**ISSN 2412-8201**

# Pedagogy & Psychology Theory and practice

## International scientific journal

**№ 1 (63), 2026**

Founder and publisher:
Publishing House «Scientific survey»

The journal is founded in 2015 (October)

Volgograd, 2026

UDC 371+159.9
LBC 72

# Pedagogy & Psychology. Theory and practice
## International scientific journal, № 1 (63), 2026

The journal is founded in 2015 (October)
ISSN 2412-8201

The journal is issued 6 times a year

The journal is registered by Federal Service for Supervision in the Sphere of Communications, Information Technology and Mass Communications.

**Registration Certificate: ПИ № ФС 77 – 62058, 05 June 2015**

**Head editor:** Teslina Olga Vladimirovna
**Executive editor:** Pankratova Elena Evgenievna

EDITORIAL BOARD:
*Shadrin Nikolay Semenovich,* Doctor of Psychological Sciences, Candidate of Philosophical Sciences
*Bobrova Lyudmila Vladimirovna,* Candidate of Technical Sciences
*Vodyanenko Galina Rudolfovna,* Candidate of Pedagogical Sciences
*Kovalenko Tatyana Anatolyevna,* Candidate of Technical Sciences
*Korneva Irina Pavlovna,* Candidate of Technical Sciences
*Larionov Maksim Viktorovich,* Doctor of Biological Sciences
*Kamolov Iftikhor Bakhtiyorovich,* PhD of Pedagogical Sciences
*Suleymanov Suleyman Fayzullayevich,* Candidate of Medical Sciences
*Saidova Kamola Uskanbaevna,* Candidate of Philosophical Sciences
*Islamov Sokhib Yakhshibekovich,* Doctor of Agricultural Sciences
*Plakhtiev Anatoly Mikhailovich,* Doctor of Technical Sciences
*Khuzhanazarov Uktam Eshtemirovich,* Candidate of Biological Sciences
*Ergashev Rustam Rakhimovich,* Doctor of Technical Sciences
*Seilbekov Berdiyar Bakhievich,* Candidate of Economic Sciences
*Dzhumanov Sherzod Safaralievich,* PhD in Physics and Mathematics
*Dzhumonov Dilshod Safarolievich,* Doctor of Economic Sciences
*Kilicheva Feruza Beshimovna,* Candidate of Pedagogical Sciences
*Barabanov Rodion Evgenievich,* Ph.D., Candidate of Psychological Sciences
*Mirazanashvili Nodar Georgievich,* Doctor of Pedagogical Sciences

EDITORIAL STAFF:
*Peskov Vadim Pavlovich,* Ph.D. (Psychology)
*Khamrakulov Abdullazhon Kadirovich,* Candidate of Engineering Sciences
*Dusmuratov Ganiybay Davletbaevich,* Ph.D. in Economics
*Normuminov Zhakhongir Abdusamievich,* PhD of Technical Sciences
*Siddikov Zohid Tulkinovich,* Candidate of Economic Sciences
*Khudayarov Berdirasul Mirzaevich,* Doctor of Technical Sciences
*Tadjibaev Ikram Uralbaevich,* Candidate of Physical and Mathematical Sciences

Authors have responsibility for credibility of information set out in the articles.
Editorial opinion can be out of phase with opinion of the authors.

Address: Russia, Volgograd, Angarskaya St., 17 "G", office 312
E-mail: scippjournal@mail.ru
Website: http://scippjournal.ru/

Founder and publisher: «Scientific survey» Ltd.

© Publishing House «Scientific survey», 2026

УДК 371+159.9
ББК 72

# Педагогика & Психология. Теория и практика
## Международный научный журнал, № 1 (63), 2026

Журнал основан в 2015 г. (октябрь)
ISSN 2412-8201

Журнал выходит 6 раз в год

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

**Свидетельство о регистрации средства массовой информации**
**ПИ № ФС 77 – 62058 от 05 июня 2015 г.**

**Главный редактор:** Теслина Ольга Владимировна
**Ответственный редактор:** Панкратова Елена Евгеньевна

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:
*Шадрин Николай Семенович,* доктор психологических наук, кандидат философских наук
*Боброва Людмила Владимировна,* кандидат технических наук
*Водяненко Галина Рудольфовна,* кандидат педагогических наук
*Коваленко Татьяна Анатольевна,* кандидат технических наук
*Корнева Ирина Павловна,* кандидат технических наук
*Ларионов Максим Викторович*, доктор биологических наук
*Камолов Ифтихор Бахтиёрович,* доктор философии (PhD) педагогических наук
*Сулейманов Сулейман Файзуллаевич,* кандидат медицинских наук
*Саидова Камола Усканбаевна,* кандидат философских наук
*Исламов Сохиб Яхшибекович,* доктор сельскохозяйственных наук
*Плахтиев Анатолий Михайлович,* доктор технических наук
*Хужаназаров Уктам Эштемирович,* кандидат биологических наук
*Эргашев Рустам Рахимович,* доктор технических наук
*Сеилбеков Бердияр Бахиевич,* кандидат экономический наук
*Джуманов Шерзод Сафаралиевич,* PhD физико-математических наук
*Джумонов Дилшод Сафаролиевич,* доктор экономических наук
*Киличева Феруза Бешимовна,* кандидат педагогических наук
*Барабанов Родион Евгеньевич,* доктор философии, кандидат психологических наук
*Миразанашвили Нодар Георгиевич,* доктор педагогических наук

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:
*Песков Вадим Павлович,* кандидат психологических наук
*Хамракулов Абдуллажон Кадирович,* кандидат технических наук
*Дусмуратов Ганийбай Давлетбаевич,* кандидат экономических наук
*Нормуминов Жахонгир Абдусамиевич,* PhD технических наук
*Сиддиков Зохид Тулкинович,* кандидат экономический наук
*Худаяров Бердирасул Мирзаевич,* доктор технических наук
*Таджибаев Икрам Уралбаевич,* кандидат физико-математических наук

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.

Адрес редакции: Россия, г. Волгоград, ул. Ангарская, 17 «Г», оф. 312
E-mail: scippjournal@mail.ru
Website: http://scippjournal.ru/

Учредитель и издатель: ООО «Научное обозрение»

© Publishing House «Scientific survey», 2026

## CONTENTS


# PEDAGOGY

### Other aspects of education

*Serdalieva D.A.*
FORMATION OF CULTURAL AND NATIONAL IDENTITY IN MUSEUM PRACTICES: MUSEUM OF CRIMEA AND NEW RUSSIA IN NEW CHERSONESOS.....6

### Primary general education

*Krimlyan M.V.*
READING AS A NECESSARY LINK FOR THE DEVELOPMENT OF SPELLING VIGILANCE.....10

### Education in the sphere of business and economy

*Zhukovsky I.V.*
WORK OF PERSONNEL UNIT AND HR IN THE COMPANY WITH PERSONNEL RETURNING FROM THE WAR ZONE.....13

### Education for teachers

*Strantsov A.N.*
TACTICS OF CLEANING THE COMPLEX OF ROOMS AND CORRIDORS FOR YOUNG GUARDS.....20

### School education

*Yakovlev V.V.*
EDUCATION OF VALUES FOR SCHOOLCHILDREN: PROBLEMS AND PROSPECTS IN THE CONTEXT OF MODERN PEDAGOGICAL CHALLENGES.....26

# PSYCHOLOGY

### Educational psychology

*Akusheva K.A., Belova V.S., Serebrovskaya N.E.*
TEENAGERS' PERCEPTIONS OF DIFFERENT PARENTING STYLES.....30

### Family life psychology

*Nechaeva E.A.*
"SECOND STRIKE": RETRAUMATIZATION WHEN CONTACTING PARENTS FOR RECOGNITION OF TRAUMA. PSYCHOANALYTIC PERSPECTIVE ON THE IMPOSSIBILITY OF RECOGNITION AND ITS CONSEQUENCES.....35

### Economic psychology

*Polyakov L.M.*
FEATURES OF INFORMATION TECHNOLOGY APPLICATIONS IN THE FIELD OF INTERNET MARKETING.....39

## СОДЕРЖАНИЕ


# ПЕДАГОГИКА

### Другие области образования

*Сердалиева Д.А.*
ФОРМИРОВАНИЕ КУЛЬТУРНОЙ И НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В МУЗЕЙНЫХ ПРАКТИКАХ: МУЗЕЙ КРЫМА И НОВОРОССИИ В НОВОМ ХЕРСОНЕСЕ.....6

### Начальное общее образование

*Кримлян М.В.*
ЧТЕНИЕ КАК НЕОБХОДИМОЕ ЗВЕНО ДЛЯ РАЗВИТИЯ ОРФОГРАФИЧЕСКОЙ ЗОРКОСТИ.....10

### Образование в сфере бизнеса и экономики

*Жуковский И.В.*
РАБОТА КАДРОВОГО БЛОКА И HR В КОМПАНИИ С ПЕРСОНАЛОМ, ВЕРНУВШИМСЯ ИЗ ЗОНЫ БОЕВЫХ ДЕЙСТВИЙ.....13

### Образование для преподавателей и учителей

*Странцов А.Н.*
ТАКТИКА ЗАЧИСТКИ КОМПЛЕКСА КОМНАТ И КОРИДОРОВ ДЛЯ ЮНГВАРДЕЙЦЕВ.....20

### Школьное образование

*Яковлев В.В.*
ВОСПИТАНИЕ ЦЕННОСТЕЙ У ШКОЛЬНИКОВ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ВЫЗОВОВ.....26

# ПСИХОЛОГИЯ

### Педагогическая психология

*Акушева К.А., Белова В.С., Серебровская Н.Е.*
ВОСПРИЯТИЕ ПОДРОСТКАМИ РАЗНЫХ СТИЛЕЙ ВОСПИТАНИЯ РОДИТЕЛЕЙ.....30

### Психология семьи и быта

*Нечаева Е.А.*
«ВТОРОЙ УДАР»: РЕТРАВМАТИЗАЦИЯ ПРИ ОБРАЩЕНИИ К РОДИТЕЛЯМ ЗА ПРИЗНАНИЕМ ТРАВМЫ. ПСИХОАНАЛИТИЧЕСКАЯ ПЕРСПЕКТИВА НА НЕВОЗМОЖНОСТЬ ПРИЗНАНИЯ И ЕЁ ПОСЛЕДСТВИЯ.....35

### Экономическая психология

*Поляков Л.М.*
ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЙ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБЛАСТИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА.....39

# ПЕДАГОГИКА

## Other aspects of education
## Другие области образования

**УДК 069.1**

## ФОРМИРОВАНИЕ КУЛЬТУРНОЙ И НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В МУЗЕЙНЫХ ПРАКТИКАХ: МУЗЕЙ КРЫМА И НОВОРОССИИ В НОВОМ ХЕРСОНЕСЕ

**Д.А. Сердалиева,** доцент базовой кафедры
«Музейное дело и охрана памятников историко-культурного наследия»
Севастопольский государственный университет (г. Севастополь), Российская Федерация

***Аннотация.*** *В статье рассмотрена роль музея в формировании культурной и национальной идентичности на примере музея Крыма и Новороссии в Новом Херсонесе. Коммуникативные функции музея позволяют ему участвовать в формировании социальной идентичности личности, транслируя культурные коды через коллективный исторический опыт, историю страны в пространстве музейной экспозиции. Прошлое обретает подлинное значение лишь тогда, когда оно не просто существует как ряд событий, но и активно запечатлено в нашей памяти, стало частью нашего индивидуального и коллективного опыта. Современный музей Крыма и Новороссии в Новом Херсонесе, используя разнообразные инструменты и методы, сложные интерактивные пространства играет важную роль в этом процессе осмысления прошлого.*

***Ключевые слова:*** *музей, национальная культура, историко-культурное наследие, национальная идентичность, персональная идентичность, память, преемственность, традиции, культурная коммуникация, музейно-храмовый комплекс, Новый Херсонес, Крым, Новороссия.*

В определении системы стратегических ориентиров государства в современном мире исключительный интерес представляет проблема определения роли национальной культуры и историко-культурного наследия. Отечественные музеи как социальный институт культуры и социальной памяти, находясь в постоянном процессе развития, сталкиваются с задачами самоидентификации, переосмысления своих задач, поиска межкультурного диалога и связей, усиления своей просветительской функции.

По словам директора Эрмитажа Б. Пиатровского просветительская функция музеев не может быть занижена, музеи стали очень мощной «мягкой силой». Современный музей сегодня это еще и площадка для участия в общественной жизни. Музеи можно назвать «модным» и «мощным, вечным брендом [5].

Мир музеев в России разнообразен и включает в себя различные профильные группы, каждая из которых включает подгруппы в зависимости от более узкого тематического содержания или профильной области. К сожалению, профильная классификация, которая исторически сложилась и утвердилась в российском музееведении, несовершенна, поскольку она лишь корректирует, но не выявляет такую важную тенденцию, как увеличение числа сложных музеев, сочетающих в себе характеристики более чем двух профилей [3, с. 118-122]. Рост сложных комплексных музеев служит свидетельством трансформации классического публичного музея, отражая динамику его функций и пути модернизации, а также формирование переходной модели музея как ресурса культурного развития в условиях современности.

Музеи всегда занимали центральное место в создании исторической памяти народа, интерпретируя уникальные культурные события. На территории музейного пространства можно было увидеть процесс формирования национального менталитета, каким образом складывалась неповторимая идентичность, укреплялись самобытность и самоуважение народа. В этом свете музеи становятся не только хранилищами артефактов, но и живыми свидетелями истории, способствующими осмыслению коллективного опыта и культурного наследия. Роль современного музея выходит за рамки экспозиций; они становятся площадками для диалога, обучения и вдохновения, где каждое произведение искусства и каждая реликвия служат ключами к пониманию не только прошлого, но и настоящего. Музеи, таким образом, соединяют времена и поколения, поддерживая и развивая культурный дискурс, столь необходимый в современном мире.

Вызовы, стоящие перед нашей страной в настоящий период истории, запустили множество внутренних и внешнеполитических процессов, затрагивающих, в том числе, культурное пространство. Россия способна осуществить свою культурную миссию, противопоставив всемобъемлющей гибридной американизированной «суперкультуре» альтернативную универсальную модель. Эта модель, в гораздо большей степени соответствующая интересам суверенных национальных культур страны, представляет собой культуру памяти, преемственности и традиций. В условиях, когда глобальный мир стремительно утрачивает индивидуальность,

© Сердалиева Д.А. / Serdalieva D.A., 2026

русская культура может возродить подлинные человеческие ценности, основанные на глубоком уважении к историческому наследию и культурной самобытности и идентичности народов России.

Безусловно, в самом общем смысле национальная идентичность начинается с личностной (персональной) и рассматривается как продукт социального взаимодействия, закрепляющийся во внутренней структуре личности. Персональная идентичность, согласно трактовке Э. Эриксона, является многогранной концепцией, охватывающей как характеристики индивидуума, так и его уникальные переживания, а также способы познания окружающего мира. В самом общем понимании она включает в себя психосоциальные аспекты, то есть как личную, так и социальную (групповую) идентичность, которые формируются в процессе социализации. Эти аспекты служат отражением смысла существования конкретного индивида в контексте общества. Таким образом, персональная идентичность становится не только внутренним компасом, но и зеркалом, в котором отражаются его социальные связи и культурные влияния [6, с. 155-172].

Это отражение или осознанный инсайт (от англ. insight – «понимание») в дальнейшем находят свое воплощение в рефлекторной переработке коллективного исторического опыта, которая служит ключом к постижению своего Я и идентификации в контексте культурных традиций и ценностей [1,с.4]. Через призму личного опыта человек преображает знаковые события и образы, делая их актуальными и значимыми для настоящего, становится «ретранслятором» национальной культуры и истории [1, с. 5 - 11].

В этом контексте музеи, как хранители социальной и исторической памяти, приобретают огромное значение. Используя различные способы формирования культурной идентичности, современный музей способствует установлению прочных духовных и культурных коммуникаций между представителями разных поколений, помогает человеку в музейном пространстве, ощутить себя носителем великой русской национальной культуры и истории. А современные разнообразные формы интерпретации культурного наследия, в сочетании с универсальными информационными технологиями, способствуют созданию различных типов музеев, включая интерактивные, на всей территории страны.

Так, в 2024 году в Севастополе, по инициативе Президента Российской Федерации В.В. Путина, был открыт музейно-храмовый комплекс «Новый Херсонес», в который вошли музеи Античности и Византии, Музей Крыма и Новороссии, а также Музей Христианства. Эта концепция, возникшая у Президента во время его визита в 2014 году в государственный историко-археологический музей-заповедник «Херсонес Таврический», была воплощена благодаря сотрудничеству Патриаршего совета по культуре, фонда «Моя история» и военных строителей из Министерства обороны Российской Федерации. Проект, от первоначальной идеи до его реализации, находился под руководством митрополита Симферопольского и Крымского Тихона (Шевкунова), председателя Патриаршего совета по культуре.

Строительство в Севастополе подобного музейного пространства пробудило и возродило в стране традицию меценатства, которая имеет свои корни в православной благотворительности и богатой истории России и подразумевает социальную ответственность предпринимателя, внедрение и распространение этих идей среди современных бизнесменов [4, с. 10-16]. Значительный вклад в создание музейно-храмового комплекса внесли такие корпорации, как «Газпром нефть», «Транснефть» и «Сбербанк», которые выразили свою поддержку проекту «Новый Херсонес». Важно отметить, что участие меценатов, как и многие другие социальные, политические и культурные начинания в России, было инициировано сверху, по усердной воле государственной власти и лично Президента. Таким образом, хотелось бы верить, что зарождается новая глава в истории российского меценатства на примере меценатов-благотворителей второй половине XIX – начале XX века как на духовном, так и на практическом уровне.

Музейно-храмовый комплекс «Новый Херсонес» был торжественно открыт 30 июля 2024 года в Севастополе, расположив на своей территории величественные сооружения, в числе которых музей Крыма и Новороссии. Музей располагает двадцатью выставочными залами, общей площадью 12 000 кв. м, представляя собой уникальное пространство для погружения в богатое наследие и многогранную историю регионов.

Фасад музея Крыма и Новороссии украшен монументальными барельефами, повествующими о славных эпизодах истории Крымского полуострова, о богатом наследии и культурной палитре, которые формировали Крым на протяжении веков. Эти художественные произведения являются результатом многолетнего труда десяти выдающихся художников-скульпторов, которые трудились в известнейших мастерских под руководством скульптора, члена Московского союза художников Виталия Шанова.

Экспозиция музея охватывает обширный временной горизонт – от древнейших эпох до современности, с особым акцентом на значимые исторические события, оказавшие влияние на формирование российской и региональной идентичности.

В представленных коллекциях можно увидеть копии археологических находок, произведения искусства, ценные документы, фотографии и другие исторические источники, которые живо иллюстрируют культурное и социально-экономическое развитие Крыма и Новороссии. Особое внимание уделено взаимодействию множества культур и народов, обосновавшихся на этой земле на протяжении веков, что позволяет создать более полную и объективную картину исторического процесса, людских судеб - героических, драматических, трагических.

В структурах экспозиционного комплекса залы, рассказывающие об исторических событиях, которые повлияли на формирование облика Крыма и Новороссии. Иммерсивные залы погружают в историю и культуру

народов Крыма. Воссоздана церемония венчания Князя Владимира и византийской принцессы Анны, показаны события, предшествующие крещению князя Владимира и его дружины в Корсуни. В зале истории Черноморского флота на интерактивных экранах можно узнать об исторических вехах развития русского флота: от первых кораблей до подводных лодок, об Азовских походах Петра I. Экспозиционно представлены залы: Крымское ханство, От Петра до Екатерины 2, Освоение Новороссии и присоединение Крыма, Крымская война и первая оборона Севастополя, Расцвет Крыма и Новороссии, Медиазал «Поэма о южных землях», Ялтинская набережная, Кинотеатр «На переломе эпох: Крым и Новороссия, Донбас, Великая отечественная война в Крыму и Новороссии, кинотеатр «Восстановление Крыма и Новороссии после ВОВ, медиатека «Всесоюзная здравница. Зал «Вчера, сегодня, завтра» посвящен событиям последнего десятилетия: где можно увидеть и «вежливых людей», и Крымский мост, а также примеры доблести новых субъектов Российской Федерации, история строительства музейно-храмового комплекса «Новый Херсонес».

Музей Крыма и Новороссии обладает большим потенциалом для реализации широкой палитры образовательных программ, открывая двери для различных категорий граждан. Его концепция выходит далеко за пределы традиционного музея, стремясь стать иллюстративным «учебником» по истории региона, обязательным для всех школьников Крыма и, возможно, соседних областей. Создатели музея подчеркивают, что музей может стать одним из ключевых элементов региональной образовательной системы, способствующей формированию у подрастающего поколения глубокого уважения к российским духовно-нравственным ценностям [2]. Это требует не только выставления экспонатов, но и разработки интерактивных образовательных программ, образовательных экскурсий и цифровых ресурсов для очного и дистанционного обучения. Кроме того, Музей Крыма и Новороссии может стать исследовательским центром, где планируются научные конференции, симпозиумы и публичные лекции с участием ведущих педагогов, историков, археологов и культурологов. В музее предполагается научная библиотека и архив, доступные как специалистам, так и широкой публике.

Таким образом, музей не только хранит и демонстрирует историческое наследие, но и активно формирует чувство принадлежности к великой русской национальной культуре, позволяя каждому посетителю ощутить себя его неотъемлемой частью и наследником эпохальных исторических событий. Использование архивных материалов, письменных и графических документов, персональных вещей, аудио- и видеозаписей – все это служит цели максимально полного и многогранного представления исторического контекста и личного вклада каждого исторического деятеля и гражданина в развитие своей страны. Современный музей Крыма и Новороссии в Новом Херсонесе – это динамичная среда, адаптирующаяся к новым технологиям и требованиям времени, а экспозиционные пространства музея призваны сделать прошлое понятным, доступным и вовлекающим для каждого посетителя, независимо от его возраста или уровня подготовки.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гаранина, Е.В. Литературный музей как среда формирования культурной идентичности // Культура и цивилизация. – 2021. – Том 11. – № 6А. – С. 5-11.

2. Лаврик, В. Музей Крыма и Новороссии станет лучшим учебником истории – владыка Тихон / В. Лаврик. — Текст : электронный // РИА Новости Крым : [сайт]. — URL: (дата обращения: 12.10.2024).

3. Мастеница, Е.Н. Музей в условиях глобализации // Вестн. Санкт-Петербургского гос. ун-та культуры и искусств. – 2015. – № 4. – С. 118-122.

4. Свердлова, Анна Леонидовна. Меценатство как социальное явление : Российская традиция и современность : диссертация ... кандидата социологических наук : 22.00.06. – Москва, 2000. – 216 с.

5. Трефилов, В Директор Эрмитажа Пиотровский: музеи сегодня стали «мягкой силой / Трефилов. – Текст : электронный // Газета РУ : [сайт]. – URL: https://www.gazeta.ru/culture/news/2022/07/23/n_18188000.shtml?ysclid=m4kz71dm9c606703925 (дата обращения: 12.10.2024).

6. Эриксон, Э.Г. Проблема эго-идентичности// Реферативный журнал, серия: «Социология». – 1991. – № 1. – с. 173-200; № 2. – с. 155-172.

*Материал поступил в редакцию 20.02.26*

# FORMATION OF CULTURAL AND NATIONAL IDENTITY IN MUSEUM PRACTICES: MUSEUM OF CRIMEA AND NEW RUSSIA IN NEW CHERSONESOS

**D.A. Serdalieva,** Associate Professor of the Basic Department
"Museum business and protection of historical and cultural heritage monuments"
Sevastopol State University (Sevastopol), Russian Federation

***Abstract.*** *The article examines the role of the museum in the formation of cultural and national identity on the example of the Museum of Crimea and New Russia in New Chersonesos. The communicative functions of the museum allow it to participate in the formation of the social identity of the individual, broadcasting cultural codes through collective historical experience, the history of the country in the space of the museum exposition. The past takes on real meaning only when it not only exists as a series of events, but is also actively imprinted in our memory, has become part of our individual and collective experience. The modern museum of Crimea and New Russia in New Chersonesos, using a variety of tools and methods, complex interactive spaces play an important role in this process of understanding the past.*

***Keywords:*** *museum, national culture, historical and cultural heritage, national identity, personal identity, memory, continuity, traditions, cultural communication, museum and temple complex, New Chersonesos, Crimea, New Russia.*

## Primary general education
## Начальное общее образование

**УДК 371**

# ЧТЕНИЕ КАК НЕОБХОДИМОЕ ЗВЕНО ДЛЯ РАЗВИТИЯ ОРФОГРАФИЧЕСКОЙ ЗОРКОСТИ

**М.В. Кримлян,** учитель начальных классов,
ГАОУ «Многопрофильная гимназия федеральной территории «Сириус», Россия

***Аннотация.*** *В статье автор затрагивает проблему, которая волнует не только педагогов, но и родителей – нежелание детей читать приводит к ослаблению навыков правильного письма. Опираясь на свой более чем тридцатилетний опыт, автор предлагает способы и приёмы обучения правильному чтению младших школьников и доказывает, что понятия «правильное чтение» и «орфографическая зоркость» тесно связаны между собой.*

***Ключевые слова:*** *орфографическая зоркость, правильное чтение, младшие школьники, способы и приёмы обучения.*

Умение различать какой звук однозначно указывает на букву, а какой может быть обозначен разными буквами при том же звучании называют орфографической зоркостью.

