

ВЕСТНИК
Российского химико-технологического университета
имени Д. И. Менделеева
Гуманитарные и социально-экономические исследования

Издаётся Российским химико-технологическим университетом
имени Д. И. Менделеева

Журнал входит в Российский индекс научного цитирования

Основан в 2011 году

2025
Выпуск XVI
Том 1
ГУМАНИТАРНЫЕ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ

Главный редактор – Н. С. Ефимова,
кандидат психологических наук, доцент

Редакционный совет:

Авруцкая С. Г., кандидат химических наук, доцент
Журавлева Е. А., кандидат педагогических наук, доцент
Копылова Л. Е., кандидат технических наук, доцент
Кузнецова Т. И., доктор педагогических наук, профессор
Лопаткин Д. С., кандидат экономических наук, доцент
Молчанова Я. П., кандидат технических наук, доцент
Селиверстова Н. М., доктор исторических наук, доцент
Судакова Л. И., кандидат филологических наук, доцент

Содержание

К читателям.....	4
------------------	---

ФИЛОСОФИЯ И ИСТОРИЯ

Сальников А.С. Особенности организации и осуществления НКВД СССР разрешительной работы в третьем периоде Великой Отечественной войны (1944-1945 гг.).....	5
Шлёссер Л.Н. Расовая история немецкого народа – печальный урок для всего человечества.....	13

ПЕДАГОГИКА, ПСИХОЛОГИЯ, СОЦИОЛОГИЯ

Давыдов Р.Э. Преодоление психологических барьеров в обучении сложным техническим дисциплинам: от теории к практике.....	21
Ефимова Е.С. Сравнительный анализ понятий «цифровое образование», «цифровизация», «цифровая трансформация» в контексте образования.....	31
Кузнецова Е.В., Берникова Л. В. Музейная педагогика.....	43
Цыганцева Е.С. Феномен «самоотношение» в зарубежной и отечественной психологии.....	52

ЭКОНОМИКА И ПРАВО

Ковалева Я.И., Ковалева Н.В. Особенности размещения идентификатора рекламы по законодательству Российской Федерации.....	61
Кондратов Е.В., Холина П.В., Фролова А.В. Инфлюенсеры: как выбрать подходящего партнера для бренда.....	68
Лашманкина К. Ю., Чернышова С. К., Мансурова О. А. Исследование потребительских предпочтений при выборе маркетплейса.....	75
Меркулов С. С., Ковалева Н. В. Конституционные и нравственные основания противодействия преступлениям против мира и безопасности человечества.....	85

К ЧИТАТЕЛЯМ

Журнал «Вестник Российского химико-технологического университета имени Д. И. Менделеева: гуманитарные и социально-экономические исследования» ориентирован на широкий круг читателей. В 2014 году «Вестник» был зарегистрирован в Международном центре ISSN и включен в национальную информационно-аналитическую систему «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ).

В разделе «Философия и история» приведен исторический анализ уроков Великой Отечественной войны.

В разделе «Педагогика, психология, социология» рассмотрены особенности преодоления психологических барьеров в обучении сложным техническим дисциплинам, феномен «самоотношение» в зарубежной и отечественной психологии, приведен сравнительный анализ современных понятий цифрового образования, практический опыт музейной педагогики, педагогические приемы оздоровительных занятий по физической культуре.

В разделе «Экономика и право» представлены исследования особенностей размещения идентификатора рекламы, потребительских предпочтений при выборе маркетплейса, влияния на аудиторию в социальных сетях или других онлайн-платформах при выборе партнера для бренда, конституционных и нравственных оснований противодействия преступлениям против мира и безопасности человечества.

На страницах журнала читатели могут познакомиться с трудами коллег Менделеевского университета и других вузов и организаций. Приглашаем преподавателей, магистрантов и аспирантов к публикации своих статей.

ФИЛОСОФИЯ И ИСТОРИЯ

УДК 351.743:94(47). 084.8

Сальников А.С.

Сальников Александр Сергеевич – кандидат юридических наук, доцент кафедры социологии, психологии и права Российского химико-технологического университета имени Д.И. Менделеева, г. Москва; ведущий научный сотрудник отдела по изучению проблем истории МВД России научно-исследовательского центра Академии управления МВД России, г. Москва, email: salnikov.a.s@muctr.ru

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ НКВД СССР РАЗРЕШИТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ В ТРЕТЬЕМ ПЕРИОДЕ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ (1944–1945 гг.)

В статье рассмотрены некоторые особенности реализации НКВД СССР работы по контролю за приобретением, хранением оружия и взрывчатых веществ, производством и оборотом сильнодействующих ядовитых веществ, а также контролю за полиграфическими предприятиями, использованием типографского оборудования, изготовлением печатей и штампов в третьем периоде Великой Отечественной войны (1944–1945 гг.).

Ключевые слова: Великая Отечественная война, НКВД СССР, Главное управление милиции, охрана общественной безопасности, разрешительная работа, оборот оружия, оборот ядовитых веществ, оборот взрывчатых веществ, контроль полиграфических предприятий

Salnikov A.S.

FEATURES OF THE ORGANIZATION AND IMPLEMENTATION OF THE NKVD OF THE USSR LICENSING WORK IN THE THIRD PERIOD OF THE GREAT PATRIOTIC WAR (1944-1945)

The article examines some features of the implementation of the NKVD of the USSR work on the control of the acquisition, storage of weapons and explosives, production and trafficking of highly toxic substances, as well as control over printing enterprises, the use of printing equipment, the manufacture of seals and stamps in the third period of the Great Patriotic War (1944–1945).

Keywords: The Great Patriotic War, the NKVD of the USSR, the Main Directorate of Militia, protection of public safety, permissive work, arms trafficking, toxic substances trafficking, explosives trafficking, control of printing enterprises

Функции по организации и руководству разрешительной работой в СССР были возложены на Главное управление милиции НКВД СССР. В рамках подразделения указанными вопросами с 20 мая 1942 г. занималось 2-е отделение Оперативного отдела [9, с. 284].

Исходя из требований Указа Президиума Верховного Совета СССР от 22 июня 1941 г. «О военном положении» [5, Л. 1–173] к вопросам, решаемым разрешительными органами, относились: осуществление контроля за приобретением, хранением оружия и взрывчатых веществ, производством, сбытом, приобретением и хранением сильнодействующих ядовитых веществ, а также контроль за полиграфическими предприятиями, штемпельно-граверными производствами, использованием типографского оборудования, изготовлением печатей и штампов.

Одной из отличительных особенностей третьего периода Великой Отечественной войны являлось наличие большого количества оружия, поступающего из зоны боевых действий. Данное оружие находилось в распоряжении учреждений, организаций, служащих и частных лиц. В ряде случаев оружие не было оформлено и учтено соответствующим образом. Поэтому одними из приоритетных задач стоявших перед Наркоматом внутренних дел в рассматриваемый период являлась деятельность по учету оружия, контролю его передвижения, а также выявлению и изъятию оружия незаконно хранящегося.

По состоянию на 1 января 1944 г. в органах НКВД СССР было зарегистрировано порядка 35 тыс. учреждений, предприятий и организаций, в распоряжении которых находилось около 300 тыс. единиц всевозможных видов оружия [10, с. 233].

При этом, на руках у различных категорий служащих гражданских учреждений находилось порядка 30 тыс. единиц оружия, из которых около 16 тыс. пистолетов и 15 тыс. винтовок различного калибра [10, с. 233].

Число находящегося незаконно на руках населения оружия и боеприпасов в условиях войны увеличилось, так как на освобожденной территории страны в местах боев оно часто оставалось брошенным. По мере деоккупации территории СССР все имеющееся оружие и боеприпасы, в соответствии с действующими нормативными правовыми актами подлежали незамедлительной сдаче органам власти [11, с. 76].

Согласно Циркуляру НКВД СССР от 12 апреля 1944 г. № 137 «О сборе и отправке трофейного оружия и боеприпасов», органам НКВД СССР предписывалось осуществить широкомасштабные операции по изъятию оружия у населения. В ходе данных мероприятий необходимо было организовать агентурную работу среди несовершеннолетних, связанных с хищениями и хранением оружия. Помимо этого, с целью повышения степени учета и сохранности оружия, предписывалось осуществлять его перевозки в специальных закрытых опломбированных транспортных средствах под охраной [4, Л. 122].

Помимо этого, НКВД СССР инициировал разработку Наркоматом обороны нормативных правовых актов, упорядочивающий ношение оружия военнослужащими во внеслужебное время [3, Л. 77].

В процессе освобождения территории страны от немецко-фашистских захватчиков органами внутренних дел также осуществлялась целенаправленная работа по выявлению и изъятию у граждан различных видов огнестрельного оружия.

Так, в освобожденных регионах СССР органами НКВД СССР было изъято: пулеметов – 8 357; автоматов – 11 440; винтовок – 257 791; револьверов и пистолетов – 56 023; гранат – 160 490 единиц и 541 ящик с гранатами; патронов – 34 294 461 единица и 1129 ящиков с патронами [10, с. 234].

Все оружие посредством местных органов НКВД СССР, военных комиссариатов и трофейных команд направлялось на специальные склады, находящиеся в ведении Наркомата обороны.

В целом, за все время Великой Отечественной войны органами НКВД СССР было изъято и направлено на склады порядка 433 500 единиц боевого оружия [2, Л. 235–235 об.].

Только в течение 1944 г. органами НКВД на всей территории СССР было изъято: пулеметов – 16 824, автоматов 25 526, ПТР – 1 139, минометов – 1 473, винтовок – 227 336, револьверов – 16 334, гранат – 115 528, патронов – 20 313 370, мин – 226 291, прочего оружия – 22 066 единиц [7, Л. 21.].

В 1945 г. в Москве у преступников было изъято: 89 автоматов, 214 винтовок, 1 285 револьверов и пистолетов, 16 гранат и 363 единицы холодного оружия [1, с. 65].

Актуальной проблемой в освобожденных от гитлеровцев регионах являлось наличие значительного числа заминированных объектов и участков местности, а также неразорвавшихся бомб. Для ее решения привлекались команды Осоавиахима, местной противовоздушной обороны (МПВО) НКВД СССР, а также инженерно-саперные подразделения Наркомата обороны [8, С. 75].

Для предотвращения несчастных случаев, связанных со взрывами боеприпасов, органами НКВД СССР через местные органы власти и учебные заведения проводилась разъяснительная работа среди местного населения.

Большую помощь в осуществлении разрешительной работы по выявлению и изъятию нелегально хранящегося оружия на заключительном этапе войны оказывали подразделения уголовного розыска. Так, в ходе оперативно-розыскных мероприятий, в том числе с помощью агентуры в 1944 и 1945 гг. было изъято, соответственно: пулеметов – 3 990 и 1 072; винтовок – 25 746 и 34 846; револьверов и пистолетов – 6 842 и 13 758; гранат – 12 597 и 4 037; патронов – более 600 тыс. и более 900 тыс.; холодного оружия – 5 896 и 7 350 [6, Л. 14.].

Контроль за движением взрывчатых материалов осуществлялся, с одной стороны, путем организации мониторинга обеспечения сохранности данного вида продукции, учета мест хранения, перевозки, лицензирования данной

деятельности, с другой стороны, организации проверок личного состава, работающего на предприятиях и в местах хранения взрывчатых веществ [1, с. 67].

При этом число хранящихся на складах взрывчатых веществ в течение всего периода войны постоянно росло. Так, если по состоянию на начало 1942 г. по данным НКВД СССР их числилось – 2 499 единицы, то в 1944 г. уже 2 995. Аналогичным образом возрастало и количество проведенных органами милиции проверок помещений для хранения данного вида продукции с 5 422 в 1942 г. до 7 668 в 1943 г. и т.д. [1, с. 67].

В годы войны безусловно возросла потребность во взрывчатых веществах, прежде всего для изготовления продукции для нужд фронта. Но в то же время определенное их количество было необходимо предприятиям народного хозяйства СССР для гражданских нужд. В этих условиях, помимо Народного комиссариата боеприпасов – основного производителя данной продукции, ее выпуск был разрешен предприятиям иных Наркоматов. Это обстоятельство поставило перед НКВД новую задачу, связанную с реализацией контроля не только за хранением, но и за порядком производства взрывчатых веществ.

Также, ввиду широкого распространения в годы войны кустарного производства спичек, в значительной степени выросло использование бертолетовой соли. Последняя часто хранилась в неприспособленных для этого помещениях без соответствующей охраны. Все это приводило к ее хищению, а также неконтролируемому ее использованию несовершеннолетними для развлечения, либо с целью сбыта. Результатом стал рост числа несчастных случаев при неосторожном использовании данного вещества. В этих условиях органы НКВД СССР производили проверки всех предприятий, производивших спички, складов бертолетовой соли, организовывали контроль со стороны руководителей производств за ее сохранностью и хранением [6, с. 67].

Правовой основой для регулирования оборота сильнодействующих ядовитых веществ в годы войны являлось Постановление Совета Народных Комиссаров СССР от 26 января 1938 г. № 78 «О порядке производства, сбыта и отпуска, хранения, учета и перевозки сильнодействующих ядовитых веществ» [12]. Согласно данному нормативному правовому акту, оборот указанного вида продукции осуществлялся исключительно по специальным разрешениям, выдаваемым органами милиции.

Именно подразделениями НКВД СССР выдавались документы, дающие право производить сильнодействующие ядовитые вещества, оформлялись удостоверения учреждениям и организациям, занимавшимся их сбытом, а также разрешения на право перевозки и приобретения данных веществ. При этом, органами милиции производились определенные проверочные мероприятия, в ходе которых устанавливалась степень соответствия помещений, оборудования, степень надежности и квалификации лиц, допущенных к работе по производству, хранению и перевозке ядов.

К началу третьего периода войны отмечается снижение числа учреждений и организаций, осуществляющих работу, связанную с оборотом сильнодействующих ядовитых веществ, что связано с прекращением их деятельности в период эвакуации. Так, в органах НКВД таковых состояло на учёте на начало 1942 г. – 10 447, в 1943 г. – 7 430, в 1944 г. – 6 191 [1, с. 68].

Важным направлением разрешительной работы оставался контроль за деятельностью полиграфических предприятий. На 1 января 1944 г. таковых состояло на учете разрешительных органов: 3 679, а также 6 477 учреждений, имевших в пользовании множительные аппараты.

В целях недопущения фактов хищений, незаконного изготовления продовольственных талонов, начиная с весны 1944 г., их производство по инициативе органов НКВД в подавляющем большинстве случаев было перенесено из районных и сельских типографий в полиграфические учреждения

республиканского, краевого и областного уровня, где лучше можно было организовать контроль.

Актуальным в годы Великой Отечественной войны являлся рост числа преступлений, совершаемых с незаконным использованием печатей и штампов. Необходимо отметить, что последние далеко не всегда были поддельными, но в ряде случаев использовались вполне официальные печати, принадлежащие учреждениям и организациям в которых не был в полной мере обеспечен установленный порядок их сохранности, предусмотренный Постановлением СНК СССР «Об изготовлении печатей и штампов и пользования ими» от 21 июля 1935 г. В связи с этим органы милиции производили проверку порядка хранения и пользования печатями и штампами в учреждениях, предприятиях и организациях. Только во втором полугодии 1943 г. такая проверка осуществлялась в 61 тыс. учреждений, предприятий и организаций. Она продолжилась и в 1944 г. В 1944 г. был установлен новый порядок выдачи разрешений на изготовление гербовых печатей, согласно которому оттиски всех изготовленных печатей направлялись в ГУМ НКВД СССР, что давало возможность сотрудникам органов внутренних дел осуществлять контроль за правильностью выдачи разрешений [1, с. 67].

Итак, деятельность НКВД СССР в третьем периоде Великой Отечественной войны в сфере организации и осуществления разрешительной работы, в условиях освобождения оккупированных территорий страны во многом способствовали обеспечению общественной безопасности, возвращению к мирной жизни, восстановлению правопорядка.

Литература

1. Беркутов, А. Деятельность лицензионно–разрешительных органов в годы Великой Отечественной войны / А. Беркутов // Войсковой вестник. – 2018. № 6. С. 61–70.
2. Государственный архив Российской Федерации (ГАРФ). Ф. Р–9401 Оп. 2. Д. 98. Т. 7. Л. 235–235 об.

3. ГАРФ. Ф. Р-9401. Оп. 2. Д. 101. Л. 77.
4. ГАРФ. Ф. 9401. Оп. 12. Д. 244. Т. 2. Л. 122.
5. ГАРФ. Ф. 9415. Оп. 3. Д. 12. Л. 1-173
6. ГАРФ. Ф. Р – 9415. Оп. 5. Д. 214. Л. 14.
7. ГАРФ. Ф. Р-9478. Оп. 1.Д. 279. Л. 21.
8. Кометчиков И. В. «Для окончательного разминирования районов, освобожденных оккупации, ГКО постановляет. . . »: эволюция подходов власти к разминированию деревни Запада РСФСР (1940-е – середина 1950-х гг.) // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. № 1(53). 2020. С. 75.
9. Лубянка. ВЧК – ОГПУ – НКВД – НКГБ – МГБ – МВД – КГБ 1917–1960 Справочник. М.: Издание МФД, 1997. 284 с.
10. Органы и войска НКВД СССР в годы Великой Отечественной войны. Том. II. Органы и войска НКВД СССР во втором и третьем периодах Великой Отечественной войны и советско-японской войне (1942–1945): военно-исторический труд в двух томах. М.: Ред. журнала «На боевом посту». 2020.
11. Уголовное право: Особенная часть: Допущено ВКВШ при СНК СССР в качестве учебника для юридических институтов и факультетов / З. А. Вышинская, Н. Д. Дурманов, М. М. Исаев [и др.]; под общ. ред. И. Т. Голякова. Всесоюзный институт юридических наук НКЮ СССР. 3-е изд., доп. и перераб. М.: Юрид. изд-во, 1943. С. 76.
12. КонсультантПлюс: справочно-правовая система: сайт.
URL:<https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=41358#9UBmmhUBQgJBof2V> (дата обращения 05.04.2025).

Шлёссер Лина Николаевна — доктор философских наук, доцент, доцент кафедры ГиСЭН, Политехнический институт Донского государственного технического университета, г. Таганрог, email: linanado@mail.ru

РАСИСТСКОЕ ПРОШЛОЕ НЕМЕЦКОГО НАРОДА – ПЕЧАЛЬНЫЙ УРОК ДЛЯ ВСЕГО ЧЕЛОВЕЧЕСТВА

В статье автор анализирует, как в XX веке наука, европейское общество и политики были вовлечены в идеологию расизма, поиск и достижение чистой расы без неарийцев, без больных и без интеллектуально отстающих людей. Результатом этого преступного мировоззрения национал-социализма стали массовые убийства, миллионы людей были расстреляны, замучены, сожжены, удушены в годы Второй мировой войны.

Ключевые слова: расовые исследования, расизм, антисемитизм, расовая гигиена, арийская раса, евгеника, социальный дарвинизм, нацизм, расовая политика, стерилизация, эвтаназия

Schloesser L.N.

THE RACIST PAST OF THE GERMAN PEOPLE IS A SAD LESSON FOR ALL HUMANITY

In article, the author analyzes how in the 20th century science, European society and politicians were involved in the ideology of racism, the search and achievement of a pure race without not-Aryans, without sick and without intellectually lagging people. The result of this criminal worldview of National Socialism was mass killings, millions of people were shot, tortured, burned, strangled during the Second World War.

Keywords: racial studies, racism, anti-Semitism, racial hygiene, Aryan race, Eugenics, social darwinism, Nazism, racial policy, sterilization, euthanasia

Приближается 80-летний юбилей Великой Победы советского народа над нацизмом, и мы особо чествуем оставшихся в живых ветеранов, освобождавших нашу страну и страны Европы. Нацисты осуществляли геноцид различных народов, и мы вспоминаем погибших людей в годы этой страшной войны. Эти нелюди планировали уничтожить всех неарийцев и всех не подобных им людей.

Они зверски через массовые убийства, сжигания в крематориях и просто в деревенских сарайах, удушения в газовых камерах и специальных машинах, через умерщвления медицинскими препаратами и через другие различные опыты уничтожили миллионы евреев, славян, людей других национальностей, больных и здоровых, бедных и богатых, людей в возрасте и младенцев, всех без разбора.

В XX веке наука, общество были вовлечены нацистами в идеологию расизма, поиск и достижение чистой расы, без неарийцев, без больных и без интеллектуально отстающих людей. Эта идеология проявилась в расовых теориях в конце XIX века. На практике уже в XX веке национал-социалистическая пропаганда использовала биологические концепции, чтобы представить свое расовое безумие как истину в последней инстанции.

Расовые исследования и исследования в области расовой гигиены в Третьем рейхе проводились в рамках медицинской науки и антропологии. В конце XIX века и начале XX века в Европе расизм не запрещался, и с приходом нацистов к власти в Германии стал получать государственную поддержку.

Вопросы об этнической идентичности всегда волновали людей. На протяжении истории этнические конфликты, проявления открытого расизма, антисемитизма часто были искусственно сконструированными и оказывали влияние на сознание людей.

Изначально научные работы в этой области основывались на теории Чарльза Дарвина о происхождении видов путем естественного отбора (1859 год), перенесенной на человеческое общество. С середины 1920-х годов, в дополнение к социальному дарвинизму, расовые исследования и расовая гигиена также оказались подходящими областями для национал-социалистической пропаганды расовых идей и в то время в значительной степени утвердились в немецком научном сообществе [6]. Новый режим активно поддерживался и пропагандировался многими специалистами и учеными по расовой гигиене. Управление расовой политики НСДАП под руководством доктора медицинских наук Вальтера Гросса инициировало обоснование просвещения немецкого народа по

расовым вопросам на политическом, научно-идеологическом уровне. Идея построения новой расы стала политической декларацией Третьего рейха.

