференции.Тверь, 2021. С. 59-63.

3. Соболева О.В. Развитие ведомственного статистического учета федеральной службы исполнения наказаний в условиях цифровой информации// Статистика и экономика. 2022. Т. 19. № 6. С. 28-39

ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Давыдова Ирина Владимировна,
Давыдов Денис Александрович,
Мордовский государственный педагогический университет имени М.Е. Евсевьева, г. Саранск

E-mail: elaevaelena@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрена сущность понятия самостоятельная работа, формируемые навыки и умения самостоятельной работы при обучении на физкультурном факультете, определены научно-теоретические основы педагогического стимулирования самостоятельной работы студентов физкультурного факультета, а также критерии и качественные уровни активности студентов в самостоятельной работе.

Ключевые слова: физическое воспитание, самостоятельная работа, студенты.

Повышение качества подготовки в современном вузе невозможно рассматривать без повышения роли самостоятельной работы студентов (СРС) при освоении дисциплин учебного плана, усиления ответственности преподавателей за развитие навыков самостоятельной работы и за профессиональный рост студентов в целом. При этом ведущая роль организации в осуществлении самостоятельной деятельности должна полностью совпадать с основной целью обучения – подготовкой компетентного, конкурентоспособного специалиста с высшим профессиональным образованием.

Организация СРС заключается в обеспечении системности и упорядоченности процесса самообучения. Технология организации СРС должна быть поэтапной и обоснованной. Для эффективного осуществления этого вида деятельности необходимы готовность профессорско-преподавательского состава, качественная учебно-методическая и соответствующая нормативно-правовая база [3].

Под готовностью профессорско-преподавательского состава следует понимать способность преподавателей выделять наиболее важные и посильные для СРС темы дисциплины; стимулировать внутренние механизмы саморазвития личности, самоконтроля и самокоррекции.

В целом, основные направления деятельности преподавателя по разработке системы СРС можно сформулировать следующим образом:

– создание учебных программ с учетом увеличения доли СРС, выделение в их структуре аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы и определение содержания учебного материала, выносимого на самостоятельное изучение;

– регламентация всех видов заданий для самостоятельной работы по объему и по сроку выполнения (регулярность выдачи плановых заданий и регулярность контроля их выполнения);

– конструирование различных типов заданий, создающих возможность самопознания, самоопределения, самореализации; заданий на развитие внутренней мотивации, на выстраивание индивидуального образовательного маршрута;

– оптимизация методов обучения; внедрение в учебный процесс новых технологий обучения, повышающих эффективность образовательного процесса и позволяющих студенту в удобное для него время осваивать учебный материал;

– совершенствование текущего и итогового контроля, посредством создания банка контрольно-измерительных материалов, позволяющих организовать различные виды проверки качества освоения дисциплины и уровня ожидаемых результатов;

– обеспечение условий успешной самостоятельной работы за счет разработки методического сопровождения СРС, создания системы дидактического обеспечения, позволяющего включить студента в продуктивную самостоятельную учебно-познавательную деятельность [5].

Использование дидактических средств позволяет системно организовать СРС, способствует включению студентов в учебно-познавательную деятельность, обеспечивает освоение изучаемой дисциплины, формирование компетенций согласно требованиям ФГОС ВПО.

Таким образом, организация СРС – это процесс создания системы всех элементов организационно-психологической структуры самостоятельной учебной деятельности.

Система самостоятельной работы должна удовлетворять основным принципам дидактики, и, прежде всего, принципам доступности, систематичности и связи теории с практикой.

Исследования ученых-практиков и психологов позволяют условно выделить четыре уровня самостоятельной деятельности студентов, соответствующие их учебным возможностям:

– копирующие действия по заданному образцу;

– репродуктивная деятельность по воспроизведению информации о различных свойствах изучаемого объекта, в основном не выходящая за пределы уровня памяти;

– продуктивная деятельность самостоятельного применения приобретенных знаний для решения задач, выходящих за пределы известного образца;

– самостоятельная деятельность по переносу знаний при решении задач в совершенно новых ситуациях [4].

В соответствии с представленными уровнями самостоятельной деятельности студентов можно выделить четыре типа самостоятельных работ: воспроизводящие самостоятельные работы по образцу; реконструктивно-вариативные; эвристические; творческие.

Психологическими условиями успешности СРС, прежде всего, является формирование устойчивого интереса к избранной профессии и методам овладения ее особенностями, которые зависят от следующих параметров: взаимоотношения между преподавателями и студентами в образовательном процессе; уровень сложности заданий для самостоятельной работы; включенность студентов в формируемую деятельность будущей профессии.

Как любой вид человеческой деятельности, учебная деятельность с психологической точки зрения представляет собой процесс решения специфических задач. Отличие учебных задач состоит в том, что их целью является изменение самого субъекта, заключающееся в овладении определенными способами действия, а не в изменении предметов, с которыми действует субъект. Необходимость в постановке и решении таких задач возникает перед субъектом лишь в случае необходимости овладения такими способами действия, в основе которых лежат обобщения теоретического типа.

Рассматривая учебную деятельность как процесс решения задач, следует выделить следующие ее звенья. Во-первых, постановка учебной задачи. В педагогической психологии известно, что цель возникает в результате конкретизации смыслообразующих мотивов деятельности. Функцию этих мотивов может выполнить только интерес к содержанию усваиваемых знаний, без которого невозможна не только самостоятельная постановка учебной задачи, но и принятие задачи, поставленной педагогом. Поэтому обучение, имеющее своей целью подготовку студентов к самостоятельной учебной деятельности, должно обеспечить, прежде всего, формирование таких интересов.

Во-вторых, применение оптимальных способов решения задачи. Между учебной деятельностью под руководством преподавателя и самостоятельными ее формами существует принципиальное различие, на которое не обращается

достаточного внимания. Когда преподаватель ведет студентов от понятия к действительности, такой ход имеет силу только методического приема. Когда речь идет о формировании понятия путем самостоятельной работы с учебными материалами и средствами, условия деятельности решительно меняются.

Первое среди этих условий – формирование способов логического анализа источников учебной информации, в частности, информационных моделей, в которых фиксируется содержание научных понятий, что одновременно составляет одну из важнейших задач обучения, рассчитанного на подготовку студентов к самостоятельной учебной деятельности.

Вторым важным условием перехода к самостоятельной учебной деятельности является овладение продуктивными способами решения учебных задач, и обеспечение этого условия практически невозможно без активного методологического и методического участия преподавателя.

В-третьих, осуществление контроля за ходом решения задачи и оценки результата. Формирование контрольно-оценочных операций должно идти от овладения способами контроля и оценки действия преподавателя и других студентов через контроль и оценку собственной работы под руководством преподавателя к самоконтролю и самооценке самостоятельной образовательной деятельности [2].

Немаловажным условием успешности СРС является профессиональная ориентированность дисциплин. Бесспорность этого учебно-содержательного тезиса с точки зрения знаний, приобщения к творческой профессиональной деятельности, эффективного личностного взаимодействия в профессии не должна умалять значение общих знаний соответствующих блоков дисциплин учебного плана. Кроме того, глубина профилирования тех или иных дисциплин должна учитывать психологические закономерности многоуровневого деления будущих профессионалов: бакалавры, специалисты, магистры.

На пути успешной СРС стоит ограниченный бюджет времени студента. В этом случае, при формировании временного объема своего предмета преподаватель должен учитывать общую суммарную нагрузку студентов независимо от несомненной важности именно им преподаваемой дисциплины. Кроме того, интенсификация образовательного процесса предполагает четкую организацию СРС за счет уменьшения рутинной работы студента в семестрах.

Основная задача организации СРС заключается в создании психолого-дидактических условий развития интеллектуальной инициативы и мышления на занятиях любой формы. Основным принципом организации СРС должен стать перевод всех студентов на индивидуальную работу с переходом от формального

пассивного выполнения определенных заданий к познавательной активности с формированием собственного мнения при решении поставленных проблемных вопросов и задач. Таким образом, в результате самостоятельной работы студент должен научиться осмысленно и самостоятельно работать сначала с учебным материалом, затем с научной информацией, использовать основы самоорганизации и самовоспитания, с тем чтобы в дальнейшем развивать умение непрерывно повышать свою квалификацию. Решающая роль в организации СРС принадлежит преподавателю, который должен работать не со студентом «вообще», а с конкретной личностью, с ее сильными и слабыми сторонами, индивидуальными способностями и наклонностями. Задача преподавателя – увидеть и развить лучшие качества студента как будущего специалиста высокой квалификации.

В практике обучения каждый тип самостоятельной работы представлен большим разнообразием видов работ, используемых преподавателем вуза в системе аудиторных и внеаудиторных занятий. Традиционные виды самостоятельной работы представлены следующим: ведение конспекта лекций; подготовка к практическим и семинарским занятиям; подготовка к тестированию; подготовка к аудиторной контрольной работе, где акцент делается на изучение методик и формул расчета, уяснение содержания расчетных показателей; домашние контрольные работы; подготовка рефератов, докладов и эссе; написание курсовых работ (проектов); написание научно-исследовательской работы; подготовка к зачетам и экзаменам является специфическим видом самостоятельной работы, поскольку сопровождается большой эмоциональной нагрузкой, обусловленной важностью результата, и в связи с этим глубоко индивидуальным; написание выпускной квалификационной (дипломной) работы [3].

В зависимости от творческой индивидуальности как студентов, так и преподавателей прочие виды самостоятельной работы студентов могут быть самыми разнообразными: рецензирование научных статей; взаимное рецензирование студенческих рефератов, эссе, докладов; составление словарей и кроссвордов по терминам курса; решение задач повышенной сложности; разработка учебного проекта; анализ данных статистики.

Перечисленные виды СРС можно считать устоявшимися, они организуются практически во всех вузах независимо от специфики учебного заведения и направления подготовки. Однако в образовательной практике начали появляться новые виды самостоятельной деятельности, обусловленные появлением различных инновационных технологий обучения, таких как проектные технологии, портфолио, кейс-технологии, интерактивные и

информационно-коммуникационные, позволяющие формировать не только «знаниевую» составляющую процесса обучения, но и необходимые компетенции профессионального и общекультурного плана [5].

Главное в стратегической линии организации СРС в вузе заключается не в оптимизации ее отдельных видов, а в создании условий высокой активности, самостоятельности и ответственности студентов и в аудитории и вне ее в ходе всех видов учебной деятельности. В общем случае возможны два основных направления построения учебного процесса на основе самостоятельной работы студентов.

Первый – это увеличение роли самостоятельной работы в процессе аудиторных занятий. Реализация этого пути требует от преподавателей разработки методик и форм организации аудиторных занятий, способных обеспечить высокий уровень самостоятельности студентов и улучшение качества их подготовки. Второй – повышение активности студентов по всем направлениям самостоятельной работы во внеаудиторное время, что связано с рядом трудностей. В первую очередь, это неготовность к нему как большинства студентов, так и преподавателей, причем и в профессиональном аспекте, и в психологическом. Кроме того, существующее информационно-методическое обеспечение учебного процесса недостаточно для эффективной организации самостоятельной работы [1].

Активная самостоятельная работа студентов возможна только при наличии серьезной и устойчивой мотивации. Самый сильный мотивирующий фактор – подготовка к дальнейшей эффективной профессиональной деятельности.

Литература:

1. Воротилкина И.М. Самостоятельность студентов в учебном процессе / И. М. Воротилкина // Высшее образование в России. – 2012. – № 3. – С. 92-97.
2. Дубогай А.Д. Вопросы оптимизации внешкольных и самостоятельных форм занятий физическими упражнениями учащихся / А.Д. Дубогай // Физическая культура, здоровье и трудовое долголетие советского человека. – 1983. – С. 148-158.
3. Зайцев А.А. Физическое самосовершенствование : учебное пособие для вузов / А.А. Зайцев. – 2-е издание, переработанное и дополненное. – Москва: Юрайт, 2020. – 108 с. – ISBN 978-5-353-12579-5.
4. Крученкова М.Г. Организация внеаудиторной самостоятельной работы студентов / М.Г. Крученкова // Специалист. – 2009. – № 1. – С. 14-16.
5. Кузьмина Ю.О. Самостоятельная работа студентов как средство формирования профессиональной компетентности / Ю.О. Кузьмина, О.И. Донина // Высшее образование сегодня. – 2010. – № 12. – С. 27-28.

НЕЙРОСЕМИОТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ «КВАДРОБЕРОВ»

Перегуда Сергей Николаевич,
г. Москва

E-mail: Pereguda.serega2016@yandex.ru

Аннотация. В статье описан нейросемиотический анализ «квадроберов». Выявлены основные средства опосредования, которые применяются в данном феномене, а также кратко описана их иерархия и соотношение. Предполагается, что данное явление есть один из специфических вариантов самовыражения, реализации, поиска смыслов и значений для оптимальной адаптации к реальности.

Ключевые слова: квадроберы, исследование, нейросемиотический анализ, самовыражение.

Квадроберы (англ. quadrobists, англ. quadrobers) – люди, преимущественно подростки, занимающиеся имитацией действий и повадок животных. По сути, это «аэробика на четвереньках». Приверженцы направления надевают маски или костюмы животных и выполняют все спортивные приёмы на четырёх ногах, имитируя звериные движения [2; 3].

Во многих источниках указывается, что для одних людей квадробика – больше хобби: им нравится носить маски и хвосты и прыгать в парках или имитировать охоту в игровой форме. Другие воспринимают квадробику как полноценный спорт – с разминкой, упражнениями и соревнованиями. При правильном подходе квадробика улучшает координацию, развивает гибкость, силу и выносливость, укрепляет мышцы и сердечно-сосудистую систему. Однако для неподготовленных людей она может быть опасной: отсутствие суставной разминки, растяжки и неумение безопасно приземляться при прыжках может привести к вывихам, переломам и другим травмам [1; 3].

Как и любое социокультурное явление квадроберы, терианы (therians) и др. формируют и выражают специфические реакции, отношения, новые значения, смыслы и др. В данной статье мы бы хотели сконцентрироваться на «нейросемиотическом аспекте» данного явления, то есть на том, каково данное явление, если его рассматривать с позиции средства/способа опосредования, а

также – какие значения и смыслы оно несёт, выражает/реализует и т.д. Нейросемиотический анализ делается с целью понять механизм и/или причину данного явления [8; 10; 11; 12; 15]. Цель данной статьи – понять механизмы данного феномена.