Известно, что этот термин впервые предложил выдающийся методист русского языка 70–80-х гг. 19 века Владимир Петрович Шереметевский. Например, в публикации «Опыт программы первой ступени обучения элементарной грамматике» В.П. Шереметевский предлагал грамматическое обучение детей 10–11-летнего возраста начинать с разбора состава слов. Этот разбор в свою очередь переходит в лексические наблюдения с дальнейшим выводом орфографических правил через выполнение орфографических упражнений [4, 39].

В 1886 году В. П. Шереметевский опубликовал самую известную из своих работ «Слово в защиту живого слова в связи с вопросом об объяснительном чтении», в которой уделил большое внимание влиянию чтения на развитие орфографической зоркости у детей. В частности, он указывал, что чтение имеет огромное значение для развития языкового чутья у детей [4, 41].

Следовательно, орфографическая зоркость останется недостижимой задачей, если ребёнок не умеет читать, так как книга – это не только источник знаний, но и ресурс для формирования навыков правильного письма и развития связной устной речи. В свою очередь, отсутствие орфографической зоркости, как отмечал советский и российский педагог Михаил Ростиславович Львов, приводит к тому, что школьник не видит орфограмм в процессе письма, даже если помнит правила. В итоге по данным обследований «учащиеся начальных классов самостоятельно обнаруживают от 15 до 45% орфограмм в тексте и лишь в отдельных классах, там, где учитель работает над формированием орфографической зоркости, 70-90%» [3, 17].

Мой педагогический опыт обучения грамотному письму младших школьников основывается на методе деятеля народного образования России 19 века Дмитрия Ивановича Тихомирова. Отмечу, что в 1888 году Петербургский комитет грамотности присудил Д.И. Тихомирову Большую золотую медаль за разработку теории обучения младших школьников «орфографическому чтению» [2, 79].

Теория Тихомирова опирается на воззрение, согласно которому обучение младших школьников грамотному письму основывается на чтении. При этом, дети должны читать грамотные литературные тексты именно так, как они написаны, не боясь, что они и говорить станут точно так же. Здесь Тихомиров делает вывод: каждый ребенок понимает, что люди говорят не так, как пишут.

Для освоения орфографической зоркости выдающийся педагог предлагает вернуться к чтению по слогам, так как именно слог можно назвать звуковой единицей слова.

Читать текст следует громко и четко выговаривая каждый слог, но быстро. Подобное чтение активизирует все виды памяти: и слуховую, и моторную (язык, гортань), и зрительную, порождая, в некотором роде «эффект прививки». Как прививка заставляет иммунную систему стремительно реагировать на инфекцию, так и чтение по слогам заставляет школьника не только правильно произносить знакомые слова, но и правильно их писать, даже если он не помнит правило.

Выработка у учащихся 1-3 классов навыков правильного чтения базируется на специальных упражнениях, цель которых – точное воспроизведение слоговых структур и слов. Задачи таких упражнений приведены на рисунке 1.

© Кримлян М.В. / Krimlyan M.V., 2026

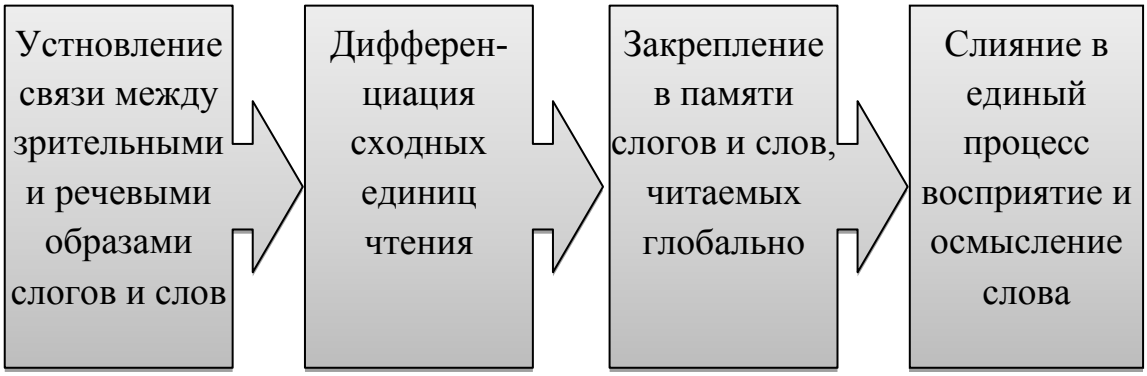


*Рисунок 1. Задачи упражнений для выработки правильного чтения*

Подобранные для упражнений слоги и слова могут быть сгруппированы в следующие виды упражнений.

**1) Дифференциация сходных слогов и слов.**

ла – ра ма – мя дом – том

**2) Чтение слогов и слов по подобию.**

ма мо му Маша шапка

**3) Чтение слогов и слов с подготовкой.**

о то сто стол то сто-ит

Исходя из требований программы обучения, ученики 2 класса заканчивают чтение цепочки слоговых структур чтением целого слова без слоговой разбивки в том случае, если слово состоит не более чем из 2-х слогов. Все остальные слова читаются по слогам. В 3 классе предварительное чтение слоговых структур заканчивается цепным чтением слов.

**4) Чтение слов, написание которых отличается одной-двумя буквами или порядком их расположения.**

кто – кот следы – слезы

**5) Чтение родственных слов, которые отличаются друг от друга одной из морфем.**

лес – лесок шёл – пошёл

**6) Чтение слов с одной приставкой, но с разными корнями.**

Прошёл – проделал – просмотрел

Однообразие работы учитель должен чередовать за счет модификации заданий. Например, за чтением по цепочке, когда предложения текста ученики читают поочередно, может идти чтение абзацами, когда учитель сам называет ученика, который будет читать. Также можно применить способ «чтение по эстафете». В этом случае учащиеся сами выбирают одноклассника, который продолжит чтение.

Очень хорошее разнообразие в работу вносит приём «выборочное чтение», который позволяет варьировать задания, как, например,

- школьники читают отрывок, ориентируясь на иллюстрацию. Здесь учитель может дать задание: «Подбери к иллюстрации строчки из сказки»;
- школьники читают отрывок, отвечая на вопрос учителя: «Как выглядит лес после таяния снега? Найди и прочитай подходящие предложения»;
- школьники выполняют задание учителя: «Прочитай последний абзац этой сказки и перескажи его своими словами».

Отмечу, что приём «выборочное чтение» особенно эффективен при выполнении домашних заданий, особенно, когда ученику нужно освоить длинный текст. А когда выборочное чтение совмещено с ассоциативными методами, то овладение навыками чтения и письма идет с невероятной скоростью. Поэтому задания на дом я даю в следующей форме: выбрать из текста понравившийся абзац, прочитать его, а затем переписать этот абзац в домашнюю тетрадь и нарисовать к нему рисунок.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аксенова, А.К. Методика обучения русскому языку в специальной (коррекционной) школе: Учеб. для студ. педвузов. / А.К. Аксенова. – М.: ВЛАДОС, 1999. – 320 с.

2. Кримлян, М.В. Запоминание словарных слов ассоциативным методом / М.В. Кримлян. – Ереван: Лусабац, 2012 г. – 100 с.

3. Львов, М.Р. Правописание в начальных классах / М.Р. Львов. – М.: Просвещение, 1990. – 159 с.

4. Телкова, В.А. В. П. Шереметевский и обучение русскому языку в школе / В.А. Телкова // Ярославский педагогический вестник. – 2009.– № 4(61). – С. 38-42.

5. Фролова, Л.А. Методические условия организации орфографической деятельности младших школьников // Начальная школа. – 2014. – № 3. – С. 28–34.

*Материал поступил в редакцию 29.01.26*

## READING AS A NECESSARY LINK FOR THE DEVELOPMENT OF SPELLING VIGILANCE

**M.V. Krimlyan**, Primary School Teacher
State Autonomous Educational Institution "Multidisciplinary Gymnasium of the Federal Territory "Sirius", Russia

***Abstract.*** *In the article, the author touches on a problem that worries not only teachers, but also parents – the unwillingness of children to read leads to a weakening of the skill of correct writing. Based on his more than twenty years of experience, the author offers methods and techniques for teaching younger schoolchildren to read correctly and proves that the concepts of "correct reading" and "spelling vigilance" are closely related.*

***Keywords:*** *spelling vigilance, correct reading, primary school students, methods and techniques of teaching.*

## Education in the sphere of business and economy
## Образование в сфере бизнеса и экономики

**УДК 371**

# РАБОТА КАДРОВОГО БЛОКА И HR В КОМПАНИИ С ПЕРСОНАЛОМ, ВЕРНУВШИМСЯ ИЗ ЗОНЫ БОЕВЫХ ДЕЙСТВИЙ

**И.В. Жуковский,** бизнес тренер, психолог, автор книг и статей
(г. Калуга), Россия

***Аннотация.*** *Статья посвящена системному подходу к работе HR-служб с сотрудниками, вернувшимися из зоны боевых действий. Рассматриваются правовые аспекты, психологические особенности данной категории персонала, факторы успешной адаптации и типичные трудности. Предлагается пошаговая методика интеграции, включая этапы первичного контакта, адаптационный план на период до шести месяцев, инструменты сопровождения (наставничество, психологическая поддержка, гибкий график). Анализируются успешные кейсы российских компаний, ошибки в работе с ветеранами, роль руководства и корпоративной культуры. Особое внимание уделяется оценке эффективности программ адаптации и перспективам их развития, включая индивидуализацию подходов и взаимодействие с внешними организациями.*

***Ключевые слова:*** *адаптация персонала, ветераны боевых действий, HR-менеджмент, психологическая поддержка, наставничество, посттравматическое стрессовое расстройство (ПТСР), корпоративная культура, программа адаптации, ресоциализация, трудовые гарантии.*

**Введение**

Современные HR-специалисты и кадровые службы сталкиваются с особой задачей – эффективной адаптацией сотрудников, вернувшихся из зоны боевых действий. Цель этой работы – не просто формальное трудоустройство, а создание условий для полноценной ресоциализации, сохранения психологического здоровья и раскрытия профессионального потенциала человека. В условиях современных реалий вопрос адаптации таких сотрудников становится не только этической, но и практической задачей для бизнеса. Компании, которые смогут выстроить эффективную систему поддержки вернувшихся работников, не только выполнят свою социальную миссию, но и получат ценных сотрудников с уникальными навыками и опытом.

**Цель статьи** – предложить HR-специалистам и кадровикам системный подход к работе с этой категорией персонала: от первичного контакта до долгосрочной интеграции в коллектив. Мы рассмотрим теоретические основы, практические инструменты, типичные сложности и успешные кейсы, а также обсудим перспективы развития программ адаптации в российских компаниях.

**Правовая и нормативная база**

Работа с ветеранами строится на следующих документах:

- Федеральный закон «О ветеранах» – определяет статус и базовые права;
- указы Президента РФ о мерах социальной поддержки – устанавливают льготы и гарантии;
- приказы Минтруда – регламентируют порядок предоставления гарантий;
- локальные акты компании (правила внутреннего распорядка, положение об адаптации персонала) – адаптируют общие нормы под специфику организации.

Важно учитывать не только федеральные законы, но и региональные нормативные акты, которые могут предусматривать дополнительные меры поддержки. HR-специалистам рекомендуется регулярно отслеживать изменения в законодательстве, чтобы своевременно корректировать внутренние документы и практики работы.

Для эффективной реализации правовых гарантий необходимо:

- разработать внутренние регламенты, учитывающие специфику работы с данной категорией сотрудников;
- организовать обучение кадровиков и руководителей подразделений по вопросам правового регулирования труда ветеранов;
- наладить взаимодействие с государственными и общественными организациями, оказывающими поддержку ветеранам.

**Психологические особенности вернувшихся сотрудников**

HR-специалисту важно понимать ключевые психологические особенности:

1. **Монохромное восприятие мира** («чёрное – белое», «свои – чужие») – затрудняет понимание нюансов корпоративной культуры.

© Жуковский И.В. / Zhukovsky I.V., 2026

2. **Повышенная тревожность и гипербдительность** – сотрудник может остро реагировать на резкие звуки, неожиданные действия коллег.
3. **Трудности переключения с боевого режима на мирный** – проблемы с расстановкой приоритетов, концентрацией на рутинных задачах.
4. **Проблемы с доверием** – настороженность к окружающим, включая коллег и руководство.
5. **Возможные проявления ПТСР** (посттравматического стрессового расстройства) – флешбэки, нарушения сна, раздражительность.

Эти особенности могут влиять на производительность труда, коммуникацию в коллективе и общую атмосферу в команде. Важно понимать, что каждый человек уникален, и степень выраженности этих особенностей может варьироваться.

**Факторы, влияющие на психологическую адаптацию**

На скорость и качество психологической адаптации влияют следующие факторы:

- длительность пребывания в зоне боевых действий;
- характер выполняемых задач;
- наличие или отсутствие травм (физических и психологических);
- поддержка со стороны семьи и близких;
- общая стрессоустойчивость личности.

HR-специалистам необходимо учитывать эти факторы при разработке индивидуальных планов адаптации.

**Признаки дезадаптации**

Важно уметь распознавать признаки дезадаптации, чтобы своевременно оказать сотруднику необходимую помощь. К таким признакам относятся:

- постоянная тревожность, раздражительность;
- избегание социальных контактов;
- снижение работоспособности, трудности с выполнением привычных задач;
- вспышки гнева или, наоборот, апатия;
- нарушения сна и аппетита;
- частые жалобы на физическое недомогание без объективных причин.

При обнаружении этих признаков рекомендуется направить сотрудника на консультацию к психологу.

**Типичные сложности при трудоустройстве и адаптации**

**Психологические барьеры**

- сопротивление коллектива из-за недостатка информированности;
- замкнутость и отстранённость самого сотрудника;
- вспышки гнева или апатии в ответ на рабочие задачи.

**Организационные проблемы**

- отсутствие чётких регламентов работы с такой категорией сотрудников;
- нехватка специалистов по психологической поддержке в штате;
- сложности с выстраиванием графика работы.

**Коммуникативные трудности**

- формулировка обратной связи без провоцирования негативных реакций;
- непонимание сотрудником корпоративных норм и правил;
- недостаток навыков активного слушания и эмпатии у руководителей.

**Пошаговая методика работы HR и кадрового блока**

**Этап 1. Первичный контакт и собеседование**

**Принципы:**

- уважительный и нейтральный тон;
- избегание прямых вопросов о боевом опыте;
- фокус на профессиональных компетенциях и карьерных ожиданиях.

**Действия HR-специалиста:**

1. Заранее проинформировать о специфике общения.
2. Подготовить спокойное, хорошо освещённое помещение для встречи.
3. Использовать техники активного слушания: кивки, короткие подтверждающие реплики.
4. Предложить паузу или перерыв по первому запросу кандидата.
5. Сформулировать чёткие, лаконичные вопросы, избегая оценочных суждений.

Первичное собеседование – это возможность не только оценить профессиональные навыки кандидата, но и сформировать у него положительное впечатление о компании, создать атмосферу доверия и безопасности. HR-специалисту важно продемонстрировать открытость к обсуждению условий работы, готовность учитывать особенности сотрудника.

**Этап 2. Оформление и первые дни на работе**

**Приоритетные задачи:**

- чёткое разъяснение должностных обязанностей;
- знакомство с коллективом в неформальной обстановке;
- информирование о психологической поддержке в компании.

**Инструменты:**

- памятка для сотрудника с контактами HR-специалиста, психолога, куратора программы адаптации;
- план первых двух недель с пошаговыми задачами;
- «буферный» период без срочных проектов и авралов;
- организованные неформальные встречи с небольшой группой коллег.

Первые дни на работе – критический период, когда сотрудник формирует своё отношение к компании и коллективу. HR-специалисту необходимо обеспечить максимальную поддержку, создать условия для постепенного погружения в рабочие процессы.

**Этап 3. План адаптации по месяцам**

**Первый месяц**

- закрепление наставника из числа лояльных, эмпатичных сотрудников;
- еженедельные короткие встречи (15-20 минут) с HR для обратной связи;
- вовлечение в рутинные, предсказуемые задачи;
- ознакомление с корпоративной культурой без излишнего давления.

На этом этапе важно избегать чрезмерной нагрузки, давать сотруднику время на адаптацию. HR-специалист должен регулярно отслеживать эмоциональное состояние человека, быть готовым к корректировке плана работы.

**Третий месяц**

- постепенное подключение к командным проектам (с чётким распределением ролей);
- тренинги по стресс-менеджменту (с участием психолога);
- обсуждение карьерных перспектив и возможностей профессионального роста;
- мониторинг эмоционального состояния.

К третьему месяцу сотрудник обычно начинает чувствовать себя более уверенно. Однако важно не форсировать процесс, учитывать его индивидуальные особенности и темп адаптации.

**Шестой месяц**

- комплексная оценка уровня адаптации и продуктивности;
- корректировка индивидуального плана развития;
- включение в корпоративную жизнь (мероприятия, волонтёрские проекты);
- обратная связь от наставника и коллег (анонимный опрос).

К шестому месяцу можно говорить о начальной стадии интеграции сотрудника в коллектив. Однако процесс адаптации продолжается, и HR-специалисту важно сохранять внимание к потребностям человека, предоставлять необходимую поддержку.

**Инструменты сопровождения**

**1. Наставничество**

**Критерии выбора наставника:**

- высокий уровень эмпатии;
- опыт работы в компании не менее 2 лет;
- прохождение тренинга по коммуникации с особыми категориями персонала;
- стабильная психологическая устойчивость.

**Функции наставника:**

- помощь в освоении рабочих процессов;
- введение в корпоративную культуру;
- поддержка в сложных ситуациях;
- содействие в налаживании коммуникации с коллегами.

Программа наставничества должна быть официально закреплена в локальных актах компании. Необходимо определить обязанности наставника, механизмы оценки эффективности его работы, предусмотреть меры поощрения.

**2. Психологическая поддержка**

Варианты организации:

- штатный психолог;
- договор с внешним провайдером психологических услуг;
- горячая линия психологической помощи.

Психологическая поддержка может включать:

- индивидуальные консультации;

- групповые тренинги;
- программы релаксации и снятия стресса;
- кризисное вмешательство при острых состояниях.

Важно обеспечить конфиденциальность психологической помощи, гарантировать сотрудникам защиту их персональных данных.

**3. Гибкий график и условия труда**

Допустимые меры:

- скользящий график работы;
- возможность удалённой работы (по согласованию);
- сокращённая рабочая неделя на начальном этапе адаптации;
- дополнительные дни отдыха.

Гибкие условия труда помогают снизить уровень стресса, создать комфортные условия для работы. HR-специалисту необходимо обсудить эти возможности с руководством, разработать соответствующие локальные нормативные акты.

**4. Программы обучения и развития**

Для вернувшихся сотрудников могут быть полезны следующие программы:

- курсы по развитию soft skills (навыков коммуникации, управления временем, решения конфликтов);
- тренинги по освоению новых профессиональных навыков;
- программы повышения квалификации;
- курсы по адаптации к офисной работе (для тех, кто долгое время находился в полевых условиях).

Обучение помогает не только повысить профессиональный уровень сотрудника, но и отвлечь его от негативных мыслей, сформировать чувство уверенности в своих силах.

**5. Вовлечение в корпоративную жизнь**

Участие в корпоративных мероприятиях способствует интеграции сотрудника в коллектив, формированию чувства принадлежности к команде. Можно предложить следующие формы вовлечения:

- участие в спортивных мероприятиях;
- работа в проектных группах;
- волонтёрская деятельность;
- творческие конкурсы и мастер-классы.

Однако важно учитывать состояние человека, не навязывать участие в мероприятиях, если он испытывает дискомфорт.

**Анализ успешных кейсов**

Рассмотрим несколько примеров успешной адаптации сотрудников, вернувшихся из зоны боевых действий, в российских компаниях:

**Кейс 1: компания «X»**

- **меры:** внедрение программы наставничества, организация регулярных встреч с психологом, гибкий график работы;
- **результат:** снижение уровня тревожности сотрудников, повышение их производительности, улучшение коммуникации в коллективе.

**Кейс 2: компания «Y»**

- **меры:** разработка индивидуального плана адаптации для каждого сотрудника, включение в командные проекты с постепенным увеличением нагрузки, программы психологической поддержки;
- **результат:** успешная интеграция сотрудников в рабочие процессы, формирование позитивного отношения к компании, снижение текучести кадров.

**Кейс 3: компания «Z»**

- **меры:** организация тренингов по стресс-менеджменту, вовлечение в волонтёрскую деятельность, создание комфортной рабочей среды;
- **результат:** улучшение психоэмоционального состояния сотрудников, развитие навыков командной работы, повышение лояльности к работодателю.

Анализ успешных кейсов позволяет выделить общие факторы, способствующие эффективной адаптации:

- индивидуальный подход;
- комплексный характер поддержки (сочетание организационных, психологических, коммуникационных инструментов);
- вовлечённость руководства и коллектива;
- регулярный мониторинг и корректировка программы адаптации.

**Ошибки и «подводные камни» в работе с персоналом, вернувшимся из зоны боевых действий**

Даже при наличии продуманной программы адаптации HR-специалисты могут столкнуться с ошибками, которые снижают её эффективность. Рассмотрим наиболее распространённые из них:

1. **Игнорирование психологических особенностей сотрудников.** Недооценка влияния боевого опыта

на психику человека может привести к неправильному выбору инструментов адаптации, чрезмерной нагрузке, обострению стрессовых состояний.

2. **Формальный подход к разработке программы адаптации.** Использование «шаблонных» решений без учёта специфики компании и личности сотрудника снижает эффективность работы. Программа должна быть гибкой, предусматривать возможность корректировки в зависимости от динамики адаптации.

3. **Недостаток коммуникации с сотрудником.** Отсутствие регулярных встреч, обратной связи создаёт ощущение изоляции, усиливает тревожность. HR-специалисту важно поддерживать постоянный контакт, демонстрировать заинтересованность в успехах человека.

4. **Навязывание участия в мероприятиях и программах.** Несмотря на пользу вовлечения в корпоративную жизнь, важно учитывать состояние сотрудника, его желания и потребности. Навязывание активности может вызвать отторжение, усилить стресс.

5. **Нехватка подготовки у наставников и руководителей.** Если наставники и линейные руководители не обладают необходимыми навыками коммуникации, эмпатии, работа с вернувшимися сотрудниками может быть неэффективной. Рекомендуется организовать для них специальные тренинги, ознакомить с особенностями психологии данной категории персонала.

6. **Отсутствие конфиденциальности.** Разглашение личной информации о сотруднике, его боевом опыте может привести к ухудшению отношений в коллективе, усилению тревожности. HR-специалистам важно обеспечить защиту персональных данных, создать атмосферу безопасности.

**Роль руководства в процессе адаптации**

Успешность адаптации сотрудников во многом зависит от позиции руководства компании. Топ-менеджмент должен:

- демонстрировать поддержку инициативы по работе с данной категорией персонала;
- выделять ресурсы (финансовые, временные, человеческие) на реализацию программ адаптации;
- участвовать в формировании корпоративной культуры, открытой к разнообразию и особенностям сотрудников;
- подавать пример уважительного отношения к ветеранам, способствовать созданию инклюзивной среды.

Руководители подразделений также играют важную роль. Они должны:

- быть в курсе программы адаптации, участвовать в её реализации;
- проявлять эмпатию, понимание особенностей сотрудников;
- избегать чрезмерной критики, фокусироваться на конструктивных аспектах работы;
- способствовать интеграции вернувшихся сотрудников в команду.

**Оценка эффективности программ адаптации**

Для оценки эффективности программ адаптации можно использовать следующие KPI (ключевые показатели эффективности):

- уровень текучести кадров среди вернувшихся сотрудников;
- динамика производительности труда;
- результаты опросов удовлетворённости работой;
- частота обращений к психологу;
- уровень вовлечённости сотрудников в корпоративную жизнь;
- количество успешно реализованных совместных проектов с участием вернувшихся сотрудников;
- динамика снижения признаков дезадаптации (по данным психологов и HR-специалистов).

**Методы сбора данных для оценки KPI:**

- **анкетирование и опросы** – регулярные опросы сотрудников и их руководителей для оценки уровня удовлетворённости, степени интеграции в коллектив, восприятия корпоративной культуры;
- **анализ кадровой статистики** – отслеживание показателей текучести, производительности, частоты обращений за психологической помощью;
- **наблюдение и обратная связь от наставников и руководителей** – сбор информации о поведении сотрудника, его взаимодействии с коллективом, способности справляться с рабочими задачами;
- **психологическая диагностика** – периодические оценки эмоционального состояния, уровня тревожности, степени адаптации с участием профессиональных психологов.

**Перспективы развития программ адаптации**

Программы адаптации сотрудников, вернувшихся из зоны боевых действий, будут развиваться в направлении:

- **индивидуализации подходов** – учёт уникальных особенностей каждого сотрудника, разработка персонализированных планов адаптации;
- **расширения инструментария психологической поддержки** – внедрение новых методик работы с ПТСР и другими психологическими состояниями, использование цифровых технологий (онлайн-консультации, приложения для самопомощи);

- **укрепления партнёрства между бизнесом, государством и НКО** – разработка совместных программ, обмен опытом и лучшими практиками, привлечение дополнительных ресурсов для поддержки сотрудников;
- **повышения квалификации HR-специалистов и руководителей** – организация специализированных тренингов и семинаров по работе с данной категорией персонала, изучение современных методик адаптации и реабилитации;
- **формирования инклюзивной корпоративной культуры** – создание в компании атмосферы принятия и поддержки, где каждый сотрудник чувствует свою ценность и значимость, независимо от его прошлого опыта и текущих особенностей.