Эта идея стала центральным элементом организации преподавания и исследований в университетах. Так, в конце 1922 года врачи Йенского университета Германии решили зарезервировать первые четыре скамьи своего зала для арийцев. В начале мая 1923 года зоолог Людвиг Плате оправдывал антисемитизм в своих лекциях, а Йенский университет наряду с Лейпцигским университетом был одним из первых университетов в Германии, где НСДАП была представлена университетской группой еще в 1925 году. В июле того же года НСДАП подала в Тюрингский государственный парламент ходатайство о запрете обучения и преподавания в Йенском университете для иностранных евреев и еврейских преподавателей. Национал-социалистическое расовое безумие и антисемитизм не возникли внезапно, а идеологически и научно были подготовлены еще на стыке XIX–XX веков в трудах Геккеля, его ученика Хентшеля и Плате. После прихода к власти нацистов в Германии Адольф Гитлер лично способствовал созданию специальной кафедры расовых проблем и расовых исследований, социальной антропологии в Йенском университете для профессора Ганса Гюнтера, который являлся главным идеологом расовой теории. Под «расой» он подразумевал группу людей, которые по своему сочетанию физических характеристик и умственных качеств отличаются от любой другой группы людей, которые всегда производят только себе подобных [5].

В своей идеологической расистской концепции нацисты большое внимание уделяли образованию, они координировали соответственно с курсом нацистской партии НСДАП деятельность университетов и других образовательных учреждений. В университетах проходили чистки преподавательского состава. Так, богатые, политически и расово нежелательные профессора, преподаватели и ассистенты были отстранены от университетской работы, их отправляли на пенсию, подвергали различным ограничениям. Национал-социалистам не пришлось изобретать ничего принципиально нового, они использовали идеи

Хьюстона Сент-Чемберлена, Фрэнсиса Гальтона, графа Артура де Гобино [1]. На основе разработок этих авторов нацисты в Йенском университете проводили работы по построению новой расы. Военный ректор университета Астель отмечал в 1940 году, что Йенский университет – это первый университет в Великой Германии, который ориентирован на расовое и жизненное право, защищает окружающую среду и наследие немецкого народа посредством научных исследований [5].

Проводились курсы по расовой гигиене и медицине, читались лекции об идеях национал-социалистов, раскручивалась машина нацистского расового безумия, образовывались Высшие суды по наследственному здоровью, решения которых приводили к принудительной стерилизации на тот момент еще только своих граждан. Например, к 1934 году в восемнадцать наследственных медицинских судов Тюрингии было подано 2633 заявления о стерилизации, из которых 1814 дел были одобрено на стерилизацию, а 957 дел было выполнено. В 1937 году началось планирование и реализация проекта «Обследование воспроизводства населения около 22 000 тюрингских фермеров», на который был выделен заем в размере 3000 марок от немецкого исследовательского фонда (DFG). Компания Astel разработала собственный метод: Генеалогическое древо по Карлу Астелю (1933). В таблицу была включена семья испытуемого, которая состояла из двух бабушек и двух дедушек, а также всех их потомков, за исключением двоюродных братьев и сестер. Эти поколения были показаны в таблице одно под другим, а родословная была обозначена соответствующими соединительными линиями. Регистрировалась следующая информация по каждому человеку: имя и фамилия; точный статус или должность; текущий или достигнутый возраст; причина смерти; анатомия; состояние здоровья. Эта таблица является генетическим ключом немецкого народа. «Расовый гигиенист», «культурный биолог» и «этнический философ» из Йенского университета Гауптштурмфюрер СС Лотар Стенгель фон Рутковски в статье «Volk und Rasse» в 1933 году отмечал, что метод таблицы родства настолько прост, что каждый

гражданин Германии может составить ее сам и сам может следить за своей чистотой. Тысячи немцев проходили через такие «репродуктивные исследования» [5].

Результаты расовых исследований имели ужасные, бесчеловечные последствия для некоторых групп населения, проводились тысячи принудительных стерилизаций и даже эвтаназий по «Программе систематического убийства людей, недостойных жизни», а также детской эвтаназии (Б. Кихн, Г. Клоос, Й. Ибрагим) и использовали «Закон о предотвращении появления потомства с наследственными заболеваниями» [5].

Разрабатывалась человеконенавистническая политика, проводились исследования по «Восточному освобождению», «Umwolkung» (переселения различных групп людей), изгнания и истребления людей, на которые централизованно выделялось финансирование. Многие университеты Германии в 30-х годах XX века превращались из научных учреждений с философской, гуманитарной направленностью в центры пропаганды расизма. Нацистами разрабатывались и вводились в жизнь разные программы, как например, программа по здравоохранению для деревни, очищения немецкого крестьянства. Велась борьба с расовыми ядами, какими считались никотин и алкоголь. В 1941 году при финансовой поддержке Гитлера (он лично пожертвовал 100 000 марок) был основан Научный институт по борьбе с вредом табака.

Йенский университет, в 1930–40-е годы занимал ключевую роль в продвижении нечеловеческой теории нацистов. Предметы наследственности человека, расовых исследований, наследование болезней, популяционной биологии, расовой гигиены и евгеники были официально включены в медицинскую программу в 1939 году, а расовая гигиена была включена в государственный медицинский экзамен, но неофициально преподавалась пять лет до этого. Необходимо отметить, что особое внимание уделялось контактам, связям между различными университетскими клиниками, университетскими институтами и концентрационным лагерем Бухенвальд, где в 1944 году началось

университетское обучение, лекции профессоров Йенского университета для интернированных норвежских студентов.

Различные ученые, историки и врачи разработали псевдотеории, которые были призваны придать национал-социалистической расовой идеологии научный вид: форма черепа, цвет глаз и волос определяли принадлежность человека к «хорошой» или «плохой» расе.

В нацистских учебниках по расоведению были определены критерии того, как должен выглядеть настоящий немец – «ариец», который должен был собой олицетворять чистоту, красоту и честность. Нацистские исследователи начали разделять немцев по «расовой таблице», состоящей из самых разных расовых групп, таких как «восточная», «нордическая» и другие группы. Особой популярностью пользовались труды Г.Ф.К. Гюнтера. В «Die Rassenkunde des Deutschen Volkes» (1922) люди были приравнены к племенным животным по образцу выставок пород собак, которым присуждались расовые предикаты [2].

Расовые исследования в нацистское время также были неотъемлемой частью школьного образования. Согласно рекомендациям по подготовке учителей 1936 года, учащиеся должны гордиться тем, что они представляют великий немецкий народ как основной носитель нордической расы. На таких предметах, как естественные науки, география и даже математика, учащимся прививались откровенные антисемитизм и расизм. В каждой школе имелся так называемый расовый атлас: 30 страниц с фотографиями, предназначенными для уроков расоведения. Так, в «Атласе породы» описывалось сравнение немецкой и еврейской молодежи, печатались в различных позах фотографии немецких белокурых, симпатичных детей и черноволосых, отличающихся по размеру глаз, носов, формы головы, еврейских детей. В этом атласе под фотографиями еврейских детей было написано: «Евреи — наше несчастье», а под фотографиями немецких детей было написано: «В этом лице говорит душа расы». Для установления расовой принадлежности нацисты использовали приборы для измерения частей тела и головы: краниометры, антропометры, штангенциркули,

глубиномеры. С помощью таких сравнений нацисты готовили подрастающее поколение к преследованиям, расовым чисткам и систематическим убийствам еврейского населения в Германии и Европе.

В основу разделения «арийцев» и евреев легли Нюрнбергские расовые законы. В разлагающем воздействии на «арийские» народы обвиняли всех евреев от мала до велика. Любое смешение рас считалось вредным и подлежало предотвращению. Немецкие молодожены были обязаны проходить так называемый осмотр на предмет «расовой гигиены». Свидетельство о происхождении («Ahnepass») предназначалось для подтверждения чистокровности немца. В нацистском Законе о немецкой крови и немецкой чести 1935 года отношения с не арийцами карались особенно жестоко, запрещалось вступать в брак между евреями и гражданами немецкой или родственной им крови.

Особенную ненависть нацистов вызывали евреи. Считалось, что это не только представители иудейской религии, но и все люди, имевшие еврейских предков, независимо от того, были ли они крещены в христианской церкви или был произведен другой религиозный обряд. Поскольку доказательство арийского или еврейского происхождения не могло быть предоставлено по крови, для определения расовой принадлежности использовалась религиозная принадлежность близких родственников, таких как бабушки и дедушки. Проводилось различие между полными, полу- или четверть-евреями. Эти идеи и исследования решали жизнь и смерть людей.

14 июля 1933 года был принят «Закон о предотвращении появления потомства с наследственными заболеваниями». По этому закону нацисты стерилизовали почти 400 000 человек. Они считали, что избавление от больных или никчемных людей, от недостойных арийской расы народов и человеческих групп, есть одна из главных задач истинных арийцев и немецких патриотов.

Конечным результатом этого преступного мировоззрения национал-социализма стали массовые убийства, миллионы людей были расстреляны,

замучены, сожжены, удушены в годы Второй мировой войны. Немецкие нацисты считали себя высшей расой, властителями жизни и смерти, которые окончательно решали еврейский вопрос.

После окончания Второй мировой войны нацистский расизм был осужден на Нюрнбергском процессе 1946 года и в антирасистском заявлении ЮНЕСКО «Расовый вопрос» 1950 года. В научной литературе термин «арийская раса» прекратили употреблять после войны и больше он никогда не использовался [3]. В настоящее время эта нацистская идея считается псевдонаучной, и она запрещена во всех странах, где чтят подвиг освободителей мира от нацизма. И мы, наследники наших героических предков-победителей, не должны предавать забвению их подвиг, как забывают о нем наши бывшие «союзники» и «друзья».

Литература

1. Гобино Жозеф Фртюр де. Опыт о неравенстве человеческих рас. М.: Одиссей: ОЛМА-Пресс, 2001. 768 с.
2. Гюнтер Ганс Фридрих Карл. Расология еврейского народа. М.: Сампо, 2010. 371 с.
3. Лоуренс Рис. Холокост. Главная история. М., 2018. 761 с.
4. Хоссфельд Уве. Биология и политика. Происхождение человека: учеб. пособие. Санкт-Петербург: НИУ ИТМО, 2013. 97 с.
5. Hossfeld Uwe- Institute. Geld. Intrigen. Rassenwahn in Thüringen. 1939 bis 1945. Erfurt, 2014. 173 S.
6. Saller Karl. Die Rassenlehre des Nationalsozialismus in Wissenschaft und Propaganda. Darmstadt: Progress-Verlag. 1961. 179 S.

ПЕДАГОГИКА, ПСИХОЛОГИЯ, СОЦИОЛОГИЯ

УДК 378.1+159.9

Давыдов Р. Э.

Давыдов Руслан Эдуардович – студент 4 курса Российского химико-технологического университета имени Д. И. Менделеева, г. Москва, email: davydov.r.23@mail.ru

ПРЕОДОЛЕНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ БАРЬЕРОВ В ОБУЧЕНИИ СЛОЖНЫМ ТЕХНИЧЕСКИМ ДИСЦИПЛИНАМ: ОТ ТЕОРИИ К ПРАКТИКЕ

В статье рассматриваются психологические барьеры, препятствующие усвоению сложных технических дисциплин, таких как химия, физика и программирование. Актуальность исследования обоснована необходимостью понимания глубинных психологических механизмов, формирующих устойчивые барьеры в обучении, включая когнитивные искажения, синдром самозванца и эмоциональные блоки. Анализируется влияние стресса и социокультурных стереотипов на учебный процесс. Статья подчеркивает необходимость интеграции психологических аспектов в педагогическую практику для повышения эффективности образования.

Ключевые слова: психологические барьеры, когнитивные искажения, эмоциональная регуляция, синдром самозванца, стратегии преодоления, академическая мотивация, социокультурные стереотипы

Davydov R. E.

OVERCOMING PSYCHOLOGICAL BARRIERS IN TEACHING COMPLEX TECHNICAL DISCIPLINES: FROM THEORY TO PRACTICE

The article examines psychological barriers that impede the acquisition of complex technical disciplines such as chemistry, physics, and programming. The relevance of the study is justified by the need to understand the underlying psychological mechanisms that form persistent barriers to learning, including cognitive distortions, impostor syndrome, and emotional blocks. The impact of stress and sociocultural stereotypes on the learning process is analyzed. The article emphasizes the need to integrate psychological aspects into pedagogical practice to improve the effectiveness of education.

Keywords: psychological barriers, cognitive distortions, emotional regulation, impostor syndrome, coping strategies, academic motivation, sociocultural stereotypes

Введение. Современное высшее и профессиональное образование в области технических дисциплин, таких как химия, физика, математический анализ, программирование и процессы и аппараты химической технологии (ПАХТ), традиционно ассоциируется с высокой когнитивной нагрузкой, требующей значительных усилий для усвоения, и требует от обучающихся значительных интеллектуальных ресурсов. Однако эмпирические данные последних лет свидетельствуют о том, что трудности усвоения материала не всегда обусловлены исключительно его объективной сложностью.

Всё чаще в фокусе исследовательского внимания оказываются глубинные психологические процессы, формирующие устойчивые барьеры в процессе обучения. Эти барьеры проявляются на уровне когнитивного восприятия, мотивационной сферы, эмоциональной регуляции и социально-психологической адаптации, существенно затрудняя образовательный прогресс даже при наличии достаточных интеллектуальных способностей.

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью более глубокого понимания когнитивных искажений, связанных с предубеждениями о «непреодолимой сложности» технических дисциплин. Эти искажения могут формировать у студентов ложные представления о своих способностях и возможностях в освоении сложных технических наук. Кроме того, важно изучить дисфункциональные паттерны, такие как страх неудачи, синдром самозванца и выученную беспомощность. Эти психологические явления могут существенно снижать мотивацию студентов к обучению и препятствовать их академическому и профессиональному росту.

Эмоциональные блоки, возникающие в результате хронического стресса и когнитивной перегрузки, также требуют детального анализа. Они могут приводить к снижению концентрации внимания, ухудшению памяти и другим

когнитивным нарушениям, которые негативно сказываются на успеваемости студентов. Наконец, необходимо рассмотреть социокультурные стереотипы, формирующие предвзятое отношение к техническим специальностям как недоступным для определённых социальных групп. Эти стереотипы могут ограничивать доступ к образованию и профессиональному развитию для представителей некоторых социальных, культурных или экономических групп.

Целью данной работы является систематизация существующих психологических барьеров и разработка практических стратегий их преодоления, адаптированных к современным образовательным реалиям. Особое внимание уделяется методам, которые могут быть интегрированы в педагогическую практику без кардинального пересмотра учебных программ, но с существенным повышением их эффективности.

Теоретическая часть. Современные исследования когнитивных процессов в образовательной среде обнаруживают парадоксальную закономерность: при внешне равных условиях обучения студенты демонстрируют значительные различия в усвоении сложных технических дисциплин. Этот феномен не может быть объяснен в рамках традиционной дидактической модели, что требует обращения к психологическим механизмам, формирующими познавательные барьеры. Анализ последних исследований позволяет выделить три взаимосвязанных уровня таких барьеров: когнитивный, эмоционально-мотивационный и поведенческий, каждый из которых обладает динамикой и особенностями проявления [1, 3, 5].

Когнитивный уровень барьеров: селективное блокирование и математическая тревожность. На когнитивном уровне наиболее значимым препятствием выступает феномен «селективного блокирования», при котором мозг непроизвольно тормозит обработку определенного типа информации. В работах Ashcraft и Moore [2] это явление получило название «математической тревожности» – специфического состояния, характеризующегося активацией префронтальной коры и одновременным возбуждением миндалевидного тела,

что приводит к «короткому замыканию» в нейронных сетях, ответственных за логическое мышление. Важно отметить, что подобная реакция часто формируется уже в школьном возрасте и устойчиво переносится в вузовскую среду [3].

Эмоционально-мотивационный уровень барьеров: синдром самозванца и эффект накопленной усталости. Эмоционально-мотивационная составляющая познавательных барьеров проявляется через комплекс взаимосвязанных феноменов. Синдром самозванца, детально изученный Talsma и Robertson [1], в техническом образовании приобретает специфические черты: студенты склонны объяснять свои успехи внешними факторами («просто повезло с задачей»), а неудачи рассматривать как следствие личной некомпетентности. Этот когнитивный диссонанс усугубляется «эффектом накопленной усталости» – по мере увеличения сложности учебного материала у обучающихся развивается своеобразная «эмоциональная глухота», снижающая способность к продуктивной рефлексии.

Поведенческий уровень барьеров: ригидность учебных стратегий. Поведенческий аспект познавательных барьеров наиболее ярко проявляется в формировании ригидных учебных стратегий. Исследования Cavanagh et al. [4] показывают, что многие студенты технических специальностей демонстрируют удивительную инертность в выборе методов обучения, продолжая использовать неэффективные подходы даже при очевидном их несоответствии. Этот феномен частично объясняется действием защитных механизмов психики, описанных в педагогической психологии: сознание предпочитает «знакомую неудачу» потенциально болезненному процессу пересмотра устоявшихся паттернов.

Социально-когнитивный уровень барьеров: эффект ложного консенсуса и групповая динамика. Социально-когнитивный аспект проблемы заслуживает особого внимания. Современные исследования [5] выявляют четкую связь между групповой динамикой и успешностью освоения сложного материала. В техническом образовании особенно выражен «эффект ложного консенсуса» –

студенты склонны переоценивать легкость, с которой их однокурсники справляются с заданиями, что создает дополнительное психологическое давление. Этот феномен усугубляется конкурентной средой, характерной для технических вузов, которая, вопреки ожиданиям, не всегда оказывает стимулирующее воздействие.

Важнейшим теоретическим выводом последних лет стало понимание системного характера познавательных барьеров. Они представляют собой не просто совокупность отдельных трудностей, а сложную динамическую систему, где когнитивные, эмоциональные и поведенческие компоненты находятся в постоянном взаимодействии. Это объясняет, почему традиционные методы преодоления трудностей в обучении, направленные на отдельные элементы системы, часто оказываются неэффективными.

Перспективным направлением представляется разработка комплексных стратегий, действующих на все уровни познавательных барьеров. Результаты новейших исследований в области психологии образования [4, 5] подтверждают эффективность такого подхода, способного обеспечить более глубокое и устойчивое усвоение сложных технических дисциплин.

Эмпирическое исследование. Выборку составили 38 студентов РХТУ им. Д.И. Менделеева. С целью определения особенностей психологических барьеров в обучении сложным техническим дисциплинам была составлена анкета с элементами нарративного интервью, метафорического моделирования и ассоциативного тестирования. Перед переходом к детальному анализу собранных данных следует подчеркнуть, что респонденты, описывая свои переживания через живые метафоры и практические советы, создают целостную картину психологических механизмов обучения. Эта картина не только фиксирует отдельные феномены, но и раскрывает сложные взаимосвязи между ощущением времени и мотивацией, стратегиями преодоления трудностей и восстановления ресурсов, а также между уровнем компетентности

и творческими адаптациями. Представим кратко основные результаты анкетирования.

1. Типология когнитивных барьеров. В результате опроса 38 респондентов были выявлены наиболее часто встречающиеся когнитивные барьеры: «зомби-прокрастинация» (15 человек, 39,5%), «ошибка, удаляющая сохранения» (11 человек, 28,9%) и «тёмный лес формул» (11 человек, 28,9%). Уникальный ответ «хвост с комиссией» свидетельствует о появлении нового феномена, связанного с временной организацией учебного процесса и стрессом из-за дедлайнов. Эта семантизация подчёркивает персонаификацию трудностей через цифровые метафоры, интегрирующие когнитивные, эмоциональные и временные аспекты.

2. Пространственные метафоры когнитивной деятельности. Наиболее распространёнными пространственными метафорами являются вертикальные ландшафты (13 респондентов, 34,2%) и лабиринтные системы (9 респондентов, 23,7%). Эти метафоры отражают восприятие учебного процесса как восходящего движения и постоянного риска «заблудиться». К меньшим, но значимым группам относятся органические образы (4 человека, 10,5%), водные пространства (2 человека, 5,3%, метафоры «река» и «океан») и единичные метафоры, относящиеся к урбанистическим (1 человек, 2,6%), пустынным (1 человек, 2,6%) и игровым (1 человек, 2,6%) концептам. Остальные 7 ответов (18,4%) представляют собой разнообразные индивидуальные визуальные сценарии, варьирующие от «кучи стеллажей» до «каньона семестровой неудачи».

3. Парадоксы мотивации. В ходе исследования выявлено, что большинство респондентов (24 человека, 63,2%) предпочитают «ошибочный путь», акцентируя внимание на приобретении нового опыта и возможности прогресса. В то же время лишь 7 участников (18,4%) демонстрируют готовность принять готовое решение, минимизируя риски. Другие 7 человек (18,4%) – проявляют амбивалентность, что может свидетельствовать о формировании

установки на рост и восприятие ошибок как неотъемлемого элемента процесса обучения.

4. Стратегии преодоления. Анализ данных нового опроса показал, что когнитивный отдых (прогулки, сон, физическая активность) предпочли 18 человек (47,4%), в то время как 17 респондентов (44,7%) выбрали активный поиск решения через использование информационных ресурсов и взаимодействие с коллегами. Смешанные стратегии, сочетающие оба подхода, были отмечены у 2 участников (5,3%), тогда как избегающие тактики (игры, прокрастинация) использовал только 1 человек (2,6%).

5. Тень компетентности. Наиболее часто триггером ощущения некомпетентности выступали временные ограничения (10 человек, 26,3%). Следующими по значимости оказались когнитивный коллапс (5 человек, 13,2%) и эмоциональное истощение (3 человека, 7,9%). Проблемы, связанные с качеством источников информации, были отмечены у 3 респондентов (7,9%), а социальное сравнение – лишь у 1 участника (2,6%). Примечательно, что 16 человек (42,1%) указали на широкий спектр персонализированных триггеров, включая некачественное преподавание и отсутствие интереса к изучаемому материалу.