Нейросемиотика – это междисциплинарное направление, в котором рассматриваются семиотические системы, их соотношения с мозговой деятельностью, с социокультурными факторами и др. На сегодняшний момент есть несколько традиций (зарубежная, отечественная и т.д.) в рассмотрении нейросемиотики. Но единым для всех является тот факт, что нейросемиотика акцентирует внимание на семиотических системах, на средствах и способах опосредования, орудийной деятельности, орудий и т.п. [5; 8; 11; 15].

На примере данного исследования мы предлагаем рассматривать средство опосредования (СО) (то есть то, через что происходит опосредование) с трёх позиций. Первая – это специфическая сторона средства опосредования. Иначе говоря, что из себя представляет конкретное средство опосредование. Вторая позиция – СО как элемент системы коммуникации. Здесь рассматриваем специфику СО как одного из элементов системы. Третья позиция – СО как типовой/стилевой элемент системы.

На данный момент в научном сообществе наблюдается ограниченное число работ на данную тему. Из практики можно выделить разные причины, которые способствует «квадроберству». Например, это снижение саморегуляции, снижение контроля над собственным поведением, спецификой детско-родительских отношений, педагогическая запущенность, проблемы воспитания, переживание острого стресса, горя, стратегия манипуляции и др.

Часто данное поведение можно свести к «проблемам идентичности/идентификации», что, также, открыто указывается членами данных сообществ, правда в позитивном ключе, как «поиск себя» и др.

Уровни и глубина данного поиска могут быть разной, например в некоторых источниках указывается, что, к примеру, терианы (therians) идентифицируют себя более глубже с животным миром, чем фурри (furries), которые проявляют больше творчества, творческого и исследовательского интереса к животному миру. А квадробика (quadrobics) и квадроберы в целом могут быть вне явного акцента на животных и их признаках [4; 7; 13].

Если даже предположить, что подобное поведение и стиль жизни являются поиском себя, идентификации, то тогда назревает вопрос: для чего? Какой смысл искать себя или применять подобную идентификацию? То есть, что стоит за данным действием, каково его содержание?

С целью ответа на данный вопрос применяется нейросемиотический анализ, объектом которого являются квадроберы, терианы и в целом люди,

которые представляют себя животными, демонстрируют поведение животного и имеют подобный стиль жизни (то есть живут и существуют как животные). В качестве источников для анализа были использованы: 211 видео из разных видеохостингов, в основном shorts, статьи в свободном доступе, информация сайтов представителей данной субкультуры. В качестве поисковой информации для качественного анализа применялись следующие слова: квадроберы, терианы, квадробика и их англоязычные аналоги (quadrobers, therians, quadrobics).

Специфика нейросемиотического анализа заключается в том, с одной стороны, что рассматривается предмет или явление, часть реальности с позиции средства опосредования, то есть некоторого способа коммуникации, знаково-символической деятельности. С другой стороны содержание данного способа и его качество и количество применения. Это в совокупности позволяет нам рассматривать какое-либо явление как собственное явление, так с позиции его составляющего элемента, включённого в систему коммуникации и смысловыражения/смыслопорождения. На примере квадроберов, можно выделить образ Я как основное средство опосредования их коммуникации с миром и с самими собой. Что не исключает другие варианты, но для удобства рассмотрения проблемы возьмём именно образ Я, телесность квадроберов и проанализируем образ Я как средство опосредования, рассмотрим структуру и содержание.

Отметим, что, первое, будем рассматривать коммуникацию обобщённо – как бы между элементами плоскости «мы – квадроберы и т.д.» и «общество».

Второе – нейросемиотический анализ, который осуществляется, как минимум, в 3 этапа [12], мы сократим до одного этапа (собственно нейросемиотического и смыслового анализа), так как для осуществления всех этапов необходимо проводить нейропсихологическое и психологическое тестирование. Третье, мы не уточняем и не конкретизируем здесь «нейросемиотическую» систему. То есть, например, мы не обследовали тех или иных респондентов и, тем самым, рассматривали от них специфику средств опосредований. Взамен этому, мы взяли случайно и гипотетически область нейросемиотической системы как «группировка людей, которые засняли видео, которые мы взяли для анализа».

Специфическая собственная сторона образа Я как СО. Образ Я и телесность являются ключевыми звеньями любой коммуникации. Человек практически всегда старается отреагировать телесно, выразить что-то телесно, его тело является фундаментальным способом не только опосредования, но и взаимодействия с реальностью. Образ Я, телесность – это, можно сказать, «чувствительное» и «базовое», во-первых, СО, так как от того, как мы будем применять образ Я и телесность зависит то, насколько мы адаптируемся к среде,

что было актуально во всех этапах культурно-исторического и биологического развития человека, и, во-вторых, «первоочередное», так как любое воздействие затрагивает/ отражается/ проходит в той или иной степени через нашу телесность, образ Я. Мы не можем говорить какой именно уровень образа Я у квадроберов применяется в качестве ключевого для СО и т.д., что требует дополнительного изучения. Поэтому обозначаем «образ Я, телесность» и т.д.

Образ Я как элемент системы коммуникации. Естественно у квадроберов образ Я не является единственным СО, имеются и другие. Но образ Я как СО имеет определённую позицию в иерархии средств опосредований, а то есть своё пространство, уровни, динамику и содержание. Другие СО у квадроберов мы попытались вывести через анализ видеофрагментов, которые члены данной субкультуры демонстрировали в свободном доступе в интернете (поиск осуществлялся по запросам: «квадроберы», «терианы», «квадробика» и их англоязычные аналоги (см. таблица №1). Отметим, что мы специально «обозначаем» то или иное явление, тем самым маркируя его как средство опосредования. Если с образом Я и телесностью всё является более очевидным, так как наблюдаем «невооружённым» взглядом. То остальные «обозначения» могут носить более гипотетический характер.

Как видно из таблицы 1 «образ я и телесность» является ключевым средством опосредования у представителей «квадроберства». В большинстве собранного материала члены данной субкультуры делали акцент на самоопределении, самовыражении, на идентификации. В некоторых моментах ярко демонстрировалась манипуляция собственным телом (видеоролик, где квадробер пытается прыгнуть с высокого здания). Остальные средства опосредования находятся примерно на одном уровне.

Образ Я как типовой/стилевой элементы системы. На основе полученной информации можно проследить, как образ Я и телесность проявляются в перечисленных в таблице разных средствах опосредования. Что может говорить в пользу того, что данное средство опосредование не только является в иерархии наиболее акцентированным, но также является некоторой схемой/ некоторым более вероятным типом или стилем применения среди прочих. По сути, через призму нейросемиотического анализа можно достаточно явно разграничить где средство опосредования является «ключевым», а где «стилевым», так как можно подробно расписать и схематически изобразить «древо иерархии» средств опосредований и увидеть, не только их иерархию, но и влияния друг на друга, проявления друг в друге. Поэтому замечаем, что в видеороликах представители «квадроберства» даже при отсутствии явного акцента на телесности (как при «это спортивная деятельность и т.д.»), при этом всегда на фоне уделяют этому особое внимание.

Таблица 1

Средства опосредования «квадроберов»

Название СО	**Запрос:**	*Квадроберы*	*Терианы*	*Квадробика*	**Сумма**	**Проявления**
Образ Я, телесность		32	20	15	67	Говорят о себе, показывают себя, изменения своего тела, представления об образе Я, смене образа и т.д.
Эмоции, юмор		О себе от себя 7 О других от себя 13	О себе от себя 11	О себе от себя 4 О других от себя 3	О себе от себя 22 О других от себя 16 Итого 38	Демонстрация эмоций, чувств, эмоционального отношения к происходящему. Интерпретация, наполненная эмоциональных отношением. Как со стороны членов субкультуры, так и со стороны других, общества об этом явлении.
Организация предметной среды, социальная группа		13	16	7	36	Акцент на предметной среде, на социальной группе, коммуникации.
Определение, получение информации		Прямое 12 Для других целей 12	Прямое 6 Для других целей 3	Прямое 1 Для других целей 2	Пр.19 Для других целей 17 Итого 36	Информация о том, что обозначает данная субкультура. Интерпретация, основанная на фактах. Или прямая информация в стиле определения, без эмоционального отношения. Или интерпретация для других целей, когда данная информация используется для реализации иных целей (реклама и т.д.).
Как деятельность, спорт и т.д.		17	11	6	34	Данное явление как спорт, деятельность, активность. Где прослеживается контекст вне субкультуры, а как бы отдельная единица жизнедеятельности и реализации.

Получается, можно предположить на основе нашего анализа, что явление «квадроберства» есть не сугубо проблема идентификации, но скорее самоопределения [6; 9; 14]. По сути, предполагаем, что данное явление есть один из специфических вариантов самовыражения, реализации, поиска смыслов и значений для оптимальной адаптации к реальности. Применение нейросемиотического анализа способствует более детальному рассмотрению данного явления.

Литература:

1. Buxton J.D., Sherman S.A., Sterrett M.T., Kannel K.D., Blanchflower M. E., Jancay K.T., Jenkins A.K., Donofrio T.P., Prins Ph. J.A comparison of the energy demands of quadrupedal movement training to walking // Frontiers in Sports and Active Living : Journal. Frontiers Media S. A., 2022.

2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://felines.fandom.com/wiki/Quadrobics (дата обращения: 15.10.2024).

3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://fursonafy.com/therians-vs-furries-whats-the-difference/ (дата обращения: 15.10.2024).

4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://therian.fandom.com/wiki/Quadrobics (дата обращения: 15.10.2024).

5. Kalevi Kull, Donald Favareau. Neurosemiotics: A brief history of its development and key concerns // Behavioral Sciences, 2022.

6. Божович Л.И. Личность и её формирование в детском возрасте // СПб.: Питер Пресс, 2008.

7. Рудевич И. Что такое квадробика: спорт это или нет. Почему квадробику хотят запретить в России. РБК (12 мая 2024).

8. Выготский Л. С. Собрание сочинений в 6 т.: Т. 1: Вопросы теории и истории психологии, 1982.

9. Гинзбург М.Р. Психологическое содержание личностного самоопределения // Вопросы психологии, 1994.

10. М. Гаспаров, Вяч. Вс. Иванов, И. Кулль, Ю. Лотман, Х. Рятсеп, П. Тороп, И. Чернов, З. Г. Минц. Учёные записки Тартуского государственного университета / Текст и культура: Труды по знаковым системам XVI // Тарту, 1983.

11. Перегуда С.Н. В поисках живых смыслов. – М.: Издание книг.ком, 2024.

12. Перегуда С.Н. Основы нейросемиотического анализа: его перспективы и описание клинического случая // Science Time. – 2024. – № 10 (129). – С. 59-63.

13. Пономарёва Н. Кто такие квадроберы, или Зачем подростки притворяются животными? Интерфакс (12 сентября 2024).

14. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии: в двух томах. // Москва: Педагогика, 1989.

15. Цветков А.В., Перегуда С.Н. Нейросемиотика: мозг, символ и контекст. – Москва: Издание книг ком, 2019.

ЭТИКА И ПРОЗРАЧНОСТЬ В МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ: ВЫЗОВЫ И ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ

Бекахметова Айя,
менеджер по продукции в 6 странах,
Novo Nordisk, Казахстан, г. Алматы

E-mail: aiyabekahmetova@gmail.com

Широкова Яна Алексеевна,
независимый исследователь,
специалист по стратегическому развитию индустрии развлечений, консультант по цифровой трансформации индустрии развлечений, г. Москва

E-mail: shirokova.yana@gmail.com

Аннотация. Статья посвящена анализу этики и прозрачности в маркетинговых коммуникациях, а также практическим решениям и вызовам, с которыми сталкиваются компании при внедрении этих принципов в своей деятельности. В исследовании рассматриваются основные теоретические аспекты этических стандартов в рекламе, влияние прозрачности на потребительское поведение, а также вызовы, которые возникают при внедрении этических норм в маркетинговую практику. Особое внимание уделено технологиям, таким как блокчейн, и принципам социальной ответственности, которые становятся важными для формирования доверия потребителей. В статье также предлагаются практические рекомендации для маркетологов по внедрению этичных и прозрачных практик, а также оцениваются перспективы развития этики и прозрачности в маркетинговых коммуникациях в будущем.

Ключевые слова: этика в маркетинге, прозрачность, маркетинговые коммуникации, потребительское поведение, социальная ответственность, честность в рекламе, блокчейн, устойчивое развитие, маркетинговые практики, аудит, сертификация.

Актуальность исследования

В условиях современной конкуренции и усиления информированности потребителей вопросы этики и прозрачности в маркетинговых коммуникациях приобретают особую значимость. Бренды, стремящиеся к успеху на рынке, не могут игнорировать моральные и этические нормы, поскольку потребители все чаще обращают внимание на принципы, на которых строится бизнес. Недавние скандалы, связанные с манипуляциями в рекламе и сокрытием важной

информации, показывают, что нечестные маркетинговые практики могут нанести непоправимый ущерб репутации компании и привести к потерям в долгосрочной перспективе.

В связи с этим актуализируется необходимость в разработке этических стандартов для маркетинговых коммуникаций, а также в поиске путей повышения прозрачности процессов взаимодействия с аудиторией. Этичный маркетинг, основанный на честности и открытости, становится важным инструментом не только для установления доверительных отношений с потребителями, но и для укрепления корпоративной социальной ответственности.

Цель исследования

Целью данного исследования является анализ этики и прозрачности в маркетинговых коммуникациях, а также выявление ключевых вызовов и практических решений для их эффективного применения.

Материалы и методы исследования

Для проведения исследования использовались материалы из научных публикаций, отчётов консалтинговых компаний, а также результаты эмпирических исследований в области маркетинга.

В работе применялись методы теоретического анализа, сравнительного исследования, а также анализа практических кейсов компаний, внедряющих этичные и прозрачные практики. Для обработки данных использовались статистические методы, включая анализ влияния различных маркетинговых решений на доверие потребителей.

Результаты исследования

Этика маркетинга – это совокупность принципов и норм, направленных на обеспечение честности, прозрачности и социальной ответственности в процессе разработки, распространения и восприятия маркетинговых сообщений. В своей сути этика в маркетинге предполагает соблюдение моральных стандартов, которые способствуют уважению интересов потребителей и других заинтересованных сторон. Исходя из этого, этика маркетинга определяется как баланс между коммерческими целями и заботой о благе общества [2, с. 16].

Согласно теории маркетинга, этичные маркетинговые коммуникации включают честность в рекламе, отсутствие манипуляций, корректность в представлении информации о продукте, а также обеспечение прозрачности в отношениях с клиентами и партнерами.

Прозрачность в маркетинговых коммуникациях определяется как открытость и ясность всех процессов, связанных с продуктом или услугой, от этапа разработки до послепродажного обслуживания. В контексте маркетинга прозрачность проявляется в честной информации о продукте, его характеристиках, условиях использования, а также в раскрытии информации о ценах, скидках и специальных предложениях.