**Роль корпоративной культуры в процессе адаптации**

Корпоративная культура играет ключевую роль в успешной адаптации сотрудников. Чтобы создать благоприятную среду, компании следует:

- **сформировать ценности поддержки и взаимопомощи** – включить принципы заботы о сотрудниках в миссию и ценности компании, демонстрировать их на примере действий руководства;
- **проводить просветительские мероприятия для коллектива** – информировать сотрудников о особенностях работы с коллегами, вернувшимися из зоны боевых действий, обучать навыкам эмпатии и эффективного взаимодействия;
- **создать каналы открытой коммуникации** – обеспечить возможность обсуждения вопросов адаптации, сбора обратной связи от всех участников процесса;
- **поощрять инициативы по интеграции вернувшихся сотрудников** – поддерживать идеи коллег по вовлечению новых сотрудников в командную работу, корпоративные мероприятия;
- **отказаться от стигматизации и стереотипов** – бороться с предвзятым отношением, формировать уважительное отношение к опыту и особенностям сотрудников.

**Взаимодействие с внешними организациями**

Для повышения эффективности программ адаптации HR-специалистам рекомендуется налаживать взаимодействие с:

- **государственными органами** – получать информацию о законодательных изменениях, программах поддержки ветеранов, возможностях обучения и трудоустройства;
- **волонтёрскими и общественными организациями** – сотрудничать в рамках программ психологической и социальной поддержки, обмениваться опытом, привлекать ресурсы для реализации корпоративных инициатив;
- **медицинскими и психологическими центрами** – организовывать совместные программы диагностики и реабилитации, направлять сотрудников на консультации и лечение;
- **учебными заведениями и центрами занятости** – участвовать в разработке программ профессионального обучения и переобучения, содействовать трудоустройству сотрудников.

**Разработка внутреннего регламента по работе с персоналом, вернувшимся из зоны боевых действий**

Чтобы систематизировать работу с данной категорией сотрудников, компании рекомендуется разработать внутренний регламент, который будет включать:

- цели и задачи программы адаптации;
- права и обязанности сотрудников, HR-специалистов, руководителей и наставников;
- порядок оформления на работу и организации первичного контакта;
- план этапов адаптации с конкретными задачами и сроками;
- перечень инструментов сопровождения (наставничество, психологическая поддержка, обучение и т.д.);
- механизмы оценки эффективности программы;
- порядок взаимодействия с внешними организациями.

Такой регламент поможет унифицировать подходы, обеспечить последовательность действий и контроль качества работы.

**Обучение HR-специалистов и руководителей**

Для эффективной работы с сотрудниками, вернувшимися из зоны боевых действий, HR-специалисты и руководители должны обладать специальными знаниями и навыками. Рекомендуется организовать обучение по следующим направлениям:

- основы психологии и психиатрии, связанные с особенностями состояния вернувшихся сотрудников;
- методики проведения первичных собеседований и последующих встреч;
- техники активного слушания и эффективной коммуникации;
- подходы к разработке индивидуальных планов адаптации;
- навыки работы с сопротивлением и негативными реакциями;
- принципы организации наставничества и психологической поддержки.

Обучение можно организовать в формате:

- внутренних тренингов с привлечением внешних экспертов;
- онлайн-курсов и вебинаров;
- изучения методических материалов и литературы по теме;
- обмена опытом с коллегами из других компаний.

**Заключение**

Работа с персоналом, вернувшимся из зоны боевых действий, – это комплексная, долгосрочная задача, требующая от HR-специалистов и руководства компании эмпатии, профессионализма и системного подхода. Разработка и реализация программ адаптации позволяют не только помочь сотрудникам преодолеть трудности ресоциализации, но и получить ценных, мотивированных работников, которые могут внести значительный вклад в развитие бизнеса.

Успешная адаптация возможна только при условии тесного взаимодействия всех участников процесса – HR-специалистов, руководителей, наставников, психологов и самих сотрудников. Ключевыми факторами успеха являются индивидуальный подход, создание безопасной и поддерживающей среды, регулярная оценка эффективности программ и их своевременная корректировка.

Компании, которые уделяют внимание разработке и реализации программ адаптации, не только выполняют свою социальную миссию, но и формируют репутацию ответственного работодателя, привлекающего лучших специалистов.

*Материал поступил в редакцию 29.01.26*

## WORK OF PERSONNEL UNIT AND HR IN THE COMPANY WITH PERSONNEL RETURNING FROM THE WAR ZONE

**I.V. Zhukovsky,** Business Coach, Psychologist, Author of books and articles
(Kaluga), Russia

***Abstract.*** *The article presents a systematic approach for HR departments working with employees returning from combat zones. It covers legal aspects, psychological characteristics of this personnel category, factors influencing successful adaptation, and common challenges. A step-by-step integration methodology is proposed, including stages of initial contact, a six-month adaptation plan, and support tools (mentoring, psychological support, flexible scheduling). Successful case studies from Russian companies, common mistakes in working with veterans, the role of management, and corporate culture are analyzed. Special attention is paid to evaluating the effectiveness of adaptation programs and their future development, including personalized approaches and collaboration with external organizations.*

***Keywords:*** *personnel adaptation, combat veterans, HR management, psychological support, mentoring, post-traumatic stress disorder (PTSD), corporate culture, adaptation program, resocialization, employment guarantees.*

**Education for teachers**
**Образование для преподавателей и учителей**

**УДК 347**

# ТАКТИКА ЗАЧИСТКИ КОМПЛЕКСА КОМНАТ И КОРИДОРОВ ДЛЯ ЮНГВАРДЕЙЦЕВ

**А.Н. Странцов,** командир патриотического отряда «Юнгвардия»,
кандидат исторических наук, учитель истории и обществознания
(347900, Россия, Таганрог, переулок Итальянский, 124)
E-mail: retvizan01@yandex.ru

***Аннотация.*** *В статье излагается методика проведения занятий по тактике городского боя внутри заданий с участием разновозрастной группы подростков и направленной на отработку основных приемов городских боев, штурма, зачистка сооружений, способы организации обороны, проведение обыска, конвоирования пленных с учетом современного фронтового опыта боевых действий в СВО. Приведённый фотоматериал иллюстрирует этапы учебной тактической подготовки в комплексе комнат и коридоров здания с самостоятельным участием подростков – допризывников.*

***Ключевые слова:*** *решение боя, боевой прием, осмотр пространства, тесный визуальный контакт, стремительность атаки, задавать темп, ручная сигнализация, расчет, группа, вертикальный охват, приставной шаг, автоматизация навыков подростков.*

*«Развитие навыков тактических действий, обеспечивается продолжительными тренировками. Реальность тренировочного опыта будет определяться лишь вашим желанием»*
***полицейский, инструктор по стрелковой подготовке Габриель Суарес, XXI век.***

В данной работе автор продолжает осмысление всей совокупности имеющего у него как практического так и теоретического опыта проведения занятий по военному искусству[1] для подростков – допризывников. Отдельные аспекты проведения тактической подготовки по штурмовым упражнениям «*аш–девять*» ранее уже освещались автором в статьях [9, с. 44-50.], [11, с. 32-38.], [14, с. 40-41.], а ведению боевых действий в системе комнат и коридоров, зачистке, прочесыванию автор посвятил несколько своих уже опубликованных работ [20, с. 31.], [25, с. 22.], [33, с. 22.]. В патриотическом отряде все подчинено одному – военной подготовке в урбанизированной местности. Освоение военной подготовки юнгвардейцами обеспечивается только разнообразием изучаемых тактических приемов, их комплексностью, сотрудничеством подростков с командирами. Ведь курс общевойсковой тактически подготовки предполагает подготовку допризывников к силовым действиям за пределами аудиторий, на жесткой мостовой и неровной земле находящимися в собственном месте и конкретном времени реального мира.

Полученный автором опыт проведения учебных городских боев в 2023 – 2025 годах, убедительно показал, что участвующие в них допризывники должны быть более подготовлены и лучше «*изучить науку побеждать*» (*Кристофер Кубасик*). Здесь мы должны указать на тесную связь между общевойсковой тактической подготовкой и тактикой ведения боевых действий «MAUT»[2] в урбанизированной среде ландшафта (городские строения, здания населённого пункта). Независимо от того, насколько эффективны тактические маневры командования на карте, значение имеют только действия солдат в бою, когда враг начинают вести по ним огонь. Тактика проведения зачистки зданий, строений и сооружений промышленного назначения может включается в упражнения по тактической подготовке допризывников как отдельный элемент. Наличие важных – «grandezza» – (итал.) индивидуальных умений и навыков по тактике городского боя, означает что на стороне юного бойца в сражении есть несколько решающих тактических преимуществ, позволяющим ему расчетливо рисковать и не медлить при ведении огневых контактов. Следует отметить, что в штурмовых операциях допризывникам стрелять нужно очень точно. Так как расстояние в помещениях небольшое, соответственно сокращается и зона поражения. Сущность ведения обороны в помещениях в том, чтобы уничтожить атакующего противника, отразить все атаки врага. Сама мысль юного воина станет работать более спокойно и четко, выявляя в реальной обстановке то, что сможет помешать ему выполнить боевую задачу, распорядившись нервами и мускулами своего послушного тела.

© Странцов А.Н. / Strantsov A.N., 2026

*Рисунок 1. «– **Когда нет иного выхода, сражайся» (Сунь Цзы, VIII–6**). Тактическая подготовка сержанта Коваленка Макара по ведению огневого боя в комплексе взаимосвязанных комнат и системе пересеченных коридоров. Город Таганрог, улица Большая Бульварная дом 12–1, 18:10 – 19:50, 21.10.2025 года*

Следует отметить, что тактика ведения городских боев в населённом пункте предписывает блокирование групп строений, уничтожение огневых точек рубежа обороны противника, установление контроля над автотрассами, выставление блок – постов на транспортных развязка а также решительный штурм отдельно состоящий зданий в том числе с применением тяжелого вооружения. Однако, тактика боя внутри строений, зданий, сооружений, домов представляет собой по сути – «in nuce» – (лат.) методичную зачистку подвалов, холлов, вестибюлей, чердаков, лестничных маршей и площадок, коридоров, бытовых комнат и технических помещений различного назначения, блокирование лифтовых стволов силами штурмовых групп в составе расчетов и троек. Различаются армейские и полицейские операции проводимые внутри строений, первые из которых направлены на решительное уничтожение формирований противника, а вторые на его разоружение и пленение. Отработка конкретных тактических приемов и фактических методов взаимодействия, производится подростками в реально существующих строениях, их комнатах и коридорных системах. Допризывники дерутся малыми силами. Боевой единицей в ходе упражнений подобного рода выступает группа, боевая тройка, расчет (боевая двойка–А.С.), с обеспечением огневой поддержки действий штурмовиков пулеметчиками ручных пулеметов с ММГ РПК–74М и снайперами с ММГ СВД–М, СВД–С, СВЧ с целью воспрещения отходов сил противника из строений. Расчет (двойка) бойцов выступает как наиболее гибкая, маневренная и легко управляемая боевая единица штурмовиков, применение которой обеспечивая внезапность удара, выигрыш во времени, стремительность атаки. Подростки действуют в бронежилетах «Кулон–ВВ–П», защитных шлемах ЗШ–1–2М и ЗШ–09, наколенниках, налокотниках 6Б51, тактических перчатках, противоосколочных очках «Стрелок» и с ММГ индивидуального стрелкового оружия – массово – габаритными макетами АК–74, АКМ, АКСУ, ПП «Бизон–2», РПК–74, СВД–М, СВД–С и ПЯ, ПМ, АПС, ТТ.

*Рисунок 2. «– **Я уже сравнительно неплохо ориентируюсь в городском бою – зная, когда атаковать и каким маневром выйти из – под вражеского огня» (рядовой Курлов Михаил**). Тактическая подготовка юнгвардейских расчетов к ведению взаимосвязанного огневого боя на поражение личного состава противника. Город Таганрог, улица Большая Бульварная дом 12–1, 18:10 – 19:50, 31.10.2025 года*

В тактической подготовке перед личным составом юнгвардейских группами очень интересные – «very interesting» – (англ.) учебно – боевые задачи ставятся устно. Отработка тактических приемов городского боя подростками – допризывниками под руководством командиров и при участии посредников позволяет смоделировать динамичные схватки, где соперникам регулярно приходилось учиться у друг друга и смотреть на ситуацию чужими глазами. А еще более конкретно – к чему должны подготовиться юные воины, то есть как они должны действовать при штурме, зачистках в условиях ведения в городском бою? Следовательно, предметные результаты четких штурмовых упражнении и прочесывании комплекса помещений должны позволить подросткам ни думать, ни рассуждать и быть следующими:

***Обучающиеся должны знать/понимать:***

1. Тактическую разницу между ведением армейской (уничтожение противника) или полицейской операции (разоружение и захват его, использование специальных средств – гранаты К–51);
2. Тактику ведения штурмовых операций в городе, тактику ведения зачистки и схемы движения в атаке с использование ручных гранат РГО и РГН (в зачистке все зависит от мастерства и опыта стрелков, от их умения выжать из стрелкового оружия все возможное, выполнить такой прием, чтобы он был неожиданным и непонятным для соперника, от личной смекалки);
3. Правила входа расчета в комнату, зачистки пространства и углов по «часовой стрелке» (допризывники должны иметь возможность повторить уже сделанное, переделывая неточное, поправляя испорченные приемы);
4. Правила ведения городского боя и коротких огневых контактов в типовых многоквартирных домах, их комнат, коридоров городской жилой застройки (уверенность, боевое мастерство приходят к не сразу, не сами собой, они приобретаются подростками по мере накопления индивидуального опыта);
5. Атакующие действия в системе комнат и коридоров (действуя наступательно в зависимости от сложившейся обстановки во время зачистки);
6. Организацию обороны в комнатах и в коридорах, на лестничных клетках (занятие позиций путем создания физической преграды между атакующими и обороняющимся, защита маневром, чтобы не допустить большого численного превосходства со стороны противника).

***Обучающиеся должны уметь:***

- Подбирать эффективные тактические комбинации вооружения для конкретных условий зачистки;
- Правильно держать длинноствольное оружие на груди и с ремнем переброшенным через левое предплечье бойца в положении ведения огня стоя, чтобы исключить возможность его захвата противником;
- Поражать противника огнем при взаимодействии с бойцами в боевой тройке и расчете (самостоятельно и быстро ориентироваться в огневом контакте, мгновенно принимать точные и единственно верные решения в поединке);
- Уметь вести огонь на поражение короткими очередями из–за препятствий и в режиме отсечки по два патрона из автомата АК–12М при обходе углов, держа оружие левой рукой за магазин, контакте на лестничным пролетах и клетках (тренировки по огневой необходимы подросткам, чтобы держать руку и глаз в постоянной готовности к любому сражению);
- Решительно поражать живую силу противника в условии ограниченной видимости при использования для осмотра помещений фонаря закрепленного на защитном шлеме или стволе, прицеливания по лучу ЛЦУ установленного на посадочных слотах планки Пикатинни расположенной на цевье автомата или скобе пистолета;
- Обыскать и обездвижить солдата врага и надеть наручники различных типов на пленного (автоматизация неотразимых движений и развитие моторных рефлексов бойца).

***Обучающиеся должны владеть:***

1. Военными терминами ручной сигнализацией и ее знаками, для того чтобы отдавать приказ бойцам и управлять боем [1];
2. Приемы удержания и ведения огня из длинноствольного оружия (хватами различными типов, удержанием на вскидку автоматов АК–12М с телескопическим прикладом и рукоятью переноса огня, АК–74М, АКМ с коллиматорным прицелом 1П87 и установленным ДТК V–3, штурмовых винтовок НК G–3, FN FAL, AR–15);
3. Приемы удержани я и ведения огня из снайперского длинноствольного оружия (винтовки СВД–М, СВД–С, СВЧ, ручного пулемета РПК–74М оснащённого оптическим прицелом, этого «эрзаца» снайперской винтовки в режиме ведения одиночного огня);
4. Приемы удержания и ведения огня из короткоствольного оружия (ПП «Витязь–2» с цевьем с интегрированными планками Пикатинни и установленным на него фонарем и рукоятью переноса огня, АКСУ с планкой Пикатинни на крышке ствольной коробки, на которой закреплен оптический прицел позволяющий стрелку остро воспринимать глубину и форму, ПП «Heckler & Koch» MP5, из пистолетов ПЯ, АПС, ПМ, «Glock» 18, 20 и 40, «Beretta» M92 хваткой Уивера);

5. Приемами прохождения «коридора смерти» и штурма здания через окна или взрывные проломы в стенах, выбивания дверей, подъема и спуска по лестницам, ведения огня из окон не приближаясь к ним изнутри комнаты здания;
6. Действиями бойца при заклинивании патрона в длинноствольном оружии (если по нажатию спускового крючка автомата, выстрела не следует, то это «*прихват*», когда гильзу не выбрасывает из ствольной коробки оружия. Боец должен отвести рукоять затворной рамы назад выбросив тем самым гильзу).

*Рисунок 3. «– **Настоящие солдаты лучше подготовлены к неожиданностям нападения**» (**Джон Робертс**). Личный состав штурмовой группы «Отпор» II–го юнгвардейского отделения отрабатывает сигнализацию жестами во время упражнения по прочесыванию здания. Город Таганрог, улица Большая Бульварная дом 12–1, 19:10 – 19:40, 07.11.2023 года*

Общеизвестно, что окружающая обстановка отражаясь в мозгу индивида, взывает строго определённые представления. Конечно рядовой – мотострелок не может контролировать военные события, но он может контролировать свои действия и поступки на поле боя в критических ситуациях, in extremis. Поэтому, конкретная последовательность проведения учебного занятия непременно – «c'est decide» – (фр.) определяется видом здания, его этажностью, длинной и формой коридоров, количеством комнат, расчленяясь при этом по месту и времени.

*Рисунок 4. «– **Сражаться в городском бою надо уметь. Не оставлять врага в живых. Убивай, иначе убьют тебя. Выстрел, доворот автомата, короткая очередь, доворот. Я наверняка бью из автомата, а солдат противника вздрагивает, поворачивается и падает. Вот как нужно расправляться с противником!» (вице – старший сержант Андриенко Сергей)**. Ведение юнгвардейцами наступательного боя в комплексе помещений и коридоров. Город Таганрог, улица Большая Бульварная дом 12–1, 18:10 – 19:40, 18.11.2025 года*

Вот как описывает практическое упражнение юнгвардейцев штурмовой группы «***Захват***» по зачистке здания вице – сержант Коваленок Макар 16–ти лет: *«– Важной частью обучения будущего бойца – мотострелка будет участие в учебном бою вместе со своими соратниками. Все допризывники давно ждали этого момента и готовились к нему. Опасность везде и осторожно шагая по улицам, бойцы штурмовой группы внимательно осматривают здания, постоянно находясь в тесном контакте с ландшафтом. Мы передвигаемся зигзагом, перескакиваем через бревна, железные балки и камни. Бросаемся животом на землю, снова поднимаемся и снова двигаемся. По сосредоточенным взглядам юных воинов было видно, что они в любой момент готовы открыть огонь впереди, по сторонам, позади, чтобы смять и отбросить противника. Войдя в здание, в полной тишине бойцы идут по коридору, каждый расчет на некотором расстоянии от другого. Бойцы то и дело поворачивают головы влево, направо и секунду – другую остро вглядываясь, продвигаясь шаг за шагом по избранному направлению. Что делаешь – то делай хорошо. Только сейчас юные воины поняли, как много внимания требовали опасности пешего передвижения по улицам и внутри зданий, где противник может расстрелять нас без особых усилий. Ведь неприятель – опасен более всего, когда неизвестно, где он, а умение запоминать расположение предметов часто оказывалось решающим для выживания».*

Допризывники многократно отрабатывают тактическое упражнение[3] по зачистке здания в расчетах (двойках–А.С.) и тройках постоянного состава (например, юноши 16–18–ти лет группы «***Захват***» I–го юнгвардейского отделения и подростки 13–15–ти лет группы «***Отпор***» II–го юнгвардейского отделения–А.С.) и с одинаковым ростом и длинной рук (эффекторов) и переменного возрастного состава (то есть вводя в учебный бой новые силы–А.С.), что способствует автоматизации действий и уменьшает возможность возникновения состоянии фрустрации[4] формирующегося индивидуального сознания подростка. Как отдельный прием допризывниками с непоколебимой решимостью отрабатывается обыск пленных для поиска документов, холодного и огнестрельного оружия, надевание наручников запястного и пальцевого типа, а также пластиковых стяжек и конвоирование взятых в плен солдат. С накоплением материальной части применяемой для обучения для юнгвардейцев, авторская деятельность по военной подготовке допризывников становится все более обширной и многосторонней, ибо использовании достигнутых успехов в военной педагогики дает блестящие результаты. Дело в том, что военная техника ВС[5] мертва без людей, а молодое поколение народа непоправимо – «irreparable» – (фр.) развратила вседозволенность – общество потребления.

*Рисунок 5. «– **Все произошло молниеносно. Поймав черную точку в перекрестье оптического прицела Р4х32 М, я повел за ней ствол винтовки. Набрав полную грудь воздуха, задержав дыхание и плавно нажал на курок. Тяжелая винтовка L96 отработала выстрел, дернувшись на двуногой сошке и я почувствовал, что выстрел удался» (вице – ефрейтор Руднев Даниил**). Юнгвардеец ведет огонь из страйбольной винтовки L96 на дистанцию 15 метров. Город Таганрог, улица Большая Бульварная дом 12–1, 19:20, 17.02.2026 год*

В заключение подчеркнем, что мещанская жизнь для современной молодежи, это такая скверная штука – они не делают ничего важного и никакой ответственности они не несут. Более того, молодые люди – «giovanotto» – (итал.) в их «*жизненной действительности*» (*Вера Фигнер*) стали бояться наших военных, как боятся индивиды всего, что чуждо, сильно и непознаваемо. Патриотизм же для современных подростков, должен олицетворять не только события легендарного советского прошлого, но и в первую очередь русское будущее, ради которого им стоит жить.

## Примечания

[1] Война – всегда только средство, во всех аспектах конфронтационных взаимоотношений «элементов силы» в противоборстве между мировыми государствами.

[2] «Military Operations on Urban Terrain» – (анг.) – уличный бой или бой в городе.

[3] Тактика не любит шаблонов. Разнообразие боевых приемов – это внезапность. А внезапность – половина победы.

[4] Фрустрация – дезорганизация сознания личности.

[5] Опыт современной войны, достижения науки и техники и сопоставление с СВО настоятельно требует модернизации отечественной военной подготовки допризывников.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Группа патриотического отряда «Юнгвардия»: https://vk.com/public191549031.

2. Странцов, А.Н. Авторская рабочая учебная программа курса военной подготовки «Воин – юнгвардеец» 2023-2024 учебного года в РВГ (рукопись). – 2023. – с. 54.

3. Странцов, А.Н. Молодая гвардия русского возрождения / А.Н. Странцов – Таганрог: Издательство ООО «Форрес», 2012. – С. 292.

4. Странцов, А.Н. Навстречу русскому рассвету – тактика общевойскового боя для допризывников. Меч наступления. Под щитом обороны. Материалы учебно-методического курса. Рукопись / А.Н. Странцов. – Таганрог, 2018. – С. 118.

5. Странцов, А.Н. Организация и проведение военно-тактических игр «Борьба за знамя» и «По следу врага» в полевых условиях / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – 2020. – № 2 (28). – С. 45-55.

6. Странцов, А.Н. Практика учебно–боевой подготовки подростков – допризывников в ходе полевых тактических учений на местности / А.Н. Странцов // электронный сборник VIII–й региональной «Ярмарки социально–педагогических инноваций», МАУ ДО ДДТ, 26.03.2021 года. – С. 1-8.

7. Странцов, А.Н. Роль полевых тактических учений в военной подготовке казачьей и русской допризывной молодежи. Актуальные проблемы реализации требований ФГОС в контексте современного образования / А.Н. Странцов. – Ростов–на–Дону.: ЮФУ, 2018. – С. 77-81.

8. Странцов, А.Н. Идеи патриотизма в самообразовании и самовоспитании современных подростков в политических условиях начала новой «холодной войны» // электронный сборник XIII-й ВНПК «Молодежь в меняющемся мире» УГПУ, 14.04.2023 года. – С. 1-7.

9. Странцов, А.Н. Тактическое превосходство / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – 2019. – № 3 (23). – С. 42-54.

10. Странцов, А.Н. Юнгвардейцы в береговой обороне / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – 2020. – № 4 (30). – С. 35-51.

11. Странцов, А.Н. Юнгвардейцы в зимней обороне / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – 2021. – № 2 (34). – С. 35-50.

12. Странцов, А.Н. Юнгвардейцы в зимнем наступлении / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – 2020. – № 6 (32). – С. 30-45.

13. Странцов, А.Н. Юнгвардейцы в горной подготовке / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – № 5 (37). – 2021. – С. 47-59.

14. Странцов, А.Н. Юнгвардейцы в огневой подготовке / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – № 6 (38). – 2021. – С. 34-46.

15. Странцов, А.Н. Юнгвардейцы в физической подготовке / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – № 1 (39). – 2022. – С. 34-45.