6. Креативные адаптации. Спектр предложенных участниками методов оказался чрезвычайно разнообразным. Наиболее популярными оказались спонтанная импровизация (6 человек, 15,8%), визуально-ассоциативные приемы (5 человек, 13,2%) и художественно-вдохновляющие техники (музыка, кино – 4 человека, 10,5%). Технологические решения, такие как использование нейросетей и экспериментальных установок, были упомянуты 3 респондентами (7,9%). Вербально-ритмические (стихи, рэп) и телесно-кинетические методы (моделирование, папье-маше) представлены скромно. Почти половина участников (47,4%) предложила уникальные подходы, не вписывающиеся в стандартные категории.

Заключение.

Настоящее исследование углубляет понимание сложной и многомерной природы психологических барьеров, препятствующих освоению технических дисциплин. Основными выводами исследования стали следующие:

1. Студенты используют такие метафорические конструкты, как «прокрастинация-зомби», «удаление сохранений» и «лес формул» для осмыслиения и переосмыслиения своих учебных трудностей.

2. Пространственные когнитивные паттерны студентов преимущественно опираются на вертикальные и лабиринтные структуры, что указывает на необходимость четкой и структурированной организации учебного процесса.

3. Мотивация студентов характеризуется динамическим равновесием между стремлением к достижению результата и осознанием ценности образовательного опыта. Большинство студентов склоняются к последнему.

4. Саморегуляция проявляется через активное информационное поведение и заботу о физическом и эмоциональном благополучии, что подчеркивает важность интеграции этих аспектов в учебные стратегии.

5. Факторы, способствующие возникновению состояния «тьмы компетентности», чрезвычайно разнообразны, включая временные ограничения, качество учебных материалов и внешние отвлекающие факторы. Это требует персонализированного и гибкого сопровождения каждого студента.

6. Адаптивные стратегии креативного мышления студентов варьируются от визуальных схем и музыкальной рефлексии до экспериментальных установок и спонтанных импровизаций.

Эти результаты обосновывают необходимость разработки комплексного педагогического подхода, включающего:

- создание метафорических учебных пособий для визуализации когнитивных барьеров;

- внедрение интервенций по саморегуляции, направленных на управление временем и восстановление когнитивных ресурсов;
- поддержку креативного мышления через мультисенсорные задания и экспериментальную деятельность;
- адаптацию учебных программ и цифровых образовательных платформ с учетом индивидуальных когнитивных стилей и эмоциональных потребностей студентов.

Дальнейшие исследования могут сосредоточиться на экспериментальной верификации эффективности метафорических и креативных стратегий, а также на изучении их долгосрочного влияния на мотивацию и академическую успеваемость студентов.

Рекомендации для студентов

1. Использование активных методов обучения. Применение метода Фейнмана: объяснение материала вслух, как если бы вы обучали другого человека. - Создание визуальных схем и метафорических ассоциаций, таких как «логические картины» или составление рэп-конспектов.

2. Управление эмоциональным состоянием. Борьба с синдромом самозванца: ведение дневника успеха для фиксации своих достижений. Практика когнитивного отдыха: регулярные перерывы, прогулки и другие виды деятельности, снижающие стресс и восстанавливающие концентрацию.

3. Преодоление прокрастинации. Разделение больших задач на микроцели, например, изучение формул по частям, а не всего раздела сразу. Использование техники «помодоро»: чередование 25 минут работы с 5 минутами отдыха.

4. Избегание социальных ловушек. Отказ от социального сравнения: сосредоточение на личном прогрессе, а не на успехах других. Обсуждение сложных тем в группах: коллективное решение задач снижает тревожность и способствует более глубокому пониманию материала.

5. Экспериментирование с креативными методами. Обучение в движении: решение задач во время ходьбы или других видов физической активности. Применение ритмических приёмов: превращение формул в стихи или ритмичные фразы для лучшего запоминания.

6. Рациональное планирование времени. Составление гибких графиков с учётом «когнитивных пиков» – периодов максимальной продуктивности. Выделение времени для восстановления: полноценный сон и отдых являются основой эффективного обучения.

Эти стратегии позволяют не только преодолеть психологические барьеры, но и сделать процесс обучения более осознанным, мотивированным и продуктивным.

Литература

1. Talsma K., Robertson K., Thomas C., & Norris K. (2021). COVID-19 and the Impostor Phenomenon: The Struggle of STEM Students During Remote Learning. *Journal of General Internal Medicine*, 36 (12), 3773-3779. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2021.643408/full> (дата обращения: 16.03.2025).
2. Dowker A., Sarkar A., & Looi C. Y. (2016). Mathematics anxiety: What have we learned in 60 years? *Frontiers in Psychology*, 7, 508. URL: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00508> (дата обращения: 16.03.2025).
3. Ashcraft, M. H., & Moore, A. M. (2009). Mathematics anxiety and the affective drop in performance. *Journal of Psychoeducational Assessment*, 27(3), 197–205. URL: <https://doi.org/10.1177/0734282908330580>.
4. Cavanagh, A. J., et al. (2018). Student buy-in to active learning in a college science course. *International Journal of STEM Education*, 5(1), 1–13. URL: <https://www.sci-hub.ru/10.1187/cbe.16-07-0212> (дата обращения: 16.03.2025).
5. Yeager, D. S., et al. (2016). Using design thinking to improve psychological interventions: The case of the growth mindset during the transition to high school.

Journal of Educational Psychology, 108(3), 374-391. URL:
<https://doi.org/10.1037/edu0000098> (дата обращения: 16.03.2025).

УДК 316.444

Ефимова Е. С.

Ефимова Екатерина Сергеевна – аспирантка Московского городского педагогического университета, г. Москва, email: rinablog777@yandex.ru

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОНЯТИЙ «ЦИФРОВОЕ ОБРАЗОВАНИЕ», «ЦИФРОВИЗАЦИЯ», «ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ» В КОНТЕКСТЕ ОБРАЗОВАНИЯ

В статье проведен сравнительный анализ понятий «цифровое образование», «цифровизация», «цифровая трансформация» в контексте образования. Проведено сравнение цифрового образования и цифровизации, выделены сходство и различия. Рассмотрены отличия цифровой трансформации образования от цифрового образования и цифровизации. Роль преподавателя как фасилитатора, наставника и проводника в цифровой образовательной среде. Влияние интерактивных и увлекательных цифровых ресурсов на результаты обучения.

Ключевые понятия: цифровое образование, цифровизация, цифровая трансформация образования

Efimova E. S.

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE CONCEPTS OF "DIGITAL EDUCATION", "DIGITALIZATION", "DIGITAL TRANSFORMATION" IN THE CONTEXT OF EDUCATION

The article provides a comparative analysis of the concepts of "digital education", "digitalization", "digital transformation" in the context of education. A comparison of digital education and digitalization is made, similarities and differences are highlighted. The differences between digital transformation of education and digital education and digitalization are considered. The role of the teacher as a facilitator, mentor and guide in the digital educational environment. The impact of interactive and engaging digital resources on learning outcomes.

Keywords: digital education, digitalization, digital transformation of education

Введение. Современное общество характеризуется повсеместным проникновением цифровых технологий во все сферы жизнедеятельности, и образование не является исключением. Указом Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. N 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» были определены основные подходы достижению цифровой трансформации (цифровизации) в сфере науки и высшего образования [1].

В образовательной среде все чаще используются термины «цифровое образование», «цифровизация» и «цифровая трансформация образования», которые, несмотря на кажущуюся схожесть, отражают различные аспекты интеграции технологий в учебный процесс. Растущая распространенность этих понятий в образовательном дискурсе и государственной политике подчеркивает необходимость их четкого и точного понимания. Отсутствие ясности в определении данных терминов может привести к затруднениям в процессе стратегического планирования, разработке образовательных политик и практической реализации цифровых инициатив в сфере образования. Быстрый темп технологических изменений обуславливает потребность в глубоком понимании нюансов каждого из этих понятий, что позволит избежать двусмысленности и обеспечит эффективную коммуникацию и согласованные действия в образовательном сообществе.

Цифровое образование

Цифровое образование чаще всего определяется как обучение с использованием цифровых технологий, которое дает возможность учащимся самостоятельно контролировать время, место, направление и темп обучения. Такое определение акцентирует внимание на автономии учащегося и роли технологий как инструмента, расширяющего возможности. Оно подчеркивает переход от традиционных, ориентированных на преподавателя моделей к более гибким и управляемым самим учащимися подходам.

М. Е. Вайндорф-Сысоева, М. Л. Субочева рассматривают различные подходы к интерпретации содержания понятия «цифровое образование», что свидетельствует о его многогранности и междисциплинарном характере [2]. Цифровое образование позволяет значительно сэкономить время и ресурсы, устранив необходимость в поездках и снижая затраты на учебные материалы, которые часто доступны в цифровом формате бесплатно или по низкой цене [3].

Важнейшей характеристикой цифрового образования является сочетание технологий, цифрового контента и методик преподавания. Это подчеркивает, что цифровое образование не сводится лишь к использованию технических средств, но требует комплексного подхода, интегрирующего педагогические принципы. Цифровое образование включает в себя широкий спектр практик, в том числе использование смешанного и виртуального обучения.

Основными целями цифрового образования являются повышение качества и эффективности образовательного процесса, обеспечение большей гибкости и доступности образовательных возможностей. Также к целям можно отнести потенциальное снижение затрат, связанных с традиционным образованием, и вовлечение учащихся в активный процесс мышления и обучения.

Цифровизация

Цифровизация образования во многих источниках определяется как применение цифровых технологий в обучении и тенденции развития компьютеризации в образовательном процессе. Цифровизация образования предполагает использование приложений, программ, онлайн-платформ и других цифровых средств обучения в школах, вузах, на дистанционных курсах. Цифровизация включает не только обучение, но и административные функции. Цифровизация образования создает условия для непрерывного обучения, где каждый может совершенствовать свои навыки на протяжении всей жизни.

Ключевыми характеристиками цифровизации являются интеграция информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) во все аспекты образования, использование компьютеров, планшетов, интерактивных досок,

онлайн-платформ и специализированного программного обеспечения, автоматизация и оптимизация образовательных процессов, а также фокус на повышении эффективности, доступности и персонализации обучения.

Основные цели цифровизации включают расширение доступа к образованию и образовательным ресурсам, обеспечение персонализированного обучения, оптимизацию и автоматизацию рутинных образовательных и административных задач, улучшение коммуникации и сотрудничества между учащимися и преподавателями, развитие цифровой грамотности среди учащихся и повышение общего качества и конкурентоспособности образования.

Цифровая трансформация образования

Цифровая трансформация образования – это глубокие системные изменения, новые образовательные модели и преобразование деятельности образовательной организации. В ходе цифровой трансформации образования обновляется всё: планируемые образовательные результаты, содержание образования, педагогические методы, организация учебной работы и управление, что обусловлено потребностью в цифровых компетенциях.

Ключевыми характеристиками цифровой трансформации образования являются глубокие и системные изменения в системе образования, внедрение инновационных технологий, обеспечивающих новые образовательные модели, трансформация деятельности образовательной организации и процессов управления, ориентация на достижение конкретных образовательных результатов и формирование цифровых компетенций, а также изменения в образовательной культуре, кадровом составе и технологиях.

Основными целями цифровой трансформации являются повышение качества и актуальности образования, обеспечение большей гибкости и адаптации к индивидуальным потребностям, повышение эффективности образовательных учреждений, стимулирование инноваций в обучении и преподавании, подготовка студентов с цифровыми компетенциями, необходимыми для будущего, и трансформация управления образовательным процессом.

Результаты сравнительного анализа представлены в таблице (табл. 1).

Таблица 1

Сравнительный анализ ключевых понятий

Критерии анализа	Цифровое образование (Digital Education)	Цифровизация (Digitalization)	Цифровая трансформация образования (Digital Transformation of Education)
Определение	Обучение с использованием технологий, предоставляющее учащимся контроль над временем, местом, темпом и направлением обучения	Процесс интеграции ИКТ и цифровых технологий во все аспекты образовательной деятельности (обучение и управление)	Глубокие и системные изменения в системе образования; внедрение инновационных технологий, обеспечивающих новые образовательные модели и трансформирующих деятельность образовательной организации и процессы управления
Ключевые характеристики	Технологически обусловленное, ориентированное на учащегося, гибкое, часто включает смешанное или виртуальное обучение	Интеграция ИКТ, использование цифровых инструментов и платформ, автоматизация и оптимизация процессов, фокус на эффективности.	Глубокие и системные изменения, новые образовательные модели, фокус на цифровых компетенциях, трансформация управления, изменения в культуре и педагогике

Основные цели	Улучшение обучения, обеспечение гибкости, повышение доступности, потенциальное снижение затрат, расширение возможностей учащихся	Расширение доступа, персонализация обучения, оптимизация процессов, улучшение коммуникации, развитие цифровой грамотности, повышение качества	Повышение качества и актуальности, адаптация к индивидуальным потребностям, повышение эффективности, стимулирование инноваций, подготовка к цифровому будущему, трансформация управления
---------------	--	---	--

Сравнение цифрового образования и цифровизации

Сходства. Оба понятия связаны с использованием цифровых технологий в образовательной сфере. Это является фундаментальным сходством, поскольку оба подхода опираются на применение цифровых инструментов и ресурсов. Обе концепции направлены на улучшение процесса обучения и повышение образовательных результатов (подразумевается во всех соответствующих фрагментах). Конечная цель часто заключается в улучшении преподавания и обучения, будь то через непосредственное цифровое обучение или через совершенствование вспомогательных процессов.

Различия. Цифровизация представляет собой *процесс* внедрения цифровых технологий в учебные и управленческие процессы образовательных учреждений. Она включает в себя использование онлайн-курсов, электронных библиотек, систем управления обучением (LMS), виртуальной реальности и других современных инструментов. Цифровое образование является *результатом* – обучением, которое происходит с использованием этих технологий. Цифровизация является более широким понятием, чем цифровое образование, и относится к использованию различных программ и приложений для

электронного обучения как удаленно, так и непосредственно в учебных заведениях. Цифровизация связана с внедрением инструментов, а трансформация – с изменением основных операций. Цифровизация не обязательно является заменой традиционного образования, но может быть альтернативой или поддержкой, предоставляя новые удобные инструменты. Она связана с использованием цифровых технологий независимо от формата обучения (онлайн, смешанный или даже традиционный класс).

Роль цифровизации в развитии цифрового образования

Цифровизация обеспечивает необходимую технологическую инфраструктуру, инструменты, платформы и цифровой контент, которые лежат в основе цифрового образования. Без инфраструктуры (доступ к интернету, устройства), инструментов (программное обеспечение, приложения), платформ (LMS, платформы онлайн-курсов) и контента (электронные учебники, цифровые ресурсы), предоставляемых цифровизацией, цифровое образование не может эффективно функционировать. Расширяя доступ к технологиям и цифровым ресурсам, цифровизация делает цифровое образование более доступным для студентов в отдаленных регионах или лиц с ограниченной мобильностью. Онлайн-курсы, вебинары и цифровые библиотеки, являющиеся продуктами цифровизации, устраняют географические барьеры в образовании. Цифровизация обеспечивает возможности для персонализированного обучения в рамках цифрового образования благодаря адаптивному программному обеспечению, инструментам на основе искусственного интеллекта и анализу данных, которые могут адаптировать образовательный контент и темп обучения к индивидуальным потребностям учащихся. Интерактивные элементы, симуляции, геймификация и совместные проекты, обеспечиваемые цифровыми инструментами (часть цифровизации), повышают вовлеченность и мотивацию студентов в цифровой среде обучения. Цифровизация способствует развитию цифровой грамотности среди учащихся, что является важнейшим навыком для участия и получения выгоды от цифрового образования. Цифровизация

позволяет студентам учиться самостоятельно, находя, анализируя и фильтруя информацию, что является ключевым аспектом цифрового образования, ориентированного на самостоятельное обучение.

Отличия цифровой трансформации образования от цифрового образования и цифровизации

Цифровая трансформация представляет собой более глубокое и целостное изменение, чем цифровое образование и цифровизация. Это не просто использование цифровых инструментов для обучения или автоматизация процессов, это фундаментальное переосмысление и перепроектирование всей системы образования. В то время как цифровизация фокусируется на внедрении цифровых технологий для улучшения существующих процессов, цифровая трансформация включает глубокую перестройку бизнес-моделей и создание новых стратегий с использованием этих технологий. Цифровая трансформация влечет за собой серию глубоких изменений в образовательной культуре, кадровом составе и технологиях, что позволяет использовать новые образовательные и управлочные модели и преобразует деятельность организации.

Цифровая трансформация обновляет всё: образовательные результаты, содержание, методы обучения, организацию, инструменты и управление. Цифровизация автоматизирует и улучшает существующие процессы, в то время как цифровая трансформация глубоко перестраивает образовательные модели, создает новые стратегии, открывает новые возможности.

Примеры практического применения

Цифровое образование. Университеты предлагают онлайн-курсы, доступные для учащихся по всему миру. Образовательные платформы, такие как Учи.ру, Skillbox и Умскул, предоставляют интерактивные учебные материалы и оценки для школьников. В преподавании используются цифровой контент, такой как электронные учебники, видео и интерактивные упражнения. Цифровые библиотеки обеспечивают доступ к обширному спектру учебных материалов.

Гибридные модели обучения сочетают очное и онлайн-обучение.

Микрообучение предлагает сфокусированное обучение по конкретным навыкам.

Цифровизация. В школах внедряются электронные журналы и дневники.

Используются системы управления обучением (LMS), такие как Moodle

и iSpring, для организации учебных программ и оценки результатов обучения.

Создаются цифровые библиотеки в образовательных учреждениях.

Автоматизируются административные задачи, такие как регистрация, составление расписания и управление студенческими записями.

Разрабатываются цифровые портфолио для студентов. Используется анализ данных для оценки успеваемости студентов и оптимизации образовательных процессов. Внедряются системы цифровой идентификации учащихся.

Цифровая трансформация образования. Разрабатываются

персонализированные траектории обучения для студентов с использованием искусственного интеллекта и анализа данных. В учебный процесс

интегрируются технологии виртуальной и дополненной реальности для создания иммерсивного обучения. Создаются цифровые экосистемы, объединяющие

студентов, учителей, родителей и администраторов. Внедряются цифровые учебные программы, ориентированные на развитие цифровых компетенций.

Трансформируются методики преподавания от традиционных лекций к более интерактивным и совместным подходам с использованием цифровых инструментов. Появляются новые роли для педагогов, такие как образовательные

технологии и педагогические дизайнеры. Используются ассистенты и чат-боты на основе искусственного интеллекта для поддержки студентов и преподавателей

[6].

Таблица 2

Этапы цифровой трансформации образования

Этап	Описание	Ключевые действия
Оцифровка (Digitization)	Переход от аналоговых	Оцифровка и систематизация

	или физических носителей к цифровым форматам	информации, повышение компьютерной грамотности, создание первых компьютерных классов
Цифровизация (Digitalization)	Активное использование цифровых технологий и информации для автоматизации и оптимизации образовательных процессов	Активное внедрение ИТ-технологий, цифровых устройств и форматов не только на уроках информатики
Цифровая трансформация (Digital Transformation)	Глубокие изменения системы образования; внедрение инновационных технологий, позволяющих использовать новые образовательные модели и трансформировать деятельность организации	Изменение содержания образования, внедрение новых педагогических методов и образовательных технологий, трансформация управления образовательным процессом

Влияние цифровой трансформации на учебный процесс, роль преподавателей и результаты обучения

Влияние на учебный процесс. Повышается доступность образовательных ресурсов и возможностей обучения в любое время и в любом месте. Увеличивается персонализация обучения, учитывающая индивидуальные потребности и стили обучения. Повышается вовлеченность и мотивация студентов благодаря интерактивному и мультимедийному контенту, геймификации и симуляциям. Возрастает гибкость темпа обучения и методов доставки, включая смешанные и онлайн-форматы. Развиваются навыки самостоятельного обучения, поскольку студенты учатся ориентироваться

в цифровых ресурсах и брать на себя ответственность за свое образование. Улучшается коммуникация и сотрудничество между студентами и преподавателями. Оптимизируются административные задачи, освобождая время педагогов для преподавания. Однако, существуют потенциальные недостатки, такие как снижение социализации и негативное влияние на здоровье, которые необходимо учитывать.

Роль преподавателей. Преподаватели переходят от роли основного источника информации к роли фасilitаторов, наставников и проводников в цифровой образовательной среде. Возникает необходимость эффективной интеграции технологий в учебный процесс для повышения интерактивности и вовлеченности. Требуется постоянное профессиональное развитие для адаптации к новым технологиям и развития цифровых навыков. Появляется возможность персонализировать обучение, лучше понимая индивидуальные потребности студентов с помощью цифровых инструментов и данных. Технологии используются для более точной и объективной оценки успеваемости студентов. Преподаватели становятся дизайнерами цифрового обучения и кураторами цифровых ресурсов.

Результаты обучения. Существует потенциал для улучшения академической успеваемости и более глубокого понимания концепций благодаря интерактивным и увлекательным цифровым ресурсам. Развиваются необходимые цифровые навыки и грамотность, важные для успеха в цифровой экономике. Повышается мотивация и вовлеченность в обучение благодаря новизне и интерактивности цифровых инструментов. Расширяется доступ к специализированным знаниям и ресурсам, которые могут быть недоступны в традиционных условиях. Развиваются навыки саморегуляции, управления временем и самостоятельного обучения. Однако, необходимо учитывать потенциальные негативные последствия для когнитивных способностей, социализации и здоровья.

Заключение.