В последние годы потребители стали гораздо более осведомленными и требовательными, что усиливает потребность в прозрачности. Около 81% потребителей заявили, что ожидают от брендов полную прозрачность в

отношении их социальных и экологических практик. Это явление сопровождается растущим вниманием к так называемой «экономике доверия», где репутация и открытость играют решающую роль для формирования лояльности потребителей.

В разных регионах мира наблюдается большой интерес потребителей к брендам, которые обеспечивают прозрачность своих процессов и честность в коммуникациях (рисунок 1). Это подтверждает растущее значение прозрачности как фактора, влияющего на выбор и предпочтения потребителей.

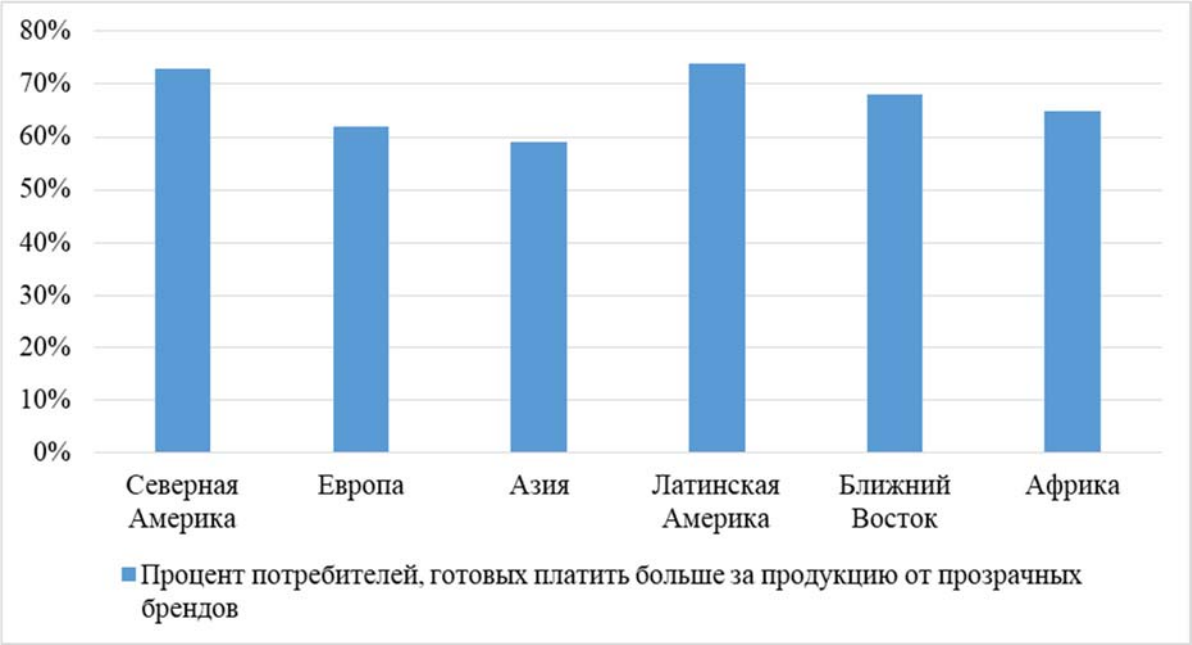

Рис. 1 Влияние прозрачности на потребительское поведение

Существует ряд международных и национальных организаций, регулирующих этические стандарты в маркетинговых коммуникациях. Одной из наиболее известных является Международная ассоциация рекламных агентств, которая разработала Кодекс этики рекламной индустрии, включающий такие основные принципы, как правдивость рекламы, отсутствие дискриминации и защиты интересов уязвимых групп населения. Также важную роль в формировании этических норм играет Кодекс честной рекламы, разработанный в рамках Всемирной организации по защите прав потребителей.

Этические нормы регулируют не только содержание рекламных сообщений, но и методы продвижения продуктов, включая таргетинг в цифровых медиа, использование персональных данных пользователей и взаимодействие с инфлюенсерами [3, с. 64].

Стандарты этики в маркетинговых коммуникациях представлены в таблице 1.

Таблица 1

Стандарты этики в маркетинговых коммуникациях

Стандарт	Описание	Пример из практики
Честность в рекламе	Информация должна быть точной и не вводить в заблуждение	Открытое указание на все условия сделки в рекламе
Прозрачность в условиях	Продукт или услуга должны быть представлены без скрытых условий	Прозрачная информация о составе и ценах на сайте
Ответственность бренда	Учёт интересов потребителей и общества в целом	Внедрение политики по защите личных данных пользователей

Этика и прозрачность в маркетинговых коммуникациях становятся важнейшими компонентами современных стратегий, направленных на построение долгосрочных и доверительных отношений с потребителями. Однако, несмотря на их высокую значимость, существует ряд вызовов и проблем, которые усложняют внедрение этичных и прозрачных практик в маркетинге. Эти проблемы могут касаться как внутренних аспектов маркетинговой деятельности, так и внешних факторов, таких как меняющиеся потребительские предпочтения, технологические инновации и юридические ограничения. Рассмотрим основные вызовы, с которыми сталкиваются компании при реализации этичных и прозрачных маркетинговых стратегий.

1. Проблемы манипуляции и преувеличения в рекламе.

Одним из основных вызовов этики в маркетинге является риск манипуляций и преувеличений в рекламных сообщениях. Несмотря на наличие нормативных актов, регулирующих рекламную деятельность, как на национальном, так и на международном уровне, реклама продолжает использовать методы, направленные на эмоциональное воздействие, что порой приводит к нарушению принципа честности. Множество брендов применяют агрессивные маркетинговые техники, которые иногда включают завышенные обещания, недостоверные сведения или манипуляции с фактами, создавая ложное представление о товаре или услуге.

Согласно исследованиям, более 35% потребителей сообщили, что сталкивались с ситуациями, когда рекламные утверждения не соответствовали действительности, что снижает доверие к бренду и отрасли в целом. Это подтверждает, что даже в условиях жесткого контроля со стороны регулирующих органов, этичные нормы часто нарушаются.

2. Персонализация и использование данных потребителей.

Современные технологии позволяют собирать и анализировать огромные объемы данных о потребителях, что дает маркетологам возможность создавать персонализированные предложения. Однако этот процесс вызывает серьезные вопросы по этике, особенно в контексте защиты личных данных и приватности. Сбор и использование персональных данных без должного информирования потребителей или без их согласия является нарушением этических принципов.

Рынок цифровых технологий и искусственного интеллекта, активно использующих персональные данные для таргетинга рекламы, сталкивается с

проблемами, связанными с нарушением конфиденциальности и отсутствием прозрачности в обработке данных [1, с. 375]. Около 70% европейских пользователей интернета выражают обеспокоенность по поводу сбора их личных данных и использования их для маркетинговых целей. Это подчеркивает важность соблюдения этических норм в процессе обработки информации.

3. Дискриминация и стереотипы в маркетинге.

Другой важной проблемой этики является наличие дискриминации и стереотипов в маркетинговых коммуникациях. Рекламные кампании часто используют образы, которые могут оскорблять или исключать различные социальные группы, что ведет к нарушению принципов равенства и инклюзивности. На примере рекламных стратегий некоторых компаний можно наблюдать использование устаревших стереотипов о женщинах, мужчинах, этнических группах и прочих категориях населения.

Около 42% рекламных кампаний в США включают элементы, которые могут быть восприняты как дискриминационные или оскорбительные. Это приводит к тому, что компании, использующие такие стереотипы, теряют доверие и лояльность потребителей, что, в свою очередь, влияет на финансовые результаты и имидж бренда.

4. Недостаток прозрачности в цепочке поставок.

В последние годы большое внимание уделяется прозрачности цепочек поставок, что стало особенно актуально в связи с ростом осведомленности о социальных и экологических проблемах. Прозрачность в цепочке поставок включает в себя открытое предоставление информации о происхождении сырья, условиях труда на производственных предприятиях, а также экологических стандартах производства. Однако многие компании скрывают информацию о своих поставках, что делает невозможным оценку их воздействия на общество и экологию.

5. Правовые и юридические ограничения.

Вопросы этики и прозрачности в маркетинге также сопряжены с многочисленными правовыми и юридическими ограничениями. Несмотря на существование международных и национальных нормативных актов, регулирующих рекламную деятельность (например, Общий регламент защиты данных в ЕС), во многих странах законы по этим вопросам остаются недостаточно проработанными, что создает пространство для злоупотреблений и нарушений. В некоторых случаях, маркетинговые практики остаются серыми зонами, что делает их уязвимыми для манипуляций.

Также существует проблема несоответствия между законами разных стран. Например, в некоторых регионах существуют легкие требования к прозрачности и этике в рекламе, в то время как в других странах такие практики строго регулируются, что затрудняет работу международных брендов. Это создает дополнительные сложности для компаний, работающих на международных рынках.

6. Влияние новых технологий на этику и прозрачность.

С развитием технологий маркетинг становится все более сложным и многогранным. Одним из вызовов, который вызывает серьезную озабоченность, является использование искусственного интеллекта для создания персонализированных рекламных кампаний. Хотя ИИ позволяет значительно улучшить эффективность маркетинговых стратегий, он также может подвергать сомнению этическую сторону, особенно в области сбора и использования личных данных.

Рисунок 2 демонстрирует процент компаний, сталкивающихся с проблемами в области этики и прозрачности по категориям. Данные получены из исследований маркетинговых агентств и анализа текущих тенденций в отрасли.

Рис. 2. Проблемы, с которыми сталкиваются компании при внедрении этичных и прозрачных маркетинговых практик

Для решения проблем, связанных с этикой и прозрачностью в маркетинговых коммуникациях, требуется комплексный подход, включающий соблюдение этических стандартов, повышение уровня информированности потребителей, внедрение новых технологий с учетом их воздействия на общество, а также развитие корпоративной социальной ответственности. Наиболее перспективными являются инициативы по внедрению стандартов прозрачности на всех уровнях маркетинговых коммуникаций, включая более открытое взаимодействие с потребителями через цифровые каналы [6, с. 299].

Компании, которые будут успешно решать эти проблемы и интегрировать этичные практики в свою деятельность, получат преимущества в виде повышения доверия со стороны потребителей и укрепления своей репутации на рынке.

В условиях растущего давления на компании со стороны потребителей, регулирующих органов и общества в целом, повышение этики и прозрачности в маркетинговых коммуникациях становится не только этическим, но и стратегическим приоритетом. Для обеспечения честности, прозрачности и этичности маркетинговых практик необходимо разработать комплекс мероприятий, направленных на внедрение этичных стандартов в маркетинговую деятельность.

Практические решения для повышения этики и прозрачности в маркетинговых коммуникациях представлены в таблице 2.

Таблица 2

Практические решения для повышения этики
и прозрачности в маркетинговых коммуникациях

Решение	Описание	Результат
Принципы честности и правдивости в рекламе	Разработка кодексов поведения, контроль за точностью рекламы	Повышение доверия и лояльности клиентов
Использование технологий для повышения прозрачности	Внедрение блокчейн-технологий для отслеживания цепочек поставок	Увеличение доверия и уменьшение манипуляций
Принципы социальной ответственности и устойчивого развития	Внедрение принципов устойчивого развития в маркетинговые кампании	Повышение лояльности потребителей, укрепление репутации
Образование и обучение персонала	Регулярное обучение сотрудников по этическим стандартам	Формирование этичной корпоративной культуры
Регулярный аудит маркетинговых практик	Проведение аудита рекламных кампаний и коммуникаций	Повышение качества маркетинговых практик
Прозрачность в цепочке поставок	Раскрытие информации о происхождении товаров и условий труда	Увеличение доверия и положительного имиджа бренда
Использование независимых внешних проверок и сертификаций	Применение сертификаций по стандартам устойчивого развития	Укрепление доверия и репутации
Привлечение клиентов к активному взаимодействию	Вовлечение потребителей в процессы разработки и оценки продукции	Укрепление связей с потребителями

Внедрение данных решений позволит компаниям не только повысить уровень доверия и прозрачности, но и значительно улучшить свою репутацию на рынке, что в итоге приведет к укреплению позиций бренда и улучшению финансовых показателей.

Рекомендации для маркетологов по внедрению этических норм:

1) Разработка и внедрение кодекса этики. Каждая компания должна разработать внутренний кодекс, который будет включать принципы честности, прозрачности и социальной ответственности в маркетинговых коммуникациях [4, с. 95].

2) Обучение сотрудников. Регулярное обучение персонала по вопросам этики и прозрачности в маркетинговых практиках поможет предотвратить ошибки и нарушения стандартов.

3) Прозрачность в рекламе. Представление точной и проверенной информации о продуктах и услугах без преувеличений и манипуляций.

4) Использование технологий для прозрачности. Внедрение технологий, таких как блокчейн, для отслеживания и подтверждения данных о товаре или услуге.

5) Активное вовлечение потребителей. Привлечение клиентов к обратной связи и обсуждению условий производства или особенностей продукта.

Перспективы развития этики и прозрачности в маркетинговых коммуникациях в ближайшие годы связаны с несколькими ключевыми тенденциями. Во-первых, нарастает давление со стороны потребителей и регулирующих органов, что делает этичность и прозрачность не только важными моральными принципами, но и экономическими факторами успеха на рынке. Потребители становятся все более осведомленными и требуют от брендов большего: точности информации, честности в рекламе, соблюдения экологических и социальных стандартов [5, с. 117].

Во-вторых, ожидается активное внедрение технологий, таких как блокчейн и искусственный интеллект, для обеспечения прозрачности и подотчетности. Блокчейн, в частности, позволяет отслеживать происхождение товаров и услуг, что значительно снижает риск манипуляций и увеличивает доверие со стороны потребителей. Искусственный интеллект будет использован для более точного анализа поведения потребителей и разработки этичных персонализированных маркетинговых стратегий, соблюдая при этом требования конфиденциальности.

В-третьих, повышается роль социальных и экологических стандартов. Компании, активно интегрирующие принципы устойчивого развития в свою деятельность, не только повышают свою репутацию, но и получают доступ к новым рынкам и сегментам аудитории, которые ценят этику и социальную ответственность. Прогнозируется, что в будущем стандарты социальной ответственности станут неотъемлемой частью корпоративной стратегии многих брендов.

Наконец, важным аспектом станет усиление образовательных программ для специалистов в области маркетинга. Повышение осведомленности о важности этики и прозрачности будет способствовать формированию нового поколения профессионалов, которые будут активно внедрять этичные практики в свою деятельность. Развитие этики и прозрачности в маркетинге будет способствовать не только улучшению взаимоотношений с потребителями, но и повышению долгосрочной конкурентоспособности компаний на глобальном рынке.