16. Странцов, А.Н. Юнгвардейцы на вахте памяти и поиска / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – № 2 (40). – 2022. – С. 34-45.

17. Странцов, А.Н. Кинопедагогика для юнгвардейцев / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – № 3 (41) 2022. – С. 34-44.

18. Странцов, А.Н. Юнгвардейцы в штыковой подготовке / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – № 5 (43). – 2022. – С. 36-45.

19. Странцов, А.Н. Юнгвардейцы в противоатомной защите / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – № 6 (44). – 2022. – С. 46-57.

20. Странцов, А.Н. Теория военного искусства для юнгвардейцев / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – № 1 (45). – 2022. – С. 27-37.

21. Странцов, А.Н. Служба маскировки для юнгвардейцев / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – № 2 (46). – 2023. – С. 38-50.

22. Странцов, А.Н. На переднем крае допризывной подготовки – юнгвардейцы в полевом тактическом учении «К югу от границы» / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – № 3 (47). – 2023. – С. 19-37.

23. Странцов, А.Н. Метод преподавания учебной темы: «Как воевать правильно: соблюдение прав и обычаев войны на сухопутном поле боя» обучающимся в 10 классах школы III ступени / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – № 5 (49). – 2023. – С. 9-24.

24. Странцов, А.Н. Метод преподавания учебной темы: «Боевые действия наступательного и оборонительного периода СВО с 24.02.2022 – 30.11.2023 годах» для юнгвардейцев / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – № 6 (50). – 2023. – С. 27-38.

25. Странцов, А.Н. Общие принципы военной подготовки юнгвардейцев / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – № 1 (51). – 2024. – С. 21-32.

26. Странцов, А.Н. «Братство по оружию – 24» Огневая подготовка юнгвардейцев на местности / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – № 3 (53). – 2024. – С. 9-18.

27. Странцов, А.Н. Метод преподавания учебной темы: «Наступательные боевые действия СВО кампании 01.12.2023 – 30.06.2024 годов» для юнгвардейцев / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика № 4 (54) 2024. – С. 28-39.

28. Странцов, А.Н. Метод преподавания учебной темы: «Что нам даст победа: от маневренной обороны в Курской области до решающего штурма Часова Яра в период с 06.08.2024 года по 10.07.2025 года» для юнгвардейцев / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – № 4 (60). – 2025. – С. 18-27.

29. Странцов, А.Н. Нанося удар первыми – юнгвардейцы в полевом тактическом учении «Удар-1» / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – № 6 (56). – 2024. – С. 21-31.

30. Странцов, А.Н. Тактическая медподготовка для юнгвардейцев / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – № 2 (58). – 2024. – С. 38-44.

31. Странцов, А.Н. Гвардейский шквал – юнгвардейцы в полевом тактическом учении «Шквал–25» / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – № 3 (59). – 2025. – С. 31-40.

32. Странцов, А.Н. И вновь о приемах и методах кинопедагогики для юнгвардейцев / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – № 5 (61) 2025. – С. 14-20.

33. Странцов, А.Н. Юнгвардейцы в инженерной подготовке / А.Н. Странцов // Педагогика & Психология. Теория и практика. – № 6 (62). – 2025. – С. 18-24.

34. Странцов, А.Н. «Некоторые аспекты соблюдения прав и обычаев войны в период проведения Специальной военной операции в 2022 – 2024 годы – на уроке в разновозрастных учебных группах», издана в электронном сборнике VI–й Региональной научно – практической конференции «Становление национальных и провинциальных основ отечественного государства и права» // ФБГОУ ВПО «ТГПИ имени А.П. Чехова» 25.03.2024 г. – С. 1-8.

35. Странцов, А.Н. Метод преподавания учебной темы: «Боевые действия Специальной военной операции в 2022 – 2024 годах», издана в электронном сборнике IX–й Всероссийской научно – практической конференции «Информационные и инновационные технологии в образовании» // ФБГОУ ВПО «ТГПИ имени А.П. Чехова», 29.10.2024 г. – С. 1-8.

36. Странцов, А.Н. «Действовать, как в бою – юнгвардейцы в полевых тактических учениях на местности в 2023 – 2025 годах», издана в электронном сборнике V–й Международной научно – практической конференции «Актуальные вопросы науки и образования: теория и практика» // ФБГОУ ВПО «ТГПИ имени А.П. Чехова» 29.10.2025 г. – С. 1-8.

*Материал поступил в редакцию 30.01.26*

## TACTICS OF CLEANING THE COMPLEX OF ROOMS AND CORRIDORS FOR YOUNG GUARDS

**A.N. Strantsov,** Commander of the Patriotic Detachment "Jungvardia",
Candidate of Historical Sciences, Teacher of History and Social Studies
(347900, Russia, Taganrog, Italian lane, 124)
E-mail: retvizan01@yandex.ru

***Abstract.*** *The article sets out the methodology for conducting classes on urban battle tactics within tasks with the participation of a group of adolescents of different ages and aimed at practicing the main techniques of urban battles, assault, cleaning structures, methods of organizing defense, conducting searches, escorting prisoners, taking into account the modern front-line experience of military operations in the North-West Military District. The above photographic material illustrates the stages of tactical training in the complex of rooms and corridors of the building with the independent participation of adolescents - pre-conscripts.*

***Keywords:*** *battle solution, combat technique, space inspection, close visual contact, attack swiftness, set pace, manual alarm, calculation, group, vertical coverage, attachment step, automation of teenagers' skills.*

**School education**
**Школьное образование**

**УДК 37.017.92**

# ВОСПИТАНИЕ ЦЕННОСТЕЙ У ШКОЛЬНИКОВ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ВЫЗОВОВ

**В.В. Яковлев,** кандидат педагогических наук, заместитель директора по учебно-методической работе
Муниципальное общеобразовательное бюджетное учреждение
«Средняя общеобразовательная школа «Янинский центр образования»
Всеволожского района Ленинградской области, Россия

***Аннотация.*** *В статье рассматриваются актуальные проблемы и перспективные направления воспитания ценностных ориентаций у школьников в условиях цифровизации, социокультурной трансформации и ценностного плюрализма. Анализируется специфика интеграции ценностного компонента в содержание основных гуманитарных дисциплин – литературы, истории, обществознания и русского языка, предлагая конкретные методические примеры. Делается вывод о необходимости перехода от декларативного к диалогическому и деятельностному формату ценностного воспитания.*

***Ключевые слова:*** *ценностное воспитание, аксиологический подход, гуманитарное образование, диалог, критическое мышление, учебный предмет, метапредметные результаты, цифровая социализация.*

Современное детство и отрочество протекают в уникальной, не имеющей исторических аналогов среде, характеризующейся тотальной цифровизацией, ускорением темпа жизни, глобализацией информационных потоков и одновременной фрагментацией культурного пространства. Эти процессы порождают принципиально новые вызовы для системы образования, центральным из которых является кризис традиционных механизмов трансляции ценностей. Школа более не является единственным или доминирующим источником смыслов и образцов для подражания. Её «конкурентами» выступают алгоритмы социальных сетей, блогерская культура, онлайн-сообщества и медиапространство, зачастую продвигающие ценности индивидуализма, гедонизма, немедленного потребления и виральной успешности.

В этих условиях перед педагогом-практиком встаёт комплексная задача: не просто передать набор абстрактных моральных норм, но и помочь ученику выработать внутренний, рефлексивный «ценностный иммунитет», способность к самостоятельному нравственному выбору в ситуации неопределённости. Как отмечает А. Г. Асмолов, современное образование должно обеспечивать «преадаптацию к неопределённости», формируя у ребёнка готовность действовать в непредсказуемом мире [1, с. 15]. Это требует коренного пересмотра методологии воспитательной работы, смещения акцента с монолога и назидания на диалог, проектную деятельность и глубокую интеграцию ценностных смыслов в ткань каждого учебного предмета. Настоящая статья посвящена анализу проблем и поиску эффективных путей решения этой задачи на материале ключевых гуманитарных дисциплин школьного курса.

1. Теоретические основания и ключевые проблемы современного ценностного воспитания.

Ценностное воспитание сегодня понимается не как отдельный процесс, а как системообразующий компонент образовательной деятельности, направленный на становление ценностно-смысловой сферы личности. Это процесс интериоризации общественно значимых смыслов и их преобразование в личные жизненные ориентиры, регулирующие поведение и отношение к миру. Анализ современных исследований (В.С. Собкин, Д.В. Григорьев, М.В. Шакурова) позволяет выделить ряд ключевых проблем, осложняющих этот процесс в школе:

Конфликт и размывание ценностных систем. Школьник существует в поле напряжённого взаимодействия нескольких, часто противоречащих друг другу, ценностных полей: семьи, школы, референтной группы сверстников и цифровой среды. Последняя, по данным В.С. Собкина, формирует особую систему координат, где на первый план выходят ценности самопрезентации, мгновенного одобрения (лайки) и принадлежности к виртуальным сообществам, что может вступать в противоречие с традиционными установками на труд, коллективизм и уважение к иерархии [7, с. 41].

Формализм и «двойные стандарты». Ценности, декларируемые в образовательных программах и на внеурочных мероприятиях, зачастую не находят подтверждения в реальной практике школьной жизни (отношения «учитель-ученик», «ученик-ученик», реакция на буллинг, списывание). Этот разрыв фиксируется подростками и ведёт к росту цинизма, недоверия к любым воспитательным импульсам со стороны школы.

© Яковлев В.В. / Yakovlev V.V., 2026

Когнитивный перекос в обучении. В погоне за предметными результатами, измеряемыми на экзаменах, ценностно-смысловой компонент урока часто отодвигается на периферию. Анализ литературного произведения сводится к схеме «тема-проблема-образ», исторического события – к цепочке «причины-ход-последствия», без выхода на уровень личностного осмысления и этической оценки.

Дефицит педагогических технологий диалога. Многие учителя не владеют инструментарием для ведения сложных этических дискуссий, организации рефлексии, фасилитации диалога на «острые» темы. Это приводит либо к избеганию таких тем, либо к их поверхностному, морализаторскому обсуждению.

Преодоление этих проблем видится в переходе к интегративной модели, где воспитание ценностей становится не добавкой, а имманентным качеством качественного образовательного процесса, в первую очередь – в рамках гуманитарных предметов.

2. Практика ценностного воспитания на уроках гуманитарного цикла: методика и примеры

2.1. Литература: лаборатория нравственного выбора и эмпатии

Урок литературы предоставляет уникальную возможность «безопасного» погружения в сложные жизненные ситуации, анализа мотивов и последствий поступков. Ценностный фокус: Человеческое достоинство, сострадание, ответственность, любовь, долг, поиск смысла жизни.

Методический пример (9-11 класс). Тема: «Моральный выбор в экстремальных условиях». Тексты для сопоставления: А.И. Солженицын «Один день Ивана Денисовича» (сохранение личности в лагере), В.Т. Шаламов «Колымские рассказы» (крайняя степень дегуманизации).

Анализ моделей поведения: учащимся предлагается проанализировать, какие стратегии выживания и сохранения человеческого в себе используют герои Шухов (Солженицын) и персонажи Шаламова. Какие ценности помогают одним и разрушаются у других? Работа с понятиями: обсуждение границ понятий «достоинство», «солидарность», «нравственный компромисс», «предел». Где проходит черта, за которой человек перестаёт быть человеком?

Диалог и рефлексия: дискуссия на тему: «Что, помимо биологического инстинкта, может удерживать человека от окончательного падения в бесчеловечных условиях?» Связь с философскими концепциями В. Франкла о поиске смысла.

Выход в современность: рефлексивное эссе: «Есть ли сегодня ситуации, требующие “малого” нравственного мужества? В чем оно может проявляться?». Научный контекст: данная практика развивает «культурное соучастие» (термин Д. В. Григорьева), способность через текст сопереживать опыту другого, что является основой толерантности и гражданской солидарности [3, с. 10].

2.2. История: этическая оценка прошлого и ответственность перед будущим

История – это дисциплина о выборе, который делали люди, общества и государства, и о последствиях этого выбора.

Ценностный фокус: справедливость, ответственность, патриотизм (как ответственность за судьбу страны), уважение к памяти, критическое осмысление наследия.

Методический пример (10-11 класс). Тема: «Общественно-политическое развитие СССР в 1930-е годы». Отказ от однозначных оценок: Вместо вопроса «Кто виноват?» ставится вопрос «Как это стало возможным?».

Метод case-study: работа с документами. Учащиеся делятся на группы и получают пакеты источников: фрагменты речей политических деятелей, статьи из газет «Правда», письма и мемуары современников (как сторонников, так и жертв режима), статистические данные по индустриализации. Анализ с позиции акторов: Каждая группа анализирует эпоху с позиции определённого «актора»: молодого комсомольца-энтузиаста, партийного функционера, раскулаченного крестьянина, инженера на стройке, иностранного журналиста. Задача – понять логику их действий, систему ценностей, которая ими двигала (идея светлого будущего, страх, карьеризм, вера, долг).

Диалог позиций: Организация «суда истории» или дискуссионной панели, где представители разных групп представляют свою точку зрения.

Рефлексия: Обсуждение вопросов: В чем трагедия этой эпохи? Как соотносятся масштабные государственные достижения и цена, заплаченная за них? Как не допустить повторения трагедий? Формируется понимание истории как процесса, в котором нет однозначных «хороших» и «плохих», а есть сложный выбор и его тяжёлые последствия, воспитывается ценность каждой человеческой жизни.

2.3. Обществознание: ценности как основа права, морали и гражданской позиции.

Это предмет, напрямую переводящий абстрактные ценности в язык социальных институтов, правовых норм и гражданских практик.

Ценностный фокус: Свобода и ответственность, права человека, справедливость, закон, гражданственность, межкультурный диалог.

Методический пример (8-9 класс). Тема: «Права и свободы человека в цифровую эпоху». Кейс «Границы свободы слова в сети»: Реальная или смоделированная ситуация: школьник в закрытом чате одноклассников размещает оскорбительный мем на другого ученика, что приводит к травле.

Технология дебатов или правового моделирования. Правовой анализ: Группа «юристов» изучает статьи Конституции РФ (ст. 29 о свободе слова), ГК РФ (о защите чести и достоинства), УК РФ (о клевете), КоАП.

Определяет состав возможных правонарушений. Этический анализ: Группа «этиков» обсуждает, где проходит граница между шуткой, критикой и оскорблением. Что важнее: абсолютная свобода высказывания или право на защиту от травли?

Психолого-педагогический анализ: Группа «медиаторов» предлагает модели восстановительных практик (медиация, публичное извинение).

Принятие решения и рефлексия: Разработка проекта «Хартии сетевой этики» для школьного сообщества. Учащиеся на собственном опыте убеждаются, что права одного человека заканчиваются там, где начинаются права другого, а свобода неотделима от ответственности. Это прямое воплощение идеи формирования «гражданской идентичности в поликультурном обществе», о которой пишет М.В. Шакурова [8, с. 442].

2.4. Русский язык: ценность слова, точности мысли и культуры диалога

Русский язык – это не только свод правил, но и инструмент познания мира, построения отношений, выражения ценностных позиций.

Ценностный фокус: Языковая культура, точность выражения мысли, уважение к собеседнику, критическое восприятие информации.

Методический пример (7-9 класс). Тема: «Язык современных медиа: манипуляция или информация?» Лингвистический эксперимент: Учащимся предлагается три заголовка к одному событию (например, к митингу): нейтральный («В городе N прошла акция»), негативно окрашенный («Очередная провокация оппозиции дестабилизировала центр города»), позитивно окрашенный («Граждане вышли выразить свою гражданскую позицию»).

Семантический анализ: Выявление слов с положительной и отрицательной коннотацией («провокация» vs. «акция», «дестабилизировала» vs. «выразить позицию»). Анализ использования метафор, эпитетов.

Прагматический анализ: К какому выводу подталкивает читателя каждый заголовок? Какие эмоции и оценки он стремится вызвать?

Создание контртекста: Задание – переписать манипулятивный заголовок, сделав его максимально нейтральным и объективным. Обсуждение, почему это сложно. Рефлексия: беседа о том, как защитить себя от языковых манипуляций, почему важно уметь «декодировать» ценностные посылы в речи политиков, рекламы, новостей. Это воспитывает ответственность как за потребление, так и за производство речевой информации, что особенно важно в эпоху «расцвета агентов социализации в интернет-коммуникации» [7, с. 47].

Воспитание ценностей в современной школе – это не возврат к патриархальным моделям назидания, а сложный педагогический проект, адекватный вызовам XXI века. Его успех возможен только при условии глубокой интеграции аксиологического компонента в ядро учебной деятельности, прежде всего – в предметы гуманитарного цикла. Как показывает практика, эффективными являются методы, основанные на диалоге, проблематизации, работе с первичными источниками, моделировании сложных ситуаций и рефлексии.

Перспективы развития видятся в следующих направлениях:

– разработка метапредметных ценностно-ориентированных модулей, объединяющих усилия учителей литературы, истории, обществознания и русского языка вокруг сквозных тем (например, «Свобода и ответственность», «Память и справедливость», «Человек в цифровую эпоху»);

– системное обучение педагогов технологиям философско-этического диалога, медиации и фасилитации сложных дискуссий.

– создание в школе «ценностно-насыщенной среды», где нормы уважения, честности и ответственности последовательно воплощаются не только на уроках, но и во внеурочной деятельности, в системе школьного самоуправления, в стиле повседневного общения.

Таким образом, преодолевая формализм и когнитивный перекос, школа может стать настоящей лабораторией по выращиванию не просто знающего, но и нравственного, ответственного гражданина, способного к сознательному ценностному выбору в условиях сложного и противоречивого мира.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Асмолов, А.Г., Шехтер, Е.Д., Черноризов, А.М. Преадаптация к неопределенности: нарративы, цифровизация и эволюция воспитания // Вопросы психологии. – 2020. – № 6. – С. 3-20.
2. Безюлева, Г.В., Шеламова, Г.М. Толерантность в пространстве образования: учебное пособие. – М.: МПГУ, 2019. – 156 с.
3. Григорьев, Д.В. Воспитание и со-бытие: феноменология воспитательного пространства // Психологическая наука и образование. – 2019. – Т. 24. – № 3. – С. 5-14.
4. Караковский, В.А., Новикова, Л.И., Селиванова, Н.Л. Воспитание? Воспитание… Воспитание! Теория и практика школьных воспитательных систем. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: НИИ школьных технологий, 2018. – 352 с.
5. Кирьякова, А.В., Ольховая, Т.А. Аксиологические векторы современного образования: теория и практика. – Оренбург: ОГУ, 2019. – 280 с.
6. Павленко, К.В. Ценностные ориентации подростков в контексте цифровой культуры // Социологические исследования. – 2021. – № 7. – С. 66-75.
7. Собкин, В.С., Федотова, А.В. Подросток в социальных сетях: к вопросу о ценностных ориентациях // Ценности и смыслы. – 2023. – № 1 (83). – С. 36-52.

8. Шакурова, М.В. Воспитание в контексте вызовов современности: риски и ресурсы цифровой социализации // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. – 2021. – Т. 21, вып. 4. – С. 440-444.
9. Щуркова, Н.Е. Философия воспитания: учебное пособие. – М.: Юрайт, 2020. – 253 с.

*Материал поступил в редакцию 16.02.26*

## EDUCATION OF VALUES FOR SCHOOLCHILDREN: PROBLEMS AND PROSPECTS IN THE CONTEXT OF MODERN PEDAGOGICAL CHALLENGES

**V.V. Yakovlev,** Candidate of Pedagogical Sciences, Deputy Director for Educational and Methodological Work
Municipal educational budgetary institution "Secondary school "Yaninsky Education Center"
Vsevolozhsk District, Leningrad Oblast, Russia

***Abstract.*** *The article examines current problems and promising areas of education of value orientations among schoolchildren in the context of digitalization, sociocultural transformation and value pluralism. The specifics of the integration of the value component into the content of the main humanitarian disciplines – literature, history, social studies and the Russian language are analyzed, offering specific methodological examples. It is concluded that it is necessary to switch from declarative to dialogical and activity format of value education.*

***Keywords:*** *value education, axiological approach, humanitarian education, dialogue, critical thinking, academic subject, meta-subject results, digital socialization.*

# ПСИХОЛОГИЯ

## Educational psychology
## Педагогическая психология

**УДК 159.922.6**

# ВОСПРИЯТИЕ ПОДРОСТКАМИ РАЗНЫХ СТИЛЕЙ ВОСПИТАНИЯ РОДИТЕЛЕЙ

**К.А. Акушева[1], В.С. Белова[2], Н.Е. Серебровская[3]**
[1, 2] слушатель факультета повышения квалификации и профессиональной переподготовки,
[3] доктор психологических наук, доцент, профессор института экономики
[1-3] Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского (г. Нижний Новгород), Россия

***Аннотация.*** *Семейная система является неотъемлемой частью становления личности. На основе системных отношений выстраивается идентичность человека. Основное внимание в исследовании уделено выявлению эффективного стиля воспитания, способствующего комфортному состоянию детей. В статье рассматривается влияние различных стилей воспитания родителей на восприятие этих стилей подростками в возрасте от 12 до 15 лет. Результаты показывают, что большинство родителей используют авторитетный стиль воспитания, который подростки воспринимают по-разному: как демократический, либеральный и авторитарный.*

***Ключевые слова:*** *стиль семейного воспитания, родительство, демократический стиль, либеральный стиль, авторитарный стиль, подростки, восприятие.*

Восприятие – это чувствование форм отражения предмета в целом. Если обратиться к труду Джеймса Джереми Гибсон, а именно к экологической теории восприятия [3, с. 123], то можно выделить свойства восприятия, а именно:

1. Целостность. Дает возможность воспринимать объекты как целостные структуры, а не отдельные части. Такое восприятие сохраняется даже в том случае, когда часть элементов структуры неочевидна или отсутствует.

2. Структурность. Восприятие структурировано и подчинено определенным принципам организации. Элементы группируются по законам непрерывности, сходства, близости и замкнутости.

3. Константность. Воспринимаемые характеристики объектов (форма, размер, цвет и др.) остаются постоянными, даже если условия наблюдения, такие как расстояние до объекта или освещение, меняются.

4. Избирательность. Способность фокусироваться на одних событиях и объектах, не обращая внимание на другие. Восприятие фокусируется на определенных объектах или событиях, игнорируя другие. Таким образом внимание концентрируется на важном, ненужные стимулы не учитываются.

5. Осмысленность. Воспринимаемые объекты и события наделяются смыслом, который сформирован, исходя из опыта, знаний и ожиданий.

6. Активность: Восприятие не является пассивным процессом; оно активно включает в себя интерпретацию и переработку информации.

В онтогенезе человек с самого рождения проходит уровни восприятия от предметного образа к образу смысла, о котором писал Николай Александрович Бернштейн в теории о многоуровневой организации движений [1, с. 56]. Итоговой точкой восприятия является – восприятие причинности. Это логический уровень, который предполагает накопленный опыт.

Жан Пиаже показал, что детское мышление имеет прежде всего качественное отличие от интеллекта взрослого человека, оно просто «другое», своеобразное [4, с. 234].

Согласно Пиаже, для детского мышления характерны следующие признаки:

- Реализм мышления. Ребенок склонен видеть предметы такими, какими воспринимает их с помощью непосредственно органов чувств (например, луна «движется» за ребенком на прогулке; гора растет при приближении к ней).
- Анимизм мышления, склонность к одушевлению всего. В восприятии ребенка сознанием, жизнью и чувствами могут обладать и неодушевленные предметы (особенно те, которые способны двигаться самостоятельно) – автомобиль, поезд, самолет и др., и природные объекты (движение которых воспринимается субъективно) – река, луна, солнце и др.

© Акушева К.А., Белова В.С., Серебровская Н.Е. / Akusheva K.A., Belova V.S., Serebrovskaya N.E., 2026

● Артификализм – убеждение, что мир сотворен руками людей, понимание природных явлений по аналогии с деятельностью человека (например: облака движутся по небу потому, что в них есть мотор).

Однако в подростковом возрасте Пиаже отмечал стадию формальных операций. Формирование рефлексивного мышления, характерного для юношеского возраста, начинается в период 11–12 лет. Его становление связано с обретением способности к гипотетико-дедуктивному рассуждению: ребенок делает логические выводы, опираясь исключительно на общие посылки, без обязательной опоры на эмпирическую реальность или личные убеждения. Это уже можно назвать «областью «чистого мышления», независимого от действия».

Ключевая особенность этого этапа – возможность свободного оперирования абстрактными понятиями. Подростки уже способны последовательно анализировать все логически возможные варианты решения проблемы, выдвигать гипотетические предположения, противоречащие известным фактам, а также реалистично прогнозировать и планировать будущее. У них формируются устойчивые идеалы, и они начинают полноценно понимать переносный смысл метафор и аллегорий, что недоступно детям младшего возраста.

Формально-операциональное мышление более не ограничено только физическими объектами или конкретными событиями. Оно позволяет подросткам задавать себе новые вопросы: «А что будет, если..?» «А что, если бы я сказал это тому человеку?». Этот тип мышления дает возможность им понимать внутреннюю позицию других людей и принимать в расчет их роли, мотивы и идеалы.

Разумеется, стоить отметить значимость семьи на становление личности, как писал Лев Семёнович Выготский: «Взаимодействие с взрослыми является ключевым фактором в развитии ребенка» [2, с. 92].