Таким образом, «цифровое образование» представляет собой обучение, обогащенное технологиями, в котором учащийся обладает определенной степенью контроля над процессом. «Цифровизация» – это процесс интеграции цифровых технологий во все аспекты образовательной деятельности, включая как учебный, так и управленческий процессы. «Цифровая трансформация образования» является более глубоким и системным изменением, которое переосмысливает всю образовательную систему в контексте цифровой эпохи. Существует иерархическая связь между этими понятиями: цифровизация создает основу для цифрового образования, а цифровая трансформация охватывает оба и ведет к более фундаментальным системным изменениям. Четкое и глубокое понимание этих концепций имеет решающее значение для педагогов, администраторов и политиков с целью эффективного использования цифровых технологий для повышения качества, доступности и актуальности образования в XXI веке. Необходимо продолжать исследования и оценку влияния этих тенденций на преподавание, обучение и образовательные результаты. Дальнейшая эволюция цифровых технологий в образовании требует постоянной адаптации стратегий и практик.

Литература

1. Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. N 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» и выполнения поручения заместителя Председателя Правительства Российской Федерации от 4 февраля 2021 г. N ДЧ-П10-1369.
2. Вайндорф-Сысоева М. Е. «Цифровое образование» как системообразующая категория: подходы к определению / М. Е. Вайндорф-Сысоева, М. Л. Субочева // Вестник Московского государственного областного университета. Серия Педагогика. 2018. № 3. С. 25–33.
3. Матвиенко С. В. Образование XXI: плюсы и минусы цифрового образования / С. В. Матвиенко, Е. В. Васильева // Журнал «Образование и право». 2022. № 1. С. 165–170.

4. Адольф В. А. Цифровая трансформация образования: безопасность и пути ее обеспечения / В. А. Адольф, И. В. Трусей, А. А. Кужугет // Проблемы современного образования. 2022. № 5. С. 53–56.

5. Витченко О. В. Актуальность и возможности цифровых технологий в образовательном процессе современного ВУЗа / О. В. Витченко, А. И. Абрамова // Мир науки. Педагогика и психология. 2024. Т. 12. № 1. URL: <https://mir-nauki.com/PDF/92PDMN124.pdf> (дата обращения: 03.04.2025).

6. Digital Transformation in Education: Key Trends, Strategies, and Tips – LeadSquared. URL: <https://www.leadsquared.com/industries/education/digital-transformation-in-education-trends-strategies> (дата обращения: 30 марта 2025).

УДК 316.444

Кузнецова Е. В., Берникова Л. В.

Кузнецова Елена Валерьевна – заместитель директора института развития профильного обучения Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования города Москвы «Московский городской педагогический университет», г. Москва. email: kuznecovaev@mgpu.ru

Берникова Людмила Васильевна – методист института развития профильного обучения Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования города Москвы «Московский городской педагогический университет», г. Москва. email: bernikovalv@mgpu.ru

МУЗЕЙНАЯ ПЕДАГОГИКА КАК ИННОВАЦИОННАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ

В данной статье на примере городского межведомственного образовательного проекта «Учебный день в музее» представлена музейная педагогика как инновационная образовательная технология, проведена аналогия с методикой работы с обучающимися, описанной Г. Фройденталем в своей книге «Музей – Народное образование – Школа» (1931 г.). Как научная дисциплина музейная педагогика активно развивается, способствует созданию уникальных нестандартных условий обучения, воспитания и развития обучающихся, преодолению разрыва между реальным миром и учебным опытом школьников, в том числе

обучающихся предпрофессиональных классов и образовательных вертикалей. Для современных учителей музейная педагогика – это возможность освоения технологии работы в новом образовательном пространстве.

Ключевые слова: музейная педагогика, учебный день в музее, инновационная образовательная технология, обучение, воспитание, развитие

Kuznetsova E. V., Bernikova L. V.

MUSEUM PEDAGOGY AS AN INNOVATIVE EDUCATIONAL TECHNOLOGY

This article presents museum pedagogy as an innovative educational technology using the example of the city interdepartmental educational project "School Day at the Museum", and draws an analogy with the methodology of working with students described by G. Freudenthal in his book "Museum – Public Education – School" (1931).

As a scientific discipline, museum pedagogy is actively developing, contributing to the creation of unique non-standard conditions for teaching, upbringing and developing students, bridging the gap between the real world and the educational experience of schoolchildren, including students of pre-professional classes and educational verticals. For modern teachers, museum pedagogy is an opportunity to master the technology of working in a new educational space.

Keywords: museum pedagogy, school day at the museum, innovative educational technology, teaching, upbringing, development

Введение. Целью данной статьи является описание музейной педагогики как одного из актуальных направлений в системе современного столичного образования.

Педагогика – это наука об образовании человека, его воспитании и обучении, исследующая закономерно возникающие связи между развитием подрастающей личности, ее воспитанием и обучением, между социальной средой и воспитывающей, и на основе этого разрабатывающая теоретические и практико-ориентированные, технологические подходы к развитию и образованию человека. А что же такое музейная педагогика? На наш взгляд, это

педагогика использования музея как средства развития, обучения и воспитания обучающихся, одна из форм организации образовательного процесса.

Потенциал современных музеев достаточно широк, что не может не привлекать преподавателей самых разных предметных дисциплин. С одной стороны, это расширяет образовательные возможности музеев, с другой – стимулирует школьных учителей в коллaborации с сотрудниками учреждений культуры разрабатывать новые, особые методики и технологии учебно-педагогической деятельности. Музейная педагогика все больше становится необходимым направлением в системе столичного образования, стимулирует когнитивную и творческую активность школьников.

Предпосылкой ее возникновения явилось признание музея образовательным институтом, обладающим огромным неиспользованным обучающим и воспитывающим потенциалом. Автором понятия «музейная педагогика» считается первый директор музея Кунстхалле в Гамбурге, немецкий историк искусства Альфред Лихтварк (конец XIX – начало XX века). Сам термин появился в середине 1930-х годов. Впервые он встречается в книге немецкого ученого, математика, занимавшегося проблемами взаимодействия музея и школы, Ганса Фройденталя «Музей – Народное образование – Школа» (1931 г.). Ученый была создана специальная методика работы с обучающимися, включавшая этапы подготовки школьников к посещению музея и последующую рефлексию. Немаловажное место в методике отводилось учителю как участнику музейно-образовательного процесса. В своей книге ученый делает акцент на том, что перед посещением музея необходима серьезная предварительная подготовка как учителя, так и обучающихся. Занятия желательно проводить в учебное время, когда школьники готовы в полной мере воспринимать новую информацию, и выстраивать их как полноценные уроки по аналогии с работой в школе. Также он рекомендует отказаться от обзорных экскурсий, а экспонаты для изучения отбирать с учетом возрастных особенностей и интересов детей. Итогом

посещения музея должна стать самостоятельная творческая работа, будь то рисунок, сочинение или создание моделей.

Принципы методики работы с обучающимися, описанные Г. Фройденталем в своей книге, аналогичны правилам участия московских образовательных организаций в городском межведомственном образовательном проекте «Учебный день в музее». На его примере предлагаем рассмотреть музейную педагогику как инновационную образовательную технологию.

Материал и методы исследования. Любая технология представляет собой алгоритм действий. Если рассматривать музейную педагогику как инновационную образовательную технологию в рамках проекта «Учебный день в музее», то она также представляет собой определенную последовательность этапов, направленных на достижение образовательного результата. Основных этапов три:

- 1 этап – подготовка к учебному дню в музее;
- 2 этап – учебный день в музее;
- 3 этап – рефлексия.

Рассмотрим каждый из этапов более подробно.

В соответствии с принципами, описанными Г. Фройденталем в своей книге, учебный день в экспозиции музея заранее планируется, тщательно готовится и проводится в учебное время в первой половине дня. В процессе подготовки учитель пользуется информационно-методическими материалами, опубликованными в открытом доступе на портале проекта museumday.mgpu.ru. Материалы уроков представляют собой конструктор, который включает следующие материалы.

Коллекция элементов. Это иллюстрации, которые могут быть полезны в процессе подготовки, при непосредственном выполнении заданий или, например, при навигации как в ГМЗ «Царицыно».



Рисунок 1 – Навигация на уроке информатики, 5 класс

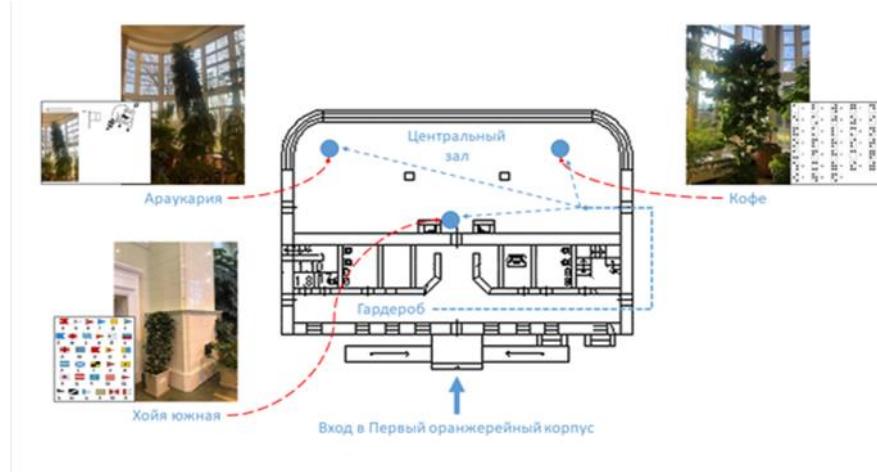


Рис. 2. Схема расположения растений в центральном зале

Текстовые материалы для учителя, которые также могут быть использованы как в процессе подготовки к учебному дню в музее, так и во время его проведения.

Текстовые материалы для учеников, с которыми школьников рекомендуется ознакомить до посещения музея.

Примерный сценарий урока, в котором могут быть описаны его цель и планируемые результаты, действия учителя на разных этапах урока, локация и навигация в процессе его проведения, а также решение заданий в рабочих листах с предполагаемыми правильными ответами.

Кейсы – практико-ориентированные задания, которые можно использовать в ходе учебного дня в музее как дополнительные задания или в качестве

домашней работы. Важно отметить, что под кейсами подразумеваются проблемные, а не направленные на знание фактов практико-ориентированные, ситуационные жизненные задачи в текстовой форме.

Например, проектное задание «Когда я стану благотворителем».

Изучите исторический источник – завещание московского купца Гавриила Гаврииловича Солодовникова от 1901 г. Насколько сумма, завещанная им на благотворительность, велика в наши дни? (Помните, что рубли Российской империи и Российской Федерации имеют разную ценность, примерное соотношение по покупательной способности 1:700, по стоимости серебра – 1:2000). Подумайте, почему купец посчитал нужным распорядиться деньгами именно так, в чем заключался географический и социально-культурный аспект его воли?

В заключение предлагаем Вам выступить перед коллегами со своими идеями на тему «Когда я стану благотворителем», где Вы сможете изложить свои соображения по поводу того, каким образом в современной России должна реализовываться благотворительная деятельность, кто в ней наиболее всего нуждается и как бы Вы распорядились средствами, будь у Вас капитал, схожий с капиталом Г. Г. Солодовникова.

Задание – это рабочие листы для обучающихся, по которым ребята самостоятельно работают в экспозиции музея. Учитель заранее распечатывает их в необходимом количестве по числу учеников в классе, привозит с собой и раздает перед уроком. В конце занятия листы могут быть собраны для проверки и оценки работы. Также конструктор урока включает ссылки на электронные источники и список литературы.

Для проведения учебного дня в экспозиции выбранного учителем музея класс (группа обучающихся не более 30 человек) должен заблаговременно прибыть в учреждение культуры. Особая роль учителя заключается в том, что он самостоятельно проводит урок в экспозиции музея. Учебный день состоит не менее чем из трех и не более чем из пяти уроков по разным предметам

продолжительностью 40–45 минут с переменами по 10–15 минут. Надо отметить, что сегодня можно провести уроки практически по всем учебным дисциплинам, в том числе изучаемым углубленно в классах предпрофессионального образования и образовательных вертикалей. От степени ответственности учителя и уровня его подготовки зависит качество проведения музейных уроков.

По итогам учебного дня в музее необходимо провести рефлексию, обсудить результаты образовательной деятельности: была ли она в целом эффективной, насколько эмоциональной и значимой для каждого участника учебного дня она оказалась, насколько активно и слаженно работала группа и каждый из учеников в отдельности. Подведение итогов можно продолжить и в образовательной организации. Ребята могут получить домашнее задание и подготовить фоторепортаж, презентацию учебного дня в музее, организовать выставку, написать эссе, мини-сочинение, заметку или отзыв, создать коллаж или инфографику – вариантов для творчества вполне достаточно.

Результаты

Музейная педагогика – одно из актуальных направлений в современной системе московского образования. Проект «Учебный день в музее» стартовал в 2017–2018 учебном году – тогда в нем приняли участие менее пяти тысяч школьников из 70 образовательных организаций. Уроки проходили на базе всего восьми площадок. Сегодня таких площадок сорок. Сотни московских школьников ежедневно проводят выездные учебные мероприятия в социокультурном пространстве города.

В процессе реализации проекта в нем приняли участие более трехсот тысяч обучающихся практически из всех образовательных организаций города. Это наглядно демонстрирует, что интерес московских школьников и учителей к музейной педагогике достаточно велик. В период пандемии появилась возможность проведения уроков в дистанционном формате. Количество скачиваний материалов на портале проекта составило свыше ста тысяч раз. Все уроки построены с привязкой экспозиций музеев и музейных экспонатов

к программам образовательных организаций всех уровней образования. Список уроков постоянно пополняется, что в значительной степени расширяет образовательные возможности музейной педагогики и позволяет учителям использовать музеи как средство обучения и воспитания.

Учебный день в музее – это не просто теоретическая информация. Самостоятельно полученные знания имеют прикладной характер, их можно применить в будущей взрослой жизни и профессиональной деятельности. Кроме того, важное значение имеет возможность выйти из привычной, формальной среды в неформальную, в которой обучающиеся работают в команде, с помощью музейной педагогики расширяют свой кругозор, формируют мировоззрение.

Обсуждение

Проект «Учебный день в музее» реализуется в соответствии с Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации». Подготовке и проведению учебного дня в экспозиции музея предшествует еще один, на наш взгляд, не менее важный этап – разработка информационно-методических материалов, которая проходит в тесном взаимодействии учителей столичных образовательных организаций, методистов Института развития профильного обучения ГАОУ ВО МГПУ и ведущих сотрудников музеев. Содержание подготовленных материалов полностью соответствует примерной основной образовательной программе и требованиям Федерального государственного образовательного стандарта. Принять участие в проекте могут обучающиеся общеобразовательных организаций и учреждений среднего профессионального образования, подведомственных Департаменту образования и науки города Москвы, в возрасте от 7 до 18 лет.

Проект позволяет расширить как теоретические, так и практические образовательные возможности, способствующие формированию функциональной грамотности ребят, их социализации. Он успешно развивается, совершенствуются формы и методы работы с обучающимися и педагогами. Например, помимо традиционных уроков для классов предпрофессионального

образования и образовательных вертикалей проводят уроки-экскурсии по выставке, ориентированные на профессию и социальные проекты; интерактивные лекции; широко применяются вопросно-ответный метод, эвристическая беседа, демонстрация экспонатов, манипулирование с музеиными предметами, мастер-классы, квизы, которые проходят в несколько этапов с повышением уровня сложности на каждом, а также встречи с молодыми специалистами, обсуждение профессиональных возможностей.

Заключение и выводы

Музейная педагогика как инновационная образовательная технология создает новые возможности обучения, воспитания и развития школьников, способствует преодолению разрыва между реальным миром и учебным опытом. Образно – это своего рода мостик между учреждениями культуры и современным юным поколением. Образовательные возможности музейной педагогики многогранны. Это не только освоение культурных ценностей на основе практико-ориентированной деятельности, но и метапредметные умения, предпрофессиональные знания. Это навыки эффективных форм коммуникации, коллaborации, развитие творческих способностей и навыков критического мышления.

Музейная педагогика формирует у школьников представление о современном учреждении культуры, его возможностях, способствует развитию художественных навыков и креативности, создает необходимые условия для культурного развития личности, в том числе визуальной культуры, расширяет спектр когнитивных форм и методов, формирует живой интерес к изучению окружающего мира и активной жизненной позиции, развивает навыки и умения поисково-исследовательской и проектной деятельности, способствует повышению эффективности образования обучающихся, их развитию, личностному и профессиональному самоопределению и становлению.

Современной школе необходимы интерактивные формы и методы работы – музейная педагогика как инновационная технология вполне им

отвечает. А для педагогов образовательных организаций это возможность освоения технологии работы в новом образовательном пространстве.

Литература

1. Гашук Е. А. Технология музейной педагогики. Волгоград: Учитель, 2018. 181 с.
2. Педагогические аспекты образовательной деятельности музея: учеб. пособие для музейных педагогов и студентов гуманитарно-художественных вузов / Министерство культуры РФ, ФГБУК «Государственный русский музей», РЦМПи ДТ, РАО. СПб.: ГРМ, 2013. 313 с.
3. Сапанжа О. С. Основы музейной коммуникации: учеб. пособие. СПб.: НП-Принт, 2007. 143 с.
4. Дрозд К. В., Плаксина И. В. Проектирование образовательной среды: учеб. пособие для вузов. 2 изд., испр. и доп. Москва: Юрайт, 2022. 437 с.

УДК 316.444

Цыганцева Е. С.

Цыганцева Елена Сергеевна – психолог, преподаватель Российского химико-технологического университета имени Д. И. Менделеева, г. Москва, email: psy_elenaa@mail.ru

ФЕНОМЕН «САМООТНОШЕНИЕ» В ЗАРУБЕЖНОЙ И ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПСИХОЛОГИИ

В статье проанализированы подходы к пониманию феномена «самоотношение» у зарубежных и отечественных авторов. Рассмотрены механизмы формирования самоотношения. Исследована его структура и виды. Выделены факторы, влияющие на вектор развития самоотношения (позитивный / негативный).

Ключевые слова: самоотношение, самооценка, условия формирования, отношение к себе

THE PHENOMENON OF "SELF-ATTITUDE" IN FOREIGN AND RUSSIAN PSYCHOLOGY

The article analyzes the approaches to understanding the phenomenon of "self-attitude" among foreign and domestic authors. The mechanisms of self-attitude formation are considered. Its structure and types are investigated. The factors influencing the vector of self-attitude development (positive/negative) are highlighted.

Keywords: self-attitude, self-esteem, conditions of formation, attitude towards oneself

Самоотношение находит применение в разных областях психологической науки, во многих теориях оно является фокусом исследования. Однако по-прежнему остаётся полиморфным по своей характеристике, так как до сих пор нет универсального определения для данного термина. И. И. Чеснокова обращает внимание, что многими авторами понятия: «самооценка», «самоуверенность», «самопринятие» отождествляются с понятием «самоотношение» [16].

Рассмотрим основные факторы формирования самоотношения. В соответствии с индивидуальной психологией А. Адлера, целью жизни является стремление к совершенству. По мнению автора, исходя из социальной ситуации, ребенком делается выбор способа преодоления комплекса неполноценности – генетически обусловленного механизма развития. Это составляет стиль жизни человека, в рамках которого формируется представление о себе и об окружающем мире [1].

Психоаналитик Э. Эриксон обращает внимание на основное условие формирования самоотношения – это материнская любовь и забота в первые месяцы жизни младенца, т.е. от матери зависит, будет ли самоотношение противоречивым, либо, наоборот, – здоровым [18]. Учёный освещает феномен «самоотношение» в свете «базального доверия» ребенка по отношению к окружающему миру, что является источником формирования идентичности личности, которая в юном возрасте становится ключевой.

К. Хорни также исследовала детско-родительские отношения и выявила, что их нарушение приводит к образованию инфантильного «Я», когда чувство вины, страха становится сопровождающими постоянными спутниками человеческой жизни. Таким образом, К. Хорни обращает наше внимание на условия возникновения негативного самоотношения [15].

Исходя из теории объектных отношений, на благополучное формирование самоотношения влияют адекватные родительско-детские отношения; преимущественно самоотношение ребенка зависит от психологического состояния матери, утверждают Д. Винникот, М. Кляйн, М. Маллер, Р. Спилц. Д. Винникот уточняет: если мать «достаточно хорошая», то у ребенка формируется позитивное самоотношение. Это говорит, в свою очередь, о том, что он может опереться на себя, а следовательно, позволить себе отделиться от матери. Можно сделать вывод, что позитивное самоотношение влияет на возможность сепарации ребенка от матери [19].

Ф. Дольто, Ж. Лакан феномен «самоотношение» рассматривают как результат именно вербальных реакций матери на физические проявления младенца [4]. Таким образом, если мать говорила нежные слова ребенку, выражавшие заботу, любовь, его ценность, то самоотношение сформируется позитивным; если нет – негативным.

В рамках когнитивно-бихевиорального направления ученые А. Бандура, А. Бек, Дж. Келли и др. понятие «самоотношение» отождествляли с понятием «самоуважение» и понимали как продукт функционирования познавательных процессов собственного «Я» [12].

А. Эллис, рассматривая структуру данного феномена, обращает внимание на то, что основу положительного самоотношения составляют рациональные установки, представления о мире и собственном «Я» [18].

А. Бек пишет о том, что поведение человека описывается системой «внутренних правил», которая даёт понимание эффективности собственной деятельности и тем самым формирует самоотношение личности. Автор

обращает внимание на то, что именно когнитивные процессы образуют устойчивое чувственное отношение к себе и замечает, что в результате дефицита развития социальных умений образуется «дисфункциональная схема мира». В данном случае осуществляется механизм искажения когнитивных процессов, а именно: интерпретация события со стороны личной значимости, склонность мыслить крайностями, активно пользоваться непроверенными фактами, а также тенденция к гиперболизации [5].