Выводы

Таким образом, внедрение этики и прозрачности в маркетинговые коммуникации способствует не только улучшению репутации компании, но и повышению доверия со стороны потребителей, что в свою очередь влияет на финансовые результаты и лояльность клиентов. Компании, которые активно применяют этичные принципы, такие как честность в рекламе, социальная ответственность и использование современных технологий (например, блокчейн), имеют конкурентное преимущество на рынке. Перспективы развития этики в маркетинге включают усиление роли технологий и более строгие регуляции, что приводит к необходимости дальнейшего совершенствования маркетинговых практик в соответствии с этическими стандартами.

Литература:

1. Азоев Г.Л., Ханджалов М.Ю. Цифровые маркетинговые коммуникации на основе интеллектуального анализа данных // Молодой ученый. – 2022. – № 21 (416). – С. 374-376.

2. Байбардина Т.Н., Бурцева О.А., Михалькова В.А., Романюк А.А. Этика маркетинга в современном обществе // Актуальные проблемы коммерции, логистики и маркетинга в условиях трансформации современной экономики. – 2022. – С. 15-18.

3. Ипатова Н.В. Этические аспекты в рекламе и связях с общественностью: проблемы и решения // Молодой ученый. – 2023. – № 30(477). – С. 63-65.

4. Пакалина Ю.В. Принципы и критерии этичности рекламы // Бизнес. Общество. Власть. – 2013. – № 16. – С. 93-106.

5. Шарапов Р.О. Роль этики в маркетинге // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2023. – № 5(71). – С. 115-120.

6. Шемчук М.А., Комарчева О.С., Шадрин В.Г. Барьеры маркетинговых коммуникаций и пути их преодоления // Техника и технология пищевых производств. – 2023. – Т. 53, № 2. – С. 294-308.

ВКЛАД АПК В РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ КАБАРДИНО-БАЛКАРСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Мамбетов Алибек Хусенович,
Северо-Кавказский институт филиал РАНХиГС, г. Пятигорск

E-mail: 06alibekmambetov06@gmail.com

Темирчев Константин Дмитриевич,
Северо-Кавказский институт-филиал РАНХиГС, г. Пятигорск

E-mail: k.temirchev@mail.ru

Научный руководитель:
Сорокина Оксана Владимировна
Северо-Кавказский институт-филиал РАНХиГС, г. Пятигорск

E-mail: sorokina-ov@ranepa.ru

Аннотация. В данной статье рассматривается вклад АПК в развитие региональной экономики Кабардино-Балкарской Республики (КБР), внимание уделяется достижениям и перспективам развития сельского хозяйства, а также проблемам, стоящим перед отраслью. Цель данного исследования заключается в анализе роли агропромышленного комплекса в экономике КБР и определении направлений дальнейшего развития отрасли.

Ключевые слова: АПК, КБР, экспорт, сельское хозяйство.

Агропромышленный комплекс (АПК) является одной из главных отраслей любого региона потому, что именно за счет АПК регион обеспечивает себя продовольствием, рабочими местами и поступлениями в бюджет.

Основой АПК региона исторически считается традиционно сельское хозяйство, которое обеспечивало населения продуктами питания и сырьем для переработки, но современное сельское хозяйство Кабардино-Балкарии характеризуется разнообразием производственных направлений. Регион обладает большими объемами земельных ресурсов, которые используются для

выращивания зерновых, технических культур, овощей. Важную роль играют сады интенсивного типа, занимающие значительную площадь **23,4 тыс. га**, по сравнению с 2023 годом 21,9 тыс. га. КБР является одним из лидеров по закладке многолетних насаждений, благодаря тому, что регион ставит целью развитие интенсивного хозяйства, каждый год закладывается до 1,6 тыс. га интенсивных садов Основными сельхоз культурами являются пшеница, кукуруза, картофель, овощи.

Таблица 1

	2023 год	2024 год
Пшеница тыс. тонн	205	208
	Сентябрь 2024 год	Сентябрь 2024 год
Картофель тыс. тонн	118	145
Кукуруза тыс. тонн	640	604,5
Овощи тыс. тонн	280	258.1

Также в республике активно развивается животноводство:

Таблица 2

	2023 год	2024 год
Крупный рогатый скот тыс. голов	271,1	272,7
Овцы и козы тыс. голов	414	424,8
Птицы тыс. голов млн. голов	4,2	4,6

АПК занимает значительное место в структуре валового регионального продукта (ВРП) Кабардино-Балкарии. Согласно данным статистики, КБР входит в список регионов с положительным ростом производства сельхоз продукции, объем производства продукции сельского хозяйства с января по октябрь в 2024 году увеличился на 4,1% по сравнению с предыдущим годом, с 46,9 млрд рублей до 51,1 млрд рублей.

Сельскохозяйственный сектор обеспечивает значительное количество рабочих мест в регионе. В 2024 году численность занятых в сельском хозяйстве составила около 30% от общего числа работающих в КБР.

К концу 2024 году ожидается сбор урожая садовых плодов в объеме 800 тыс. тонн и овощей – 1,5 млн тонн

Экспорт продукции АПК из Кабардино-Балкарии увеличивается, по данным ФТС, объем экспорта АПК КБР в период с января по сентябрь 2024 года превысил годовую норму (13,9 млн долларов) в 2,2 раза и составил чуть более 31 млн долларов, по сравнению с показателем 2023 года 24,3 млн долларов. Импорт представлен продукцией, которая не производится в достаточных количествах в регионе, такими как зерно и некоторые виды техники.

В регионе положительная динамика развития отрасли, но тем не менее АПК сталкивается с рядом проблем:

Низкий уровень технологий производства. Из-за того, что многие хоз-ва используют устаревшие технологии и оборудование снижается эффективность производства, что может в дальнейшем ослабить конкурентоспособность на рынке.

Ограниченность инвестиционного потенциала МСП и ИП. Недостаточное финансирование затрудняет модернизацию и внедрение новых технологий.

Отток квалифицированных специалистов. Из региона уходят квалифицированные специалисты из-за чего возникает нехватка молодых кадров.

Отсутствие эффективной координации и регулирования процессов продвижения и реализации сельскохозяйственной продукции и продовольственных товаров, производимых в республике. Проблема усложняет экспорт и снижает прибыль производителей.

Регулярная дезинсекция хранилищ для борьбы с вредителями, которые угрожают сохранности зерна. Специалисты проводят обеззараживание значительных объемов зерна и продуктов его переработки, что требует дополнительных ресурсов и времени.

Хотя проблемы и есть, существуют перспективные направления для развития АПК в регионе:

Государственная поддержка. Власти Кабардино-Балкарии планируют направить около 3 млрд рублей на поддержку агропромышленного комплекса в 2024 году, для повышения эффективности производства.

Внедрение инновационных технологий. Использование современных методов ведения сельского хозяйства, внедрение точного земледелия или автоматизированных системы управления существенно повысить эффективность и уменьшить издержки.

Анализ вклада агропромышленного комплекса в региональную экономику Кабардино-Балкарии показывает, что сельское хозяйство продолжает играть важную роль в экономическом росте региона. Несмотря на существующие проблемы, перспективы развития АПК выглядят многообещающими. Если

государство будет продолжать оказывать господдержку, а фирмы будут внедрять новые технологии и повышать уровень квалификации работников, улучшать условия труда, то увеличении роли АПК и его дальнейшее устойчивое развитие в регионе будет только вопросом времени.

Литература:

1. Дзуганов В.Б., Дзуганова М.А. Состояние и оценка развития технической оснащенности АПК региона // Фундаментальные исследования. 2016. № 8 (часть 1). С. 134–138.

2. Хапачев А.Б. Состояние и направления развития аграрного сектора Кабардино-Балкарской Республики // Региональная экономика: теория и практика. 2008. №. 31 (88). С. 66–75.

3. Темирчева А.И. Потребление продуктов питания в домашних хозяйствах республики Северная Осетия-Алания / А.И. Темирчева, К.Д. Темирчев // Научное обеспечение устойчивого развития агропромышленного комплекса горных и предгорных территорий: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 105-летию Горского ГАУ, Владикавказ, 26–27 октября 2023 года. – Владикавказ: Горский государственный аграрный университет, 2023. – С. 139-141. – EDN QPSWTH.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕР ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (МСП) В КБР

Мамбетов Алибек Хусенович,
Северо-Кавказский институт филиал РАНХиГС, г. Пятигорск

E-mail: 06alibekmambetov06@gmail.com

Темирчев Константин Дмитриевич,
Северо-Кавказский институт-филиал РАНХиГС, г. Пятигорск

E-mail: k.temirchev@mail.ru

Научный руководитель:
Сорокина Оксана Владимировна
Северо-Кавказский институт-филиал РАНХиГС, г. Пятигорск

E-mail: sorokina-ov@ranepa.ru

Аннотация. Целью статьи является анализ эффективности мер поддержки малого и среднего предпринимательства в Кабардино-Балкарии, в статье рассмотрены текущие программы поддержки, их влияние на развитие МСП и возможные направления для улучшения.

Ключевые слова: МСП, КБР, экономика, кредитование.

Развитие малого и среднего предпринимательства (МСП) является приоритетной задачей для развития регионов потому, что поддержка МСП обеспечивает укрепление экономики субъекта, создавая новые рабочие места и новые товары и услуги. В Кабардино-Балкарской Республике (КБР) данный сектор играет важную роль, благодаря значительному количеству рабочих мест и вкладу в региональный бюджет. Поэтому оценка эффективности мер поддержки МСП в регионе представляет собой важный аспект для дальнейшего развития.

За последние пять лет в Кабардино-Балкарии наблюдается устойчивый рост числа субъектов МСП. Особенно заметен прирост числа самозанятых граждан после введения специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» в июле 2020 года.

Таблица 1

Год	Кол-во самозанятых тыс.
2020	1,5
2021	15,5
2022	51,8
2023	69,1
2024	77

Также согласно данным Единого реестра субъектов МСП, в Кабардино-Балкарии насчитывается около 98 тысяч субъектов предпринимательской деятельности, из которых 21 тысяча – это юрлица и индивидуальные предприниматели, а 77 тысяч – самозанятые граждане. Данный показатель свидетельствует о высоком уровне предпринимательской активности в регионе. Это говорит о востребованности и эффективности введенного налогового режима.

Основными проблемами для МСП в КБР остаются ограниченный доступ к финансовым ресурсам и высокие процентные ставки по кредитам. Помимо этого, остается актуальной проблема нехватки квалифицированных кадров в сфере IT для внедрения высоких технологий и инноваций.

В рамках национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» субъекты МСП Кабардино-Балкарии получили значительные объемы финансовой поддержки. Так, за первое полугодие 2024 года малый и средний бизнес привлек 1883,4 млн рублей через льготные кредитные и гарантийные программы, по сравнению с 2023 годом, 1207,7 млн рублей. Наиболее популярными среди предпринимателей КБР стали программы поддержки в реальном секторе экономики, сельском хозяйстве, обрабатывающей промышленности и туризме.

Одной из наиболее востребованных форм поддержки стало использование залоговых инструментов. Более половины финансовых средств были привлечены благодаря поручительствам по банковским кредитам. Например, региональная гарантийная организация НКО «Гарантийный фонд Кабардино-Балкарской Республики» за первые полгода 2024 года выдала 22 поручительства, обеспечив бизнесу привлечение кредитных средств на сумму 449,9 млн рублей, что на 77,5 млн рублей больше чем за тот же период 2023(372,4 млн рублей).

Также стоит отметить программу льготного кредитования, реализуемую Министерством экономического развития Российской Федерации (Минэкономразвития РФ). По программе за указанный период было заключено 21 кредитного договора на сумму 698,0 млн рублей. Механизм «зонтичного поручительства» позволил заключить еще 55 кредитных договоров на общую сумму 719,0 млн рублей. Важным элементом поддержки МСП в Кабардино-Балкарии являются образовательные и консультационные программы. В регионе

действуют государственные микрофинансовые организации, такие как НМКК «Фонд микрокредитования субъектов малого и среднего предпринимательства Кабардино-Балкарской Республики», которая предлагает льготные микрозаймы сроком на три года по ставкам от 4% до 12%. В первом полугодии 2024 года эта организация выдала 40 микрозаймов на общую сумму более 10,6 млн рублей, поддержав тем самым 29 ИП и 11 самозанятых граждан, за тот же период 2023 года эта организация выдала 49 микрозаймов, из которых 39 ИП и 15 самозанятых граждан, на сумму 16,1 млн рублей.

Таблица 2

Год	Сумма займов млн, рублей
Июль 2023	16,1
Июль 2024	10,6

Помимо этого, предприниматели используют возможности Цифровой платформы МСП.РФ для получения финансовой поддержки. Через эту платформу в 2024 году было выдано 21 микрозаймов на сумму более 7 млн рублей.

Также в Кабардино-Балкарии развивается инфраструктура поддержки МСП, она включает в себя бизнес-инкубаторы, так, например, центр «Мой бизнес» оказал информационно-консультационные и образовательные услуги 2803 субъектам МСП и 754 самозанятым гражданам, желающим начать или развить предпринимательскую деятельность. Также предпринимателями-экспортерами было заключено 8 экспортных сделок на сумму более 3,6 млн долларов. Такие объекты помогают предпринимателям снижать затраты на аренду помещений и оборудования и получать необходимые знания и навыки для успешного ведения бизнеса.

Значительные суммы привлеченных средств, с помощью льготного кредитования и микрозаймов, позволили предпринимателям открыть или расширить свои бизнесы, также увеличить производство и создать новые рабочие места. Меры поддержки, предоставляемые в рамках национального проекта, оказали положительное воздействие на развитие МСП в Кабардино-Балкарии.

Вместе с тем, выявлены и некоторые проблемы. Например, несмотря на наличие программ поддержки, многие предприниматели продолжают сталкиваться с высокими процентными ставками по кредитам. Большинство владельцев МСП выразили, что они довольны уровнем поддержки, которую они получают от государства, но вместе с тем они отметили необходимость упрощения процедур получения финансовой помощи и увеличения объемов выделяемых средств.

Для улучшения доступа к финансированию предлагается увеличить количество конкурсов для получения грантов и разработать новые программы

для налоговых льгот или получений субсидий, также сократить сроки рассмотрения заявок и расширить перечень банков-партнеров. Это позволит большему числу предпринимателей воспользоваться возможностями государственной поддержки, реализация предложенных улучшений позволит повысить эффективность мер поддержки МСП в Кабардино-Балкарии и обеспечить дальнейшее развитие сектора.