В научно исследовательской статье Н.Н. Киселевой и Е.Е. Крашенинникова «Классификация стилей и особенностей семейного воспитания на современном этапе развития института семьи» [5] представлены идеи того, что «чистых» стилей воспитания детей нет, что в каждом стиле есть элементы других, в том числе и негативных. Это дало нам почву для размышления, какой всё же стиль воспитания воспринимается подростками, как полезный. А главное, какой стиль влияет положительно на развитие личности и психическое здоровье. Успешность развития, с точки зрения последователей психоаналитической традиции, может быть оценена через способность зрелой личности, а именно:

– эффективно работать и выстраивать удовлетворительные межличностные отношения;

– формулировать долгосрочные цели и реализовывать их;

– справляться с тревогой так, чтобы это не отражалось негативно на поведении.

**Исследование**

Целью данного исследования является изучение взаимосвязи между стилями семейного воспитания, используемыми родителями, и восприятием этих стилей подростками в возрасте от 12 до 15 лет. Исследование направлено на выявление эффективного стиля воспитания родителями при условиях комфортного состояния детей.

Исследование осуществлялось с использованием следующих методик:

1. Опросник «Стратегии семейного воспитания», который помог определить, какой стратегии воспитания детей придерживается родитель [6]. Автор Сергей Сергеевич Степанов – советский и российский психолог, писатель и переводчик. Доцент Московского государственного психолого-педагогического университета.

2. Анкета «Стили семейного воспитания в отражении подростков» [2] предназначена для определения стилей семейного воспитания школьников в их понимании. Автор Каткова Елена Николаевна – психолог, кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии образования ФГБОУ ВО «Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет», институт педагогики и психологии.

Исследование проводилось на выборке из 100 семей, проживающих в городе Нижний Новгород. В каждой семье есть мать, отец и подросток в возрасте от 12 до 15 лет. В процессе наблюдения были составлены психологические портреты, семьи определены как благополучные и психологически здоровые. Диагностический этап включал два компонента: родители заполнили анкету для определения стиля воспитания, а подростки прошли тестирование на восприятие стиля воспитания, который используют родители.

Результаты анкетирования родителей выявили следующие стили:

1. Авторитетный стиль (сотрудничество, демократия).

Родители в равной степени признают значимость своей роли и право ребенка на собственное мнение. Они совместно обсуждают семейные правила, приветствуют самостоятельность и ответственность всех членов семьи, учитывают мнение подростков при принятии решений, при этом остаются твердыми и справедливыми.

2. Авторитарный стиль (автократия, доминирование, диктат).

Родители проявляют категоричность и строгость, настаивают на беспрекословном подчинении, жестко контролируют ребенка, наказывают его и не дают проявлять самостоятельность ребенка. Такое поведение создает конфликты, скрытое сопротивление со стороны подростка, снижает эмоциональную близость и привязанность.

3. Либеральный стиль (попустительство, снисходительность, гипоопека).

Родители доверяют подростку, не ограничивают его и не контролируют. При этом отсутствие четких границ может привести к конфликтам, неумению учитывать интересы и мнение окружающих и попаданию в асоциальные группы.

Так как целью исследования является определение эффективного стиля воспитания, то по итогу опроса мы видим и убедились, что родители (папы и мамы), которые приняли участие в нашем исследовании 100% используют авторитетный стиль воспитания.

После мы проанализировали результаты анкет, где показано, как воспринимаются стили воспитания подростками:

1. Демократический стиль: Родители поощряют ответственность и самостоятельность детей, вовлекают их в семейные решения.

2. Либеральный стиль: Родители не устанавливают запретов и ограничений, что приводит к конфликтам и асоциальному поведению подростков.

3. Авторитарный стиль: Родители принимают все решения, ограничивают самостоятельность детей, что вызывает конфликты и враждебность в подростковом возрасте.

Восприятие подростков (рис. 1) относительно стилей воспитания распределилось следующим образом:

– 50% подростков воспринимают авторитетный стиль воспитания как демократический;

– 40% подростков воспринимают авторитетный стиль воспитания как либеральный;

– 10% подростков воспринимают авторитетный стиль воспитания как авторитарный.

Результаты исследования по восприятию подростками авторитетного стиля воспитания приведены в Рис. 1.

*Рис. 1. Восприятие подростков относительно стилей воспитания родителей*

Для повышения валидности результатов и более точной оценки эффективности стилей воспитания, применяемых родителями, было предложено дополнительно пройти подросткам анкету АСТ (Анализ семейной тревоги) [8]. Использование этой методики позволило глубже изучить влияние уровня тревоги в семье на восприятие подростками разных стилей воспитания. Тестирование помогло перейти к расширенному анализу и выявить вероятную связь между эмоциональным состоянием родителей и восприятием детьми стилей воспитания.

Результаты (табл. 1) представлены в таблице.

*Таблица 1*

**Результаты анкетирования АСТ**

| Стиль воспитания | Кол-во чел. | Общий уровень тревоги (0-21) | Вина (0-7) | Тревога (0-7) | Напряж. (0-7) |
|---|---|---|---|---|---|
| Демократический | 50 | 5 | 0 | 3 | 1 |
| Либеральный | 40 | 7 | 4 | 4 | 2 |
| Авторитарный | 10 | 14 | 5 | 4 | 6 |

На основании полученных данных можно сделать выводы о влиянии стилей воспитания на уровень тревоги в семье:

1. Демократический стиль
– количество участников: 50 человек
– общий уровень тревоги: 5 (из 21)
– вина: 0 (из 7)
– тревога: 3 (из 7)
– напряжение: 1 (из 7)

Для демократического стиля воспитания характерен самый низкий уровень тревоги. Отсутствие чувства вины может свидетельствовать о здоровом эмоциональном климате в семье. Тревога и напряжение находятся на низком уровне. Это говорит о стабильности отношений и взаимном доверии между родителями и детьми.

2. Либеральный стиль
– количество участников: 40 человек
– общий уровень тревоги: 7 (из 21)
– вина: 4 (из 7)
– тревога: 4 (из 7)
– напряжение: 2 (из 7)

При либеральном стиле воспитания выявлен умеренный уровень общей тревоги. Степень вины и тревоги немного выше по сравнению с демократическим стилем. Это говорит о некоторой нестабильности и неопределенности в семейных отношениях. Более выраженное напряжение может свидетельствовать о конфликтах или недопонимании внутри семьи.

3. Авторитарный стиль
– количество участников: 10 человек
– общий уровень тревоги: 14 (из 21)
– вина: 5 (из 7)
– тревога: 4 (из 7)
– напряжение: 6 (из 7)

В данном стиле воспитания уровень общей тревоги самый высокий. Высокие показатели уровня вины и напряжения могут быть маркерами сильного контроля, давления со стороны родителей деструктивной динамики в семейных отношениях. Тревога на среднем уровне может указывать на состояние стресса и беспокойства в семье.

Результаты исследования говорят о том, что демократический стиль воспитания является фактором низкого уровня тревоги в семейной системе. При этом авторитарный стиль служит причиной наибольшей тревоги и напряжения. Промежуточную позицию занимает либеральный стиль с умеренным уровнем показателей. Таким образом, полученные результаты показывают, что выбранная родителями воспитательная стратегия оказывает влияние на эмоциональное благополучие и психологический климат в семье.

**Заключение**

Целью данного исследования стало изучение восприятия подростками родительских стилей воспитания. Полученные результаты показали, что авторитетный стиль, сочетающий в себе твердость, справедливость, четкие требования, а кроме того, вовлеченность подростков в принятие решений, воспринимается неоднозначно. Так, половина подростков (50%) оценивает этот стиль как демократический. Это отражается в их позитивном восприятии и признании важности самостоятельности, ответственности и конструктивного характера взаимоотношений с родителями. В то же время, 40% подростков интерпретируют авторитетный стиль как либеральный. Такое восприятие может говорить о недостатке четких границ и контроля, приводящем к конфликтам и асоциальному поведению. Наконец, 10% детей считают авторитетный стиль авторитарным, он считывается как проявление жесткости и диктата, вызывающих враждебность и конфликты.

Таким образом, результаты исследования говорят о необходимости глубокого понимания и гибкой адаптации стилей воспитания к индивидуальным особенностям подростков и подтверждает сочетание элементов разных стилей. Это позволяет создать условия для комфортного состояния детей и их гармоничного развития. Нужно обязательно учитывать, что восприятие стиля воспитания подростками может сильно отличаться от намерений родителей. Для успешного взаимодействия родителей и подростков требуется постоянный диалог и готовность корректировки воспитательных стратегий. Перспективным направлением для дальнейшего исследования в этой области может быть изучение влияния различных факторов (социально-экономический статус семьи, уровень образования родителей, культурные особенности среды) на восприятие подростками стилей воспитания.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бернштейн Николай Александрович. Очерки по физиологии движений и физиологии активности; Акад. мед. наук СССР. – Москва : Медицина, 1966. – 349 с.
2. Выготский, Л.С. Мышление и речь. АСТ, 2025. – 576 с.
3. Гибсон, Дж. Экологический подход к зрительному восприятию:Пер. с англ./Общ. ред. и вступ. ст. А. Д. Логвиненко. – М.: Прогресс, 1988. – 464 с.
4. Жан Пиаже. Речь и мышление ребенка. АСТ, 2025. – 416 с.
5. Киселева, Н.Н., Крашенинникова, Е.Е. Классификация стилей и особенностей семейного воспитания на современном этапе развития института семьи [online]. Доступ через <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-stiley-i-osobennostey-semeynogo-vospitaniya-na-sovremennom-etape-razvitiya-instituta-semi/viewer>. (дата обращения: 14 декабря 2025).
6. Опросник «Стратегии семейного воспитания» [online]. Доступ через <https://psytests.org/parent/strsv.html>. (дата обращения: 14 января 2026).
7. Анкета «Стили семейного воспитания в отражении подростков» [online]. Доступ через <https://psytests.org/parent/ssvop.html>. (дата обращения: 14 января 2026).
8. Опросник Анализ семейной тревоги (АСТ) [online]. Доступ через <https://psytests.org/family/ast.html>. (дата обращения: 14 января 2026).

*Материал поступил в редакцию 11.02.26*

## TEENAGERS' PERCEPTIONS OF DIFFERENT PARENTING STYLES

**K.A. Akusheva[1], V.S. Belova[2], N.E. Serebrovskaya[3]**
[1, 2] Student of the Faculty of Advanced Training and Professional Retraining,
[3] Doctor of Psychology, Associate Professor, Professor, Institute of Economics
[1-3] National Research Nizhny Novgorod State University named after N.I. Lobachevsky (Nizhny Novgorod), Russia

***Abstract.*** *The family system is an integral part of becoming a person. Based on systemic relationships, a person's identity is built. The main focus of the study is to identify an effective parenting style that contributes to the comfortable state of children. The article examines the influence of different parenting styles on the perception of these styles by adolescents aged 12 to 15. The results show that most parents use an authoritative parenting style that teenagers perceive differently: as democratic, liberal and authoritarian.*

***Keywords:*** *family education style, parenthood, democratic style, liberal style, authoritarian style, teenagers, perception.*

**Family life psychology**
**Психология семьи и быта**

**УДК 159.9**

# «ВТОРОЙ УДАР»: РЕТРАВМАТИЗАЦИЯ ПРИ ОБРАЩЕНИИ К РОДИТЕЛЯМ ЗА ПРИЗНАНИЕМ ТРАВМЫ. ПСИХОАНАЛИТИЧЕСКАЯ ПЕРСПЕКТИВА НА НЕВОЗМОЖНОСТЬ ПРИЗНАНИЯ И ЕЁ ПОСЛЕДСТВИЯ

**Е.А. Нечаева,** психолог-психоаналитик, автор книг по психологии и психоанализу
(г. Екатеринбург), Россия

***Аннотация.*** *В статье «“Второй удар”: ретравматизация при обращении к родителям за признанием травмы» рассматривается болезненный и, как показывает клиническая практика, массовый феномен: взрослый человек, переживший детскую травму, решается поговорить с родителем в поисках признания – и получает в ответ отрицание, обесценивание или молчание. Этот «второй удар» не просто повторяет боль прошлого – он ставит под сомнение саму реальность пережитого, усиливая травму и погружая клиента в кризис идентичности. На основе собственного профессионального опыта и ссылок на классиков психоанализа автор показывает, почему ожидание признания от травмирующего родителя часто оказывается тщетным, как культурный миф о «священности родительства» мешает признанию боли ребёнка, и почему задача психоаналитика – не настаивать на «восстановлении отношений», а помочь клиенту обрести право на собственную реальность даже в условиях её полного отрицания. Статья адресована психоаналитикам, психотерапевтам, психологам, а также всем, кто интересуется вопросами травмы, семейной динамики и этики терапевтической работы.*

***Ключевые слова:*** *ретравматизация, детская травма, признание травмы, отрицание травмы, семейные отношения, психоанализ, сепарация, внутренний свидетель, родительская ответственность, этика терапии.*

**Постановка проблемы**

В психоаналитической практике неизбежен процесс, который можно назвать «возвращением в детство». Именно ранний опыт – часто неосознаваемый, фрагментарный, не поддающийся логике, но насыщенный аффектом – закладывает архитектуру личности. Он формирует паттерны отношений, сценарии невольных повторений, глубинные тревоги и способы уклонения от боли.

Этот процесс никогда не бывает лёгким: он медленный, болезненный, сопровождается сопротивлением, смутными образами и яркими, почти телесными воспоминаниями – будто осколки стекла, застрявшие в душе.

Иногда клиент приходит с воспоминанием, настолько чётким и острым, что оно будто вырезано из плоти: момент, когда мир изменился навсегда. Что-то внутри сломалось – возможно, доверие к близкому человеку, возможно, вера в справедливость, а возможно, и сама способность чувствовать безопасность. В этот момент стыд, страх или боль оказались настолько сильными, что остались непрожитыми, застывшими в теле и психике.

Такие эпизоды – это не просто «неприятные воспоминания». Они функционируют как травматические узлы, вокруг которых строятся защитные механизмы: избегание, ирония, депрессия, саморазрушение или, наоборот, внешне успешная, но внутренне вымораживающая жизнь, лишённая живого контакта с собой и другими.

Спустя месяцы или даже годы анализа, когда внутренние ресурсы клиента укрепляются, возникает – не всегда осознанно, но почти неизбежно – потребность обратиться к источнику травмы: к родителю или родителям.

Иногда это начинается как простой запрос на факт: «Помнишь, сколько лет мне было, когда мы уехали?». Но гораздо чаще – как попытка получить признание: «Ты помнишь, как ты кричал(а) на меня в тот день?», «Ты знал(а), как мне было больно?», «Почему ты тогда не защитил(а) меня?».

Именно здесь – за редчайшим исключением – происходит то, что в психоанализе можно назвать лишь одним термином: ретравматизация.

**«Ты ничего не помнишь?»: механизмы отрицания и обесценивания**

Клиент, собравшись с огромным мужеством, инициирует этот разговор не ради мести, а ради признания реальности. Он жаждет услышать хотя бы одно: «Да, это было. Мне жаль. Я не знал(а), как сильно тебе было больно». Даже простое «Я помню» может стать актом восстановления: оно возвращает событию

© Нечаева Е.А. / Nechaeva E.A., 2026

онтологический статус, подтверждает, что страдание было не воображаемым, а реальным.

Вместо этого – молчание. Отрицание. Обесценивание: «Да что ты выдумываешь? Ничего такого не было»? «Ну и что? Все так воспитывали», «Ты сам(а) довёл(а)!», «Ты всё преувеличиваешь. Ты же вырос(ла)!».

Эта реакция – не просто «плохая память» или «чёрствость». Это проявление глубинного защитного механизма: невозможность вместить в своё «Я» образ себя как причиняющего боль. Признание травмы, нанесённой собственному ребёнку, угрожает идентичности «хорошего родителя» – одной из самых устойчивых и социально поддерживаемых иллюзий. Поэтому психика автоматически – как рефлекс – выбирает отрицание. В этом смысле родитель сам становится заложником собственной защиты.

Но для клиента это – второе насилие. Если первое – это исходное событие, то второе – это отказ в признании самого факта существования травмы. Это не просто повторение боли, а её умножение на невидимость. Ведь если даже тот, кто причинил боль, её не помнит – значит, её никогда не было. А раз её не было, то и страдания клиента – «вымышлены», «преувеличены», «незрелы».

**Почему ребёнку (даже взрослому) так важно признание?**

Потому что признание – это не про прощение и не про восстановление отношений. Это про восстановление реальности. Согласно работам классиков психоанализа, именно признание делает переживание реальным.

Как отмечается в психоаналитической традиции, «то, что не было замечено – не существует»: без внешнего свидетеля, без отзыва от Другого травма остаётся в зоне «неправды», где жертва вынуждена постоянно сомневаться в себе: «А может, это я виноват?», «А вдруг это было не так уж и страшно?», «А вдруг я просто слабак?».

Классики подчёркивали: травма особенно разрушительна тогда, когда она не может быть вербализована. Более того, наибольшую боль причиняет не столько само событие, сколько отказ значимого взрослого признать его значимость. Именно этот отказ превращает переживание в яд, который продолжает действовать изнутри – годами, а то и десятилетиями.

**Частота и трагедия феномена**

Самое удручающее – насколько это явление массово. За годы практики я неоднократно наблюдала, как один и тот же сценарий разворачивается у самых разных клиентов: из разных социальных слоёв, возрастных групп, культурных контекстов. У одних – «мягкие», внешне заботливые родители, у других – откровенно агрессивные или эмоционально отсутствующие. Но реакция почти всегда идентична: непризнание, обесценивание, переворот вины.

Это говорит о чём-то большем, чем индивидуальные особенности. Это – культурный паттерн: в обществе до сих пор господствует миф о «священности родительства», делающий почти невозможным критическое осмысление родительских ошибок. Признать, что «я причинил(а) боль своему ребёнку», – значит выйти из зоны морального комфорта, в которой родитель автоматически «прав», а ребёнок – «неблагодарен» или «гиперчувствителен».

Особо трагичны случаи, когда родители страдают зависимостями – например, хроническим алкоголизмом или наркотической зависимостью. Такие родители зачастую упиваются собственной никчёмностью, превращая её в часть своей идентичности. Для них признание травмы ребёнка может стать лишь подтверждением их внутреннего бреда: «Вот видишь, я – чудовище!».

И тогда они могут даже «признать» факт – но только чтобы усилить собственную драму, не заботясь о состоянии ребёнка. В таких случаях признание не приносит облегчения: оно превращается в новую форму манипуляции, в которой страдание взрослого ребёнка используется как фон для саморазрушительного нарциссизма родителя.

**Что делать с этим знанием – и почему рекомендации родителям почти бессмысленны**

Клиент, переживший «второй удар», оказывается в крайне уязвимом положении. Он уже рискнул заговорить о самом болезненном — а в ответ услышал отрицание собственной реальности. Это может вызвать глубокий регресс, утрату доверия не только к родителям, но и к миру в целом, а иногда – к самому процессу психотерапии.

Здесь работа аналитика приобретает особую этическую значимость. Признание травмы должно произойти в аналитическом пространстве – если оно не произошло в семье. Именно здесь клиент может услышать: «Да, это было. Это имело значение. Это причинило тебе боль. И ты имел(а) право на эту боль». В этом контексте особенно актуальна концепция контейнирования (по У.Биону): аналитик становится тем сосудом, который может вместить невыносимый аффект и превратить его в переживаемый опыт.

Что до рекомендаций родителям... Да, можно советовать «слушать», «помнить», «признавать». Но эти рекомендации, как правило, бессильны перед лицом бессознательного отрицания. Родитель, не прошедший собственной работы, не способен вместить чужую травму – особенно если она связана с ним самим.

И здесь важно подчеркнуть: психоаналитику не следует настаивать на встрече с родителями, пока клиент не будет действительно готов к ней – и пока он не осознает, что результат может быть неутешительным. Гораздо важнее помочь клиенту сформировать внутреннего свидетеля – того, кто может подтвердить: «Это было. Это важно. И я достоин(на) быть услышанным(ой) – хотя бы самим(ой) собой».

Кроме того, необходимо помочь клиенту принять одну из самых трудных истин: родители не

изменятся. Клиент находится в анализе – он меняется, меняется его восприятие, его границы, его способы связи с миром. Но родители – вне анализа. Они не видят травмы, не хотят её видеть и, скорее всего, никогда не захотят.

Многие клиенты, даже на поздних этапах терапии, осознанно или неосознанно продолжают ждать изменений от родителей. Это связано с глубинной, почти архаичной надеждой: «Если я изменюсь – они тоже изменятся». Эта надежда – следствие незавершённого процесса сепарации. Она работает по принципу «сообщающихся сосудов»: «Если я стал(а) лучше – они обязаны это заметить и измениться».

Но реальность жестока: для непрожитой психики Другого человек остаётся функцией собственного желания. И только когда клиент принимает, что родители – это не продолжение его «Я», а отдельные, застывшие в своих паттернах субъекты, становится возможен настоящий внутренний рост.

На таком общем фоне особая ценность проявляется в тех редких случаях, когда родитель – как будто сам – ждал этого разговора. Он не защищается, не обесценивает, не отрицает. Он слушает. И говорит: «Прости. Я не знал(а), как сильно тебе было больно». В таких моментах не всегда происходит «восстановление отношений» в бытовом смысле – иногда связи остаются дистантными. Но восстанавливается реальность.

Такие случаи – исключительно редки, но именно они напоминают, что признание возможно. И что иногда, вопреки всему, человек способен выйти за пределы собственной защиты – не для того, чтобы «исправиться», а чтобы просто увидеть Другого. Для клиента это может стать не просто облегчением, но и актом глубокого внутреннего примирения – не столько с родителем, сколько с самим фактом своей уязвимости.

**Частные случаи**

Приведу два клинических случая из раннего периода моей практики. Детали и некоторые обстоятельства изменены, однако суть переживаний, динамика взаимодействия и терапевтические выводы сохранены в соответствии с реальными ситуациями. Оба случая оказали значительное влияние на формирование моего профессионального взгляда на работу с травмой и семейными отношениями.

Один из клиентов, уже проходивший терапию у другого аналитика, рассказал о мучительных отношениях с отцом. Отец страдал от явных признаков ПТСР, был хроническим алкоголиком и на протяжении всего детства подвергал свою супругу (мать клиента) и сына (клиента) физическому и психологическому насилию.

Несмотря на это, предыдущий психоаналитик настаивал на «налаживании отношений». Клиент отчаянно пытался – годами. Каждая попытка заканчивалась новой травмой.

Когда он рассказал об этом, его трясло, лицо покраснело, дыхание стало прерывистым. Я спросила: «Вы действительно хотите наладить отношения с отцом?» – «Нет!» – вырвалось у него. «Не надо, – сказала я. – Если не хотите – не надо». Он выдохнул, как будто сбросил многолетнее бремя. Через несколько месяцев он женился, у него родился ребёнок.

Не вдаваясь в подробности, можно сказать, что облегчение клиента было связано с освобождением от навязанного долга – морального императива «наладить отношения», который на деле воспроизводил травматическую лояльность к агрессору. Этот императив, исходивший не от самого клиента, а от предыдущего терапевта, заставлял его годами повторять безнадёжную попытку получить от отца то, что тот принципиально не мог дать: признание, заботу, раскаяние.

Когда клиент осознал, что может отказаться от этой задачи как от нереалистичной и не принадлежащей ему, он впервые почувствовал, что имеет право на собственную реальность – без необходимости «спасать» родителя или оправдывать его.

Это стало актом внутренней сепарации. Освободившись от иллюзии, что его безопасность и ценность зависят от признания со стороны травматизирующего родителя, он смог построить новые, здоровые привязанности – создать семью, в которой, в отличие от родительской, мог стать и защитником, и опорой.

Второй случай: женщина вспомнила эпизод из детства, когда в возрасте пяти лет подверглась действиям развратного характера со стороны пожилого соседа. Она всю жизнь возвращалась к этому – то обвиняя себя, то испытывая стыд и беспомощность.

Но ни разу не задавалась вопросом: «Где были родители? Почему они не защитили?». Лишь спустя два года анализа она решилась на разговор с матерью. Та ответила: «Мы с отцом, между прочим, постоянно работали, чтобы тебя прокормить». Больше ничего.

Этот ответ матери – лишённый сочувствия, наполненный обидой и самооправданием – стал для неё не утешением, а окончательным подтверждением одиночества в травме. Мать не просто не защитила её в прошлом – она отказалась даже признать, что защита была нужна.

Именно в этот момент клиентка впервые смогла по-настоящему оплакать не только само насилие, но и то, что самые близкие люди – её родители – не увидели, не защитили и не поверили ей. Их молчание тогда, и их отказ признать боль сейчас, оказались не нейтральными – они стали формой предательства, повторявшегося годами. И именно это невидимое, «тихое» предательство – отсутствие защиты в самый нужный момент – оказалось для неё порой даже тяжелее самого акта насилия.

Клиентке позволило выйти из кризиса осознание права на собственную боль и отказ от ожидания признания со стороны родителей. Когда она поняла, что её травма реальна независимо от того, признают её или нет, она смогла снизить эмоциональную зависимость от родителей и установить здоровые границы – вплоть до минимизации контактов.

Это стало актом внутренней свободы: она больше не нуждалась в их подтверждении, чтобы чувствовать себя имеющей право на защиту, достоинство и спокойствие.

После этих случаев я убедилась: подход к «восстановлению» или «налаживанию» отношений с травмирующими родителями требует крайней осторожности – настолько крайней, что делать это «обязательным пунктом» терапевтического плана не просто нецелесообразно, но и этически рискованно.