А. Бандура, исследуя механизм самоотношения, отмечает, что высокая самоэффективность порождает положительный результат деятельности, а следовательно, приводит к высокому самоуважению или позитивному самоотношению. А низкая самоэффективность, напротив, связана с ожиданием неудач и порождает плохой результат деятельности, а следовательно, снижает самоуважение. Таким образом, главным механизмом самоуважения (самоотношения) является самоэффективность [3].

С точки зрения гуманистической психологии, по данным А. Маслоу, высшей точкой развития личности является самоактуализация. Потребность личности в самопознании и порождает самоактуализацию. Проверяя утверждение эмпирическим путем, А. Маслоу обосновывает, что позитивное самоотношение является важным условием процесса личностного роста. При позитивном самоотношении человек свободен от психологических защит, не имеет страха самопознания, а при негативном самоотношении, наоборот, может существовать страх самопознания и включаться защиты [8].

К. Роджерс рассматривает процесс образования самоотношения и Я-концепции в процессе интеграции личности в социальную систему. Автор рассматривает потребность в позитивном внимании как базовую, которая формируется в первые месяцы жизни. В связи с этим для ребенка является чрезвычайно важным безусловное родительское внимание, так как на его основе ребенок принимает себя, свою индивидуальность и независимость от чужих мнений [10].

Анализируя взгляды зарубежных представителей на феномен «самоотношение» через призму разных направлений, были получены следующие результаты: авторами психоаналитической направленности самоотношение определяется как любовь к себе, когнитивно-поведенческими специалистами – как чувство компетентности, а экзистенциально-гуманистическими – как самопринятие [9].

В рамках деятельностного подхода С. Л. Рубинштейн рассматривал самоотношение как элемент самосознания. В самосознание человека входит какое-либо отношение к себе, связанное с самооценкой, которая формируется на основе мировоззрения [11].

Согласно теориям В. А. Ядова и Д. Н. Узнадзе, самоотношение рассматривается в свете социальной установки. В данном контексте, на понятие «самоотношение» обращает внимание Н. И. Саржевальский, определяющий его как предрасположенность к определенному виду деятельности. Также автор отмечает, что самоотношение, являясь частью самосознания личности, влияет на адаптацию в какой-либо деятельности [6].

М. Розинберг, И. С. Кон в своих трудах самоотношением называют установочное образование, а также утверждают, что данное понимание самоотношения наглядно показывает, что аффективные, когнитивные, поведенческие и ценностно-нормативные аспекты сознания выступают разными частями одного целого, а также позволяют разделять образы собственного «Я» и связывать их с самооценкой личности [16].

И. С. Кон, рассматривая механизм формирования самоотношения, выделял 4 пути его конструирования: истолкование оценок других людей, социальное сравнение, смысловое объединение жизненных переживаний и объяснение себе самому своего поведения [7].

И. И. Чесноковой было введено в научный оборот понятие «эмоционально-ценостное самоотношение», которое было ею определено как

особый вид эмоционального переживания, отражающего собственное отношение человека к информации о себе [17].

И. С. Коновалчук определяет самоотношение как сложное когнитивно-аффективное образование, качество взаимосвязей и степень согласованности составляющих которого определяют его зрелость. Он представляет самоотношение в виде двухкомпонентной структуры, состоящей из: 1) рационального отношения к себе, как субъекту, который социально активен; 2) эмоционально-ценостного отношения к себе, как субъекту, который переживает и оценивает свою значимость, что, в свою очередь, образует рефлексивное «Я» [2].

Е. Т. Соколова отношение к себе рассматривает как аффективный элемент «Я-образа» и выделяет следующие характеристики самоотношения: себялюбие и самоуважение. Автор обращает внимание на то, что посредством ряда когнитивных стратегий защищается стабилизируется структура самоотношения, а именно сохраняет его позитивный фон [13].

С. Р. Пантилеев обращает внимание, что на строение и содержание самоотношения влияет социальная ситуация, в которую включена личность. С одной стороны, социальная ситуация оказывает влияние на иерархию ведущих мотивов и деятельности, на основе которых осуществляется познание собственного «Я»; с другой стороны – задает спектр эмоциональных переживаний [9]. Ученый выделяет два уровня самоотношения – частный уровень самооценок, интегрируемых с учётом их субъективности в общий уровень самооценки (самоотношения), и отмечает, что соединение различных частей самоотношения в целостную систему происходит по механизму смысловой интеграции, который определяет отношение к самому себе [9].

По представлению Д. Дембо, самоотношение – относительно устойчивая личностная черта, в основе которой лежат два основных внутренних мотива: самоуважение и потребность в постоянстве образа «Я», а также связанного с ним самоотношения [2].

Развивая данную тему, Х. Каплан рассматривает мотив самоуважения как потребность к увеличению позитивных переживаний по отношению к себе и уменьшению негативных [9].

В. В. Столин, в свою очередь, изучая механизмы поддержания защиты положительных переживаний в отношении себя, приходит к выводу, что самоотношение можно рассматривать как целостное однозначное понятие, отличающееся высокой степенью устойчивости (положительной или отрицательной) отношения к себе [14].

Отечественные психологи: Н. Л. Лабунская, В. Н. Мясищев, К. К. Платонов, Н. И. Сарджвеладзе и др. выделяют три элемента, составляющих самоотношение: познавательный – представление о себе и оценка себя; эмоциональный – переживание смысла «Я»; поведенческий – разработанные схемы поведения в отношении себя [2].

Таким образом, нами была проведена систематизация взглядов зарубежных и отечественных психологов, выделяя ключевые различия и сходства в понимании самоотношения. Это позволяет представить целостную картину феномена, что является значительным вкладом в теоретическую психологию. Психоаналитики (А. Адлер, Э. Эриксон, К. Хорни) в формировании самоотношения акцентируют внимание на роль детско-родительских отношений, в то время как когнитивно-бихевиоральные (А. Бандура, А. Бек) и гуманистические (А. Маслоу, К. Роджерс) подходы делают упор на когнитивные процессы и самоактуализацию.

Уточнение структуры и механизмов формирования самоотношения расширяет понимание того, как самоотношение становится устойчивой личностной чертой личности. Анализ факторов, влияющих на самоотношение, имеет практическое значение для психотерапии и педагогики в рамках коррекции, трансформации негативного самоотношения.

В рамках практической значимости понимание механизмов формирования самоотношения позволяет разрабатывать программы психологической помощи,

направленные на коррекцию самооценки, развитие самопринятия и преодоление последствий травматического опыта. Это особенно актуально для таких областей, как клиническая психология, педагогика и коучинг.

Литература

1. Адлер А. Индивидуальная психология / П. Я. Гальперин, А. Н. Ждан. История зарубежной психологии 30–60 г. XX в. М., 1986. С.131–140.
2. Архиреева Т. В. Самосознание и Я-концепция. Великий Новгород, НовГУ им Ярослава Мудрого, 2002. 191 с.
3. Бандура А. Г. Принципы социального научения // Современная зарубежная социальная психология. М.: МГУ, 1984. С. 55–61.
4. Асмолов А. Г. Психология личности: принципы общепсихологического анализа. М.: Смысл, 2001. 461 с.
5. Бек А. Когнитивная терапия депрессии / А. Бек, А. Раш, Б. Шо, Г. Эмери. СПб.: Питер, 2003. 304 с.
6. Косолапов Ю. А. Чувство взрослости и самоотношение личности. Монография. Липецк: ПГПУ, 2005. 118 с.
7. Кон И. С. В поисках себя: Личность и ее самосознание. М.: Политиздат, 1984. 335 с.
8. Маслоу А. Новые рубежи человеческой природы / Пер. с англ. М.: Смысл, 1999. 425 с.
9. Пантелеев С. Р. Самоотношение как эмоционально-оценочная система: Спецкурс. М.: МГУ, 1991. 110 с.
10. Роджерс К. Р. Взгляд на психотерапию. Становление человека. Пер. с англ. М.: Прогресс, Универс, 1994. 480 с.
11. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. СПб., 1999. 720 с.
12. Свиридова Т. В. Самоотношение подростков с хроническими соматическими заболеваниями в контексте клинической педагогической психологии. Воронеж: Изд-во Воронеж. Гос. ун-та, 2006. 206 с.

13. Соколова Е. Т. Самосознание и самооценка при аномалиях личности. М.: МГУ, 1989. 215 с.
14. Столин В. В. Самосознание личности. М.: МГУ, 1983. 284 с.
15. Хорни К. Невротическая личность нашего времени. Новые пути в психоанализе. СПб.: Питер, 2016. 304 с.
16. Чернобродов Е. Р. Психология личности: самосознание, самоотношение, самоопределение / Е. Р. Чернобродов, О. Б. Дутчина, Е. В. Ситникова. Изд-во Тихookeан. Гос. Ун-та, 2016. 176 с.
17. Чеснокова И. И. Проблема самосознания в психологии. М.: Наука, 2007. 144 с.
18. Эллис А. Практика рационально-эмоциональной поведенческой терапии / А. Эллис, У. Драйден. СПб.: Речь, 2002. 352 с.
19. Эриксон Э. Детство и общество. М.: Университетская книга, 1996. 592 с.

ЭКОНОМИКА И ПРАВО

УДК 34.096

Ковалева Я. И., Ковалева Н. В.

Ковалева Яна Игоревна – студент 3 курса Российского химико-технологического университета имени Д. И. Менделеева, г. Москва, email: kuznechikumer@yandex.ru

Ковалева Наталья Витальевна – доктор юридических наук, доцент, главный научный сотрудник Академии управления МВД России (Россия, 125993, г. Москва, ул. Зои и Александра Космодемьянских, д. 8), профессор Российского химико-технологического университета имени Д. И. Менделеева, г. Москва, email: doktor.kovaleva.nv@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ РАЗМЕЩЕНИЯ ИДЕНТИФИКАТОРА РЕКЛАМЫ ПО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В статье рассматриваются законодательно установленные требования к маркировке рекламы в сети «Интернет», особенности размещения идентификатора рекламы при разных рекламных форматах. Показан круг субъектов, задействованных в данных правоотношениях: их права и обязанности при размещении идентификатора рекламы. Предложено разработать критерии добросовестного поведения участников правоотношений, введения системы льгот для субъектов малого и среднего предпринимательства.

Ключевые слова: реклама, маркировка, маркировка рекламы, идентификатор рекламы, токен, креатив, рекламодатель, рекламораспространитель, оператор рекламных данных

Kovaleva Ya. I., Kovaleva N. V.

FEATURES OF THE PLACEMENT THE AD ID ACCORDING TO THE LEGISLATION OF THE RUSSIAN FEDERATION

The article discusses the legally established requirements for labeling advertisements on the Internet, the specifics of placing an advertising identifier in different advertising formats. The range of subjects involved in these legal relations is shown: their rights and obligations when placing an advertising identifier. It is proposed to develop criteria for the conscientious behavior of participants in legal relations, the introduction of a system of benefits for small and medium-sized businesses.

Keywords: advertising, labeling, advertising labeling, advertising identifier, token, creative, advertiser, advertiser, advertising data operator

С 1 сентября 2022 года в Российской Федерации на всех участников рынка рекламы возложена обязанность маркировки интернет-рекламы и передачи соответствующих данных о ее размещении в уполномоченный орган – Роскомнадзор [1]. Следствием стало введение соответствующих норм, а также внесение изменений в существующие с целью упорядочивания такого рода отношений.

В соответствии с действующим законодательством существенно расширился круг субъектов, задействованных в данных правоотношениях. В их число вошли: рекламодатель, рекламораспространитель, рекламопроизводитель, оператор рекламных данных (передающий сведения в Единый реестр интернет-рекламы ЕРИД ERID – это идентификатор), оператор рекламной системы (лицо, осуществляющее деятельность по обеспечению функционирования рекламной системы: ЯндексДирект, ВКонтакте), а также оператор социальной рекламы. Все они были наделены определенным объемом полномочий и соответствующих обязанностей. Введение в Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (далее по тексту – Закон о рекламе) [1] новых конструкций и терминов также было направлено на упорядочивание правоотношений в сфере маркировки рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

В настоящее время в Закон о рекламе введены ст. 18.1 «Реклама и социальная реклама в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"» и ст. 18.2 «Обязательные отчисления за распространение рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"». Субъекты, в той или иной степени участвующие в размещении рекламы в сети «Интернет», должны руководствоваться положениями по соблюдению обязательных требований «Понятие рекламы», утвержденных соответствующим приказом ФАС России [2].

По общему правилу реклама, распространяемая в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», за исключением рекламы, размещенной в телепрограммах и телепередачах, радиопрограммах

и радиопередачах, распространяемых в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», должна содержать пометку «реклама», а также указание на рекламодателя такой рекламы и (или) сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы (п. 16 ст. 18.1 Закона о рекламе).

Стоит отметить, что именно такая пометка должна присутствовать на рекламном креативе и об этом четко дала разъяснение Федеральная антимонопольная служба, указав, что иные обозначения не предусмотрены действующим законодательством [3].

Обязательным условием распространения рекламы и (или) социальной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» является присвоение оператором рекламных данных (ОРД) соответствующей рекламе или социальной рекламе идентификатора рекламы или идентификатора социальной рекламы. Так называемый токен определяется как числовой идентификатор рекламы, позволяющий ее идентифицировать. По сути, это уникальное цифровое обозначение, предназначенное для обеспечения прослеживаемости распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламы и учета информации о такой рекламе.

Отбор операторов рекламных данных осуществляется на основе Постановления Правительства Российской Федерации [4] созданной для этих целей комиссией в соответствии с утвержденными условиями отбора. Примечательно, что действие данного нормативного акта ограничено определенным сроком – до 1 сентября 2028 г.

В настоящее время Приказом Роскомнадзора от 25.03.2025 утверждены требования к идентификатору рекламы [5], в соответствии с которыми детализируются преимущественно обязанности оператора рекламных данных. Так, императивно закрепляется присвоение идентификатора незамедлительно до распространения рекламы и (или) социальной рекламы в сети «Интернет» и обязанность предоставить присвоенный идентификатор в Федеральную службу

по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций в соответствии с протоколом об информационном взаимодействии. Требуется, чтобы идентификатор включал произвольный набор цифр, состоящий из совокупности цифровых обозначений, а ОРД может его дополнить буквенными обозначениями. В силу специфики полномочий операторов рекламных данных на них возложен значительный спектр обязанностей, включающий в том числе хранение идентификаторов в течение года со дня их присвоения.

Важно отметить, что обязанность по размещению идентификатора в рекламе лежит, как правило, на рекламодателе или рекламораспространителе. Разрешается разместить идентификатор в начале или в конце текстового блока, поверх текстово-графического блока, в начале и (или) поверх видеоролика в виде пометки «`erid: xxx`», где «`erid`» включает наименование идентификатора, а «`xxx`» – набор буквенно-цифрового текста на основе букв латинского языка. Идентификатор, содержащийся в контрастной текстовому блоку, текстово-графическому блоку или видеоролику пометке «`erid: xxx`», должен быть доступен для визуализации, в том числе посредством использования программных средств [5].

22 ноября 2023 года Роскомнадзор разместил на своем официальном сайте материал, который призван помочь участникам рынка выполнить требования статьи 18.1 Закона по учету интернет-рекламы [6]. В документе наглядно продемонстрировано как выполнить предписанную обязанность в различных случаях и показаны способы размещения идентификатора рекламы в кликовой ссылке, в текстовом блоке, на изображении, на видео, в выпадающем окне, в описании к видео и изображению. Приведены отдельные примеры, как размещать идентификатор, например, в кружке Телеграм (сразу после кружка); при трансляции видео в прямом эфире (предложены различные варианты, в том числе и после окончания прямого эфира); при рекламной врезке и «сторис»; при разговорной записи (подкасте); при аудиорекламе и в художественном фильме.

Особо ценным являются примеры ошибочных размещений идентификатора рекламы, а также предложение обратиться за рекомендациями в случае, если рекламный формат не подходит ни под один из описанных. Таким образом, в имеющем рекомендательных характер документе определены варианты правомерного поведения для участников правоотношений, а учитывая специфику таких правоотношений, данный документ будет способствовать реализации установленных в законодательстве норм.

С 1 сентября 2023 года установлена ответственность за нарушение положений о размещении рекламы в сети «Интернет» и введены штрафы за отсутствие пометки «реклама», отсутствие в рекламе токена, а также невыполнение обязанности по подаче или неправильно поданной отчетности о распространённой рекламе в ЕРИР через ОРД как для граждан, должностных лиц, так и для юридических лиц, размер штрафа для последних может составить 500 000 рублей [7]. В этой связи участники правоотношений должны более внимательно относиться к своим обязанностям и учитывать их особенности в части размещения рекламы и предоставления сведений.

При привлечении к административной ответственности определяется, была ли публикация рекламой, размещена ли пометка «реклама» и идентификатор рекламы, указаны ли сведения о рекламодателе, как правило, это название, организационно-правовая форма и ИНН. Не стоит забывать, что распространение рекламы допускается лишь при условии присвоения токена (идентификатора рекламы), который формируется для каждого конкретного рекламного креатива (каждой отдельно размещаемой рекламы) [8].

Таким образом, можно констатировать, что на современном этапе достаточно подробно упорядочены вопросы, связанные с размещением идентификатора рекламы. В этой связи можно сделать следующие выводы, направленные на дальнейшее совершенствование действующего законодательства.

Стоит предположить, что достаточно объективно сформировался своего рода субинститут, нормы которого упорядочивают отношения в сфере

маркировки рекламы в сети «Интернет». Повсеместное распространение рекламы через интернет будет способствовать развитию правового регулирования в этой области, с неизбежным процессом детализации субъективных прав и обязанностей участников правоотношений.

Достаточно сложной на этапе доказывания представляется вопрос привлечения к ответственности рекламораспространителей в случае возложения обязанности по получению идентификатора рекламы [8]. В этой связи позитивным видится разработка критериев добросовестного поведения участников правоотношений с учетом достаточно обширного их субъектного состава [9]. Природу частноправовых отношений между субъектами хозяйственной деятельности не стоит путать с публично-правовой природой отношений между государством в лице контролирующих органов и лицом, который должен строго исполнять прописанную в законе обязанность.

Целесообразными видятся в дальнейшем разработка системы льгот в этой сфере для субъектов малого и среднего предпринимательства, учитывая общую поддержку данных хозяйствующих субъектов со стороны государства [10] и расширение перечня ОРД за счет субъектов, которые будут осуществлять деятельность с льготными категориями лиц.

Исследуемая тематика правового регулирования маркировки рекламы в сети «Интернет» обширна, затрагивает достаточно емкий круг вопросов и требует дальнейшего более предметного изучения.

Литература

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 19.04.2024) «О рекламе». // Собрание законодательства Российской Федерации. 20.03.2006. № 12. Ст. 1232.
2. Приказ Федеральной антимонопольной службы от 14 ноября 2023 г. №821/23 «Об утверждении руководства по соблюдению обязательных требований "Понятие рекламы"». Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс» (дата обращения 21.04.2025).

3. Письмо ФАС России от 03.10.2022 N КТ/90922/22 «О разъяснении частей 12, 15, 16 статьи 18.1 Федерального закона "О рекламе"». Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс» (дата обращения 21.04.2025).

4. Постановление Правительства РФ от 28.05.2022 N 966 «Об утверждении Положения о создании и деятельности комиссии по отбору оператора рекламных данных, а также условий отбора оператора рекламных данных». Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс» (Зарегистрировано в Минюсте России 14.04.2025 N 81842) (дата обращения 21.04.2025).

5. Приказ Роскомнадзора от 25.03.2025 N 68 «Об утверждении Требований к идентификатору рекламы, идентификатору социальной рекламы, его содержанию, порядка и сроков его присвоения, размещения при распространении рекламы и (или) социальной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", хранения и предоставления в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций» (Зарегистрировано в Минюсте России 14.04.2025 N 81842). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс» (дата обращения 21.04.2025).

6. Роскомнадзор разработал памятку «Рекомендации по размещению идентификатора рекламы». Режим доступа:

<https://rkn.gov.ru/press/news/news74777.htm?ysclid=m9pau0q7uw253680740> (дата обращения 21.04.2025).

7. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 06.04.2024) // Собрание законодательства Российской Федерации.07.01.2002. № 1 Ст. 1. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс» (дата обращения 21.04.2025).

8. Ковалева, Н. В. 2.5. Маркировка рекламы в сети Интернет: особенности субъектного состава и ответственность / Н. В. Ковалева // Право в условиях современных вызовов. – Москва : Государственный университет управления, 2024. С. 153–163. EDN CAPMYD.

9. Ковалева, Н. В. Допустимость электронных доказательств в гражданском процессе / Н. В. Ковалева, А. П. Жук // Диалог. 2025. № 2(32). С. 66–68. EDN GKKNYJ.

10. Ковалева, Н. В. Технико-юридическое регулирование как инструмент развития промышленности / Н. В. Ковалева. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2015. 79 с. (Научная мысль). ISBN 978-5-16-011059-2. EDN UDJHTB.

УДК 316.334.23

Кондратов Е. В., Холина П. В., Фролова А. В.

Кондратов Евгений Викторович – магистрант 1 курса Российского химико-технологического университета имени Д. И. Менделеева, г. Москва, email: evgeniykvv@yandex.ru

Холина Полина Владимировна – магистрант 1 курса Российского химико-технологического университета имени Д. И. Менделеева, г. Москва, email: polina_04.05@mail.ru

Фролова Анастасия Владимировна – старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга Российского химико-технологического университета имени Д. И. Менделеева, г. Москва, email: frolova.a.v@muctr.ru

ИНФЛЮЕНСЕРЫ: КАК ВЫБРАТЬ ПОДХОДЯЩЕГО ПАРТНЕРА ДЛЯ БРЕНДА

В статье рассматриваются ключевые аспекты выбора инфлюенсеров для сотрудничества с брендами. Авторы анализируют современные тенденции рынка и дают практические рекомендации по оценке потенциала блогера как партнера. Особое внимание уделяется таким критериям, как аутентичность контента, соответствие целевой аудитории бренда, уровень вовлеченности подписчиков и репутация самого инфлюенсера. Также описываются возможные риски и способы их минимизации при работе с лидерами мнений. Статья будет полезна маркетологам, специалистам по коммуникациям и всем, кто заинтересован в эффективном продвижении своих продуктов через социальные сети.