Анализ эффективности мер поддержки МСП в Кабардино-Балкарии подтвердил значимость и востребованность предлагаемых программ. Благодаря им малый и средний бизнес получил доступ к необходимым финансовым ресурсам, образовательным программам для повышения компетентности работников и инфраструктуре поддержки. Это позволило многим предпринимателям развивать свои бизнесы и создавать новые рабочие места.

Литература:

1. Аликаева М., Ксанаева М. Теоретические аспекты развития малого предпринимательства: институционально-эволюционный подход. // Предпринимательство. – 2006. – № 6. – С. 78-82.

2. Темирчев К. Д. Влияние ценовой эластичности спроса на рыночные стратегии компании в условиях цифровизации экономики / К. Д. Темирчев // Молодежь и образование XXI века: Материалы XXII межвузовской научно-практической конференции студентов и молодых ученых, Ставрополь, 19 апреля 2024 года. – Ставрополь: Ставропольский государственный педагогический институт, 2024. – С. 1288-1293. – EDN LSOUVO.

3. Донев Д.Д. Анализ информационной компетентности государственных служащих Республики Северная Осетия-Алания в условиях цифровизации / Д. Д. Донев, К. Д. Темирчев // Университетская наука. – 2024. – № 2 (18). – С. 243-245. – EDN LAUWAG.

СОЦИАЛЬНОЕ САМОЧУВСТВИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА КОСМЕТИЧЕСКИХ И КОСМЕТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ

Мосиенко Ольга Сергеевна,
Южный федеральный университет,
г. Ростов-на-Дону

E-mail: mosienko.olga@mail.ru

Аннотация. Проводится анализ социального самочувствия потребителей в условиях развития российского рынка косметических и косметологических услуг, нормативно-правовой базы РФ, которая регламентирует соответствующий сегмент рынка, актуальной статистики в сфере индустрии красоты, масштаба и субъектов рынка, основных ограничений рынка, перечня основных косметических и косметологических услуг, типичных категорий покупателей.

Ключевые слова: рынок косметических и косметологических услуг, индустрия красоты, потребители, продавцы, производители.

Процессы развития промышленности товаров и услуг продолжают изменять социокультурную среду, проникая во все сферы жизни общества. Подверженной особому влиянию оказывается культура повседневности, в частности сфера услуг, которая включает в себя огромное количество разных видов коммерческой и некоммерческой деятельности, образующих отдельные отрасли. Одна из таких отраслей – индустрия красоты. Рынок косметических услуг является весьма перспективным направлением бизнеса в современной России. Нехватка времени на самообслуживание, постоянная занятость, стремление следовать модным тенденциям и течениям порождает все большую востребованность рынка косметических услуг среди населения, причем вне зависимости от возраста. Задачи данного сегмента рынка в современном мире совершенно различны и ставятся в соответствии с пожеланием клиента: кто-то хочет подчеркнуть естественную красоту, кто-то с помощью косметических услуг раскрыть свою индивидуальность, кто-то же наоборот создать совершенно новый образ, тем самым мгновенно изменяя эталоны красоты. Стремление к лучшему – это своего рода условие выживания современного человека в наше время.

Сегодня буквально на каждом углу открываются новые салоны красоты, из-за чего иногда может формироваться мнение, что салоны в индустрии

красоты создают иногда не ради прибыли или развития этой отрасли, а из-за модных течений и культурных стереотипов.

Существует множество мотивов обращения человека к рынку индустрии красоты: забота о здоровье, гедонистический мотив, стремление подражать моде и др. Но зачастую в условиях такого большого разнообразия рынка индустрии красоты страдает социальное самочувствие его потребителей. Рынок индустрии красоты бывает манипулятивен, а также склонен разделять людей на тех, кто в него вписывается и тех, кто нет [1].

Рынок косметических и косметологических услуг в РФ в настоящее время регламентируется следующими нормативно-правовыми актами:

1. Федеральный закон «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации» от 31.07.2020 N 248-ФЗ (последняя редакция) [2].

2. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (ред. от 08.08.2024) [3].

Рынок косметических услуг разнообразен, активно развивается и вводит в свою структуру все новые и новые субъекты. Динамизм развития данного сегмента влияет на привычные устои бытия человека, его социальное самочувствие. Индустрия красоты влияет на самооценку людей, образ тела, восприятие красоты и понимание ее доступности в современном мире. Используя восходящие сравнения, люди постоянно сравнивают себя со стандартами красоты, которые бесконечно меняются и преобразуются, но при этом активно демонстрируются и навязываются обществом. Кроме того, основной характеристикой современной действительности является острый недостаток проверенной информации, важной для принятия потребительского решения [4].

Масштаб рынка косметических и косметологических услуг – глобальный, но в последнее время в России вынужденно локализуется, однако тренды оставляют данный рынок на уровне глобальности процессов.

Основные субъекты рынка косметических услуг (эконом, бизнес, люкс сегменты): продавцы – заведения, занимающиеся косметическим обслуживанием мужчин и женщин (салоны красоты, косметические центры, комплексные предприятия, мастера, управленцы, владельцы); потребители – граждане, которые покупают и пользуются товарами, услугами рынка косметических и косметологических услуг.

Воронка услуг индустрии красоты: косметические, косметологические, хирургические.

Основными ограничениями рынка индустрии красоты в России являются:

– нехватка качественных специалистов в некоторых отраслях (преимущественно новых);

– уход иностранных брендов, которые были очень популярны среди пользователей, уход многих поставщиков;

– скепсис специалистов российского рынка индустрии красоты в отношении российских препаратов;

– резкое повышение цен в косметическом сегменте.

Перечень основных косметических и косметологических услуг:

– прически классические и креативные;

– маникюр и педикюр;

– моделирование бровей и ресниц;

– окрашивание волос;

– завивка волос;

– выпрямление и наращивание волос;

– удаление волос;

– солярий;

– наращивание ногтей и ресниц;

– уход за бородой и усами;

– косметологические услуги;

– spa-процедуры.

Типичные категории покупателей (потребителей услуг салонов красоты):

1. «Целеустремленный достигатор». Приходит сразу на все услуги, не пользуется моноуслугами.

2. «Импульсивный мот». Приходит на одну процедуру, но делает сразу все.

3. «Уравновешенный прагматик». Выбирает услугу на основе цены.

4. «Усердный борец». Человек, который борется за индивидуальность и ищет свой неповторимый стиль.

5. «Консерватор». Делает косметические услуги всегда одного типа.

6. «Скептик». Люди, которые не делают данный вид услуг и считают, что красота должна быть естественной, а вмешательство в свой организм недопустимо.

7. «Традиционалист». Человек, который делает процедуры только у своих мастеров, никогда не меняет салон.

В последние годы наблюдается увеличение среднего чека на услуги красоты. Это связано, в частности, с ростом цен на лекарства и со стремлением граждан с хроническими заболеваниями приобрести необходимые медикаменты впрок. Общий объем операций и процедур россиян в сфере здоровье в первом квартале 2023 года увеличился на 27% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, а на оплату услуг центров красоты граждане РФ стали тратить в три раза больше. В первом квартале 2023 года общий объем операций в

категории «здоровье» увеличился на 27%. При этом средний чек одной покупки с января по март 2023 года составил 879 рублей, что на 19% больше, чем в прошлом году. Оплачивать услуги центров красоты и здоровья в 2023 году стали больше в три раза, средний чек вырос до 9 425 рублей. Согласно исследованию, в топ-5 категорий трат в сегменте здоровья в первом квартале 2023 года вошли: аптеки, медицинские услуги, центры красоты и здоровья, оптика, стоматология. Как показала статистика, средний чек в категории аптек вырос на 7%, до 684 рублей относительно 2022 года, а на медицинские услуги – на 83%, до 3 854 рублей [5].

В 2017-2021 гг**.** доля потребителей услуг парикмахерских и салонов красоты в России преимущественно увеличивалась и к концу периода составила 72,1% от населения страны (104,5 млн чел). Исключение составил 2020 г, когда показатель снизился до 71,3% от населения (или 104,0 млн чел), что было связано с введением карантинных мер в период пандемии. После снятия ограничений на работу парикмахерских и салонов красоты часть клиентов в них не вернулись, предпочитая договариваться с мастерами лично или отказаться от части необязательных услуг в условиях снижения доходов.

Санкции против России из-за проведения спецоперации в Украине также затронули сферу индустрии красоты. Представители бьюти-отрасли заявили о росте цен на импортную продукцию. В санкционный список США под запрет экспорта в Россию попали косметика и парфюмерия, в том числе туалетная вода и средства по уходу за кожей. Услуги стрижки нужны всегда, от них нельзя отказаться. В первую очередь отток клиентов испытают салоны, специализирующиеся на «необязательных» дополнительных услугах, например, инъекционная и аппаратная косметология, spa-процедуры. Также будет наблюдаться дефицит импортной салонной косметики. Основная задача отрасли сейчас – максимальное импортозамещение. По оценкам представителей отрасли, чтобы найти новых поставщиков и протестировать новые продукты необходимо примерно полгода. Кроме того, нужно время для разработки логистических цепочек. Владельцы салонов активно исследуют сегмент корейской и израильской косметики.

В пятерку лидеров по объему продаж косметики в России по итогам 2022 года вошли «Магнит Косметик» (152 млрд рублей), «Л’Этуаль» (80,4 млрд рублей, включая сеть «Подружка»), «Золотое яблоко» (48 млрд рублей), «Рив Гош» (41 млрд рублей) и «Улыбка радуги» (20 млрд рублей).

В контексте статьи обратимся к проблемам и рискам, которые могут сопутствовать ухудшению не только социальному самочувствию отдельно взятого потребителя, но и группе профессионалов. Поскольку подобные случаи (как описано ниже) всерьез подрывают авторитет настоящих специалистов

данной сферы и заставляют потребителей услуг сомневаться в правильности принятия решений.

В 2018 году в Ставрополе женщина пострадала от косметолога. Разбираться в этой некрасивой во всех аспектах истории было поручено следователю следственного отдела по Промышленному району города Ставрополя СУ СК России по Ставропольскому краю [6].

Из материалов уголовного дела:

..Лобач (фамилия косметолога), не имея специальных познаний в области медицины и косметологии, оказывала у себя на дому косметологические услуги, не отвечающие требованиям безопасности для жизни и здоровья потребителей. В частности, Лобач сделала инъекции экзогенного вещества 30-летней женщине, после чего у потерпевшей произошли абсцессы верхнего века и губ, пошли осложнения <...>. В результате ее здоровью был причинен тяжкий вред... [6].

В отношении косметолога было возбуждено уголовное дело по п. «в» ч. 2 ст. 238 УК РФ (оказание услуг, не отвечающих требованиям безопасности, повлекшее по неосторожности причинение тяжкого вреда здоровью). На суде она напрочь все отрицала. При том, что во время обыска в ее квартире в комнате, где стояла кушетка, находилась женщина, которую хозяйка спешно выпроводила. У нее в квартире также нашли брошюры об оказании косметологических услуг, а в холодильнике, рядом с колбасой и луком – ампулы. Именно в таких условиях хранились «препараты красоты». Суд счел убедительными собранные следствием доказательства и приговорил лжекосметолога к двум годам и шести месяцам ограничения свободы с обязательной явкой в специализированный орган, ей также запрещено покидать город.

Рекомендации по решению типичных проблем рынка косметических и косметологических услуг:

1. Придерживаться постулата: желание клиента-закон. Мастер может лишь подсказать, но не навязывать то, что модно или то, что ему самому нравится.
2. Отсутствие эйджизма.
3. Принцип сохранения индивидуальности.
4. Разумный уход от стандартов красоты.
5. Пропаганда любви к себе и принятия.
6. Ужесточение контроля качества.

Таким образом, мы можем говорить о том, что сфера красоты довольно противоречива и имеет много белых пятен и в рамках законодательства, и в рамках возможностей экономики России, и в вопросах этики. Главная специфика выражается в том, что индустрия красоты имеет возможность прямолинейно развиваться лишь в том случае, если она рассматривается, как глобальное,

общекультурное и обще социальное явление. Учитывая серьезное давление на потребителя теми или иными стандартами и нововведениями, производитель и продавец обязаны брать на себя очень высокую ответственность не только за социальное или психологическое самочувствие потребителя, но и за его жизнь.

Литература:

1. Грекова Е.И. Индустрия красоты в современном медиакультурном пространстве // Человек в мире культуры. 2017. №4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/industriya-krasoty-v–sovremennom-mediakulturnom-prostranstve (дата обращения: 14.12.2024).

2. Федеральный закон «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации» от 31.07.2020 N 248-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358750/ (дата обращения: 19.12.2024)

3. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (ред. от 08.08.2024) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ (дата обращения: 19.12.2024)

4. Дохолова А.С. Проблематика исследования рынка салонов красоты // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». 2019. №3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/problematika-issledovaniya-rynka-salonov-krasoty (дата обращения: 19.12.2024)

5. Статистика индустрии красоты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru1.know-net.org/influencia-exercida-pela-industria-beleza-sobre-mulheres-sobre_19754-4895 (дата обращения: 15.12.2024)

6. Красота без жертв [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://dzen.ru/a/YuJSHAX_a3NZJGRc (дата обращения: 16.12.2024)

АНАЛИЗ ТЕХНИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК НЕЛИНЕЙНЫХ ЛОКАТОРОВ С ПОМОЩЬЮ КОМПЛЕКСНОГО АРИФМЕТИЧЕСКОГО ПОКАЗАТЕЛЯ КАЧЕСТВА

Алефиренко Виктор Михайлович
Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники, г. Минск, Республика Беларусь

E-mail: alefirenko@bsuir.by

Денскевич Артем Дмитриевич
Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники, г. Минск, Республика Беларусь

E-mail: a.denskevich@bsuir.by

Зубрицкий Евгений Димитриевич
Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники, г. Минск, Республика Беларусь

E-mail: zzubritski@gmail.com

Аннотация. Приведены результаты расчетов комплексных показателей качества нелинейных локаторов. Показана диаграмма распределения комплексных показателей качества, которая позволяет осуществлять выбор наиболее подходящей модели переносного комплекса.

Ключевые слова: нелинейный локатор, технические параметры, комплексные показатели качества.