Такой разговор может быть инициирован – но только если сам клиент к нему приходит, будучи достаточно укреплённым и осознающим, что результат, скорее всего, будет разочаровывающим. Попытка не преследует цели «изменить» родителя или «исправить» прошлое. Она может служить лишь актом внутреннего завершения: клиент сталкивается с реальностью таковой, какой она есть, – без иллюзий.

Но навязывать такую встречу, особенно под видом «терапевтической нормы» или «морального долга» («он же – отец», «она же – мать»), – значит воспроизводить травму под видом заботы.

Именно поэтому я полностью отказалась от практики, в которой терапевт автоматически предполагает необходимость восстановления отношений с родителями. Это не только неэффективно – это может быть вторичным насилием, замаскированным под благие намерения.

**Заключение**

Феномен «второго удара» – это трагедия признания, которое не произошло. Это момент, когда человек, уже однажды раненный в детстве, снова оказывается перед пустотой – но теперь не из-за действия, а из-за отсутствия реакции.

Эта пустота особенно разрушительна, потому что она ставит под сомнение саму возможность существования травмы. По Ж.Лакану: «Нет травмы без Другого, который её отрицает». Именно отрицание превращает переживание в травму, а травму – в вечный вопрос без ответа.

Для психоаналитической практики это – напоминание и вызов одновременно. Работа с травмой – это не только раскопка прошлого, но и восстановление права на реальность. И если семья отказывает в этом праве, его должен предоставить аналитик – не как компенсацию, не как утешение, а как акт этического признания человека в его целостности, даже (и особенно) в его боли.

Более того, этот феномен ставит перед нами важнейший вопрос: что такое ответственность в семейных отношениях? Не та ответственность, что выражается в биологическом факте рождения, а та, что требует признания – даже если оно больно. По М. Кляйн, способность переносить вину и меланхолию – признак зрелой личности. Но далеко не все родители доходят до этой точки.

И тогда задача аналитика – помочь клиенту принять, что он не получил и не получит того, что заслуживал в детстве, – и всё же сохранить право на свою реальность, даже если она не была признана ни одним близким.

В конечном счёте, «второй удар» – это не только личная драма клиента. Это зеркало, в котором отражается культурная неспособность к признанию травмы, особенно когда виновник – близкий человек. А психоанализ, в своей лучшей традиции – призван не утешать, а восстанавливать истину, даже если она разрушительна. Потому что только в истине – путь к свободе.

*Материал поступил в редакцию 25.12.25*

## "SECOND STRIKE": RETRAUMATIZATION WHEN CONTACTING PARENTS FOR RECOGNITION OF TRAUMA. PSYCHOANALYTIC PERSPECTIVE ON THE IMPOSSIBILITY OF RECOGNITION AND ITS CONSEQUENCES

**E.A. Nechaeva,** Psychologist-Psychoanalyst, Author of books on psychology and psychoanalysis (Ekaterinburg), Russia

***Abstract.*** *The article "Second Strike: retraumatization when contacting parents for recognition of trauma" examines a painful and, as clinical practice shows, massive phenomenon: an adult who has experienced childhood trauma decides to talk to a parent in search of recognition, and receives denial, depreciation or silence in response. This "second strike" doesn't just repeat the pain of the past – it calls into question the very reality of the experience, amplifying the trauma and plunging the client into an identity crisis. Based on his own professional experience and references to the classics of psychoanalysis, the author shows why the expectation of recognition from a traumatic parent is often futile, how the cultural myth of the "sacredness of parenthood" interferes with the recognition of the child's pain, and why the psychoanalyst's task is not to insist on "restoring relationships" but to help the client gain the right to his own reality even in conditions of its complete denial. The article is addressed to psychoanalysts, psychotherapists, psychologists, as well as anyone interested in issues of trauma, family dynamics and the ethics of therapeutic work.*

***Keywords:*** *retraumatization, childhood trauma, recognition of trauma, denial of trauma, family relationships, psychoanalysis, separation, internal witness, parental responsibility, ethics of therapy.*

## Economic psychology
## Экономическая психология

**УДК 159.9**

# ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЙ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБЛАСТИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

**Л.М. Поляков,** магистр
Владивостокский государственный университет (ВГУЭС)
(690014, Россия, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41)
E-mail: l.poliakov89@mail.ru

***Аннотация.*** *В данном исследовании определенное внимание было уделено роли информационных технологий в маркетинговой деятельности. В частности, изучены типы различных информационных систем, применяемых в маркетинговой деятельности. Также рассмотрено то, каким образом такие информационные системы могут взаимодействовать с пользователем. Кроме того, представлена информационная система, которая основана на определенных устойчивых тенденциях проявлений психики человека. При этом данная система может поддерживать принятие решений пользователя при приобретении товара или товаров. И также в данном исследовании рассмотрено то, в каких областях может применяться данная система.*

***Ключевые слова:*** *маркетинг, информационные технологии, экспертная система, принятие решений.*

**Введение**

В настоящее время производится достаточно много товаров, также достаточно развита сфера услуг. Поэтому человеку часто необходимо выбирать товары и услуги среди множества предложений. И часто такие предложения сопровождаются развитой маркетинговой деятельностью, множеством рекламы и т.п. Все это может влиять на то, что человек может чаще интересоваться теми предложениями на рынке, которые соотносятся с известными торговыми марками, известными именами различных организаций и т.п. Соответственно, человек может часто выбирать одни и те же товары и услуги. Однако может быть и так, что человеку более подходят, например, другие также известные на рынке товары и услуги или малоизвестные товары и услуги, которые еще не заявили о себе на рынке за счет продвижения рекламы, развития маркетинговой деятельности и т.п. Поэтому такие известные и еще малоизвестные на рынке товары, а также услуги могут не получать достаточно денежных средств от продаж, чтобы развивать свой бизнес. В то же время и известные торговые марки, известные организации также могут желать продвинуть новые товары и/или услуги на рынке. При этом таким организациям может потребоваться дополнительное развитие рекламы, возможно, усложнение маркетинговой деятельности и т.п., чтобы потенциальные покупатели заинтересовались такими новыми товарами и услугами. Соответственно, это могут быть значительные финансовые затраты таких организаций на продвижение товаров и услуг. Однако потенциальные покупатели могут и не заинтересоваться новыми товарами и услугами организаций даже тогда, когда на продвижение таких товаров, а также услуг были затрачены значительные финансовые ресурсы.

Если товары и услуги предлагаются тем потенциальным покупателям, кто действительно в них заинтересован, то это может повлиять на развитие бизнеса, увеличение производства и т.п. Поэтому важным является развитие определенных инструментов, которые помогали бы потенциальным покупателям находить товары и/или услуги, которые бы их в действительности заинтересовывали, учитывая особенности их личностей. И такими инструментами могут быть интеллектуальные системы, поддерживающие принятия решений пользователей при выборе товаров, а также услуг. При этом такие системы могут быть также включены в маркетинговую деятельность, при продвижении на рынке товаров и услуг.

В области интернет-маркетинга применяются различные информационные технологии. Такие технологии позволяют выбрать что-то, что может соответствовать предпочтениям пользователей. И это могут быть различные системы, подсказывающие пользователю что-то о товарах и услугах. В данном исследовании актуально рассмотреть то, какие информационные технологии могут быть применены, в общем, в маркетинговой деятельности и, в частности, для развития интернет-маркетинга.

**Общие представления об интернет-маркетинге**

Вообще, интернет-маркетинг может обладать такой же структурой, которой обладает традиционный маркетинг. При этом у интернет-маркетинга могут быть свои особенности. Так сбытовая политика может быть

© Поляков Л.М. / Polyakov L.M., 2026

более значима для интернет-маркетинга, чем для традиционного маркетинга из-за того, что Интернет может сделать, например, товар более доступным для многих людей [11].

Следует отличать электронную коммерцию от интернет-маркетинга. Так электронная коммерция может преимущественно представлять форму проведения определенных сделок. При этом электронный бизнес является в общем деловой активностью, которая может осуществляться за счет глобальных информационных и также телекоммуникационных сетей. И, кроме того, максимальная прибыль может преимущественно быть целью такой деловой активности [22]. При этом электронная коммерция может напрямую взаимодействовать с маркетинговой деятельностью, за счет чего могут формироваться, например, новые формы организации продаж [10].

Также часто используется словосочетание «цифровой маркетинг». При этом важно учитывать то, что цифровой маркетинг, который реализуется с применением цифровых технологий, может приносить пользу (практическую пользу) преимущественно тогда, когда не только увеличивается прибыль и также объем продаж, а, кроме того, тогда, когда становятся еще более доверительными взаимоотношения с клиентами [6].

К методам интернет-маркетинга могут быть отнесены, например, поисковый маркетинг, включающий поисковую оптимизацию сайта, скрытый маркетинг и т.д. [31].

Преимущественно, возможны два вида маркетинга. Это потребительский маркетинг, а также промышленный маркетинг [11].

Потребительский маркетинг предполагает то, что у покупателя может не быть достаточно информации о том, каким может быть реальное качество товара. Поэтому потребитель может ориентироваться не на сам товар, а на свой ранее сформированный стереотип восприятия такого товара. При этом промышленный маркетинг предполагает то, что у покупателя могут быть подробные знания если даже не о товаре, то об особенностях использования такого товара [11].

Возможны различные уровни реализации маркетинговой деятельности. И на каждом уровне могут применяться определенные информационные технологии. Так для реализации стратегического управления маркетингом могут применяться: определенные экспертные системы; системы, которые позволяют проводить системно-динамический анализ и, кроме того, динамическое бизнес-моделирование; различные системы поддержки принятия решений [8]. При этом, если, например, выстраивается кибернетическая модель управления стратегическим маркетингом, то могут учитываться определенные временные горизонты (экономическое время). При этом каждый из таких временных горизонтов может учитывать, например, управление маркетингом, а также маркетинговый процесс и т.д. [16]. Кроме того, для распознавания ситуации, а также выбора типа маркетинга, может быть применена кибернетическая модель, которая ориентирована на адаптацию типов маркетинга к определенным ситуациям спроса [17].

Для реализации тактического управления маркетингом могут применяться: системы, которые позволяют анализировать, моделировать и, кроме того, прогнозировать те внешние условия, в которых действует организация, а также внутренние возможности такой организации; системы, которые позволяют проводить планирование и, кроме того, делать определенные отчеты; системы, способствующие реализации целевого управления маркетингом; другие специализированные приложения области маркетинга [8].

Оперативное управление маркетингом возможно с учетом применения следующих программных продуктов, а именно: систем ERP, а также CRM и т.п.; различных вариантов корпоративных порталов; систем, которые позволяют получать определенные внешние маркетинговые данные; систем, поддерживающих маркетинговые решения; различных баз данных, файлов и т.п.; различных офисных коммуникационных систем [8].

Существуют различные варианты систем, за счет которых возможен контроль маркетинговой деятельности. Применяя такие системы, возможно выявить оптимальные тенденции маркетинговой деятельности организации. Так, например, возможен контроль маркетинга на предприятии за счет разработки системы, которая специально структурирована и позволяет выявлять движение данных. За счет этого, все поступившие данные могут находиться на едином сервере, где такие данные могут быть обработаны, распределены по различным областям, а также где могут быть составлены отчеты [23].

Вообще, следует учитывать то, что возможен технический аудит и также маркетинговый аудит интернет-ресурса. При этом технический аудит предполагает определенную проверку технической части интернет-ресурса, а именно, например, программного кода, а также системы управления и т.п. В то же время технический аудит интернет-ресурса может оказать влияние на маркетинговую деятельность, которая может быть реализована с использованием такого интернет-ресурса. Так технический аудит может повлиять на восприятие поисковыми системами такого интернет-ресурса, а также на то, каким образом пользователь воспринимает такой интернет-ресурс. И, соответственно, в общем, это может повлиять на показатели эффективности, а также на позиции данного интернет-ресурса в рейтинге поисковых систем [13].

Интернет-маркетинг может применяться в различных областях. При этом могут применяться и разнообразные инструменты маркетинговой деятельности.

**Особенности применений инструментов интернет-маркетинга**

Прежде всего, важно отметить то, что инструментами маркетинговых коммуникаций, применяемых в Интернете, могут быть: сам сайт организации; ряд инструментов, которые могут увеличить количество посетителей сайта, например, реклама; инструменты, которые напрямую не нацелены на привлечение посетителей на сайт организации, и которыми могут быть различные формы запросов и также анкеты и т.п. [30].

Чтобы собрать статистику работ информационного ресурса могут использоваться такие виды инструментов: программы лог-анализаторы и, кроме того, различные типы систем интернет-статистики. Так программы, являющиеся лог-анализаторами, позволяют не только собирать, а также обрабатывать и хранить списки тех событий, которые могут происходить на сервере. При этом системы интернет-статистики часто являются внешними сервисами, которые позволяют не только собирать, а также анализировать определенные изменения, которые происходят на информационном ресурсе [3]. И, в общем, следует учитывать то, что результаты статистики могут быть актуальны, например, при принятии управленческих решений с учетом тех ситуаций, которые происходят на рынке [9].

Вообще, интернет-технологии способствуют расширению определенных возможностей и также помогают преодолевать некоторые ограничения, которые могут быть тогда, когда проводятся очные маркетинговые исследования [15].

Следует отметить то, что существуют эмпирические индикаторы, которые позволяют диагностировать интернет-пользователей тогда, когда проводятся маркетинговые исследования. Такие эмпирические индикаторы могут относиться не только к личности пользователя интернет-ресурса, а, кроме того, к взаимодействию пользователя с таким интернет-ресурсом. При этом эмпирическими индикаторами, которые относятся к личности пользователя, могут быть, например, поведенческие особенности пользователя. В то же время, эмпирическими индикаторами, которые относятся к особенностям взаимодействия пользователя с интернет-ресурсом, могут быть особенности поведения пользователя на определенных интернет-площадках. При этом первичные эмпирические данные могут быть собраны в Интернете, в том числе, за счет наблюдения, эксперимента, различных опросов (анкет, интервью), а также анализа документов. Кроме того, применяя наблюдение, может быть проведено тестирование пользовательского интерфейса. И также эксперимент может проводиться в виде определенных онлайн-экспериментов. В то же время, опрос может проходить не только в виде онлайн-анкетирования, а также в виде онлайн-интервьюирования, которое может быть реализовано на различном уровне, если говорить о глубине опроса [2].

Вообще, за счет выявления особенностей психики человека, ему могут быть представлены более подходящие товары и услуги. Так для того чтобы человек лучше воспринимал что-либо в электронном виде (например, на сайте), актуальным может быть сопровождение такого восприятия за счет применения тактильно осязаемых предметов (например, специальных бумажных карточек), которые способствуют разъяснению того, что относится к данному электронному ресурсу [1]. Кроме того, здесь важно учитывать и то, что различные форматы представления определенного товара могут восприниматься потребителем как дополняющие друг друга. При этом потребитель может приобрести товар в таких различных форматах представления [36]. И также важно учитывать и другое. Например, применяя ЭЭГ (электроэнцефалографию) возможно выстроить модель прогнозирования вероятности того, каким образом происходит запоминание неизвестных брендов [24].

Инструменты интернет маркетинга могут применяться в различных областях, например, в области высшего образования.

Совершенствование образования может предполагать реализацию определенных ключевых механизмов, которыми могут быть доступность образования и также качество образовательных услуг, и, в принципе, эффективность деятельности в области высшего образования [12]. При этом, когда разрабатываются образовательные программы, то образовательному учреждению, например, высшему учебному заведению могут быть необходимы данные о факторах и также мотивах и, в принципе, об особенностях поведения потребителей. Такие данные могут быть получены за счет проведения маркетинговых исследований [14].

Маркетинговая деятельность в области высшего образования может реализовываться на различных этапах, например, тогда, когда абитуриент только поступает в высшее учебное заведение, либо тогда, когда обучается в высшем учебном заведении. При этом маркетинговая деятельность может быть особенно актуальна тогда, когда абитуриент поступает в высшее учебное заведение [29]. В то же время, важно учитывать то, что спрос, например, на образовательные услуги высшего учебного заведения возможен со стороны физических лиц, а также бизнеса и государства [27].

Определенные технологии цифрового маркетинга могут применяться в области образования, за счет которых могут быть получены данные об интересах и также предпочтениях потребителя [26]. При этом маркетинговое исследование рынка образовательных услуг может предусматривать изучение особенностей данного рынка, а также особенностей потребителей таких услуг [25].

Если рассматривать процесс обучения, то в высшем учебном заведении могут реализовываться следующие варианты информационных систем. Это административные системы, способные сопровождать общую структуру процесса обучения. Также это могут быть системы, которые информируют участника

образовательного процесса об определенных изменениях в обучении. И также это могут быть такие системы, которые непосредственно обучают [20].

Административные системы поддержки принятия решений, реализуемые в управлении высшим учебным заведением, могут действовать с учетом структуры такой организации. При этом за счет улучшения работы, например, подразделений, возможно увеличение их эффективности [21].

За счет системы управления обучением, студенты могут получать доступ к учебным материалам, а также может поддерживаться размещение материалов и, кроме того, сотрудничество в образовательном учреждении. При этом в работе образовательного учреждения возможно применение системы распределения назначения (assignment allocation system). За счет такой системы возможна: установка числа тем; установка, например, максимального количества студентов, которые могут выбрать определенную тему (квота; установка некоторых деталей темы и т.д.) [39].

Системы, ориентированные на обучение и реализуемые в образовательном учреждении, должны, так или иначе, взаимодействовать с другими информационными системами данного учреждения. Поэтому тогда, когда, например, разрабатывается информационная система для поддержки принятия решений в образовательном учреждении, то она должна учитывать особенности работы других информационных систем такого учреждения. И это особенно актуально тогда, когда разрабатывается информационная система в виде отдельного программного продукта, изначально не встроенного в общую информационную систему образовательного учреждения [20].

В области интернет-маркетинга также может применяться система, основанная на устойчивых тенденциях психики человека. Такая система может поддерживать принятие решений пользователем о покупках тех или иных товаров [20]. Далее хотелось бы подробнее рассмотреть такую систему.

**Особенности разработки системы поддержки принятия решений на основе устойчивых тенденций психики**

В результате проведения исследования разработана экспертная система, в которой учитываются устойчивые тенденции психики человека [20].

У человека могут быть устойчивые тенденции психики «нижнего» уровня (далее, устойчивые тенденции «нижнего» уровня) и «верхнего» уровня (далее, устойчивые тенденции «верхнего» уровня). При этом устойчивые тенденции «нижнего» уровня могут основывать психику человека и могут не так часто изменяться. Однако устойчивые тенденции «верхнего» уровня могут часто изменяться с учетом тех условий, в которых действует человек [20].

Устойчивые тенденции психики человека могут формироваться в различные возрастные периоды. При этом подростковый возраст может быть тем периодом, когда формируется множество устойчивых тенденций, прежде всего, «нижнего» уровня, а также и «верхнего» уровня.

Вообще, в подростковом возрасте могут наблюдаться определенные особенности развития ребенка. Так у подростка возможен высокий уровень рефлексии, а также может быть развито представление о себе. При этом ребенок подросткового возраста способен осознавать свои личностные, индивидуальные особенности [28]. Кроме того, риск в подростковом возрасте актуально рассматривать с учетом внешних обстоятельств, за счет которых возможно рискованное поведение, и с учетом личности ребенка, а также его готовности к риску [18, 19].

Социальная поддержка подростка 13 лет может положительно повлиять на его успеваемость в обучении [42]. При этом поддержка, которую оказывает учитель подростку 14 лет, может положительно взаимодействовать с вовлеченностью такого ребенка в учебу, а также с его психологической устойчивостью [41]. Кроме того, в исследовании детей возраста 13 лет в период, начиная с восьмого класса до того момента, когда дети завершают девятый класс, сделан вывод о том, что у ребенка может увеличиваться стремление к достижениям [40].

На самооценку подростка и его взаимоотношения с другими людьми могут влиять его внешность, уверенность в себе, осознание значимости среди сверстников и, кроме того, тревожность [4]. При этом, например, морфологические особенности девочки 11-12 лет могут не взаимодействовать с уровнем ее самооценки [5].

Уровень самооценки подростка возраста 14 лет может, так или иначе, взаимодействовать с его вовлеченностью в обучение [43]. Кроме того, при низкой самооценке ученика возраста 13 лет, на его мотивацию может влиять учитель [32]. При этом физическая самооценка (physical self-concept) ребенка в возрасте 10-14 лет может и не оказывать определенного косвенного влияния на его физическую активность в диапазоне от умеренного уровня до высокого уровня [37]. В то же время, например, у подростка, у которого нормальное телосложение, и у подростка, у которого диспластичное телосложение (непропорциональное телосложение), могут быть близкие показатели самооценки [18].

На физическую активность ребенка возраста 10-13 лет может влиять то, что ребенок воспринимает образ своего тела, а также учитывает свое физическое состояние [38]. При этом значительная кардиореспираторная подготовка ребенка возраста 14 лет может взаимодействовать с его более высоким уровнем мотивации, а также с более меньшим уровнем тревожности [33]. Кроме того, у ребенка в возрасте 10-

14 лет возможно уменьшение времени реакции за счет реализации им физической активности [35]. Однако, важно учитывать то, что, например, мальчик возраста 10-16 лет может быть более физически активным, чем девочка этого же возраста, если говорить о физической активности, реализуемой в течение дня [34].

В возрасте 16 лет у детей может не наблюдаться различий в их психологических защитах. При этом у детей в возрасте 17-18 лет возможны различия в психологических защитах [7].

В общем, подростковый возраст – это достаточно важный возраст при формировании устойчивых тенденций психики. Поэтому при разработке системы, учитывающей устойчивые тенденции психики, рассматривались различные особенности подросткового возраста [18, 19, 20].

Далее, хотелось бы рассмотреть особенности системы, которая учитывает устойчивые тенденции психики. Так входные данные такой системы могут более или менее соответствовать данным, которые представляют устойчивые тенденции «нижнего» уровня и «верхнего» уровня базы знаний системы. При этом за счет особенностей входных данных, система может применять для их обработки определенные данные, представляющие устойчивые тенденции «нижнего» уровня, и определенные данные, которые представляют устойчивые тенденции «верхнего» уровня. И за счет этого система может показывать пользователю результат, который, при запросе пользователя, система также может обосновать, применяя результаты исследований устойчивых тенденций психики. Это возможно потому, что устойчивые тенденции «нижнего» уровня, а также устойчивые тенденции «верхнего» уровня базы знаний системы формируются на основе исследований. Поэтому результат, который система показывает за счет устойчивых тенденций психики, она может также обосновать, с учетом таких исследований. На рисунке 1 представлена структура работы системы тогда, когда результат системы представлен на основе взаимодействия устойчивых тенденций «нижнего» уровня и «верхнего» уровня, а также когда входные данные соответствуют устойчивым тенденциям «нижнего» уровня и «верхнего» уровня.

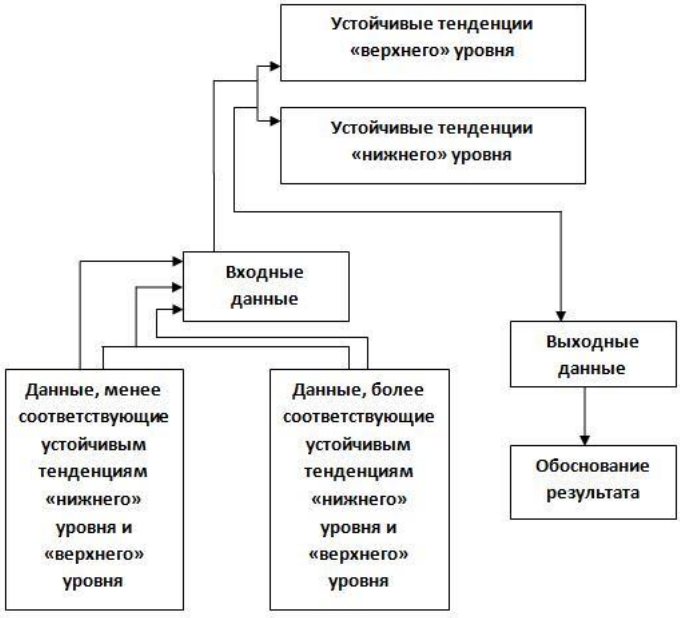


*Рисунок 1. Структура работы системы на основе взаимодействия устойчивых тенденций «нижнего» уровня и «верхнего» уровня*

Если говорить о входных данных системы, которыми могут являться аудио файлы и/или видео файлы пользователя, то также можно отметить следующее. Если из аудио файла и/или видео файла, в общем, вроде бы выявляется, например, высокий уровень мотивации пользователя, то это еще может не говорить о том, что в действительности в настоящее время у пользователя высокий уровень мотивации. На мотивацию пользователя могут оказывать влияние его устойчивые тенденции «нижнего» уровня и «верхнего» уровня. При этом важно отметить то, что устойчивые тенденции «верхнего» уровня могут часто изменяться в психике человека за счет, например, определенных социальных обстоятельств. Все это может учитывать система, которая основывается на устойчивых тенденциях «нижнего» уровня и «верхнего» уровня. Соответственно, такая система может моделировать свое мнение о том, каким образом у пользователя в психике может изменяться в динамике взаимодействие устойчивых тенденций «нижнего» уровня и «верхнего» уровня [20].