Ключевые слова: инфлюенсер, бренд, результат, влияние, целевая аудитория

INFLUENCERS: HOW TO CHOOSE THE RIGHT PARTNER FOR THE BRAND

The article discusses the key aspects of choosing influencers for cooperation with brands. The authors analyze current market trends and provide practical recommendations for assessing the potential of a blogger as a partner. Special attention is paid to criteria such as authenticity of content, compliance with the target audience of the brand, the level of subscriber engagement and the reputation of the influencer itself. Possible risks and ways to minimize them when working with opinion leaders are also discussed. The article will be useful for marketers, communication specialists and anyone interested in effectively promoting their products through social networks.

Keywords: influencer, brand, result, influence, target audience

Маркетинг влияния, или инфлюенс-маркетинг, стал невероятно популярен в последние годы, коренным образом изменяя подходы брендов к продвижению. Этот феномен объясняется рядом факторов, таких как развитие цифровой среды, эволюция потребительского поведения и рост доверия к инфлюенсерам. Современное общество с каждым годом все больше погружается в цифровое пространство, а социальные сети с онлайн-платформами становятся основными источниками информации и каналами для взаимодействия как между людьми, так и между потребителями и брендами. Благодаря этому инфлюенсеры превратились в мощный ресурс для брендов, выступая в роли лидеров мнений, к чьим рекомендациям прислушиваются миллионы [1].

Важным аспектом популярности маркетинга влияния является то, как изменилось поведение потребителей. Сегодня перед покупкой люди предпочитают опираться на отзывы и рекомендации в интернете, вместо того чтобы доверять классической рекламе. Именно в этой среде инфлюенсеры выполняют ключевую роль доверенных советчиков: аудитория воспринимает их рекомендации как более честные и достоверные. Это доверие и личная связь с аудиторией помогают инфлюенсерам формировать позитивное отношение к бренду и значительно влиять на решения о покупке.

Еще одна причина популярности маркетинга влияния – его высокая эффективность. Инфлюенсеры позволяют брендам более точно таргетировать свою аудиторию, достигая нужных целевых групп с наибольшим потенциалом отклика [2]. В результате компании получают более высокую отдачу на вложенные средства по сравнению с традиционными методами рекламы. Этот эффект подтверждают успешные примеры кампаний: сеть магазинов одежды Levi's, запустив свою инициативу «Покупай лучше, носи дольше» с участием инфлюенсеров (Джейдена Смита, Эммы Чемберлен, Си Бастиды и др.), сумела не только популяризировать свой бренд, но и транслировать ценности устойчивого развития и ответственного потребления. Альфа-Банк успешно сотрудничал с известным футболистом Лионелем Месси, а совсем недавно запустил рекламную компанию с репером Бастой, что позволило существенно укрепить имидж компании среди молодых пользователей, а сеть быстрого питания Feed Up активно использует инфлюенсеров, привлекая их к разработке рекламных кампаний и создавая яркий запоминающийся контент с их участием [3].

Сотрудничество с инфлюенсерами выгодно для брендов по нескольким причинам. Во-первых, это позволяет быстро повысить узнаваемость бренда: инфлюенсеры с большой аудиторией помогают расширить охват и донести информацию о продукте до большего количества людей. Во-вторых, инфлюенсеры формируют доверие и лояльность: рекомендации лидеров мнений воспринимаются аудиторией как более достоверные, чем традиционная реклама. В-третьих, инфлюенсеры способны стимулировать продажи, поскольку рекомендации от человека, которому доверяют, становятся сильным фактором, побуждающим к покупке.

Определение целей и задач сотрудничества с инфлюенсером – один из ключевых этапов подготовки эффективной рекламной кампании. Прежде чем выбрать подходящего партнера, бренду важно четко определить, какую цель он преследует. Цели могут варьироваться в зависимости от стратегии компании,

они могут включать как повышение узнаваемости бренда, так и увеличение вовлеченности аудитории или стимулирование продаж.

Для того чтобы достичь ожидаемых результатов, важно привязать цели рекламной кампании к конкретным KPI (ключевым показателям эффективности), которые позволяют оценить успех проведенной работы. Основные KPI включают охват аудитории и вовлеченность (лайки, комментарии, репосты) для понимания уровня интереса аудитории. Если цель – увеличение продаж, то полезно отслеживать использование промокодов или других триггеров, которые могут использовать подписчики инфлюенсера.

Инфлюенсеров классифицируют по количеству подписчиков:

1. Нано-инфлюенсеры (1–10 тыс. подписчиков) имеют немногочисленную, но лояльную аудиторию и часто создают более персонализированный контент.
2. Микро-инфлюенсеры (10–100 тыс. подписчиков) предлагают более широкий охват, сохраняя при этом высокий уровень вовлеченности, что делает их эффективными для нишевых продуктов.
3. Средние и макроинфлюенсеры, обладая от 100 тыс. до миллиона и более подписчиков, позволяют достичь максимального охвата и подходят для крупных кампаний, направленных на повышение узнаваемости бренда среди широкой аудитории [4].

Выбор между микро- и макроинфлюенсером зависит от целей кампании и бюджета.

Первым шагом при подборе инфлюенсера для бренда является точное определение целевой аудитории. Это та группа людей, на которую направлены маркетинговые усилия компании – те потребители, которые с наибольшей вероятностью заинтересуются продуктами или услугами бренда. Чтобы рекламная кампания с инфлюенсером была успешной, важно, чтобы его аудитория совпадала с целевой аудиторией бренда.

Определить, на какую аудиторию ориентирован инфлюенсер, можно, проанализировав его профиль в социальных сетях. Для этого можно использовать аналитические инструменты или же запросить статистику у самого блогера. Здесь важно учитывать такие параметры, как пол, возраст, географическое расположение, а также интересы, выраженные через тематику контента и активность подписчиков в комментариях. Такое совпадение важно для успеха кампании: если аудитория инфлюенсера отличается от аудитории бренда, рекламное сообщение может не найти отклика и продвижение окажется неэффективным. Также важно проверить подлинность подписчиков, чтобы избежать искусственно «накрученной» аудитории, состоящей из ботов и неактивных аккаунтов.

Для успешной кампании важно тщательно оценить активность аудитории, уровень вовлеченности (показатель ER) и контент инфлюенсера, который должен соответствовать ценностям бренда и подходить по формату. Высококачественный контент повышает доверие к инфлюенсеру и может сыграть ключевую роль в восприятии рекламного сообщения.

Репутация и ценности инфлюенсера – важные аспекты, влияющие на восприятие бренда его аудиторией. Сотрудничество с инфлюенсером с негативной репутацией или с ценностями, которые не совпадают с ценностями бренда, может нанести ущерб имиджу компании-заказчика. Поэтому важно проанализировать предыдущие кампании инфлюенсера и отзывы о его деятельности [5].

При выборе инфлюенсера полезно использовать аналитические платформы, такие как LiveDune и Brand Analytics, а также сервисы для проверки подлинности аудитории, к примеру, как Fakelikeinfo.

Связаться с инфлюенсером можно напрямую или через агентство. Для достижения наибольшей эффективности от сотрудничества важно с самого начала установить четкие цели и ожидания, зафиксировав в договоре такие параметры, как формат контента, сроки, бюджет и правила использования

контента. Важно также соблюдать законодательные требования, такие как обязательная маркировка рекламы в соответствии с Федеральным законом «О рекламе».

Работая с инфлюенсером, полезно учитывать его мнение и подходы, чтобы сделать кампанию более нативной и вызывающей отклик у аудитории. Совместное создание контента с инфлюенсером позволяет адаптировать его под ценности бренда. Использование сторис и прямых эфиров с интерактивными элементами, такими как опросы, позволяет увеличить вовлеченность аудитории, а также создать живое взаимодействие через ответы на вопросы и комментарии в реальном времени.

Для оценки эффективности кампании важно отслеживать такие метрики, как охват, вовлеченность (лайки, комментарии, репосты), переходы на сайт, количество продаж. Возврат на инвестиции (ROI) можно рассчитать по формуле: $(\text{доход от кампании} - \text{затраты на кампанию}) / \text{затраты на кампанию} * 100\%$. Однако в инфлюенс-маркетинге оценка ROI может усложняться, так как не всегда удается точно отследить все продажи, сделанные благодаря инфлюенсеру. Сравнение этих данных с предыдущими кампаниями и анализ показателей конкурентов также помогают оценить результативность выбранного подхода.

При анализе партнерства стоит оценить, подходит ли инфлюенсер для долгосрочных кампаний. Обратить внимание следует на его профессионализм, умение соблюдать договоренности и продуктивность коммуникаций, а также на результаты предыдущих кампаний. Долгосрочные отношения с инфлюенсером оказываются выгодными для бренда: постоянное присутствие в контенте формирует более узнаваемый образ бренда и укрепляет доверие. К тому же, это позволяет экономить время и ресурсы, так как не требуется постоянно искать новых партнеров и согласовывать условия сотрудничества.

Таким образом, маркетинг влияния имеет большие перспективы и уже сейчас становится неотъемлемой частью стратегий продвижения брендов. По данным исследования Ассоциации блогеров и агентств, проведенного

совместно с платформой IMPeople, объем российского рынка инфлюенс-маркетинга на площадках ВКонтакте, YouTube, Twitch, Телеграм и Instagram¹ достиг 21,3 млрд рублей в первом полугодии 2024 года. Это на 34% больше, чем за аналогичный период 2023 года [6]. По прогнозам экспертов, рынок инфлюенс-маркетинга по итогам 2024 года вырастет более чем на 20%. Успешная стратегия в этой области предполагает внимательный выбор партнеров, создание качественного контента и регулярную оценку результатов, что позволяет адаптировать рекламные кампании в соответствии с динамично меняющимся рынком.

Литература

1. Костин Д. М. Блогер как инструмент построения личного бренда персоны и репутации компании: тенденции и перспективы // Научный журнал. 2023. №1 (66). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bloger-kak-instrument-postroeniya-lichnogo-brenda-persony-i-reputatsii-kompanii-tendentsii-i-perspektivy> (дата обращения: 13.11.2024).
2. Карпыкбаева А. Б. Маркетинг влияния (influencer-маркетинг) как стратегия бренда // ВЭПС. 2019. №4. URL:
<https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-vliyaniya-influencer-marketing-kak-strategiya-brenda> (дата обращения: 13.11.2024).
3. Акмалова Б. К. PR-технологии в интернете: новые возможности инфлюенс маркетинга // SAI. 2024. №Special Issue 32. URL:
<https://cyberleninka.ru/article/n/pr-tehnologii-v-internete-novye-vozmozhnosti-inflyuens-marketinga> (дата обращения: 13.11.2024).
4. Покуль В. О., Шмыговская Р. О. Исследование способов взаимодействия с аудиторией в социальных медиа посредством личного бренда // Экономика и социум. 2023. №6-2 (109). URL:
<https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-sposobov-vzaimodeystviya-s-auditoriyey-v-sozialnykh-medii-posredstvom-lichnogo-brenda>

¹ Принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией и запрещенной на территории Российской Федерации.

auditoriey-v-sotsialnyh-media-posredstvom-lichnogo-brenda (дата обращения: 13.11.2024).

5. Эдиева Д. М., Зюзина Н. Н. Маркетинг влияния в социальной сети вконтакте // Экономика и социум. 2017. №1–2 (32). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-vliyaniya-v-sotsialnoy-seti-vkontakte> (дата обращения: 13.11.2024).

6. Тинькофф Журнал. Рынок инфлюенсер-маркетинга растёт. URL: <https://secrets.tinkoff.ru/novosti/rynok-influense-marketinga-rastet/> (дата обращения: 13.11.2024).

УДК 339.138

Лашманкина К. Ю., Чернышова С. К., Мансурова О. А.

Чернышова Софья Константиновна – студент 3 курса Российского химико-технологического университета имени Д. И. Менделеева, г. Москва

Мансурова Ольга Александровна – студент 3 курса Российского химико-технологического университета имени Д. И. Менделеева, г. Москва

Лашманкина Ксения Юрьевна – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга Российского химико-технологического университета имени Д. И. Менделеева, г. Москва, email: lashmankina.k.i@muctr.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ МАРКЕТПЛЕЙСА

В статье рассмотрены критерии, являющиеся решающими при выборе покупателями маркетплейсов, и их значимость для потребителей. Проведен анализ использования маркетплейсов потребителями и приоритет функций приложений для онлайн покупок. Проанализированы статистические данные оборота e-commerce в период с 2018 до 2023 г., а также доли онлайн-торговли в общем обороте розничной торговли. Подтверждена актуальность использования маркетплейсов как основных площадок онлайн-торговли.

Ключевые слова: маркетплейсы, выбор потребителей, критерии выбора маркетплейса, преимущества маркетплейса

Lashmankina K. Y., Chernyshova S. K., Mansurova O. A.

RESEARCH OF CONSUMER PREFERENCES WHEN CHOOSING A MARKETPLACE

The article considers the criteria that are crucial when choosing marketplaces by buyers, and their importance for consumers. Analysis of the use of marketplaces by consumers and the priority of application functions for online purchases. The statistical data on the turnover of e-commerce in the period from 2018 to 2023, as well as the share of online commerce in the total turnover of retail trade, are analyzed. The relevance of using marketplaces as the main online trading platforms has been confirmed.

Keywords: marketplaces, consumer choice, criteria for choosing a marketplace, advantages of a marketplace

В современном мире, наверно, уже нет ни одного человека, кто бы не использовал или не знал, что такое рынок e-commerce. E-commerce (или онлайн-торговля) – это процесс покупки и продажи товаров и услуг через интернет. Этот вид торговли становится все более популярным с развитием технологий и доступностью интернета для широкого круга потребителей. Рынок e-commerce предоставляет компаниям возможность продавать свои товары и услуги онлайн, привлекая больше клиентов из различных стран и регионов. Одно из главных преимуществ данного вида маркетинга в том, что он позволяет потребителям удобно совершать покупки в любое время и из любого места.

С каждым годом объем продаж в e-commerce увеличивается. Рассматривая период с 2018 по 2023 год, мы видим стремительный рост выручки компаний – в 2018 г. выручка онлайн-торговли составила 1,15 трлн руб., а в 2023 г., по данным Ассоциации компаний интернет-торговли [1], выручка выросла до 6,16 трлн руб. (рис. 1).

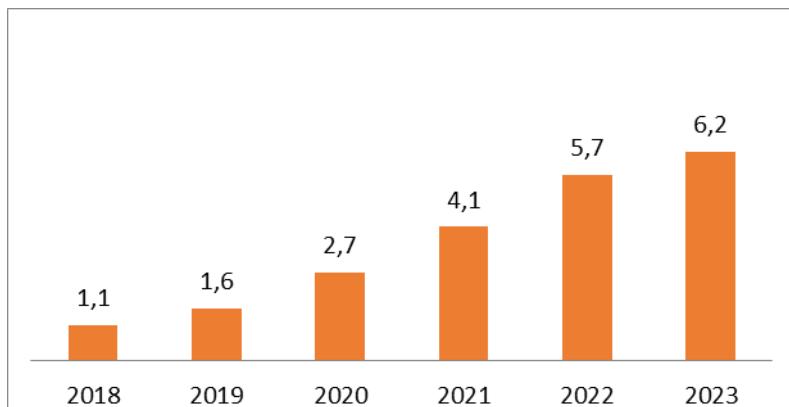


Рис. 1. Динамика объема продаж онлайн торговли, трлн руб.

Рассматривая в процентном соотношении долю рынка онлайн-торговли в общем обороте розничной торговли, мы видим, что за последние пять лет доля e-commerce выросла с 5,2% до 13,4%. Динамика количества заказов также увеличивается, так в 2023 г. россияне сделали 4600 млн заказов, что в 14 раз больше, чем 5 годами ранее – в 2018 г. количество онлайн-заказов составило 330 млн. При этом 94% рынка e-commerce составляют маркетплейсы, что говорит о том, что доля продаж через маркетплейсы будет увеличиваться. По данным исследования Тинькофф [2], в 2023 г. самыми крупными площадками являлись OZON и Wildberries, на них совершалось 86% всех онлайн-продаж. Но чем же привлекательны эти площадки для потребителей? От чего зависит выбор того или иного маркетплейса?

Основная гипотеза исследования: маркетплейс, который первым становится «привычным» – т.е. заставляет потребителей не задумываться над вопросом «Где купить тот или иной недорогой бытовой товар из категории предварительного выбора?», а предопределяет место покупки привычкой покупать в определенном месте, – становится наиболее прибыльным и массово используемым.

Для того чтобы ответить на все поставленные нами вопросы, было проведено маркетинговое исследование. Основой данного исследования стал опрос, проведенный среди пользователей маркетплейсов. Всего было опрошено 400 респондентов разных возрастных групп и полов. Респонденты отвечали на

ряд вопросов: первый блок дает понимание, какова численность населения в городе респондента и позволяет оценить осведомленность о пунктах выдачи заказов маркетплейсов, представленных в населенном пункте. Ответ на последний вопрос первого блока переадресовывает респондента на вопросы о конкретном предпочтаемом и наиболее используемом маркетплейсе; эти вопросы позволяют оценить, какие товары пользователи предпочитают заказывать на их любимом маркетплейсе.

Второй блок подробно изучает характеристики конкретного маркетплейса с точки зрения потребителя, дает понять, какие стороны торговой площадки удовлетворяют наиболее полным образом потребности потребителя, а также включает вопрос, позволяющий изучить удовлетворенность потребителей интерфейсом приложения.

Третий блок опроса изучает сложившееся мнение о маркетплейсах и отвечает на вопросы о самых продаваемых группах товаров – одежде и технике. Заключительный вопрос опроса дает возможность пользователю высказать свои пожелания по улучшению качества работы маркетплейсов.

Также исследование основано на обобщении опыта других исследований российских маркетплейсов и исследовании потребительского предпочтения в области покупок за последние годы из общедоступных источников.

После анализа исследования можно составить общий портрет массового потребителя на маркетплейсе – женщина среднего достатка, отличается импульсивным выбором товаров, зачастую ориентируясь на удовлетворение дофаминового голодаия. Основной возраст потребителя (более 70% опрошенных), по данным нашего исследования, старше 18 лет.

На основе полученных результатов удалось выявить, что покупатели, приобретая товар на маркетплейсе, учитывают ряд факторов, такие как:

- Наличие отзывов

Отзывы являются одним из ключевых факторов выбора одного товара из сотни похожих. По данным исследования, 46% пользователей считают их одним

из самых значимых источников информации [3]. Пользователи хотят видеть, реальны ли ожидания от приобретаемого товара, соответствует ли он всем заявленным критериям. Маркетплейсы дают возможность пользователю оценить еще до заказа товара, подойдет ли та или иная вещь, как она проявит себя через определенное количество времени и какие нестандартные ситуации могут произойти через некоторое время использования.

- Удаленность пункта выдачи заказов (ПВЗ) от дома

Удаленность пункта выдачи от дома также немаловажна для потребителя (рис. 2). По данным нашего исследования, 72,4% опрошенных готовы идти до пункта выдачи не более 10 минут. Желание забрать свой заказ в ПВЗ обуславливается несколькими факторами: проверка товара на месте и возможность быстрой отмены заказа. В современных реалиях только 8,8% респондентов готовы идти до пункта выдачи от 20 до 30 минут. Для удовлетворения данного критерия маркетплейсы открывают свои ПВЗ в зонах, куда потребители могут быстро и легко добраться, а предпочтительными местами для расположения ПВЗ являются места рядом с большими жилыми комплексами.

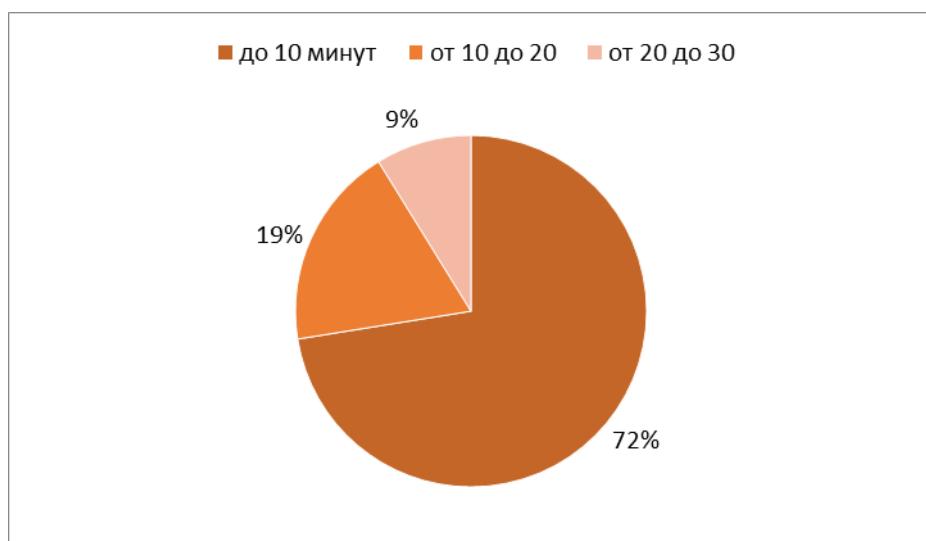


Рис. 2. Комфортное время пути до пункта выдачи заказов для респондентов

- Скорость доставки

Тренд на быструю доставку является основным в современной онлайн-торговле. Выбор потребителя смещается в сторону наиболее быстрой доставки желаемого товара. Ранее быстрая доставка развивалась в основном в продуктовом секторе, где потребители хотят получать продукты в течение 15 минут, но этот тренд перешел и на маркетплейсы. Сейчас услуги быстрой доставки курьером практикуют OZON Express, Яндекс Маркет и Мегамаркет. Доставка по клику – удобное решение для пользователей.