Современные вызовы в области обеспечения информационной безопасности требуют регулярного совершенствования методов и средств противодействия несанкционированному доступу к информации. Одним из ключевых инструментов в данной области стали нелинейные локаторы, которые позволяют эффективно выявлять электронные устройства, представляющие угрозу конфиденциальности информации, независимо от их состояния или уровня активности. В современных условиях нелинейные локаторы играют важнейшую роль в предотвращении утечки информации и выявлении угроз. Данные устройства работают по принципу излучения радиочастотного сигнала, который вызывает нелинейный отклик в исследуемом объекте. Такой подход

позволяет локатору идентифицировать полупроводниковые элементы даже в тех случаях, когда они находятся в выключенном состоянии или скрыты внутри объектов [1]. Нелинейные локаторы применяются как для поиска закладных устройств, так и для проверки защищенности информационных систем. Благодаря высокой точности и способности к выявлению угроз на ранней стадии, они стали неотъемлемой частью комплексных мер защиты. Например, серия локаторов «ЛОРНЕТ» зарекомендовала себя как надежное средство, эффективно используемое как в полевых, так и в стационарных условиях. Усовершенствованные характеристики, такие как улучшенная чувствительность и мобильность, делают их эффективными для специалистов по информационной безопасности [2].

В настоящее время на рынке технических средств обеспечения безопасности объектов представлено большое разнообразие моделей нелинейных локаторов, предоставляемых различными фирмами. Поэтому, выбор наиболее оптимальной по своим техническим параметрам модели составляет определенную трудность, так как требует анализа большой базы данных параметров, отличающихся своими количественными значениями.

Для решения этой проблемы можно использовать комплексный метод определения качества изделий, который позволяет учитывать все принятые во внимание технические параметры и их числовые значения [3; 4]. Комплексный подход к оценке качества изделий предполагает использование комплексных показателей, одним из которых может выступать средневзвешенный арифметический показатель, вычисляемый по заданной формуле

$$K_{\text{ариф}} = \sum_{i=1}^{m} \alpha_{\text{H}i} \cdot k_{\text{H}i}\ , \qquad (1)$$

где $k_{\text{H}i}$ – нормированный i-й единичный показатель; $a_{\text{H}i}$ – нормированный коэффициент, характеризующий вес (значимость, важность) i-го единичного показателя; m – количество единичных показателей, принятых во внимание.

Технические параметры нелинейных локаторов обладают различными размерностями, поэтому для применения формулы (1) требуется предварительная нормировка параметров, обеспечивающая их приведение к безразмерному виду. Нормировка осуществляется с использованием специального выражения

$$K_{\text{H}i} = \frac{k_i - k_{\text{кр}\,i}}{k_{\text{опт}\,i} - k_{\text{кр}\,i}}\ , \qquad (2)$$

где k_i – исходное значение i-го единичного показателя; $k_{\text{кр}\,i}$ – критическое значение i-го единичного показателя; $k_{\text{опт}\ \ i}$ – оптимальное значение i-го показателя; $k_{\max\,i}$ – максимальное значение i-го показателя; $k_{\min\,i}$ – минимальное значение i-го показателя.

Исходные значения k_i должны находиться в интервалах $k_{кр\,i} < k_i < k_{опт\,i}$ или $k_{опт\,i} < k_i < k_{кр\,i}$. Коэффициенты значимости a_{Hi} для формулы (1) необходимо подбираться таким образом, чтобы выполнялось условие

$$\sum_{i=1}^{m} \alpha_{Hi} = 1 . \qquad (3)$$

тогда нормированные значения K_{Hi} будут лежать в пределах $0 < K_{Hi} < 1$.

В качестве единичных показателей для нелинейных локаторов, были выбраны следующие технические параметры: мощность излучения, чувствительность канала приёмника, несущая частота зондирующего сигнала передатчика, потребляемый ток, вес прибора, масса комплекта в чемодане, габариты прибора, рабочая температура, цена и срок гарантии. Для анализа были выбраны 16 моделей нелинейных локаторов, производимых различными компаниями [5–7].

Для определения численных значений комплексных показателей качества нелинейных локаторов необходимо предварительно подготовить и преобразовать исходные данные. Для этого необходимо:

– провести преобразование параметров, выраженных несколькими числовыми значениями, в параметры, выраженные одним значением;

– вычислить численные значения параметров, по которым данные в источниках отсутствует;

– присвоить параметрам коэффициенты значимости;

– выбрать оптимальные и критические значения параметров для их нормирования;

– провести нормирование коэффициентов значимости.

После преобразований число параметров увеличилось до 13.

Для определения численных значений параметров моделей нелинейных локаторов, по которым информация отсутствовала, использовались средние значения показателей других моделей, по которым имелась информация и количество которых превышает количество первых.

Оптимальные и критические значения параметров были выбраны следующим образом:

1. В качестве оптимального значения параметра выбрана величина, на 5% превышающая максимальное значение среди всех рассмотренных параметров, если увеличение данного параметра способствует улучшению качества. В противном случае, оптимальным значением считалась величина на 5% меньше минимального значения параметра, если его уменьшение улучшает качество;

2. В качестве критического значения параметра выбрана величина, на 5% превышающая максимальное значение параметра, если его рост приводит к ухудшению качества. Если уменьшение параметра вызывало снижение качества, критическим значением принималось значение, на 5% меньше минимального среди рассмотренных величин.

Для установления коэффициентов значимости параметров, отсутствующих в справочных источниках, применялся экспресс-метод. Его суть заключалась в классификации параметров по группам значимости с присвоением каждой группе определённого диапазона численных значений, равномерно распределённых между уровнями важности [3; 4].

Результаты расчетов, проведенные по формуле (1) с учетом выражений (2) и (3), в виде столбиковой диаграммы представлены на рис. 1.

Рис. 1 Распределение комплексных показателей качества нелинейных локаторов

Как показали результаты расчетов, наилучшие значения комплексных показателей качества были у модели ОКТАВА-М (0,67), на втором месте – NR-BT mini (0,56) и на третьем месте – ORION 2.4 (0,52) (рис. 2).

а б в

Рис. 2 Модели нелинейных локаторов, занявшие первые три места по комплексным арифметическим показателям качества:
а – ОКТАВА-М; б – NR-BT mini; в – ORION 2.4

На диаграмме можно выделить 4 группы нелинейных локаторов с близкими показателями в каждой группе и отличающимися показателями от группы к группе: группа 1 (с 1 по 2 место с показателями от 0,67 до 0,56); группа 2 (с 3 по 7 место с показателями от 0,52 до 0,49); группа 3 (с 8 по 11 место с показателями от 0,48 до 0,45); группа 4 (с 11 по 16 место с показателями от 0,43 до 0,4).

Таким образом, определение качественных характеристик нелинейных локаторов, выраженных относительными численными значениями и комплексно учитывающих количественные значения технических параметров, позволило провести их анализ и определить лучшую модель по выбранным для сравнения техническим параметрам.

Литература:

1. Бузов Г.А. Практическое руководство по выявлению специальных технических средств несанкционированного получения информации. – М.: Горячая линия – Телеком, 2010. – 240 с.

2. Бельчиков А.В. Отечественная серия нелинейных локаторов «ЛОРНЕТ» / А.В. Бельчиков // Защита информации. INSIDE. – 2015. – № 1. – С. 54-57.

3. Алефиренко В.М. Выбор состава технических средств для систем обеспечения безопасности / В.М. Алефиренко // Доклады БГУИР. – 2017. – № 2 (104). – С. 39-44.

4. Алефиренко В.М. Выбор акустических сейфов для защиты мобильных телефонов от несанкционированной активации / В.М. Алефиренко, А.Д. Денскевич // Технические средства защиты информации: тезисы докладов XXII Белорусско-российской научно-технической конференции, Минск, 12 июня 2024 г. / Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники ; редкол.: Т. В. Борботько [и др.]. – Минск, 2024. – С. 12-13.

5. Хорев А.А. Нелинейные радиолокаторы / А.А. Хорев, Куприянов А.М. // Защита информации. INSIDE. – 2019. – № 1. – С. 24-33.

6. Зачем нужен нелинейный локатор и как с ним работать [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.detsys.ru/article/zachem-nujen-nelineynyy-lokator?srsltid=AfmBOopucs4iZl9uQs_uyECUORfy_xy6XXuUoU6f4eiptfNMQGtCwiig/ (дата доступа: 14.12.2024)

7. Обзор технологии нелинейной локации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.sinf.ru/catalog/sp_articles/article03.htm/ (дата доступа: 14.12.2024)

ВЫБОР ОБЪЕКТИВОВ ДЛЯ КАМЕР СИСТЕМ ВИДЕОНАБЛЮДЕНИЯ

Алефиренко Виктор Михайлович
Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники, г. Минск, Республика Беларусь

E-mail: alefirenko@bsuir.by

Морозова Анна Николаевна
Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники, г. Минск, Республика Беларусь

E-mail: annamorozova417@gmail.com

Аннотация. В работе проведен анализ различных типов объективов для камер систем видеонаблюдения: монофокальных, вариофокальных и трансфокаторных. Описывается функциональность каждого типа объектива, их особенности и области применения. Особое внимание уделено вариофокальным объективам, для которых проведен сравнительный анализ качества ряда моделей различных фирм.

Ключевые слова: камеры видеонаблюдения, объективы, монофокальные, вариофокальные, трансфокаторные, технические характеристики, сравнительный анализ**.**

Объектив является обязательной составной частью камеры наблюдения. Именно объектив обеспечивает построение изображения сцены наблюдения на светочувствительном сенсоре камеры и от его характеристик зависит качество получаемого изображения [1].

Современные объективы можно разделить на 3 основных типа: монофокальные, вариофокальные, трансфокаторные, (рис. 1) [2].

Монофокальные объективы, с фиксированным фокусным расстоянием, представляют собой устройства, у которых величина фокусного расстояния остается постоянной (нерегулируемой), например, 3,6 мм или 12 мм. Такие модели обладают конкретными параметрами фокуса и угла обзора, которые не подлежат изменению. Это делает их простыми в использовании и доступными по цене. Примеры объективов с фокусными расстояниями 2.8, 3.6, 6 и 16 мм приведены на рис. 2.

Монофокальные объективы идеально подходят для организации постоянного видеонаблюдения, где нет необходимости часто перемещать камеры

с одного места на другое. Их простота в настройке и стабильность угла обзора делают их выбор предпочтительным для стационарных объектов наблюдения.

а б в

Рис. 1 Типы объективов: а) монофокальный; б) вариофокальный;

а б в г

Рис. 2 Примеры монофокальных объективов с разными фокусными расстояниями: а) 2.8мм; б) 3.6 мм; в) 6 мм; г) 16 мм

Вариофокальные объективы предоставляют возможность изменять в некоторых пределах параметры, такие как фокусное расстояние и угол обзора, например, от 3,6 мм до 8 мм. Эти объективы отличаются большей универсальностью по сравнению с монофокальными, но при этом имеют более высокую цену.

Для настройки вариофокальных объективов может потребоваться ручная фокусировка. Поэтому существуют модели как с автоматической, так и с ручной фокусировкой, что дает пользователям большие возможности контроля при настройке изображения.

С помощью вариофокальных объективов можно выборочно «вырезать» несущественные части изображения, фокусируясь на наиболее важных деталях, или же охватывать всю область перед видеокамерой.

На рис. 3 представлены вариофокальные объективы некоторых фирм.

а	б	в

Рис. 3 Вариофокальные объективы разных компаний:
а) Hikvision; б) Axiom; в) RVI

Несмотря на свою удобство и гибкость, вариофокальные объективы обычно стоят дороже по сравнению с монофокальными объективами. Однако возможность изменения параметров делает их выбор предпочтительным для ситуаций, где требуется более гибкое управление углом обзора и фокусным расстоянием камеры.

Трансфокаторные объективы, известные как зум-объективы, являются универсальными устройствами, способными регулировать угол обзора и масштабировать изображение. Они широко применяются в поворотных видеокамерах, особенно в системах PTZ (Pan-Tilt-Zoom), где оператору необходимо контролировать угол обзора и масштабировать изображение для детального анализа выбранной области. Их высокая цена отражает их широкий функционал и удобство использования, предлагая максимальную гибкость и контроль над изображением, что делает их важной частью сложных систем видеонаблюдения, требующих высокой степени масштабируемости и управления параметрами наблюдения (рис. 4).

Выбор подходящего по своим характеристикам объектива требует проведения сравнительного анализа их характеристик. При большом количестве представленных на рынке объективов и их технических характеристик такой выбор представляет собой достаточно сложную задачу. Для ее решения может использоваться комплексный метод оценки технических характеристик каждого объектива с последующим сравнением полученных значений.

Рисунок 4. Трансфокаторные объективы

Для этой цели был использован арифметический показатель качества, который показал свою практическую применимость для других изделий [3]:

$$K_{\text{ариф}} = \sum_{i=1}^{m} \alpha_{\text{H}i} \cdot k_{\text{H}i} ,$$

где $k_{\text{H}\,i}$ – нормированный i-й единичный показатель;

$a_{\text{H}\,i}$ – нормированный коэффициент, характеризующий вес (значимость, важность) i-го единичного показателя;

m – количество единичных показателей, принятых во внимание.

В качестве единичных показателей могут использоваться технические характеристики объективов. Для объективного анализа необходимо рассмотреть модели объективов одного типа. Для исследований были выбраны вариофокальные объективы различных фирм следующих моделей: AML-3580M, YV2.6x3C-SA2L, BR02812AIR3, HikVision HV3816P-8MPIR, RVi-02713AIR, Smartec STL-8MP3610DC [4]. В качестве единичных показателей использовались такие важные технические характеристики как разрешение, минимальное и максимальное фокусное расстояние, диагональ матрицы, минимальный и максимальный горизонтальный угол обзора, диапазон рабочих температур. Количественные значения характеристик, используемых в дальнейших расчетах, приведены на рис. 5.

Результаты расчетов арифметического показателя качества для вариофокальных объективов в порядке убывания показаны в виде столбиковых диаграмм на рис. 6.

Как видно из рисунка наибольший показатель качества имеет вариофокальный объектив HikVision HV3816P-8MPIR.