Если выявляется, например, уровень мотивации пользователя на основе его аудио файла и/или видео файла, то возникает вопрос о том, а возможно ли узнать уровень мотивации пользователя на основе его аудио файла и/или видео файла также точно, каким образом возможно выявить его уровень мотивации на основе

высоковалидного и высоконадежного теста-вопросника, который может показать уровень мотивации. При этом, важно отметить то, что такой тест-вопросник может продолжительное время разрабатываться, чтобы он мог более точно показывать уровень мотивации человека. Однако чтобы более точно выявить, например, уровень мотивации пользователя на основе аудио файлов и/или видео файлов, где непосредственно представлен голос и/или изображение пользователя, то необходимо соответствующее для этого теоретическое и/или эмпирическое основание. Таким основанием могут быть исследования, с учетом которых могут формироваться устойчивые тенденции психики базы знаний системы, поддерживающей принятие решений.

На рисунке 2 показана структура работы системы тогда, когда входные данные соответствуют устойчивым тенденциям «нижнего» уровня и «верхнего» уровня, однако, система показывает результат только на основе устойчивых тенденций «нижнего» уровня.

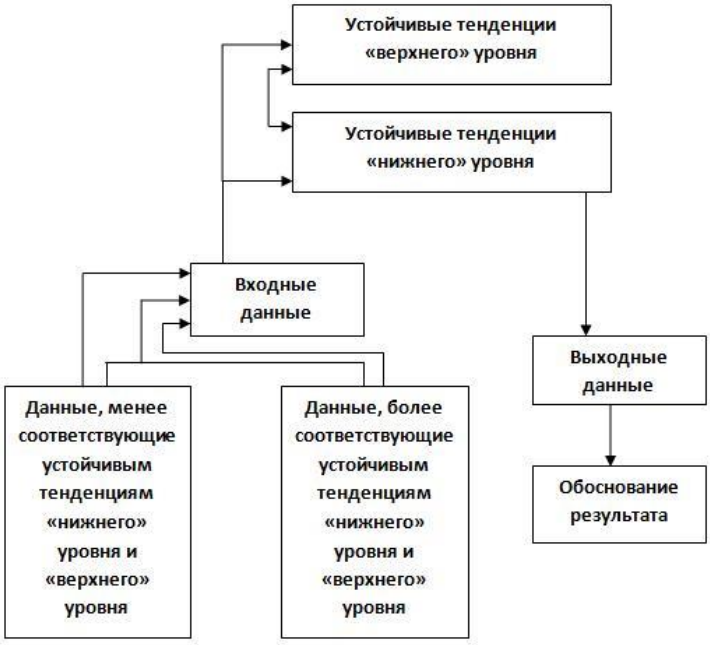


*Рисунок 2. Структура работы системы на основе устойчивых тенденций «нижнего» уровня тогда, когда входные данные соответствуют устойчивым тенденциям «нижнего» уровня и «верхнего» уровня*

Система, учитывающая устойчивые тенденции психики, может моделировать принятие своего решения, основываясь, например, только на устойчивых тенденциях «нижнего» уровня. Это возможно даже тогда, когда устойчивые тенденции «нижнего» уровня и устойчивые тенденции «верхнего» уровня взаимодействуют между собой в базе знаний системы. В данном случае, система может сама выбирать то, на основе каких устойчивых тенденциях она предоставляет результат пользователю.

Чтобы система смогла предложить пользователю товар или товары на основе устойчивых тенденций «нижнего» уровня, все же входными данными системы должны быть более надежные данные. Соответственно, это могут быть, например, результаты ответов пользователя на высоковалидные и высоконадежные тесты-вопросники. Кроме того, важно учитывать то, что высоковалидный и высоконадежный тест-вопросник часто разрабатывается не только продолжительное время, а также за счет применения различных технологий. Это, в общем, позволяет выявить то, что разработанный тест-вопросник должен показывать. Так если тест предполагает, например, выявление уровня мотивации, то он должен показывать именно уровень мотивации, а не уровень самооценки и т.п. За счет такой точности, система может показывать результат пользователю не только с учетом устойчивых тенденций «верхнего» уровня, а также с учетом устойчивых тенденций «нижнего» уровня [20].

Система на основе устойчивых тенденций психики может показывать результат с учетом устойчивых тенденций «верхнего» уровня. Такое возможно и при взаимодействии устойчивых тенденций «нижнего» уровня с устойчивыми тенденциями «верхнего» уровня. При этом такой результат системы может быть тогда, когда нет необходимости показывать результат пользователю на основе устойчивых тенденций «нижнего» уровня. В то же время, в этом случае, входные данные системы могут соответствовать не только устойчивым тенденциям «верхнего» уровня, а также устойчивым тенденциям «нижнего» уровня.

На рисунке 3 показана структура работы системы тогда, когда система показывает результат только на основе устойчивых тенденций «верхнего» уровня притом, что входные данные могут соответствовать устойчивым тенденциям «нижнего» уровня и «верхнего» уровня.

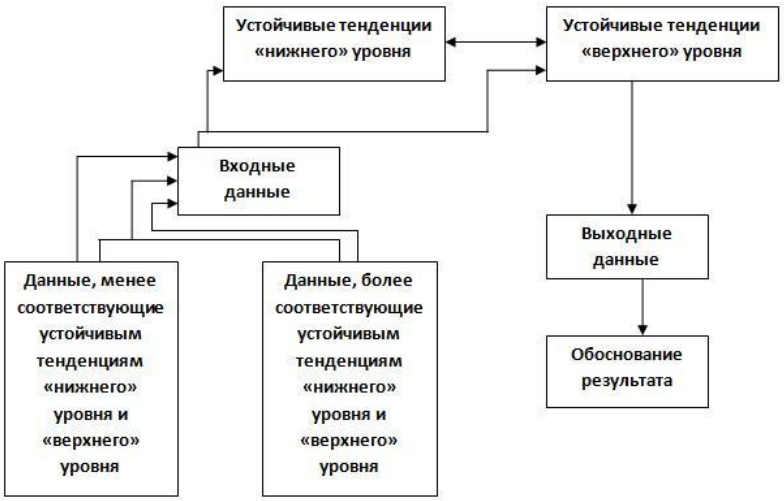


*Рисунок 3. Структура работы системы на основе устойчивых тенденций «верхнего» уровня при входных данных, соответствующих устойчивым тенденциям «нижнего» уровня и также «верхнего» уровня*

Здесь важно еще раз подчеркнуть следующее. Устойчивые тенденции «нижнего» уровня и «верхнего» уровня могут формироваться на основе исследований, преимущественно, в области психологии и также в других областях, либо на основе междисциплинарных исследований. Кроме того, данные, представляющие устойчивые тенденции психики, могут разрабатываться с учетом того, каким образом они могут проявляться у человека в различные возрастные периоды. В то же время особенное внимание при формировании данных, представляющих устойчивые тенденции «нижнего» уровня, обращается на подростковый возраст. Именно в данном возрасте могут формироваться определенные устойчивые тенденции «нижнего» уровня. Кроме того, устойчивые тенденции «нижнего» уровня могут формироваться и в другие возрастные периоды. При этом устойчивые тенденции «верхнего» уровня также могут быть сформированы в различные возрастные периоды развития человека. И из-за того, что разработанная система может основываться на устойчивых тенденциях «нижнего» уровня и/или «верхнего» уровня, то такая система может смоделировать вероятность того, какой может быть структура устойчивых тенденций «нижнего» уровня и/или «верхнего» уровня и особенности их взаимодействия у пользователя, основываясь, например, только на данных устойчивых тенденций «верхнего» уровня либо «нижнего» уровня базы знаний. И на это может влиять то, какие у пользователя особенности психики [20].

На рисунке 4 показано то, что система может представлять результат с учетом взаимодействия устойчивых тенденций «нижнего» уровня с устойчивыми тенденциями «верхнего» уровня даже тогда, когда входные данные соответствуют только устойчивым тенденциям «нижнего» уровня.

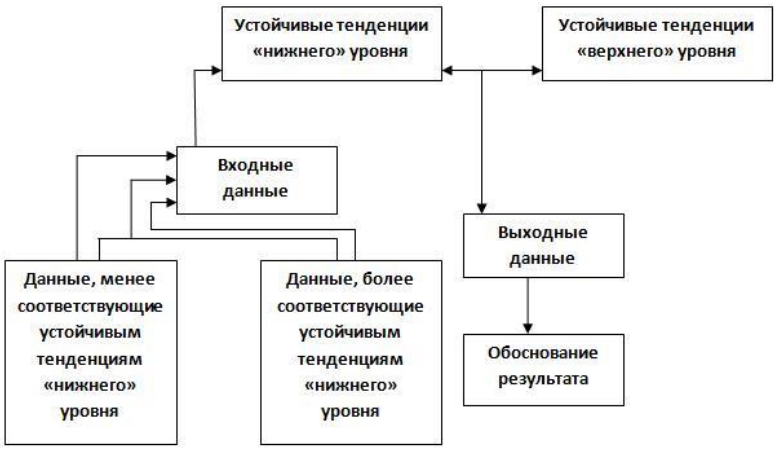


*Рисунок 4. Структура работы системы на основе устойчивых тенденций «нижнего» уровня и «верхнего» уровня при входных данных, соответствующих устойчивым тенденциям «нижнего» уровня*

При формировании системы, учитывающей устойчивые тенденции психики, рассматривается то, каким образом могут взаимодействовать между собой устойчивые тенденции «нижнего» уровня и «верхнего» уровня. В том числе, рассматривается то, каким образом такое взаимодействие может быть в различные возрастные

периоды развития человека. Это важно потому, что структура такой системы формировалась так, чтобы моделировать развитие психики человека. Поэтому, даже если входные данные системы более соответствуют устойчивым тенденциям «нижнего» уровня, то все равно, система может предоставить результат пользователю не только с учетом устойчивых тенденций «нижнего» уровня, а также с учетом устойчивых тенденций «верхнего» уровня. В данном случае, важно отметить то, что полностью сформированная система данного варианта может быть тогда, когда в ее базе знаний учитываются не только устойчивые тенденции «нижнего» уровня, а также устойчивые тенденции «верхнего» уровня потому, что такие устойчивые тенденции могут формироваться у человека в различные возрастные периоды.

На рисунке 5 представлено то, что система может показывать результат с учетом взаимодействия устойчивых тенденций «нижнего» уровня с устойчивыми тенденциями «верхнего» уровня тогда, когда входные данные соответствуют устойчивым тенденциям «верхнего» уровня базы знаний системы.

*Рисунок 5. Структура работы системы на основе устойчивых тенденций «нижнего» уровня и также «верхнего» уровня при входных данных, соответствующих устойчивым тенденциям «верхнего» уровня*

На рисунке 5 показано то, что выходные данные системы могут быть представлены все же в основном от устойчивых тенденций «верхнего» уровня ее базы знаний даже тогда, когда при представлении результата в базе знаний взаимодействуют устойчивые тенденции «верхнего» уровня с устойчивыми тенденциями «нижнего» уровня. Это возможно потому, что если входные данные соответствуют устойчивым тенденциям «верхнего» уровня, то системе все же проще представить результат с учетом устойчивых тенденций «верхнего» уровня, чем с учетом устойчивых тенденций «нижнего» уровня ее базы знаний. Это возможно потому, что если человек адаптируется к каким-то изменяющимся условиям, которые не так ему важны, за счет своих устойчивых тенденций «верхнего» уровня, то в его действиях может не так много проявляться устойчивых тенденций «нижнего» уровня. И из-за того, что сформированная система моделирует именно психику человека, поэтому на рисунке 5 и показано то, что при входных данных, которые соответствуют данным ее устойчивых тенденций «верхнего» уровня, система может преимущественно представлять результат с учетом устойчивых тенденций «верхнего» уровня. Однако на рисунке 4 показано то, что если входные данные более соответствуют устойчивым тенденциям «нижнего» уровня базы знаний системы, то система все же может представить результат не только с учетом устойчивых тенденций «нижнего» уровня, а также с учетом устойчивых тенденций «верхнего» уровня. Это также возможно потому, что если человек осознает те информации, которые поступили в его осознание извне, и которые актуализируют, прежде всего, его устойчивые тенденции «нижнего» уровня, то он может принять решение и с учетом устойчивых тенденций «нижнего» уровня и с учетом устойчивых тенденций «верхнего» уровня. Поэтому на рисунке 4 и показано то, что система может представить результат на основе устойчивых тенденций «нижнего» уровня и «верхнего» уровня тогда, когда входные данные соответствуют устойчивым тенденциям «нижнего» уровня ее базы знаний.

Необходимо отметить то, что входными данными системы на основе устойчивых тенденций психики были результаты тестов-вопросников. Хотя входными данными системы могут быть и другие варианты тестов, например, арт-тесты. Однако маркетинговые анкеты часто предполагают ответы именно на вопросы. Кроме того, часто психодиагностические методики, состоящие из вопросов, могут обладать высоким уровнем валидности и надежности. При этом для того, чтобы система могла выбрать, например, товар или товары на основе устойчивых тенденций «нижнего» уровня и/или «верхнего» уровня, должны быть входные данные, которые взаимодействуют с такими данными устойчивых тенденций «нижнего» уровня и/или «верхнего» уровня базы знаний системы. Такими входными данными могут быть, например, результаты ответов

пользователя на тесты-вопросники. Также такими входными данными системы могут быть результаты пользователя по другим тестам. Однако важным является то, чтобы входными данными системы были, прежде всего, надежные данные [20].

С учетом того, какими могут быть входные данные, система также может формироваться только с учетом устойчивых тенденций «нижнего» уровня или «верхнего» уровня.

На рисунке 6 представлено то, каким образом система может работать, только применяя данные, представляющие устойчивые тенденции «нижнего» уровня.

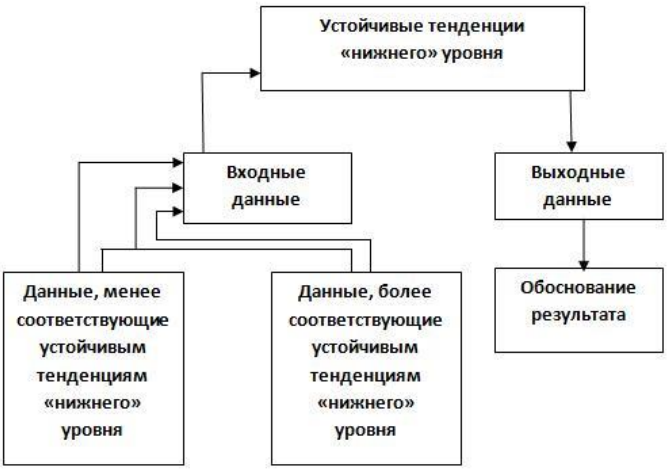


*Рисунок 6. Особенность работы системы на основе устойчивых тенденций «нижнего» уровня*

Если входные данные системы более соответствуют устойчивым тенденциям «нижнего» уровня, то часто достаточно, чтобы система предоставила пользователю результат только на основе устойчивых тенденций «нижнего» уровня. И из-за того, что устойчивые тенденции «нижнего» уровня могут проявляться у человека в различных возрастах, то такие тенденции могут позволить системе предоставить тот результат, который может быть актуальным для пользователя. Это возможно потому, что в базе знаний системы могут быть данные, представляющие устойчивые тенденции «нижнего» уровня и, так или иначе, относящиеся к различным возрастам развития психики человека. Соответственно, если пользователь предоставил входные данные для системы, например, прошел тестирование, и такие входные данные соотносятся с устойчивыми тенденциями «нижнего» уровня базы знаний системы, то этого может быть достаточно для системы, чтобы на протяжении месяцев, и даже лет или десятилетий предоставлять пользователю тот результат, который может быть актуальным для его психики.

Если входными данными системы, работающей за счет устойчивых тенденций психики, являются ответы на тесты-вопросники или другие тесты, то важным также может быть то, в какой последовательности такая система предоставляет пользователю такие тесты. Кроме того, актуальным является и то, когда система предоставляет пользователю возможность удалять определенные ответы или все ответы на вопросы тестов. За счет этого, пользователь может изменять свои ответы на тесты. Также важно, чтобы система предоставляла пользователю возможность сохранять ответы. Это необходимо потому, что пользователь может проходить тестирование определенное время. При этом разработанная система, учитывающая устойчивые тенденции психики, позволяет удалять ответы на вопросы, а также сохранять ответы на вопросы. Кроме того, данная система может сообщать пользователю, если он не ответил на все вопросы теста или тестов. При этом система может сообщить пользователю имя теста или тестов, в которых недостаточно ответов. В то же время, особенностью такой системы является то, что она может сообщить пользователю об отсутствии результата. Так если система не выявила подходящий для пользователя товар или подходящие товары, то она может сообщить ему об этом. Это достаточно важный момент потому, что для такой системы важно выявить именно подходящий для пользователя товар или подходящие товары.

Из-за того, что система, которая учитывает устойчивые тенденции психики, формируется с учетом исследований, преимущественно, в области психологии, а также междисциплинарных исследований, то данная система может моделировать для себя свое мнение о том, в норме ли является психика пользователя. Это также достаточно важный момент. Может быть так, что пользователь покупает товар или товары не потому, что они ему нужны, а из-за определенных особенностей его психики. Так, например, такая система может выявить определенные устойчивые тенденции психики пользователя, которые могут повлиять на его вес тела. Соответственно, система может предложить данному пользователю товар или товары меньшей калорийности. Либо система может вовсе сообщить пользователю о том, что она не выбрала подходящий для него товар или товары. Для такой системы важно бережное отношение к психике пользователя.

На рисунке 7 показано то, каким образом система может работать только с учетом устойчивых тенденций «верхнего» уровня.

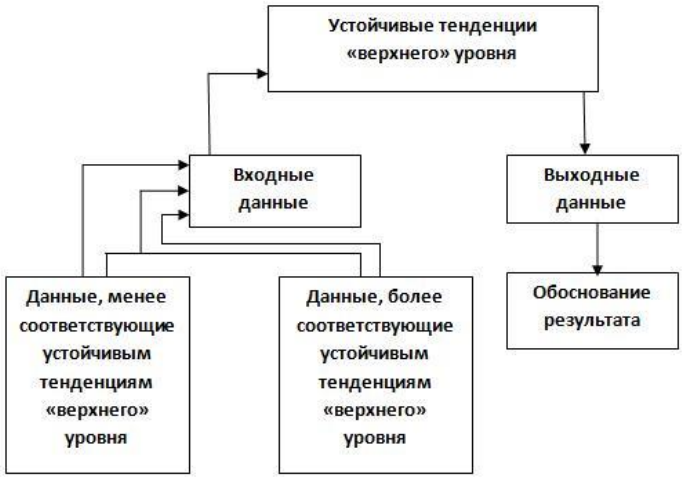


*Рисунок 7. Изображение структуры работы системы с учетом устойчивых тенденций «верхнего» уровня*

Различия между входными данными, которые, например, менее соответствуют или более соответствуют устойчивым тенденциям «верхнего» уровня базы знаний системы могут состоять в том, что они могут различным образом обрабатываться системой. Так если система ориентирована на обработку входных данных, которыми являются результаты тестов-вопросников, то система сама выявляет то, какие результаты тестов-вопросников влияют на ее запрос из базы знаний одних или других устойчивых тенденций «верхнего» уровня. Соответственно, может быть так, что входные данные, представляющие результаты тестов-вопросников, могут не повлиять на то, что система запросит из базы знаний данные, представляющие какую-нибудь определенную устойчивую тенденцию «верхнего» уровня. Тогда системе необходимо обработать такие входные данные за счет запроса из базы знаний другой устойчивой тенденции «верхнего» уровня или других устойчивых тенденций также «верхнего» уровня. Также система, если это предполагается в ее структуре, может смоделировать новую устойчивую тенденцию «верхнего» уровня или новые устойчивые тенденции «верхнего» уровня, чтобы обработать такие входные данные. Соответственно, тогда, когда система сразу находит в своей базе знаний данные, представляющие устойчивую тенденцию «верхнего» уровня или устойчивые тенденции «верхнего» уровня, то она может быстро обработать такие входные данные. В этом случае, такие входные данные могут более соответствовать устойчивой тенденции «верхнего» уровня или устойчивым тенденциям «верхнего» уровня ее базы знаний. При этом, если система не находит в своей базе знаний устойчивую тенденцию «верхнего» уровня или устойчивые тенденции «верхнего» уровня, которые бы сразу, по ее мнению, соответствовали входным данным, то такие входные данные могут менее соответствовать устойчивой тенденции «верхнего» уровня или устойчивым тенденциям «верхнего» уровня ее базы знаний. В этом случае, система все равно может обработать такие входные данные за счет другой устойчивой тенденции «верхнего» уровня или за счет других устойчивых тенденций «верхнего» уровня или смоделировать новую устойчивую тенденцию «верхнего» уровня или новые устойчивые тенденции «верхнего» уровня. И после такого моделирования, система может направить такие данные, представляющие новую устойчивую тенденцию «верхнего» уровня или новые устойчивые тенденции «верхнего» уровня, в свою базу знаний. То же самое возможно сказать о том, когда входные данные более или менее соответствуют устойчивым тенденциям «нижнего» уровня базы знаний системы. При этом система может одновременно рассматривать то, каким образом входные данные более или менее соотносятся с устойчивыми тенденциями «нижнего» уровня и более либо менее соотносятся с устойчивыми тенденциями «верхнего» уровня ее базы знаний.

Необходимо отметить то, что если база знаний системы, которая учитывает данные устойчивых тенденций психики, подробно представляет то, каким образом в различные возрастные периоды формируются устойчивые тенденции «нижнего» уровня и «верхнего» уровня, то такая система может с более высокой вероятностью смоделировать структуру устойчивых тенденций «нижнего» уровня и «верхнего» уровня и их взаимодействия, которые могут проявляться в психике пользователя [20].

Система, формирующаяся с учетом устойчивых тенденций психики, может развиваться за счет:

– увеличение количества устойчивых тенденций «нижнего» уровня;
– увеличение количества устойчивых тенденций «верхнего» уровня;
– усложнение устойчивых тенденций «нижнего» уровня;
– усложнение устойчивых тенденций «верхнего» уровня;
– увеличение количества взаимодействий между устойчивыми тенденциями «нижнего» уровня;

– увеличение количества взаимодействий между устойчивыми тенденциями «верхнего» уровня;

– усложнение взаимодействий между устойчивыми тенденциями «нижнего» уровня;

– усложнение взаимодействий между устойчивыми тенденциями «верхнего» уровня;

– увеличение количества взаимодействий между устойчивыми тенденциями «нижнего» уровня и устойчивыми тенденциями «верхнего» уровня;

– усложнение взаимодействий между устойчивыми тенденциями «нижнего» уровня и устойчивыми тенденциями «верхнего» уровня.

Система на основе данных устойчивых тенденций психики сформирована с учетом этики взаимодействия пользователей с такой системой. При этом каждый элемент системы был сформирован так, чтобы он соответствовал этике [20].

**Заключение**

В общем, важно отметить следующее. Так существуют различные типы информационных систем, которые могут определенным образом применяться в области интернет-маркетинга. Такие информационные системы могут дополнять друг друга тогда, когда используются для достижения какой-то цели. Кроме того, за счет их применения возможно автоматизировать то, что, прежде всего, может быть структурировано в маркетинговой деятельности и, в частности, в области интернет-маркетинга.

В области интернет-маркетинга также может применяться информационная система, учитывающая устойчивые тенденции психики человека, а именно, устойчивые тенденции «нижнего» уровня и «верхнего» уровня. Данная система может предлагать пользователю товар или товары, которые, с определенным уровнем вероятности, могли бы быть ему интересны.

Разработанная система, учитывающая устойчивые тенденции «нижнего» уровня и/или «верхнего уровня», может применяться не только в области интернет-маркетинга, а также и в других областях. При этом данная система может взаимодействовать с входными данными, которыми являются результаты тестов-вопросников. Особенно актуальными для системы могут быть входные данные, являющиеся результатами высоковалидных и высоконадежных тестов. За счет таких тестов, система может представить пользователю результат, прежде всего, с учетом устойчивых тенденций «нижнего» уровня, а также и с учетом устойчивых тенденций «верхнего» уровня. На основе результатов таких высоковалидных и высоконадежных тестов, система может подробно смоделировать структуру психики пользователя. При этом такая структура психики пользователя может быть мнением системы и, соответственно, вероятностью того, какой в действительности может быть структура психики пользователя. На основе этого система может предложить пользователю результат, соответствующий, по ее мнению, структуре его психики. При этом разработанная система может предлагать пользователю результаты в различных областях, в том числе, в области продаж. И, кроме того, при определенных изменениях обработки входных данных, разработанная система может взаимодействовать с тестами, которые не являются тестами-вопросниками, а также с аудио файлами и видео файлами и, в общем, с потоками данных. Однако для этого также может потребоваться усложнение устойчивых тенденций «нижнего» уровня и/или «верхнего» уровня и их взаимодействий между собой в базе знаний системы.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Александрова, Е.О. Дисплей плюс бумага: нейромаркетинговые аспекты предложения ускользающей информации / Е.О. Александрова и др. // Практический маркетинг. – 2018. – №10 (260). – С. 24-28.

2. Александрова, И.Ю. Методология маркетингового исследования интернет-пользователей / И.Ю. Александрова // E-Management. – 2019. – №1. – С. 7-18.

3. Алексеева, Н.В. Методы повышения эффективности продаж на основе аналитических компонентов интернет-маркетинга / Н.В. Алексеева и др. // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. – 2019. – №1. – С. 8-15.