- Цена товара

Цена товара – один из решающих факторов при выборе маркетплейса. Цена на один и тот же товар может меняться в зависимости от маркетплейса, на котором он продаётся, и продавца, предлагающий данный товар. Так, по данным Retail.ru [4], многие потребители сравнивают цену на разных площадках и для совершения покупки, выбирают ту, на которой эта цена ниже всего. Маркетплейсы дают нам возможность приобрести товар по самой выгодной цене, не затрачивая время на походы в магазины и поиск удовлетворяющего ценника. В результате нашего исследования мы выяснили, что 79,4% опрошенных считают, что подтолкнуть к смене маркетплейса их может именно цена на товар, а 75,5% респондентов подчеркнули важность бесплатной замены товаров.

- Акции и программы лояльности внутри маркетплейса

Маркетплейсы регулярно проводят акции для стимулирования сбыта продукции, например «Черная пятница», новогодняя распродажа, «Просыпайся» распродажа и другие распродажи на определенные категории товаров. Яркие баннеры с размером скидки крупным шрифтом, несомненно, привлекают потребителя. А для удержания пришедших клиентов площадки используют программы лояльности. Они мотивируют покупателя снова совершать заказ на своей площадке, предлагая, например, скидку на все товары при оплате с виртуального кошелька маркетплейса. По нашим данным, для 58,4%

респондентов важно, чтобы маркетплейс радовал их скидками и акциями на актуальные товары.

Интересно, что существуют и неочевидные характеристики, которые пользователи учитывают при выборе маркетплейса, такие как:

- Качество службы поддержки внутри маркетплейса.

На каждом маркетплейсе существует служба поддержки, чья цель – быстро и понятно ответить на вопросы покупателей. Для покупателя важно, чтобы в любое время ему помогли решить проблему, так считают 54,8% опрошенных.

- Широта ассортимента

На сегодняшний день буквально всё необходимое можно приобрести на торговых площадках. Популярные маркетплейсы пестрят разнообразием товаров. 68,9 % опрошенных отметили важность этого критерия. Широта ассортимента повышает шансы, что потребитель будет уверен в том, что всегда найдет нужный товар или поддастся на импульсивные покупки, которые принесут ему удовольствие.

- Репутация маркетплейса.

Репутация маркетплейса тоже играет роль при его выборе. Потребитель может отказаться от покупки на определенном маркетплейсе, зная о связанных с ним скандалах, из соображений не поддерживать то или иное поведение или желая обезопасить себя от некачественного товара или обслуживания. Но только 46,6% респондентов придерживаются мнения, что репутация маркетплейса – действительно важный фактор, который они учитывают, делая покупки.

В данном исследовании выдвигается гипотеза о том, что первый маркетплейс, становящийся «привычным» для большинства покупателей, будет наиболее прибыльным. Каким же образом маркетплейс становится привычным и как это уже повлияло на все маркетплейсы России?

Статистика показывает, что 74% всех онлайн-покупателей – женщины, это подтверждают данные ВЦИОМ [5], также эту цифру подтверждают и итоги проведенного исследования на меньшей выборке, что говорит о корректности

исследования, проведенного на 373 респондентах. Товары, которые можно отнести к самой популярной категории на маркетплейсах, – это одежда и обувь. Существует два подхода к покупкам в интернете: утилитарный – это покупка вещей по необходимости – и гедонистический – покупка вещей ради удовольствия. К гедонистическому подходу более склонны женщины, на основе чего можно сделать вывод, что практически 74% потребителей маркетплейсов будут хотеть покупать из соображений гедонизма, а не рационализма. Собрав все статистические данные воедино, отчетливо видно, что главная причина, по которой большинство потребителей заходят на маркетплейс, – это приобрести одежду по невысоким ценам ради удовольствия.

Рассмотрим два самых популярных маркетплейса России: OZON и Wildberries. По данным нашего исследования, 66% опрошенных пользуются Wildberries и 29% предпочитают OZON (рис. 3).

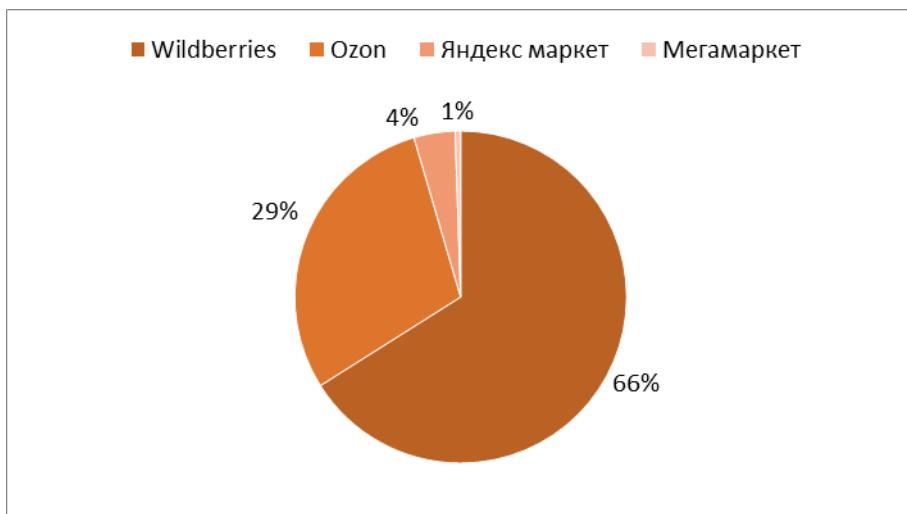


Рис. 3. Ответы респондентов на вопрос о предпочтаемом маркетплейсе

- Wildberries

Основан в 2004 г. и позиционировался изначально как интернет-магазин доступной одежды. Привлекая покупателей этой категорией, он стал лидирующей платформой, а широкий ассортимент позволяет ему стать основным и привычным маркетплейсом для потребителя. Для 67,8%

респондентов он стал первым маркетплейсом, на котором покупатель сделал заказ. Самые популярными категориями для опрошенных являются: «Одежда и обувь» (90,9%), «Красота и здоровье» (43%). Из этого можно сделать вывод, что Wildberries остается лидером в категории «Одежда и обувь» среди маркетплейсов, за счет чего обеспечивается органический прирост продавцов одежды и обуви и как следствие – еще большее расширение ассортимента, который с большей степенью вероятности удовлетворит потребителя. Площадка поддерживает интерес покупателей скоростью доставки (отмечают 74,8% респондентов) и удобством пунктов выдачи (80,6% респондентов).

- OZON

Основан в 1998 г. как интернет-магазин книг и видеокассет и позиционировался как магазин для хобби, на данный момент является одним из крупнейших маркетплейсов. Платформа активно развивается как внешне, так и внутренне, чтобы обеспечить покупателям максимальный комфорт и стать лидирующей платформой в онлайн-торговле. У 46,7% опрошенных OZON был первым маркетплейсом, на котором они сделали заказ. Чаще всего респонденты на нём заказывают товары из таких категорий как: «Одежда и обувь» (61%), «Товары для дома» (56,2%), «Хобби и творчество» (53,3%). Респонденты также отметили, чем конкретно привлекает эта площадка: удобством пунктов выдачи (77,1%), скоростью доставки (65,7%), широтой ассортимента (58,1%). Стоит отметить, что OZON располагает целой инфраструктурой, на нем можно заказать как билеты на самолёт, так и продукты питания и даже забронировать отель.

Сравнив два маркетплейса, можно сделать следующий вывод. Wildberries остается самым популярным маркетплейсом, и главным конкурентом для него является OZON. Актуальная во все времена категория «Одежда и обувь» даёт Wildberries возможность держать планку в выручке, так как ценник на эту категорию и широта ассортимента у него удовлетворяет большинство покупателей. Wildberries стал тем самым привычным маркетплейсом для большинства женщин за счет того, что привлек потребителей актуальной

категорией товаров и удержал их посредством расширения ассортимента. OZON же привлекает спектром предоставляемых услуг, обусловленным развитой инфраструктурой. Он активно использует новые технологии для оптимизации всех процессов и повышения удобства для покупателя, всесторонне развивает платформу и, осознавая необходимость наращивания женской аудитории, развивает отдел fashion.

Проведенное маркетинговое исследование позволило подтвердить сформулированные в начале исследования гипотезы и сделать определенные выводы, такие как: для развития интернет-площадки необходимо вывести на рынок большое количество доступной и привлекательной для современных женщин одежды, добавить пользующиеся спросом у женщин категории – товары для дома и для детей. В сочетании с хорошим маркетингом, эмпатичной службой поддержки, заботе о потребителе, рекламой и комфортной организацией площадки мы получим постоянных пользователей. Далее стоит продолжать расширять ассортимент, и постоянные пользователи, привыкшие к покупкам на данной платформе, по привычке будут заказывать товары из новых категорий. А следующим шагом будет постепенное развитие экосистемы компании для создания такой площадки, которая объединит все различные потребности покупателя в одном месте.

Литература

1. Ассоциация компаний интернет-торговли. Сводные аналитические данные. 2024. [Электронный ресурс]. URL: <https://akit.ru/analytics/analyt-data> (дата обращения: 16.05.2025).
2. Тинькофф. Итоги года на маркетплейсах: в 2023 году количество покупок выросло на 63%. 29.01.2024. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tinkoff.ru/about/news/29012024-marketplaces-year-results-number-of-purchases-increased-by-63-percent-in-2023/> (дата обращения: 16.05.2025).
3. Ашманов и партнёры. Путь онлайн-покупателя: на базе опроса 1000 онлайн-покупателей из городов-миллионников. 2023. [Электронный ресурс].

URL: https://www.ashmanov.com/static/files/AIP_CJM_Research_2023.pdf (дата обращения: 16.05.2025).

4. Retail.ru. Тренды рынка онлайн-ритейла 2023: как меняются приоритеты покупателей. 22.08.2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.retail.ru/articles/trendy-onlayn-riteyla-2023-kak-menyayutsya-priority-pokupateley/> (дата обращения: 16.05.2025).

5. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Маркетплейсы в России: новая эра электронной торговли. 2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/marketpleisy-v-rossii-novaja-ehra-ehlektronnoi-torgovli> (дата обращения: 16.05.2025).

УДК 341.4

Меркулов С. С., Ковалева Н. В.

Меркулов Сергей Сергеевич – студент Государственного университета управления, email: sm977858@gmail.com

Ковалева Наталья Витальевна – доктор юридических наук, доцент, главный научный сотрудник Академии управления МВД России (Россия, 125993, г. Москва, ул. Зои и Александра Космодемьянских, д. 8), профессор Российского химико-технологического университета имени Д. И. Менделеева, г. Москва, email: doktor.kovaleva.nv@yandex.ru

КОНСТИТУЦИОННЫЕ И НРАВСТВЕННЫЕ ОСНОВАНИЯ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ПРЕСТУПЛЕНИЯМ ПРОТИВ МИРА И БЕЗОПАСНОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА

Объектом исследования являются универсальные правовые и нравственные основания международной уголовной юстиции, обеспечивающие защиту мира и безопасности человечества. Предметом выступают нормы международного уголовного и гуманитарного права, конституционно-правовые и уголовно-правовые положения российского законодательства, а также нравственные принципы, регламентирующие и легитимирующие противодействие преступлениям, угрожающим международному правопорядку. Целью работы является выявление аксиологических и нормативных основ эффективной уголовной юстиции в данной сфере. Задачи включают: анализ исторических предпосылок

международной уголовной ответственности; оценку нормативной эволюции международных актов; исследование главы 34 УК РФ сквозь призму конституционных и нравственных ориентиров; определение путей устранения политической селективности в международной юстиции. Методологическую основу составляют историко-правовой, сравнительно-правовой и догматико-юридический методы. В результате установлена взаимосвязь между международными обязательствами и национальными правовыми установлениями, обоснована фундаментальная роль нравственных начал в системе уголовной ответственности. Сделан вывод о необходимости укрепления институциональной устойчивости и устранения двойных стандартов в международной уголовной юстиции.

Ключевые слова: преступления против мира, международная уголовная юстиция, нравственные основания уголовной ответственности, международное гуманитарное право, политическая селективность, универсальные ценности

Merkulov S. S., Kovaleva N. V.

CONSTITUTIONAL AND MORAL BASIS FOR COUNTERING CRIMES AGAINST PEACE AND SECURITY OF HUMANITY

The object of this research is the universal legal and moral foundations of international criminal justice that ensure the protection of peace and the security of humankind. The subject includes the norms of international criminal and humanitarian law, constitutional and criminal law provisions of the Russian legal system, as well as ethical principles that regulate and legitimize the counteraction to crimes threatening international legal order. The purpose of the study is to identify axiological and normative grounds for effective criminal justice in this area. The objectives comprise: analysis of the historical background of international criminal liability; evaluation of the normative evolution of international legal instruments; examination of Chapter 34 of the Criminal Code of the Russian Federation through the lens of constitutional and moral guidelines; identification of mechanisms to eliminate political selectivity in international justice. The methodological basis is formed by historical-legal, comparative-legal, and dogmatic-legal approaches. The research reveals the correlation between international obligations and national legal norms and substantiates the fundamental role of ethical principles in the system of criminal responsibility. It concludes with the necessity to strengthen institutional resilience and eliminate double standards in international criminal justice.

Keywords: crimes against peace, international criminal justice, moral foundations of criminal liability, humanitarian law, political selectivity, universal values

В XXI веке угрозы миру и безопасности приобретают системный, транснациональный характер. Мировое сообщество, обладая международно-правовыми механизмами предупреждения и пресечения преступлений, сталкивается с нарастающей нестабильностью. Преступления совершаются не только негосударственными акторами, но и при участии государственных структур, что актуализирует вопрос ответственности политических лидеров и эффективности механизмов правосудия. Возрастает роль внутригосударственных основ противодействия – прежде всего, конституционных и нравственных. В ситуации кризиса универсализма особое значение приобретают ценностные ориентиры государств, определяющие подход к пресечению тяжких международных преступлений. В этих условиях признание мира и безопасности как «всеобщих, универсальных, мультикультурных ценностей», становится императивом [12].

Как отмечает исследователь Малюточкин А.В., под преступлениями против мира и безопасности человечества следует понимать «умышленные противоправные действия, направленные на подрыв мирного сосуществования государств и народов, посягающие на безопасность мирового сообщества и наносящие урон международному правопорядку» [14].

Эволюция международной уголовной юстиции. Исторические предпосылки криминализации преступлений против мира связаны с последовательным осознанием международным сообществом недопустимости войны и иных актов агрессии в качестве инструмента внешней политики государств. На протяжении веков война считалась законным средством разрешения межгосударственных споров, что нашло отражение в концепциях классического международного права. Древнегреческий философ Аристотель утверждал: «...охотиться должно как на диких животных, так и на тех людей, которые, будучи от природы предназначенными к подчинению, не желают подчиняться; такая война по природе своей справедлива» [1].

Версальский договор 1919 года стал первым шагом к установлению ответственности за развязывание войны. В его положениях были впервые выражены идеи персонализации ответственности и международного осуждения агрессии, в том числе с нравственной стороны. Статья 227 предусматривала судебное преследование германского кайзера Вильгельма II «за высшее оскорбление международной морали и священной силы договоров» [15]. Хотя данный процесс так и не был реализован, включение нормы в договор стало прецедентом – международное сообщество впервые предприняло попытку индивидуализировать вину за развязывание агрессивной войны.

Ключевым рубежом на пути к формированию международных норм, запрещающих агрессивную войну, стало принятие Пакта Бриана-Келлога 1928 года, подписанного 63 государствами (в том числе СССР) [5]. Согласно договору, договаривающиеся стороны обязались отказаться от войны как способа урегулирования международных споров, а прямая агрессия без оправданной причины была охарактеризована как противоправное деяние. Заключение Пакта знаменовало переход от допустимости войны к её правовому запрету.

После Второй мировой войны международное сообщество столкнулось с необходимостью нормативного оформления принципа ответственности за преступления против мира. Уставы Нюрнбергского (1945 г.) и Токийского (1946 г.) трибуналов стали первым в истории международного права актом, установившим индивидуальную уголовную ответственность за агрессию, военные преступления и преступления против человечности. Принципиальной правовой инновацией стало возложение ответственности не на государства, а на конкретных физических лиц. Это ознаменовало слом старой доктрины иммунитета власти. Согласно статьям 6, 7 и 8 Устава Международного военного трибунала 1945 года, были впервые нормативно закреплены ключевые категории международных преступлений, а также введена уголовная ответственность за их совершение [23]. Устав установил не только составы преступлений, но и санкции

за их совершение, проложив путь к формированию универсальных норм международного уголовного права и закреплению механизма привлечения к ответственности виновных лиц. Принципы, сформулированные в Уставе и приговоре Нюрнбергского трибунала, были подтверждены Резолюцией Генеральной Ассамблеи ООН №95(I) от 11 декабря 1946 года как составляющие международного права [26].

Кодификационные инициативы ООН и становление МУС. Эволюция понятий преступлений против мира получила дальнейшее развитие в рамках деятельности ООН. В 1950-х годах Международная комиссия по праву начала работу над проектом Кодекса преступлений против мира и безопасности человечества. В первом варианте 1954 года, а затем в существенно переработанном проекте 1996 года были предприняты попытки кодифицировать ключевые составы преступлений, совершение которых угрожает международному сообществу. Проект 1954 года, подготовленный по инициативе Генеральной Ассамблеи ООН (резолюция 177 (II)), ограничивал перечень преступлений действиями, содержащими политический элемент и нарушающими международную безопасность, фокусируясь исключительно на индивидуальной ответственности [19, 9].

В положениях проекта 1996 года были детально определены составы преступлений агрессии, геноцида, преступлений против человечности, военных преступлений и преступлений против персонала ООН [29]. Кодекс предусматривал универсальные гарантии для обвиняемых. В нем была зафиксирована презумпция индивидуальной ответственности и соразмерного наказания за международные преступления, независимо от наличия соответствующей уголовной ответственности в национальном законодательстве.

Эти инициативы заложили концептуальные и правовые основания для создания в 1998 году Международного уголовного суда (МУС), призванного обеспечить постоянный механизм привлечения к ответственности за преступления, угрожающие международной безопасности. В дальнейшей

деятельности МУС выражались ключевые принципы международной уголовной ответственности, выработанные в рамках Нюрнбергского процесса и проектов Кодексов 1954 и 1996 годов.

Правовая природа преступлений против мира и их международно-правовой режим

Преступления против мира и безопасности человечества посягают не только на конкретные государства или группы лиц, но и на основы международного правопорядка, мирного сосуществования и безопасности человечества в целом. Они нарушают универсальные интересы международного сообщества, поэтому обладают транснациональным характером, не подчиняются срокам давности, допускают универсальную юрисдикцию и требуют уголовного преследования независимо от национального законодательства. Особый правовой режим таких преступлений проявляется в отступлении от принципа невмешательства во внутренние дела государств и признании приоритета международного уголовного правосудия при защите универсальных ценностей человечества.

Преступления против мира и безопасности человечества получили отражение не только в международных источниках, но и в российской правовой системе. Конституция РФ 1993 года в статье 15 (часть 4) закрепляет приоритет международных договоров над национальным законодательством, создавая основание для имплементации норм международного уголовного права [11]. В уголовных кодексах стран ЕАЭС отсутствует единообразие в структурном размещении норм о преступлениях против мира и безопасности человечества. В ряде государств (Россия, Армения, Кыргызстан) им отведено заключительное место, что не отражает их приоритетного значения. В то же время в законодательстве Беларуси и Казахстана прослеживается тенденция к закреплению этих преступлений в начальных разделах Особенной части как особо охраняемых ценностей [4]. В Уголовном кодексе РФ 1996 года была выделена самостоятельная **глава 34**, посвящённая преступлениям против мира

и безопасности человечества [21]. Эта кодификация демонстрирует приверженность российского законодателя международным обязательствам.

Структура преступлений против мира и безопасности человечества, закреплённая в главе 34 УК РФ, восходит к положениям статьи 6 Устава Международного военного трибунала 1945 года, где были впервые выделены три ключевые категории международных преступлений: преступления против мира, военные преступления и преступления против человечности. С учётом российского законодательства преступления данной категории целесообразно классифицировать следующим образом:

- преступления против мира и международного согласия — включают планирование, подготовку, развязывание или ведение агрессивной войны (ст. 353), публичные призывы к её развязыванию (ст. 354), реабилитацию нацизма (ст. 354.1), а также акт международного терроризма (ст. 361);

- преступления, угрожающие существованию человечества — геноцид (ст. 357), экоцид (ст. 358), деяния, связанные с оружием массового поражения (ст. 355).

- военные преступления — применение запрещённых средств и методов ведения войны (ст. 356), мародёрство (ст. 356.1), наемничество (ст. 359);

- посягательства на представителей иностранных государств, сотрудников международных организаций, а также на служебные или жилые помещения и транспортные средства лиц, пользующихся международной защитой (ст. 360 УК РФ).

Данная систематизация отражает как международные правовые подходы, так и специфику российской уголовно-правовой доктрины [13]. Вместе с тем в научной литературе указывается на пробельность и внутреннюю неустойчивость регламентации: как подчёркивает Ю.О. Гончарова, «конструкции составов [главы 34 УК РФ] не всегда соответствуют потребностям правоприменительной практики и криминологическим основаниям», а «насыщение

квалифицирующими признаками уголовно-правовых запретов является недостаточным» [2].