Единичный показатель качества, наименование	Объективы для видеокамер (модели)					
	AML-3580M	YV2.6x3C-SA2L	BR02812AIR3	HikVision HV3816P-8MPIR	RVi-02713AIR	Smartec STL-8MP3610DC
1	2	3	4	5	6	7
1. Разрешение, Мп	5,5	5,5	3	8	3	8
2. Минимальное фокусное расстояние, мм	3,5	3,0	2,8	3,8	2,7	3,6
3. Максимальное фокусное расстояние, мм	8	8	12	16	13	10
4. Диагональ матрицы, мм	6,0	6,0	7,181	8,932	6,717	8,932
5. Минимальный угол обзора, °	33,4	69,53	35,8	27,1	25,5	35,0
6. Максимальный угол обзора, °	68,9	94,93	113,5	99,8	114,0	86,0
7. Диапазон рабочих температур, °С	90	60	40	80	45	60

Рис. 5 Технические характеристики вариофокальных объективов

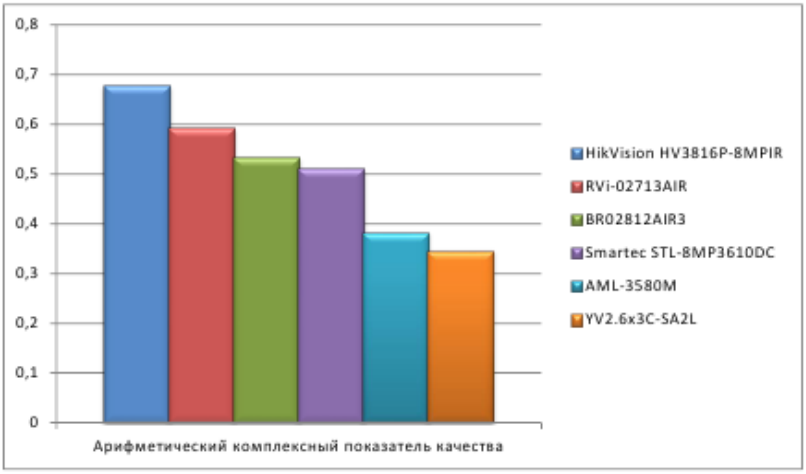

Рис. 6 Результаты расчетов арифметического показателя качества для вариофокальных объективов

Литература:

1. Чура Н. Особенности применения светосильной и широкоугольной оптики в камерах наблюдения / Н. Чура // Системы безопасности. – 2019. – № 4. – С. 112-114.

2. Какой объектив нужен для камеры видеонаблюдения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://securtv.ru/presscenter/materials/kakoy-ob-yektiv-nuzhen-dlya-kamery-videonablyudeniya.html (дата обращения: 17.06.2024)

3. Алефиренко, В.М. Комплексный анализ технических характеристик малогабаритных видеокамер для скрытого наблюдения / В.М. Алефиренко, А.М. Асиненко, А.Д Денскевич // Современные средства связи: материалы XXVII Междунар. науч.-техн. конф., Минск, 27-28 октября 2022 г. / БГАС. – Минск, 2022. – С. 79-80.

4. Сфера вашей безопасности. Каталог. Видеонаблюдение. Объективы. Вариофокальные [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://secur.by/katalog/videonablyudenie/obektivy/variofokalnye.html. (дата обращения: 17.06.2024).

ПСИХОФИЗИОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ТРЕБОВАНИЙ К СРЕДСТВАМ ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ ОТ ВЫСОКОИНТЕНСИВНОГО ШИРОКОПОЛОСНОГО ШУМА

Войтенко Андрей Геннадьевич,
Государственный научно-исследовательский испытательный институт военной медицины Минобороны России, г. Москва

E-mail: gniiivm-s@ya.ru

Аннотация. В статье представлены результаты психофизиологического обоснования требований к средствам индивидуальной защиты персонала от высокоинтенсивного широкополосного транспортного и промышленного шума.

Ключевые слова: защита от шума, психофизиология труда, безопасность жизнедеятельности, средства защиты от шума, медицина труда.

Обеспечение безопасной эффективной деятельности персонала объектов промышленности и транспорта требует обеспечения условий труда, соответствующих установленным гигиеническим требованиям [1-3].

Анализ гигиенической обстановки на рабочих местах персонала свидетельствует о том, что уровни и времена экспозиции шума близки предельно допустимым, а в ряде случаев и превышают их [4-6]. Это обусловливает необходимость применения средств индивидуальной защиты (СИЗ) от шума [7; 8].

В соответствии с требованиями нормативно-правовых актов, СИЗ должны: обеспечивать безопасность труда в соответствии с учетом специфики организации и профессии работника; подходить работникам в соответствии с полом, антропометрическими характеристиками, условиями работы; отвечать законодательным требованиям к обеспечиваемому уровню безопасности и иметь документы, подтверждающие это соответствие [9].

Согласно требованиям статьи 221 Трудового кодекса РФ, предоставление работнику средств защиты в соответствии с нормативами – это прямая обязанность любого работодателя, вне зависимости от организационно-правовой формы его деятельности. Причем в обязанности работодателя входит не только предоставление, но и закупка, хранение, ремонт и утилизация СИЗ. С 1 января 2025 г. вступает в силу новая редакция Правил обеспечения работников СИЗ и смывающими средствами [10].

СИЗ выдаются работникам бесплатно на основании принятых типовых норм или по результатам специальной оценки условий труда (СОУТ).

Эксплуатация СИЗ осуществляется в соответствии с эксплуатационной документацией и на основании внутренних актов работодателя, регламентирующих эту сферу.

Приоритеты развития СИЗ определяют облик перспективных СИЗ и традиционно связываются с улучшением таких характеристик, как: функциональность; конструктивные особенности; возможности изделия при эксплуатации; эргономичность; качество работ, выполняемых с применением СИЗ [9]. В настоящее время, помимо упомянутых «традиционных», прогресс СИЗ определяют приоритеты, предполагающие улучшение характеристик СИЗ за счет применения цифровых технологий с акцентом на психофизиологическое обоснование требований к СИЗ [9].

Цифровые СИЗ отличаются тем, что помимо выполнения своих прямых защитных функций обеспечивают: автоматическое определение местоположения работника на территории предприятия (организации); измерение и мониторинг показателей психофизиологического состояния пользователя СИЗ в реальном времени; автоматическую регистрацию и предупреждение нарушений требований охраны труда [11, 12].

«Умные» СИЗ снабжены набором специальных датчиков: устройство позиционирования GPS/ГЛОНАСС, GSM-модуль, гироскоп, акселерометр и другие. Эти датчики обеспечивают, в том числе, автоматическую фиксацию падения работника, получения им удара, местонахождения работника на открытых площадках и в помещениях. Их применение обеспечивает автоматический контроль безопасности работников; оповещение работодателя о получении удара или падении работника; предупреждение о нахождении работника в опасных «красных» зонах; автоматическую фиксацию наличия и применения СИЗ; автоматическое измерение различных показателей психофизиологического состояния и анализ информации о времени активной деятельности работника [9].

Применение при разработке СИЗ «умных» тканей и материалов, обеспечивающих реализацию психофизиологических показателей; применение химических сенсорных функций; применение электрофизиологических сенсорных функций [9; 12]. Реализация таких решений позволяет улучшить характеристики СИЗ за счет новых возможностей мониторинговых и коммуникационных функций: мониторинг показателей психофизиологического состояния человека; мониторинг осанки и мышечной активности; возможность подключения к мобильному приложению для реализации обратной связи в режиме реального времени и т.п. Несмотря на большие преимущества, к основным недостаткам «умных» тканей и материалов, из которых изготавливаются СИЗ, относятся высокая стоимость, необходимость использования источника питания компонентов, недостаточная точность некоторых датчиков и функций отслеживания по сравнению с сертифицированными медицинскими устройствами.

Применение при разработке СИЗ объемных (3d) сканеров тела, позволяющих автоматически определять антропометрические характеристики

сотрудника, вычислять ключевые параметры, которые затем сопоставляются с размерной сеткой производителя СИЗ для формирования рекомендаций по выбору размера СИЗ, подходящего для конкретного работника [9]. Современные объёмные сканеры создают точную трехмерную копию тела работника и определяют более 100 параметров тела по стандарту ГОСТ Р ИСО 8559-1 примерно за 30 секунд. Такой подход позволяет обеспечить персонификацию (персонализацию) подбора СИЗ, что, безусловно, позитивно сказывается на их эргономических характеристиках.

Применение при разработке СИЗ специализированных цифровых сервисов, позволяющих по результатам персонифицированного мониторинга риска сформировать Нормы выдачи СИЗ с указанием всех защитных свойств, классов защиты и эксплуатационных уровней, которые требуются под каждое конкретное рабочее место, и тех опасностей и рисков, которые определены на конкретных рабочих местах [4; 5]. Такие сервисы существенно упрощают деятельность специалистов по охране труда (одновременно повышая ее эффективность), позволяют снизить вероятности ошибок при подборе СИЗ, обеспечивают возможности управления рисками на производстве.

Внедрение цифровых СИЗ требует дальнейших исследований, но перспективы цифровизации СИЗ весьма многообещающие.

Заключение

Анализ потребностей практики обеспечения эффективной надежной деятельности персонала в условиях воздействия высокоинтенсивного широкополосного шума обусловливает необходимость совершенствования СИЗ от шума, ключевым этапом которого является психофизиологическое обоснование требований к СИЗ. Облик перспективных СИЗ определяется приоритетами их совершенствования, большинство из которых в настоящее время связываются с внедрением цифровых технологий, обеспечивающих персонифицированное управление рисками здоровью пользователей СИЗ.

Литература:

1. Щербаков С.А., Кукушкин Ю.А., Солдатов С.К., Богомолов А.В., Зинкин В.Н., Шишов А.А., Кирий С.В. Методическое обеспечение и результаты исследования акустической обстановки на рабочих местах специалистов, подвергающихся воздействию авиационного шума // Биомедицинская радиоэлектроника. – 2007. – № 12. – С. 21-27.

2. Татаров К.Ю. Учет средств индивидуальной защиты // Бухгалтерский учет. 2021. № 7. С. 20-24.

3. Щербаков С.А., Кирий С.В., Кукушкин Ю.А., Солдатов С.К., Богомолов А.В., Зинкин В.Н., Шишов А.А., Переборов А.А. Результаты исследований акустической обстановки на рабочих местах инженерно-технического состава авиации // Проблемы безопасности полетов. – 2007. – № 3. – С. 27-39.

4. Драган С.П., Дроздов С.В., Солдатов С.К., Богомолов А.В., Шишов А.А., Зинкин В.Н., Харитонов В.В. Обоснование методических подходов к определению границ санитарно-защитных зон приаэродромной территории по уровню шумового воздействия // Авиакосмическая и экологическая медицина. – 2021. – Т. 55, № 5. – С. 85-93.

5. Коваленко И.Ю., Степанов А.В., Селезнев А.Б., Сайфуллин Р.Ф., Пономарев Д.Б. Патогенетическое обоснование формирования соматической патологии при длительном воздействии низкочастотного шума // Вестник Российской Военно-медицинской академии. – 2017. – № 2 (58). – С. 249-256.

6. Гусаров Д.В., Коваленко И.Ю., Родионов Г.Г., Селезнёв А.Б., Изотов В.В., Кирюхина Л.Д., Божедомова Э.Р., Шубина А.А. Комплексная оценка формирования «шумовой» патологии и принципы ее диагностики и экспертизы // Вестник Российской Военно-медицинской академии. – 2011. – № 2 (34). – С. 222-229.

7. Солдатов С.К., Кукушкин Ю.А., Зинкин В.Н., Богомолов А.В., Кирий С.В., Шешегов П.М., Шишкин О.Ю., Казачков В.В. Методическое обеспечение оценивания и прогнозирования работоспособности операторов, подвергающихся воздействию авиационного шума // Безопасность жизнедеятельности. – 2006. – № 4. – С. 11-20.

8. Зинкин В.Н., Солдатов С.К., Богомолов А.В., Кукушкин Ю.А., Ахметзянов И.М., Шешегов П.М. Риски здоровью, обусловленные кумулятивным действием авиационного шума, и мероприятия по борьбе с ним // Проблемы безопасности и чрезвычайных ситуаций. – 2011. – № 1. – С. 80-88.

9. Коваленко И.Ю., Степанов А.В., Селезнёв А.Б., Сергеев С.Н., Божедомова Э.Р., Наумов В.Н. Иммунопатологические нарушения как одна из причин развития энцефалопатии при длительном воздействии низкочастотного шума // Вестник Российской Военно-медицинской академии. – 2017. – № 3 (59). – С. 238-242.

10. Зинкин В.Н., Солдатов С.К., Богомолов А.В., Шведов А.П. Обоснование использования специалистами средств индивидуальной защиты при воздействии авиационного шума // Информатика и системы управления. – 2009. – № 4 (22). – С. 139-141.

11. Коваленко И.Ю., Гусаров Д.В., Селезнев А.Б., Шубина А.А., Аносов Н.А., Антипенко Л.Ф. Состояние внутримозговой гемодинамики лиц, подвергавшихся периодическому воздействию высокоинтенсивного импульсного низкочастотного шума в процессе военно-профессиональной деятельности // Вестник Российской Военно-медицинской академии. – 2011. – № 2 (34). – С. 56-62.

10. Солдатов С.К., Жданько И.М., Никифоров Д.А., Филатов В.Н., Шишов А.А., Богомолов А.В., Харитонов В.В., Авдеева Т.С., Коряжкина Е.В. Облик перспективных средств индивидуальной защиты инженерно-технического состава авиации // Проблемы безопасности полётов. – 2024. – № 12. – С. 54-64.

ROBOTICS IN THE BEAUTY INDUSTRY: IS IT POSSIBLE TO AUTOMATE EYELASH EXTENSIONS?

Ulianova Galina,
Lash Artist,
Volgograd, Russia

Streliaeva Alena,
Expert in the beauty industry
Krasnodar, Russia

E-mail: uulyana@list.ru

Abstract. Modern technologies are actively penetrating the beauty industry, offering automated solutions for various procedures. One of the promising areas is the robotization of eyelash extensions – a complex and labor-intensive process that requires high precision. This article examines the technical capabilities of automating this procedure, analyzes existing developments, evaluates the advantages and limitations of robotic systems, and predicts the prospects for the introduction of such technologies in the beauty industry.

Key words: robotic lash extensions, automated eyelash extensions, beauty robotics, lash extension automation, AI in cosmetology.

Introduction

The beauty services industry is developing dynamically, and clients expect not only high-quality results, but also shorter procedure times. Eyelash extensions are one of the most popular services, but they require high concentration and painstaking work from the specialist. Automation of this process could reduce the workload of specialists, minimize the human factor and increase the speed of the procedure.

Technological progress in robotics and artificial intelligence allows us to consider the possibility of creating robotic systems for eyelash extensions. However, the implementation of such solutions is hindered by both technical and ethical challenges.

In recent years, the first prototypes of devices capable of performing individual stages of the procedure have appeared, but full automation remains unattainable. In this article, we examine the current state of development, their effectiveness and prospects.

In addition, it is important to consider the psychological aspect: are clients ready to entrust such a delicate procedure to a machine? Research shows that trust in robots in the beauty industry is growing, but remains limited.