4. Арендачук, И.В. Самооценка и Я-концепция как факторы межличностных отношений подростков / И.В. Арендачук // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Акмеология образования. Психология развития. – 2017. – №4 (6). – С. 356-360.

5. Бахолдина, В.Ю. Конституциональный тип и самооценка у детей и подростков / В.Ю. Бахолдина и др. // Вестник Московского университета. Серия 23: Антропология. – 2010. – №2. – С. 44-54.

6. Брутян, М.М. Цифровая революция в маркетинге / М.М. Брутян // Практический маркетинг. – 2019. – №2 (264). – С. 3-15.

7. Ветрова, И.И. Развитие регуляции поведения в подростковом возрасте: соотношение стратегий совладания, контроля поведения и психологических защит / И.И. Ветрова // Вестник Томского государственного университета. – 2010. – №339. – С. 135-138.

8. Данько, Т.П. Вопросы развития цифрового маркетинга / Т.П. Данько, О.В. Китова // Проблемы современной экономики. – 2013. – №3 (47). – С. 261-265.

9. Ивин, В.В. О необходимости разработки системы статистического мониторинга коньюнктуры товарного рынка / В.В. Ивин // Практический маркетинг. – 2012. – №9 (187). – С. 23-27.

10. Калужский, М.Л. Инновационные формы продаж в электронной коммерции / М.Л. Калужский // Практический маркетинг. – 2013. – №4 (194). – С. 23-34.

11. Калужский, М.Л. Трансформация маркетинга в электронной коммерции / М.Л. Калужский // Практический маркетинг. – 2013. – №1 (191). – С. 4-16.

12. Кулагина, О.В. Формирование маркетинговой концепции рынка образовательных услуг в высших учебных заведениях / О.В. Кулагина, К.И. Енина // Вестник НГИЭИ. – 2016. – №1 (56). – С. 65-72.

13. Курманов, Н.В. Методика проведения маркетингового аудита Интернет-ресурса / Н.В. Курманов // Практический маркетинг. – 2012. – №1 (179). – С. 37-40.

14. Ласковец, С.В. Маркетинговые исследования в процессе формирования образовательного продукта вуза / С.В. Ласковец // Интернет-журнал «Науковедение». –2014. – №6 (25). – С. 135.

15. Нетёсова, А.В. Маркетинговые исследования факторов и мотивов потребительского выбора на рынке образовательных услуг / А.В. Нетёсова // Интернет-журнал «Науковедение». 2014. №2 (21). С. 64.

16. Осовцев, В.А. Информационная кибернетическая модель стратегического маркетинга / В.А. Осовцев, М.В. Рыков // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2015. – №2 (50). – С. 49-56.

17. Осовцев, В.А. Кибернетическая модель адаптации типов маркетинга к ситуациям спроса / В.А. Осовцев, М.В. Рыков // Практический маркетинг. – 2013. – №10 (200). – С. 9-14.

18. Поляков, Л.М. Механизмы мотивации достижения у подростков с нормальным и диспластичным телосложением / Л.М. Поляков, И.Е. Киришева // Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР: материалы XII Международной научно - практической конференции студентов, аспирантов и молодых исследователей (выпуск 3). Владивосток. – 2010. – С. 285-286.

19. Поляков, Л.М. Особенности проявлений мотивации достижения подростка / Л.М. Поляков // Новое слово в науке и практике: гипотезы и апробация результатов исследований. Сборник материалов XXVIII Международной научно-практической конференции. Новосибирск. – 2017. – С.67-76.

20. Поляков, Л.М. Программная оболочка для создания интеллектуальных систем по выбору специальностей / Л.М. Поляков // Магистерская диссертация. Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. Владивосток. – 2018. – 86 с. (рукопись)

21. Преснецова, В.Ю. Использование информационных технологий при управлении ВУЗом / В.Ю. Преснецова, Ю.А. Демина // Современные информационные технологии и ИТ-образование. – 2012. – №8. – С. 441-446.

22. Расулев, А.Ф. Электронная коммерция как фактор инновационного развития экономики строительной отрасли / А.Ф. Расулев и др. // Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость. – 2018. – №3. – С. 32-44.

23. Сандракова, И.В. Контроллинг маркетинга и информационная безопасность торгового предприятия / И.В. Сандракова и др. // Практический маркетинг. – 2014. –№9 (211). – С. 23-29.

24. Серов, И.Е. Прогнозирование вероятности запоминания логотипов неизвестных брендов по объективным электрофизиологическим показателям / И.Е. Серов и др. // Практический маркетинг. – 2019. – №5 (267). – С. 3-10.

25. Силаева, В.В. Маркетинговые исследования на рынке образовательных услуг как инструмент повышения конкурентоспособности вуза / В.В. Силаева // Вестник Брянского государственного университета. – 2012. – №3-2. – С. 143-147.

26. Стефанова, Н.А. Цифровой маркетинг вуза / Н.А. Стефанова, К.О. Шматок // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2019. – №2 (27). – С. 381-384.

27. Тимофеева, Г.В. Рынок образовательных услуг вузов: анализ предложения и спроса / Г.В. Тимофеева, Н.С. Мушкетова // Экономический анализ: теория и практика. –2014. – №27 (378). – С. 44-55.

28. Чернобровкина, С.В. Я-концепция и самооценка как факторы образа взрослости и самооценки взрослости у подростков-спортсменов и подростков, не занимающихся спортом / С.В. Чернобровкина, Е.К. Суворова // Вестник Омского университета. Серия «Психология». – 2015. – №1. – С. 51-66.

29. Шеметова, Н.К. Формирование маркетинговой стратегии вуза: классификация факторов / Н.К. Шеметова // Образование и наука. – 2012. – №9 (98). – С. 44-56.

30. Шурчкова, Ю.В. Состав и структура комплекса маркетинговых коммуникаций, реализуемых в сети Интернет / Ю.В. Шурчкова // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО – 2011. – №7. – С. 116-120.

31. Яковлев, А.А. Эффективность интернет-маркетинга. С чего начать / А.А. Яковлев // Практический маркетинг. – 2008. – №6 (136). – С. 22-27.

32. Bakadorova, O. Do socio-motivational relationships predict achievement motivation in adolescents with high and low school self-concepts? / O. Bakadorova, D. Raufelder // The Journal of Educational Research. – 2016. – no 3. DOI: 10.1080/00220671.2014.942031.

33. Cadenas-Sanchez, C. Association of cardiorespiratory fitness with achievement motivation in physical education in adolescents / C. Cadenas-Sanchez et al. // International Journal of Environmental Research and Public Health. – 2021. – no 18. DOI: 10.3390/ijerph18052317.

34. Hardy, L. Contribution of organized and nonorganized activity to children's motor skills and fitness / L. Hardy et al. // Journal of School Health. – 2014. – no 84. DOI: 10.1111/josh.12202.

35. Klasnja, A. The effects of regular physical activity and playing video games on reaction time in adolescents / A. Klasnja et al. // International Journal of Environmental Research and Public Health. – 2022. – no 19. DOI: 10.3390/ijerph19159278.

36. Koukova, N. Multiformat digital products: How design attributes interact with usage situations to determine choice / N. Koukova et al. // Journal of Marketing Research. – 2012. – no 1. DOI: 10.1509/jmr.10.0058.

37. Núñez, J. Influence of physical self-concept and motivational processes on moderate-to-vigorous physical activity of adolescents / J. Núñez et al. // Frontiers in Psychology. – 2021. – no 12. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.685612.

38. Sánchez-Miguel, P. The mediating role of the self-concept between the relationship of the body satisfaction and the intention to be physically active in primary school students / P. Sánchez-Miguel et al. // Frontiers in Public Health. – 2020. – no 8. DOI: 10.3389/fpubh.2020.00113.

39. Schier, A. An online tool for student assignment selection / A. Schier, D. Shields // Same places, different spaces. International conference. Auckland. – 2009. – P. 934-941.

40. Schimmelpfenning, F. Effects of the teacher-student relationship on the learning and achievement motivation of high-tracking school students in adolescence / F. Schimmelpfenning // European Journal of Psychology of Education. – 2025. – no 40. DOI: 10.1007/s10212-025-00952-8.

41. Shao, Y. Teacher support and secondary school students' learning engagement: A moderated mediation model / Y. Shao et al. // Scientific Reports. – 2025. – no 15. DOI: 10.1038/s41598-025-87366-0.

42. Zhang, X. The effect of social support on academic performance among adolescents: The chain mediating roles of self-efficacy and learning engagement / X. Zhang, W. Qian // PLoS ONE. – 2024. – no 19. DOI: 10.1371/journal.pone.0311597.

43. Zhao, Y. Self-esteem and academic engagement among adolescents: A moderated mediation model / Y. Zhao et al. // Frontiers in Psychology. – 2021. – no 12. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.690828.

## REFERENCES

1. Aleksandrova E.O. *Displej plyus bumaga: nejromarketingovye aspekty predlozheniya uskol'zayushchej informatsii* [Screen and paper: Neuromarketing aspects of the offer of elusive information]. *Prakticheskij marketing* [Practical Marketing]. 2018. no 10 (260). pp. 24-28 (In Russ.).

2. Aleksandrova I.Yu. *Metodologiya marketingovogo issledovaniya internet-pol'zovatelej* [Methodology of a marketing research of internet-users]. *E-Management* [E-Management]. 2019 no 1. pp. 7-18 (In Russ.).

3. Alekseeva N.V. *Metody povysheniya effektivnosti prodazh na osnove analiticheskikh komponentov internet-marketinga* [Methods of increasing sales efficiency on the basis of analytical components of Internet marketing]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Ekonomika* [Bulletin of Moscow State Regional University. Series: Economics]. 2019. no 1. pp. 8-15 (In Russ.).

4. Arendachuk I.V. *Samootsenka i Ya-kontseptsiya kak faktory mezhlichnostnykh otnoshenij podrostkov* [Self-esteem and self-concept as factors of interpersonal relations among teenagers]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Akmeologiya obrazovaniya. Psikhologiya razvitiya.* [Izvestiya of Saratov University. Educational Acmeology. Developmental Psychology]. 2017. no 4 (6). pp. 356-360 (In Russ.).

5. Bakholdina V.Y. *Konstitutsional'nyj tip i samootsenka u detej i podrostkov* [Constitutional type and self-estimation in children and adolescents]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 23: Antropologiya* [Lomonosov Journal of Anthropology]. 2010. no 2. pp. 44-54 (In Russ.).

6. Brutyan M.M. *Tsifrovaya revolyutsiya v marketing* [Digital revolution in marketing]. *Prakticheskij marketing* [Practical Marketing]. 2019. no 2 (264). pp. 3-15 (In Russ.).

7. Vetrova I.I. *Razvitie regulyatsii povedeniya v podrostkovom vozraste: sootnoshenie strategij sovladaniya, kontrolya povedeniya i psikhologicheskikh zashchit* [Development of behaviour regulation in adolescence: The correlation between behaviour coping, control and defence mechanisms]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* [Tomsk State University Journal]. 2010. no 339. pp. 135-138 (In Russ.).

8. Dan'ko T.P., Kitova O.V. *Voprosy razvitiya tsifrovogo marketinga* [Issues in development of the digital marketing]. *Problemy sovremennoj ekonomiki* [Problems of modern economics]. 2013. no 3 (47). pp. 261-265 (In Russ.).

9. Ivin V.V. *O neobkhodimosti razrabotki sistemy statisticheskogo monitoringa kon'yunktury tovarnogo rynka* [About the need to develop a system for statistical monitoring of the commodity market conditions]. *Prakticheskij marketing* [Practical Marketing]. 2012. no 9 (187). pp. 23-27 (In Russ.).

10. Kaluzhskij M.L. *Innovatsionnye formy prodazh v elektronnoj kommertsii* [Innovative forms of sales in the e-commerce]. *Prakticheskij marketing* [Practical Marketing]. 2013. no 4 (194). pp. 23-34 (In Russ.).

11. Kaluzhskij M.L. *Transformatsiya marketinga v elektronnoj kommertsii* [Transformation of marketing in the e-commerce]. *Prakticheskij marketing* [Practical Marketing]. 2013. no 1 (191). pp. 4-16 (In Russ.).

12. Kulagina O.V., Enina K.I. *Formirovanie marketingovoj kontseptsii rynka obrazovatel'nykh uslug v vysshikh uchebnykh zavedeniyakh* [Formation of the marketing concept of the market of educational services in higher educational institutions]. *Vestnik NGIEI* [Bulletin NGIEI}. 2016. no 1 (56). pp. 65-72 (In Russ.).

13. Kurmanov N.V. *Metodika provedeniya marketingovogo audita Internet-resursa* [The methodology of the marketing audit of the Internet resource]. *Prakticheskij marketing* [Practical Marketing]. 2012. no 1 (179). pp. 37-40 (In Russ.).

14. Laskovets S.V. *Marketingovye issledovaniya v protsesse formirovaniya obrazovatel'nogo produkta vuza* [Market research during the formation of the university's educational product]. *Internet-zhurnal «Naukovedenie»* [Online journal "Science Studies"]. 2014. no 6 (25). P. 135 (In Russ.).

15. Netyosova A.V. *Marketingovye issledovaniya faktorov i motivov potrebitel'skogo vybora na rynke obrazovatel'nykh uslug* [Market research of factors and motives of consumer choice in the market of educational services]. *Internet-zhurnal «Naukovedenie»* [Online journal "Science Studies"]. 2014. no 2 (21). P. 64 (In Russ.).

16. Osovtsev V.A., Rykov M.V. *Informatsionnaya kiberneticheskaya model' strategicheskogo marketinga* [Information cybernetic model of strategic marketing]. *Vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta (RINKh)* [Vestnik of Rostov State University of Economics]. 2015. no 2 (50). pp. 49-56 (In Russ.).

17. Osovtsev V.A., Rykov M.V. *Kiberneticheskaya model' adaptatsii tipov marketinga k situatsiyam sprosa* [Cybernetic model of adaptation of types of marketing to demand situations]. *Prakticheskij marketing* [Practical Marketing]. 2013. no 10 (200). pp. 9-14 (In Russ.).

18. Polyakov L.M., Kirisheva I.E. *Mekhanizmy motivatsii dostizheniya u podrostkov s normal'nym i displastichnym teloslozheniem* [Mechanisms of achievement motivation in adolescents with normal and dysplastic physique]. *Intellektual'nyj potentsial vuzov – na razvitie Dal'nevostochnogo regiona Rossii i stran ATR: materialy XII Mezhdunarodnoj nauchno -prakticheskoj konferentsii studentov, aspirantov i molodykh issledovatelej* [Intellectual potential of universities for the development of the Russian Far East and Asia-Pacific countries: Proceedings of the XII International scientific and practical conference of students, postgraduates and young researchers]. Issue 3. Vladivostok. 2010. pp. 285-286 (In Russ.).

19. Polyakov L.M. *Osobennosti proyavlenij motivatsii dostizheniya podrostka* [Features of manifestations of achievement motivation in a teenager]. *Novoe slovo v nauke i praktike: gipotezy i aprobatsiya rezul'tatov issledovanij. Sbornik materialov XXVIII Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferentsii* [A New word in science and practice: Hypotheses and testing of research results. Proceedings of the XXVIII International scientific and practical conference]. Novosibirsk. 2017. pp. 67-76 (In Russ.).

20. Polyakov L.M. *Programmnaya obolochka dlya sozdaniya intellektual'nykh sistem po vyboru spetsial'nostej* [A software shell for creating intelligent systems for a selection of specialties]. *Magisterskaya dissertatsiya* [Master's thesis].VSUES. Vladivostok. 2018. P 86. (unpublished work) (In Russ.).

21. Presnetsova V.Yu., Demina Yu.A. *Ispol'zovanie informatsionnykh tekhnologij pri upravlenii VUZom* [Use of information technology in university management]. *Sovremennye informatsionnye tekhnologii v IT-obrazovanie* [Modern information technologies and IT education]. 2012. no 8. pp. 441-446 (In Russ.).

22. Rasulev A.F. *Elektronnaya kommertsiya kak faktor innovatsionnogo razvitiya ekonomiki stroitel'noj otrasli* [Electronic commerce as a factor of innovative economic development in the construction industry]. *Izvestiya vuzov. Investitsii. Stroitel'stvo. Nedvizhimost'* [Proceedings of Universities. Investment. Construction. Real Estate]. 2018. no 3. pp. 32-44 (In Russ.).

23. Sandrakova I.V. *Kontrolling marketinga i informatsionnaya bezopasnost' torgovogo predpriyatiya* [Marketing controlling and enterprise information security]. *Prakticheskij marketing* [Practical Marketing]. 2014. no 9 (211). pp. 23-29 (In Russ.).

24. Serov I.E. *Prognozirovanie veroyatnosti zapominaniya logotipov neizvestnykh brendov po ob"ektivnym elektrofiziologicheskim pokazatelyam* [Prediction of the unknown brands' logos memorability based on objective electrophysiological characteristics]. *Prakticheskij marketing* [Practical Marketing]. 2019. no 5 (267). pp. 3-10 (In Russ.).

25. Silaeva V.V. *Marketingovye issledovaniya na rynke obrazovatel'nykh uslug kak instrument povysheniya konkurentosposobnosti vuza* [Market researches in the market of educational services as instrument of increase of competitiveness of higher education institution]. *Vestnik Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Bryansk State University]. 2012. no 3-2. pp. 143-147 (In Russ.).

26. Stefanova N.A., Shmatok K.O. *Tsifrovoj marketing vuza* [Digital marketing university]. *Azimut nauchnykh issledovanij: ekonomika i upravlenie* [Azimuth of Scientific Research: Economics and Administration]. 2019. no 2 (27). pp. 381-384 (In Russ.).

27. Timofeeva G.V., Mushketova N.S. Rynok obrazovatel′nykh uslug vuzov: analiz predlozheniya i sprosa [The market of educational services of universities: An analysis of supply and demand]. Ekonomicheskij analiz: teoriya i praktika [Economic Analysis: Theory and Practice]. 2014. no 27 (378). pp. 44-55 (In Russ.).

28. Chernobrovkina S.V., Suvorova E.K. *Ya-kontseptsiya i samootsenka kak faktory obraza vzroslosti i samootsenki vzroslosti u podrostkov-sportsmenov i podrostkov, ne zanimayushchikhsya sportom* [Self-concept and self-esteem as factors image self adulthood teenagers-athletes and teenagers not involved in sports]. *Vestnik Omskogo universiteta. Seriya «Psikhologiya»* [Herald of Omsk University. Series "Psychology"]. 2015. no 1. pp. 51-66 (In Russ.).

29. Shemetova N.K. *Formirovanie marketingovoj strategii vuza: klassifikatsiya faktorov* [Higher school marketing strategy formation: Classifying the factors]. *Obrazovanie i nauka* [Education and Science]. 2012. no 9 (98). pp. 44-56 (In Russ.).

30. Shurchkova Yu.V. *Sostav i struktura kompleksa marketingovykh kommunikatsij, realizuemykh v seti Internet* [Structure of the marketing communications implemented in the Internet]. *Ekonomika, statistika i informatika. Vestnik UMO* [Economics, Statistics, and Informatics. UMO Bulletin]. 2011. no 7. pp. 116-120 (In Russ.).

31. Yakovlev A.A. *Effektivnost' internet-marketinga. S chego nachat'* [The effectiveness of Internet marketing. Where to start]. *Prakticheskij marketing* [Practical Marketing]. 2008. no 6 (136). pp. 22-27 (In Russ.).

32. Bakadorova O. Do socio-motivational relationships predict achievement motivation in adolescents with high and low school self-concepts? The Journal of Educational Research. 2016. no 3. DOI: 10.1080/00220671.2014.942031 (In English).

33. Cadenas-Sanchez C. Association of cardiorespiratory fitness with achievement motivation in physical education in adolescents. International Journal of Environmental Research and Public Health. 2021. no 18. DOI: 10.3390/ijerph18052317 (In English).

34. Hardy L. Contribution of organized and nonorganized activity to children's motor skills and fitness. Journal of School Health. 2014. no 84. DOI: 10.1111/josh.12202 (In English).

35. Klasnja A. The effects of regular physical activity and playing video games on reaction time in adolescents. International Journal of Environmental Research and Public Health. 2022. no 19. DOI: 10.3390/ijerph19159278 (In English).

36. Koukova N. Multiformat digital products: How design attributes interact with usage situations to determine choice. Journal of Marketing Research. 2012. no 1. DOI: 10.1509/jmr.10.0058 (In English).

37. Núñez J. Influence of physical self-concept and motivational processes on moderate-to-vigorous physical activity of adolescents. Frontiers in Psychology. 2021. no 12. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.685612 (In English).

38. Sánchez-Miguel P. The mediating role of the self-concept between the relationship of the body satisfaction and the intention to be physically active in primary school students. Frontiers in Public Health. 2020. no 8. DOI: 10.3389/fpubh.2020.00113 (In English).

39. Schier A. An online tool for student assignment selection. Same places, different spaces. International conference. Auckland. 2009. P. 934-941 (In English).

40. Schimmelpfenning F. Effects of the teacher-student relationship on the learning and achievement motivation of high-tracking school students in adolescence. European Journal of Psychology of Education. 2025. no 40. DOI: 10.1007/s10212-025-00952-8 (In English).

41. Shao Y. Teacher support and secondary school students' learning engagement: A moderated mediation model. Scientific Reports. 2025. no 15. DOI: 10.1038/s41598-025-87366-0 (In English).

42. Zhang X. The effect of social support on academic performance among adolescents: The chain mediating roles of self-efficacy and learning engagement. PLoS ONE. 2024. no 19. DOI: 10.1371/journal.pone.0311597 (In English).

43. Zhao Y. Self-esteem and academic engagement among adolescents: A moderated mediation model. Frontiers in Psychology. 2021. no 12. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.690828 (In English).

*Материал поступил в редакцию 03.02.26*

# FEATURES OF INFORMATION TECHNOLOGY APPLICATIONS IN THE FIELD OF INTERNET MARKETING

**L.M. Polyakov,** Master
Vladivostok State University
(690014, Russia, Vladivostok, Gogol St., 41)
E-mail: l.poliakov89@mail.ru

***Abstract.*** *In this study, some attention was paid to the role of information technology in marketing activities. In particular, we studied the types of various information systems used in marketing activities. It also discusses how such information systems can interact with the user. In addition, an information system is presented, which is based on certain stable trends in the manifestations of the human psyche. At the same time, this system can support the user's decision-making when purchasing goods. And also in this study it is considered in which areas this system can be applied.*

***Keywords:*** *marketing, information technology, expert system, decision-making.*

*Для заметок*

***Для заметок***

# Педагогика & Психология. Теория и практика / Pedagogy & Psychology. Theory and practice

## Международный научный журнал

№ 1 (63), февраль / 2026

Адрес редакции:
Россия, 400081, г. Волгоград, ул. Ангарская, 17 «Г», оф. 312.
E-mail: scippjournal@mail.ru
http://scippjournal.ru/

Изготовлено в типографии ИП Ростова И.А.
Адрес типографии:
Россия, 400121, г. Волгоград, ул. Академика Павлова, 12

Учредитель (Издатель): ООО «Научное обозрение»
Адрес: Россия, 400094, г. Волгоград, ул. Перелазовская, 28.
E-mail: scippjournal@mail.ru
http://scippjournal.ru
ISSN 2412-8201

Главный редактор: Теслина Ольга Владимировна
Ответственный редактор: Панкратова Елена Евгеньевна

Редакционная коллегия:
Шадрин Николай Семенович, доктор психологических наук, кандидат философских наук
Боброва Людмила Владимировна, кандидат технических наук
Водяненко Галина Рудольфовна, кандидат педагогических наук
Коваленко Татьяна Анатольевна, кандидат технических наук
Корнева Ирина Павловна, кандидат технических наук
Ларионов Максим Викторович, доктор биологических наук
Камолов Ифтихор Бахтиёрович, доктор философии (PhD) педагогических наук
Сулейманов Сулейман Файзуллаевич, кандидат медицинских наук
Саидова Камола Усканбаевна, кандидат философских наук,
Исламов Сохиб Яхшибекович, доктор сельскохозяйственных наук
Плахтиев Анатолий Михайлович, доктор технических наук
Хужаназаров Уктам Эштемирович, кандидат биологических наук
Эргашев Рустам Рахимович, доктор технических наук
Сеилбеков Бердияр Бахиевич, кандидат экономический наук
Джуманов Шерзод Сафаралиевич, PhD физико-математических наук,
Джумонов Дилшод Сафаролиевич, доктор экономических наук
Киличева Феруза Бешимовна, кандидат педагогических наук
Барабанов Родион Евгеньевич, доктор философии (Ph.D.), кандидат психологических наук
Миразанашвили Нодар Георгиевич, доктор педагогических наук

Редакционный совет:
Песков Вадим Павлович, кандидат психологических наук
Хамракулов Абдуллажон Кадирович, кандидат технических наук
Дусмуратов Ганийбай Давлетбаевич, кандидат экономических наук
Нормуминов Жахонгир Абдусамиевич, PhD технических наук
Сиддиков Зохид Тулкинович, кандидат экономический наук
Худаяров Бердирасул Мирзаевич, доктор технических наук
Таджибаев Икрам Уралбаевич, кандидат физико-математических наук

Подписано в печать 24.02.2026 г. Дата выхода в свет: 09.03.2026 г.
Формат 60x84/8. Бумага офсетная.
Гарнитура Times New Roman. Заказ № 77. Свободная цена. Тираж 100.