Международные и региональные акты в сфере уголовной ответственности

Действующая на сегодняшний день система противодействия преступлениям против мира и безопасности человечества основывается на ряде ключевых международных нормативных правовых актов, сформированных на базе норм Устава ООН, положений Нюрнбергского трибунала и последующих кодификационных инициатив. Наиболее значимыми документами являются:

- Устав ООН, который закрепляет запрет на угрозу силой и применение силы в международных отношениях (ст. 2), а также право на самооборону и полномочия Совета Безопасности по поддержанию мира (гл. VII) [24].
- Римский статут (1998) – закрепляет составы четырёх основных преступлений международного характера: агрессии, геноцида, преступлений против человечности и военных преступлений (ст. 5–8) [20].
- Кампальские поправки (2010) уточнили состав преступления агрессии и условия юрисдикции МУС. Согласно поправкам, преступлением считается планирование, инициирование или ведение акта агрессии, представляющего собой грубое нарушение Устава ООН, если оно совершается лицом, контролирующим политические или военные действия государства. Хотя ряд ведущих держав, включая Россию, США, Китай и Индию, не участвуют в деятельности МУС, критикуя его эффективность (в частности, 6 февраля 2025 года Соединенные Штаты ввели санкции против сотрудников МУС на основании указа президента США №14203), нормы Римского статута и Кампальских поправок приобрели характер универсальных нормативных ориентиров, выражающих консенсус международного сообщества в недопустимости преступлений против мира и безопасности человечества [31, 18].

Региональные механизмы противодействия преступлениям против мира и безопасности человечества

Наряду с универсальными международными актами, в разных регионах мира действуют собственные правовые механизмы, адаптированные к местным политico-правовым условиям. В рамках Африканского союза такие преступления рассматриваются через систему, основанную на Африканской хартии прав человека и народов (1981) и Малабийском протоколе к Статуту Африканского суда (2014) [27, 33]. Африканская система представляет собой региональный механизм, функционально ориентированный на международные стандарты, но действующий в рамках африканской правовой среды. В Европе правовая система Совета Европы, основанная на Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод (1950), несмотря на отсутствие прямого перечня международных преступлений, обеспечивает их рассмотрение через практику Европейского суда [10]. В Азиатско-Тихоокеанском регионе отсутствует универсальная система защиты от международных преступлений, однако действуют региональные механизмы, направленные на борьбу с транснациональной преступностью, отдельные проявления которой могут создавать угрозу международной стабильности. В частности, в рамках Ассоциации государств Юго-Восточной Азии действует Программа действий по борьбе с транснациональной преступностью [27]. В рамках Шанхайской организации сотрудничества действует Соглашение о сотрудничестве в борьбе с преступлениями, представляющими угрозу миру и безопасности, а ключевую роль играет Региональная антитеррористическая структура, обеспечивающая обмен информацией и координацию действий [30, 25]. В рассмотренных выше случаях региональные акты не подменяют международные нормы, но конкретизируют и усиливают их с учётом региональной специфики.

Конституционные и нравственные основания уголовной ответственности

Противодействие преступлениям против мира и безопасности человечества опирается на фундаментальные нравственные и конституционные ориентиры, составляющие основу российского правопорядка. В этом смысле положения главы 34 УК РФ являются неотъемлемой частью реализации базовых ценностей, закреплённых в Конституции России, и выражающих общечеловеческие моральные принципы. Эти нормы несут в себе нравственное содержание — они выражают осуждение преступлений, подрывающих основы мирного сосуществования народов. Запрет геноцида, агрессивной войны, применения запрещённых методов ведения войны — это не просто уголовно-правовые конструкции, но и реакция на зло, несовместимое с совестью человечества. Некоторые положения прямо соединяют моральные оценки с исторической памятью. Глава 34 УК РФ представляет собой точку сопряжения трёх уровней: международно-правовых обязательств, конституционных принципов и универсальных нравственных ценностей. Конституционные нормы, направленные на обеспечение мира и международной безопасности, опираются на фундаментальные нравственные начала, восходящие к гуманистической традиции права.

Проблема цифровизации субъектности и юридической идентификации

Трансформация социально-правовых связей под влиянием цифровизации усложняет квалификацию субъектов международных преступлений, в том числе в рамках индивидуальной уголовной ответственности. Усложнение квалификации субъектов приобретает особую значимость в контексте противодействия преступлениям против мира, поскольку принцип индивидуальной уголовной ответственности требует высокой степени юридической определённости в установлении статуса участников. Как подчёркивает исследователь Ковалева Н.В., «повсеместное внедрение

алгоритмов <...> позволяет говорить о встраивании в традиционные правоотношения типа “субъект–субъект” конструкции типа “субъект–объект–субъект”» [8]. Такая трансформация затрудняет установление ответственности, усложняет процесс правовой идентификации участников и способна снижать эффективность международного уголовного преследования.

В приговоре Нюрнбергского трибунала отмечалось: «...развязывание агрессивной войны является не просто преступлением международного характера – оно является тягчайшим международным преступлением, которое отличается от других военных преступлений только тем, что оно содержит в себе в сконцентрированном виде зло, содержащееся в каждом из остальных» [16]. Моральный императив осуждения преступлений против мира является неотъемлемым элементом международной и национальной юриспруденции, и в этом проявляется органическая связь между правом и нравственностью. Нравственные основания — не абстрактный фон, а субстанция, питающая конституционное регулирование и уголовную политику в сфере защиты мира и безопасности человечества.

Критика и политическая селективность международной юстиции

Современная система международного уголовного правосудия, воплощенная в деятельности МУС, сталкивается с критикой, связанной с политизацией и избирательностью в привлечении к ответственности за преступления против мира и безопасности человечества. Например, значительное число расследований и судебных разбирательств МУС сосредоточено на странах Африки, что вызывает вопросы о географическом дисбалансе и потенциальной предвзятости. Это подрывает доверие к международному правосудию.

За время работы суда обрел актуальность вопрос политизации МУС в случаях, когда решения о начале расследования или предъявлении обвинений совпадают с политическими интересами влиятельных государств. Недавние события также иллюстрируют эту тенденцию. В апреле 2025 года премьер-

министр Израиля Биньямин Нетаньяху приветствовал заявление Венгрии о намерении выйти из состава МУС. Премьер-министр Венгрии Виктор Орбан обосновал этот шаг тем, что МУС превратился в политический орган, а не в суд, действующий на основе верховенства права [32].

Когда международные судебные органы воспринимаются как инструменты политического влияния, это снижает их авторитет и эффективность. В результате государства могут быть менее склонны к сотрудничеству с такими институтами, опасаясь несправедливого обращения или политически мотивированных решений. Для устранения кризиса доверия к международному уголовному правосудию необходимо системное усиление его институциональной автономии и процедурной прозрачности. В качестве первоочередных задач следует рассматривать: обеспечение реальной независимости судебных органов от политического влияния за счёт укрепления внутренних механизмов контроля; установление единых, объективных и прозрачных критериев для инициирования расследований; корректировка юрисдикции международных институтов с равномерным охватом регионов и государств, независимо от их политico-экономического веса, а также устойчивое финансирование международных судебных органов, исключающее их зависимость от воли отдельных государств. Эти меры призваны восстановить справедливость, нейтральность и всеобщую применимость международного уголовного права, что в конечном счёте обеспечит его высокую нравственную легитимность и эффективность в борьбе с преступлениями против мира и безопасности человечества.

Национальные меры укрепления правовой устойчивости

Российская Федерация, хотя и не является участником Римского статута, обеспечивает интеграцию и реализацию норм международного гуманитарного права в национальной правовой и институциональной системе. Часть 4 статьи 15 Конституции закрепляет приоритет общепризнанных принципов и норм международного права и международных договоров, что находит прямое

отражение в статье 356 УК РФ, предусматривающей уголовную ответственность за нарушения гуманитарных норм. Эти положения прямо корреспондируют с международными обязательствами России как стороны Женевских конвенций 1949 года, к которым Россия присоединилась в 1954 году и которые сохраняют и сегодня обязательную силу в соответствии с преемственностью от СССР [6, 22]. Более того, Приказ Министра обороны РФ от 8 августа 2001 года № 360 закрепляет системное изучение норм международного гуманитарного права личным составом Вооружённых Сил, а также возлагает на командиров обязанность по контролю за их соблюдением и предотвращению нарушений [17]. Указанные меры свидетельствуют о том, что нормы международного гуманитарного права институционализированы в правовом и военном механизме РФ.

Современная система международного уголовного правосудия характеризуется институциональной фрагментарностью и политической селективностью. В этих условиях *особую значимость приобретает* переход от юридического минимализма к моральному универсализму – доктрине, исходящей из безусловной ценности человеческой жизни и недопустимости агрессии независимо от политических контекстов и акторов. Нравственное обновление международной доктрины требует отказа от двойных стандартов, утверждения единых морально-правовых ориентиров и признания того, что подлинная юстиция возможна лишь там, где правовая оценка не подменяется политическим интересом. В этом контексте особенно актуален категорический императив И. Канта: «поступай только согласно такой максиме, руководствуясь которой ты в то же время можешь пожелать, чтобы она стала всеобщим законом» [7]. Только морально нейтральная и этически обоснованная система международной уголовной ответственности способна обеспечить универсальную защиту человечества от преступлений против мира.

Современное противодействие преступлениям против мира и безопасности человечества сталкивается с системным дефицитом ценностной

определенности. Доминирующий в международной практике подход редуцирует право к формальной норме, теряя его аксиологическую составляющую. В результате нормы международного уголовного права некоторым субъектами всё чаще воспринимаются не как выражение всеобщей справедливости, а как инструменты политического давления, что подрывает их легитимность. В этих условиях, возможно, необходим возврат к философским основаниям международного права, сформированным на основе идей естественного права (*ius naturale*) и универсалистской правовой мысли. Гуго Гроций утверждал, что право имеет силу не потому, что его установили власти, а потому что оно основано на разуме, универсальных моральных началах, присущих человеческой природе и общем согласии народов. В этом заключается его утверждение обязательности естественного права даже в условиях войны [3].

Для повышения эффективности противодействия преступлениям против мира и безопасности человечества в российском правовом контексте представляется целесообразным реализация ряда практических шагов. Во-первых, необходимо усилить санкции за совершение наиболее опасных преступлений, таких как агрессия и геноцид, закреплённые в главе 34 УК РФ, с целью усиления их превентивного воздействия и отражения их исключительной общественной опасности. Во-вторых, следует институционализировать внутри национальной системы специализированные подразделения в органах прокуратуры и Следственного комитета, обладающие чётко регламентированной компетенцией и специальной подготовкой в области международного уголовного права и гуманитарного права. Такие структуры должны быть укомплектованы кадрами, способными квалифицированно вести расследование преступлений международного характера, взаимодействовать с международными организациями и обеспечивать правовую экспертизу по вопросам привлечения к ответственности за деяния, угрожающие миру и безопасности человечества.

В целях укрепления международного сотрудничества Россия может активизировать заключение двусторонних соглашений о правовой помощи и экстрадиции с государствами, не входящими в систему Римского статута, тем самым предлагая и развивая альтернативу, а также расширять и институционально укреплять своё участие в региональных форматах, таких как ШОС и СНГ, развивая механизмы совместных следственных групп и координационных центров по борьбе с преступлениями, угрожающими международной безопасности. Важно предусмотреть обмен правовой информацией, унификацию процедур сбора и допустимости доказательств, а также согласование критериев признания международных преступлений. Эти меры позволяют одновременно укрепить внутреннюю правовую устойчивость и повысить эффективность внешнего правового взаимодействия в условиях глобальных угроз, обеспечивая комплексный подход к обеспечению международной уголовной юстиции в мировом пространстве.

Проведённое исследование выявило, что противодействие преступлениям против мира и безопасности основывается на совокупности международных норм, национального законодательства и нравственных принципов. Установлена связь между положениями главы 34 УК РФ, конституционными нормами и международными обязательствами. Среди ключевых проблем – политическая селективность юстиции, институциональная неустойчивость и пробелы правового регулирования. Особое значение придаётся нравственным основаниям, усиливающим легитимность уголовной ответственности. Обоснована необходимость перехода к ценностно-обоснованному подходу, устранения двойных стандартов и расширения международного сотрудничества вне рамок Римского статута.

Конституционные и нравственные основания противодействия преступлениям против мира и безопасности человечества приобретают особую значимость в условиях нарастающего скептицизма по отношению к универсалистским основаниям международной юстиции и политизации уголовного

правосудия. *Перспективы дальнейших исследований* могут включать формирование методологии нравственно ориентированной интерпретации международного уголовного права, выявление трансрегиональных оснований универсальности уголовной юстиции, а также разработку концептуальных подходов к оценке правовой легитимности международной уголовной юстиции через призму нравственных оснований.

В ходе настоящего исследования были проанализированы исторические, юридические и философские основания противодействия преступлениям против мира и безопасности человечества, выявлена их связь с конституционными принципами и нравственными ориентирами российской правовой системы. На основе ретроспективного и нормативного анализа обоснована значимость главы 34 УК РФ как инструмента реализации международных обязательств и моральных ценностей, а также сделаны выводы о необходимости отказа от политической селективности в международной юстиции. В заключение сформулированы практические предложения, направленные на укрепление институционального потенциала, развитие международного правового сотрудничества и утверждение моральных ценностей как фундамента уголовной ответственности за преступления против мира.

Литература

1. Аристотель. Политика / пер. с древнегреч. С. М. Роговина. М.: РИПОЛ классик, 2010. 592 с.: ил. (Книги мудрости). ISBN 978-5-386-02079-8. С. 51.
2. Гончарова Ю. О. Преступления против мира и безопасности человечества (гл. 34 УК РФ): некоторые проблемы дифференциации ответственности // Юридический вестник Самарского университета. 2021. Т. 7, № 1. С. 109–114. DOI: <https://doi.org/10.18287/2542-047X-2021-7-1-109-114>.
3. Гроций Г. О праве войны и мира: три книги, в которых объясняются естественное право и право народов, а также принципы публичного права / пер. с лат. А. Л. Саккетти. М.: Ладомир, 1994. 868 с. Репр. с изд. 1956 г. ISBN 5-86218-149-0.

4. Грузинская Е. И. Преступления против мира и безопасности человечества в системе Особенной части уголовного законодательства стран Евразийского экономического союза // Социально-политические науки. 2016. № 4. С. 232–235. ISSN 2223-0092. eISSN 2310-7065.

5. Договор об отказе от войны в качестве орудия национальной политики (Пакт Бриана – Келлога) (рус., англ.) (подписан в Париже 27 августа 1928 г.) [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 04.04.2025).

6. Женевская конвенция о защите гражданского населения во время войны (рус., англ.) (вместе с «Проектом Соглашения о санитарных и безопасных зонах и местностях», «Проектом Правил, касающихся коллективной помощи гражданским интернированным») (заключена в Женеве 12 августа 1949 г.; с изм. от 8 декабря 2005 г.) [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 07.04.2025).

7. Кант И. Основы метафизики нравственности (с рецензией на книгу И. Шульца, 1783) (1785) // Кант И. Сочинения: в 6 т. / под общ. ред. В. Ф. Асмуса, А. В. Гулыги, Т. И. Ойзермана. М.: Мысль, 1965. Т. 4. Ч. 1. С. 259. (Философское наследие / АН СССР, Ин-т философии). 544 с.

8. Ковалева Н. В. Изменение в структуре правоотношений как фактор социальных опасностей в эпоху современных трансформаций // Преступность. Общество. Безопасность: сб. науч. ст. по материалам Международного форума, международной науч.-практ. конф. (к 100-летию со дня рождения проф. С. В. Бородина) и круглого стола, Москва, 31 октября 2024 г.: в 2 ч. М.: Академия управления МВД России, 2024. С. 82–86. Академия управления МВД России.

9. Кодекс преступлений против мира и безопасности человечества (проект) (принят на 6-й сессии Комиссии международного права ООН в 1954 г.) [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы

«КонсультантПлюс». Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 04.04.2025).

10. Конвенция о защите прав человека и основных свобод (г. Рим, 4 ноября 1950 г.), с изменениями и дополнениями, внесёнными Протоколами № 11 и № 14 (вступили в силу 1 июня 2010 г.) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.coe.int/ru> (дата обращения: 06.04.2025).

11. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г., с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 1 июля 2020 г.) [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 04.04.2025).

12. Коробеев А. И., Лобач Д. В. Преступления против мира и безопасности человечества в уголовном законодательстве государств на постсоветском пространстве // Всероссийский криминологический журнал. 2024. Т. 18, № 2. С. 170–180. eISSN 2500-1442.

13. Косарев А. Д., Левашова О. В. Понятие и виды преступлений против мира и безопасности человечества // Инновационный потенциал развития общества: взгляд молодых учёных: сб. науч. ст. Всерос. науч. конф. перспективных разработок: в 2 т. Т. 1. Курск: Юго-Западный гос. ун-т, 2020. С. 394–398. ISBN 978-5-907356-97-9.

14. Малюточкин А. В. Понятие и классификация преступлений против мира и безопасности человечества // Молодой ученый. 2022. № 43 (438). С. 128–131.

15. Мирный договор между Союзными и Объединившимися державами и Германией (Версальский договор) (вместе со Статутом Лиги Наций, Уставом Международной организации труда, Протоколом) (подписан в Версале 28 июня 1919 г.) [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 04.04.2025).

16. Приговор Международного военного трибунала от 1 октября 1946 г. [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «Гарант». Режим доступа: <https://www.garant.ru/> (дата обращения: 06.04.2025).

17. Приказ Министра обороны Российской Федерации от 8 августа 2001 г. № 360 «О мерах по соблюдению норм международного гуманитарного права в Вооружённых Силах Российской Федерации» [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 07.04.2025).

18. Распоряжение Президента Российской Федерации от 16 ноября 2016 г. № 361-рп «О намерении Российской Федерации не становиться участником Римского статута Международного уголовного суда» [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 06.04.2025).

19. Резолюция Генеральной Ассамблеи A/RES/177(II) от 21 ноября 1947 г. Планы по сформулированию принципов, признанных Статутом Нюрнбергского трибунала и нашедших выражение в его решении [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://docs.un.org/ru/A/RES/177\(II\)](https://docs.un.org/ru/A/RES/177(II)) (дата обращения: 05.04.2025).

20. Римский статут Международного уголовного суда (рус., англ.) (вместе с «Пособием для ратификации и имплементации...») (принят в Риме 17 июля 1998 г. Дипломатической конференцией полномочных представителей под эгидой ООН по учреждению Международного уголовного суда) [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 06.04.2025).

21. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ (ред. от 28 февраля 2025 г.) [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 05.04.2025).

22. Указ Президиума Верховного Совета СССР от 17 апреля 1954 г. «О ратификации Женевских конвенций от 12 августа 1949 г. о защите жертв

войны» [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 07.04.2025).

23. Устав Международного военного трибунала для суда и наказания главных военных преступников европейских стран оси (рус., англ.) (принят в Лондоне 8 августа 1945 г.) [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 04.04.2025).

24. Устав Организации Объединённых Наций (принят в Сан-Франциско 26 июня 1945 г.) (с изм. и доп. от 20 декабря 1971 г.) [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 06.04.2025).

25. Шанхайская организация сотрудничества (ШОС) – официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rus.sectsco.org/> (дата обращения: 06.04.2025).

Sources:

26. Affirmation of the Principles of International Law Recognized by the Charter of the Nürnberg Tribunal. General Assembly Resolution 95(I) / Подтверждение принципов международного права, признанных Уставом Нюрнбергского трибунала. Резолюция 95(I) Генеральной Ассамблеи ООН [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.un.org/ola/> (дата обращения: 04.04.2025).

27. African Charter on Human and Peoples' Rights / Африканская хартия прав человека и народов (принята 1 июня 1981 г.; вступила в силу 21 октября 1986 г.) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://au.int/en> (дата обращения: 06.04.2025).

28. Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) / Ассоциация государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН) – официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://asean.org/> (дата обращения: 06.04.2025).

29. Draft Code of Crimes against the Peace and Security of Mankind. 1996 / Проект Кодекса преступлений против мира и безопасности человечества. 1996 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.un.org/ola/> (дата обращения: 04.04.2025).

30. Executive Committee of the Regional Anti-Terrorist Structure of the Shanghai Cooperation Organisation (RATS SCO) / Исполнительный комитет Региональной антитеррористической структуры Шанхайской организации сотрудничества (РАТС ШОС) – официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ecrats.org/en/> (дата обращения: 06.04.2025).

31. Executive Order 14203 – Imposing Sanctions on the International Criminal Court / Распоряжение президента США 14203 – О введении санкций в отношении Международного уголовного суда [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.whitehouse.gov/presidential-actions/2025/02/imposing-sanctions-on-the-international-criminal-court/> (дата обращения: 06.04.2025).

32. Presidency of the Assembly of States Parties responds to announcement of withdrawal from the Rome Statute by Hungary / Реакция председательства Ассамблеи государств – участников на заявление Венгрии о выходе из Римского статута [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.icc-cpi.int/news/presidency-assembly-states-parties-responds-announcement-withdrawal-rome-statute-hungary> (дата обращения: 05.04.2025).

33. Protocol on Amendments to the Protocol on the Statute of the African Court of Justice and Human Rights / Протокол о поправках к Протоколу о Статуте Африканского суда юстиции и прав человека (принят 27 июня 2014 г.) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://au.int/en> (дата обращения: 06.04.2025).

Научное издание

ВЕСТНИК

Российского химико-технологического университета

имени Д. И. Менделеева

Гуманитарные и социально-экономические исследования

2025

Выпуск XVI

Том 1

Гуманитарные исследования

Отв. редактор: П. А. Корпачев

Оформление обложки: М. А. Васильева

Подписано в печать 10.09.2025

Формат 60x84 1/16.

Усл. печ. л. 6,1. Тираж 50 экз.

Заказ