Finally, the economic feasibility of implementing robotic systems requires analysis. High development and maintenance costs may make such solutions available only to the premium segment.

Technical aspects of eyelash extension automation

Eyelash extension is a multi-stage process that includes preparing natural eyelashes, isolating each hair, applying glue, and attaching artificial fibers. To automate it, it is necessary to create a robot capable of performing all these operations with pinpoint accuracy.

Modern robotic manipulators, such as industrial arms from KUKA or ABB, have high positioning accuracy (up to 0.1 mm), but their adaptation to work with the human eyelid requires additional modifications.

One of the key problems is eyelash recognition. Computer vision based on neural networks can identify individual hairs, but in the presence of makeup or natural curls, the accuracy decreases.

Another difficulty is applying glue. The robot must dose a minimum amount of the composition, avoiding contact with the skin. Existing systems for micro-application of liquids do not yet provide sufficient stability.

Finally, the speed of the robot should be comparable to manual extension (1.5-2 hours). Current prototypes perform the procedure 3-4 times slower, making them commercially unviable.

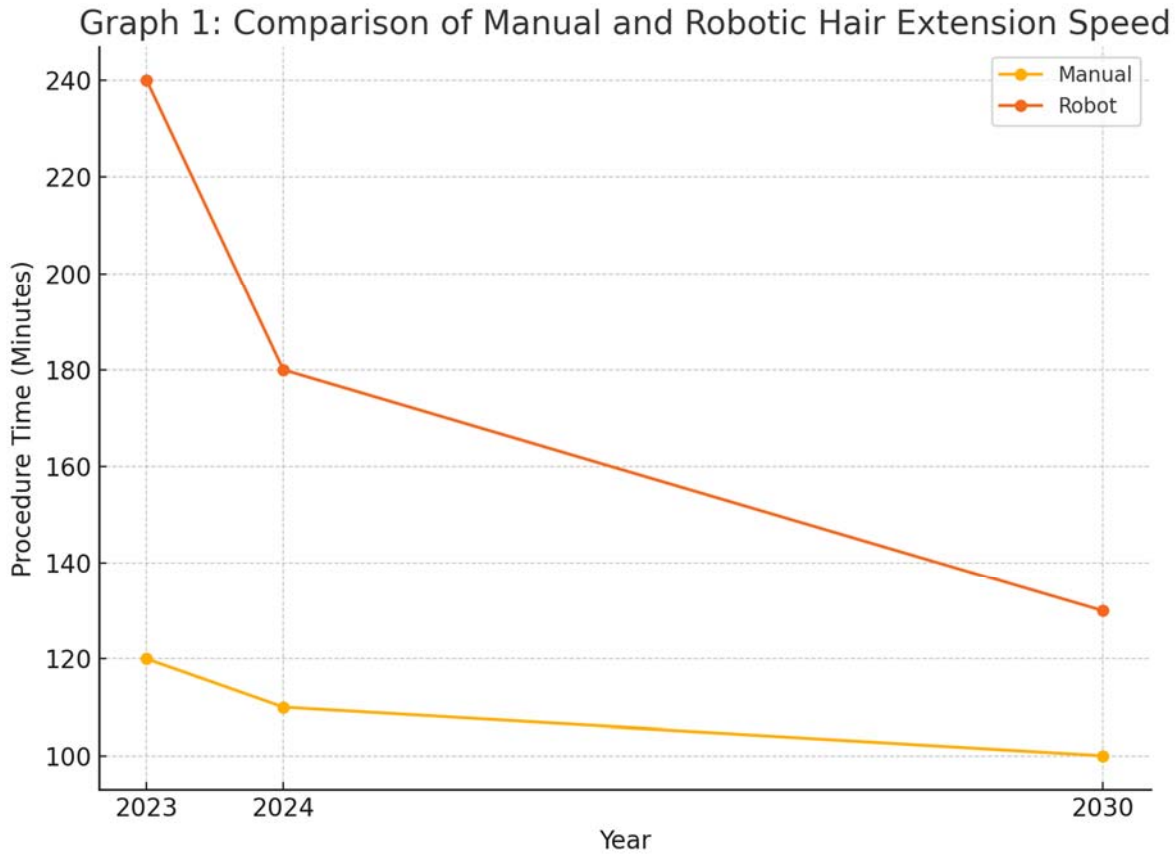

Fig. 1

Existing developments and their effectiveness

There are already several experimental systems for automated eyelash extensions on the market. For example, Luum has developed a robotic system capable of isolating and extending eyelashes, but so far only in test mode.

Another example is LashBot, which uses computer vision algorithms to select the optimal location for attaching an artificial eyelash. However, the system requires manual adjustments in 30% of cases.

Japanese engineers have created a prototype that works on the principle of 3D printing: the robot applies glue and fiber layer by layer. But this technology is still too slow for commercial use.

The effectiveness of existing solutions is estimated at 60-70% compared to manual work by a specialist. The main problems are recognition errors and insufficient flexibility of movements.

In addition, most developments do not take into account the individual characteristics of clients (different thickness, length and curl of eyelashes). This limits their use in real salons.

However, progress in this area is obvious: if the first prototypes could only process 5-10 eyelashes per session, modern systems can handle 30-40.

Advantages and disadvantages of robotic eyelash extensions

Robotic eyelash extensions offer a number of significant advantages that can revolutionize the beauty industry. The main advantage is the unprecedented accuracy of the procedure. Modern robotic systems are able to position artificial eyelashes with an accuracy of 0.01 mm, completely eliminating the human factor, such as hand tremors or fatigue of the master. This is especially important when working with the delicate area around the eyes, where any mistake can lead to discomfort or even injury.

The second key advantage is the potential increase in the speed of the procedure. Although current prototypes work slower than a person, further improvement of algorithms and mechanisms will reduce the time of extension by 30-40%. This is achieved by simultaneously processing several eyelashes and eliminating the need for breaks that are required by masters. In addition, automated systems can work around the clock, significantly increasing the throughput of salons.

An important aspect is the hygiene of the procedure. Robotic systems can be equipped with ultraviolet sterilization and self-cleaning systems, which minimizes the risk of infections. Unlike human hands, which can be a source of bacteria, robots provide sterile conditions for each client. This is especially relevant in the post-pandemic era, when hygiene requirements have become much stricter.

However, the technology also has significant drawbacks that limit its widespread adoption. The main problem is the high cost of developing and maintaining such systems. The price of one eyelash extension robot can reach 50-100 thousand dollars, which makes it inaccessible to most small salons. In addition, regular expensive maintenance and calibration of the equipment is required, which increases operating costs.

Another serious limitation is the inability of modern systems to adapt to non-standard cases. When working with rare, damaged or particularly sensitive eyelashes,

robots often require human intervention. Artificial intelligence algorithms cannot yet completely replace the experience and intuition of a professional master in difficult situations. This significantly reduces the versatility of the technology.

The psychological factor also plays an important role. Many clients, especially older ones, are skeptical about the idea of trusting such an intimate procedure to a machine. Surveys show that about 60% of women prefer a human touch when performing cosmetic procedures. This psychological barrier will gradually decrease as people get used to the technology, but in the coming years it will remain a significant limitation to mass adoption.

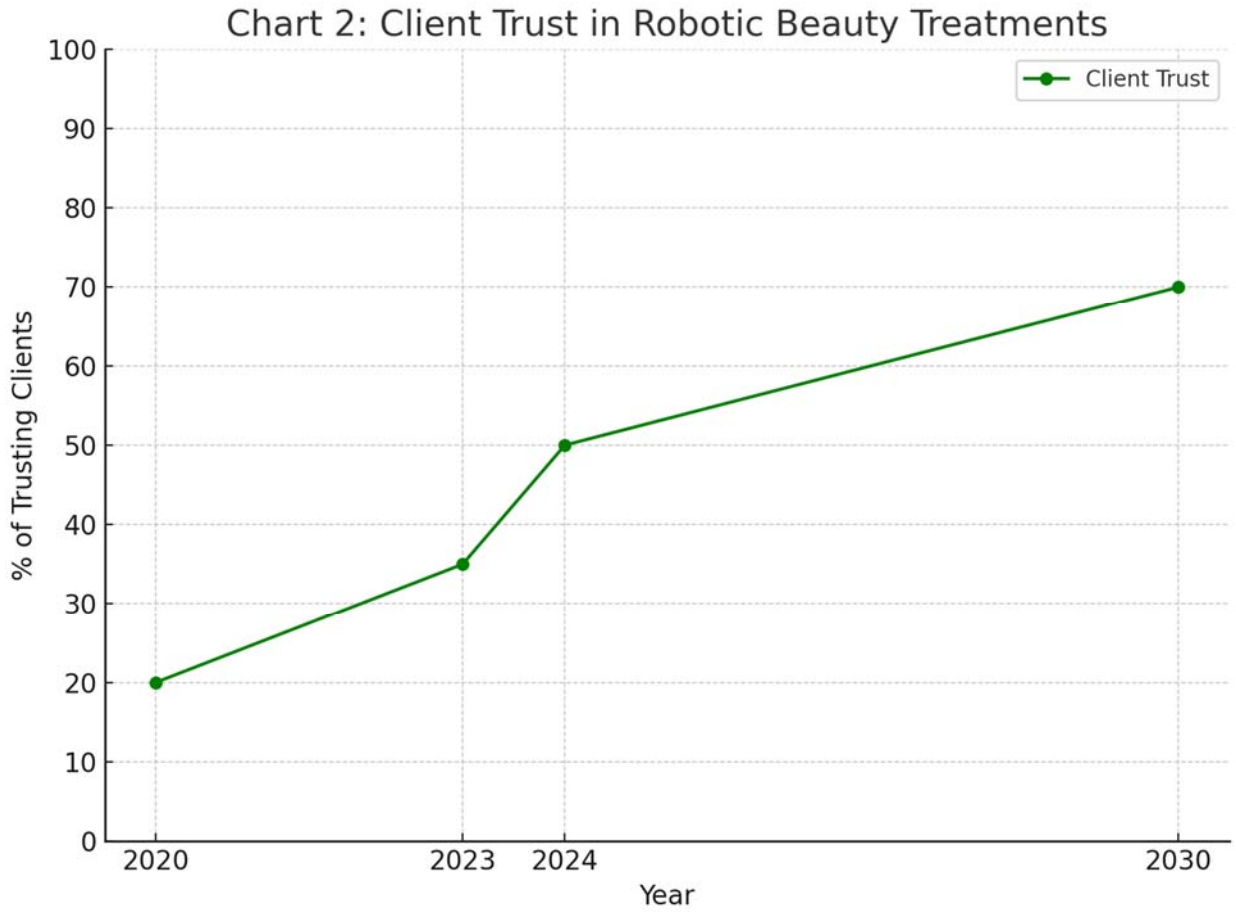

Fig. 2

Prospects for the development of technology

The prospects for the development of robotic eyelash extensions look very promising, despite the existing limitations. In the next 3-5 years, we can expect the first commercially viable systems to appear, which will find application in premium salons in large cities. The key driver of development will be the improvement of computer vision and artificial intelligence technologies, which will significantly improve the accuracy of eyelash recognition and the adaptability of systems.

One of the most promising areas is the development of soft robotics. Flexible, biomimetic manipulators will be able to work with the human eyelid as delicately as the hands of an experienced master. This will solve the problem of potential injuries and make the procedure more comfortable for clients. Pneumatic robotic fingers with tactile feedback, specially designed for working with delicate tissues, are already being developed.

Reducing the cost of components, especially sensors and control systems, will make the technology accessible to medium-sized businesses. Analysts predict that by 2027, the price of basic robotic systems for eyelash extensions may decrease by 40-50% due to mass production and scale effects. This will open the market for small salons and individual entrepreneurs.

Of particular interest is the concept of hybrid workplaces, where a robot assists a specialist. In such a model, the robot takes on the most monotonous and high-precision operations, while the specialist controls the process and performs the most complex elements. This will increase productivity by 2-3 times without completely abandoning the human factor, which is especially important at the stage of technology implementation.

Integration with virtual and augmented reality technologies will open up new opportunities for personalization. Clients will be able to "try on" various extension options in digital format before the procedure, and a system based on machine learning algorithms will offer optimal eyelash parameters taking into account the shape of the eyes, facial features and personal preferences. This will significantly increase customer satisfaction and reduce the time it takes to agree on the desired result.

Conclusion

Automation of eyelash extensions is a complex but solvable problem, which in the future can significantly transform the beauty industry in 5-10 years. The current level of technology already allows us to create working prototypes of robotic systems, although their efficiency is still inferior to the work of professional masters. Key areas for further development are increasing the accuracy of positioning, increasing the speed of work and improving adaptability to the individual characteristics of clients.

The introduction of robotic solutions will require significant investments and time for adaptation from both businesses and consumers. At the first stage, the technology will find application in the premium segment and large salon chains, where high initial costs can be justified. As the cost decreases and the reliability of the systems increases, they will become available to a wider range of enterprises in the beauty industry.

It is important to understand that robotization will not lead to the complete displacement of eyelash extension masters, but rather will transform their profession. Instead of routine work, specialists will be able to focus on the creative component, client consultations and quality control. This will increase the prestige of the profession and the level of wages for qualified personnel.

Successful implementation of the technology will require a comprehensive approach, including not only technical developments, but also work to build consumer confidence, train personnel, and adapt business models of beauty salons. Those salons that can competently integrate new technologies with traditional service will gain a significant competitive advantage in the rapidly developing beauty services market.

References:

1. BeautyTech Innovations. (2023). Annual report on robotics in cosmetic procedures.
2. Chen, L., & Watanabe, K. (2022). "Precision robotics in delicate aesthetic applications." Journal of Cosmetic Science, 73(4), 215-230.
3. Global Beauty Insights. (2023, March 15). Consumer attitudes toward automated beauty services.
4. International Federation of Robotics. (2022). *Service robots for personal care: Market analysis 2021-2024*. IFR Press.
5. Kim, S., & Park, J. (2021). "Computer vision algorithms for eyelash mapping." IEEE Transactions on Biomedical Engineering, 68(5), 1429-1438.
6. LashTech Robotics. (2023). LashBot 2.0 technical specifications.
7. MarketResearch Future. (2023). *Beauty robotics market forecast 2023-2030* (Report No. BR-456).

Журнал «Science Time»

Выпуск № 12/2024

В выпуске представлены

материалы Международных

научно-практических мероприятий

Общества Науки и Творчества

за декабрь 2024 года

Россия, г. Казань

28 декабря 2024 года

Компьютерная верстка
А.В. Сятынова

Издано при поддержке
«Общества Науки
и Творчества»
г. Казань