



**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru

ISSN 2618-6845



**LXXII Студенческая международная
заочная научно-практическая
конференция**

**ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ.
СТУДЕНЧЕСКИЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ
№2(72)**

г. МОСКВА, 2024



ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ. СТУДЕНЧЕСКИЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ

*Электронный сборник статей по материалам LXXII студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 2 (72)
Февраль 2024 г.

Издается с февраля 2018 года

Москва
2024

УДК 009
ББК 6\8
Г94

Председатель редколлегии:

Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

Волков Владимир Петрович – кандидат медицинских наук, рецензент ООО «СибАК»;

Елисеев Дмитрий Викторович – кандидат технических наук, доцент, начальник методологического отдела ООО «Лаборатория институционального проектного инжиниринга»;

Захаров Роман Иванович – кандидат медицинских наук, врач психотерапевт высшей категории, кафедра психотерапии и сексологии Российской медицинской академии последиplomного образования (РМАПО) г. Москва;

Зеленская Татьяна Евгеньевна – кандидат физико-математических наук, доцент, кафедра высшей математики в Югорском государственном университете;

Карпенко Татьяна Михайловна – кандидат философских наук, рецензент ООО «СибАК»;

Копылов Алексей Филиппович – кандидат технических наук, доц. кафедры Радиотехники Института инженерной физики и радиоэлектроники Сибирского федерального университета, г. Красноярск;

Костылева Светлана Юрьевна – кандидат экономических наук, кандидат филологических наук, доц. Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), г. Москва;

Попова Наталья Николаевна – кандидат психологических наук, доцент кафедры коррекционной педагогики и психологии института детства НГПУ;

Г94 Гуманитарные науки. Студенческий научный форум. Электронный сборник статей по материалам LXXII студенческой международной научно-практической конференции. – Москва: Изд. «МЦНО». – 2024. – № 2 (72) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [https://nauchforum.ru/archive/SNF_humanities/2\(72\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/SNF_humanities/2(72).pdf)

Электронный сборник статей I студенческой международной научно-практической конференции «Гуманитарные науки. Студенческий научный форум» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

Оглавление

Секция 1. Педагогика	4
ЭФФЕКТИВНЫЕ ПРИЕМЫ МЕТОДИЧЕСКОГО РУКОВОДСТВА, КАК СПОСОБ ОРГАНИЗАЦИИ КОМФОРТНОЙ СРЕДЫ ДОШКОЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ Осипова Екатерина Валентиновна Башинова С.Н.	4
ПЛАСТИЛИНОГРАФИЯ В РАБОТЕ ЛОГОПЕДА С МЛАДШИМИ ШКОЛЬНИКАМИ С ТЯЖЕЛЫМИ НАРУШЕНИЯМИ РЕЧИ Рудикова Светлана Юрьевна Юламанова Виктория Геннадьевна Чиркова Наталья Ивановна	9
НЕКОТОРЫЕ ВЕХИ В ИСТОРИИ ОБУЧЕНИЯ КИТАЙСКОМУ ЯЗЫКУ В РОССИИ Серов Матвей Денисович Чжоу Фаньци	12
Секция 2. Психология	16
ОСОБЕННОСТИ СТРЕССОУСТОЙЧИВОСТИ ПОДРОСТКОВ ИЗ МОБИЛИЗОВАННЫХ СЕМЕЙ Имашева Фатима Азаматовна Забродина Татьяна Игорьевна	16
ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ САМООЦЕНКИ ПОДРОСТКОВ В МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЯХ Имашева Фатима Азаматовна Забродина Татьяна Игорьевна	19
ОСОБЕННОСТИ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ЮНОШЕСКОМ ВОЗРАСТЕ Ким Алеся Сергеевна Забродина Татьяна Игорьевна	22
ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ БЛАГОПОЛУЧИЕ И ЗДОРОВЬЕ Ким Алеся Сергеевна Забродина Татьяна Игорьевна	26
Секция 3. Филология	30
БУДУЩЕЕ КАЗАХСТАНА В ГОСУДАРСТВЕННОМ ЯЗЫКЕ Қалыбек Саттар Тишбекұлы Бекхожин Ильяс Аманжолович Жаманова Жанар Жексенбаевна	30
ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ БЬЮТИ-ПРОДУКЦИИ Мельниченко Ольга Леонидовна Дронякина Надежда Владимировна	36

СЕКЦИЯ 1.

ПЕДАГОГИКА

ЭФФЕКТИВНЫЕ ПРИЕМЫ МЕТОДИЧЕСКОГО РУКОВОДСТВА, КАК СПОСОБ ОРГАНИЗАЦИИ КОМФОРТНОЙ СРЕДЫ ДОШКОЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Осипова Екатерина Валентиновна

*магистрант,
ФГАОУ ВО Казанский (Приволжский) федеральный университет,
институт психологии и образования,
РФ, г. Казань*

Башинова С.Н.

*научный руководитель, канд. психол. наук, доцент,
доц. кафедры дошкольного образования,
ФГАОУ ВО Казанский (Приволжский) федеральный университет,
институт психологии и образования,
РФ, г. Казань*

Аннотация. Данная статья посвящена проблеме поиска новых способов методического сопровождения организации комфортной психологической среды в дошкольной организации. В статье представлены методики, результаты диагностик дошкольных образовательных организаций по определению уровня комфортности среды, Описаны формы работ по повышению ее уровня в дошкольных образовательных организациях.

Ключевые слова: благоприятная среда, дошкольное образование, методическое руководство, управление, психологический климат, дошкольная образовательная организация.

Актуальность исследования заключается в том, что хорошая работа дошкольной образовательной организации зависит от множества различных факторов. Это и правильная организация образовательной деятельности и материальное оснащение детского сада, и актуальная программа детского сада,

направленная на развитие личностных качеств детей, их творческих способностей. Безусловно, в настоящее время этому уделяется большое внимание. Но самое главное – это люди, работающие в этой образовательной организации, их взаимоотношения между собой, отношение и стиль общения с детьми. Для того, чтобы дети могли полноценно развиваться, необходимо создать благоприятную психологическую среду в дошкольной организации.

В понятие комфортной психологической среды дошкольной образовательной организации входит много субъектов – это и педагоги, и дети, и родители, и другие специалисты детского сада. Отдельное место занимает безопасная среда в дошкольной образовательной организации, а так же в помощь педагогам всегда есть большой набор цифровых технологий, а так же огромное количество разнообразных средств для самостоятельного поиска информации детьми и родителями, но все же, по нашему мнению самое важное место в создании общей благоприятной атмосферы в дошкольной организации занимают педагоги, именно от их эмоционального состояния зависит атмосфера в группе, в детском саду.

Проблемой формирования благоприятной развивающей среда посвящены исследования и монографии многих ученых из разных областей. Отдельное внимание хочется уделить таким авторам, как К.Г. Кретчетников, И.А. Баева, А.К. Ишмекеева, О.Н. Кибирева. В связи с новыми изменениями в обществе, появлением новых стандартов в образовании, возникла проблема разработки новых, более совершенных методов организации комфортной среды в дошкольной образовательной организации.

В связи с этим, проблема исследования состоит в поиске новых способов методического руководства организации комфортной среды в дошкольной организации, которые позволяют решать задачу становления и совершенствования благоприятной и комфортной среды для всех участников образовательного процесса.

Цель работы – теоретически обосновать и экспериментально проверить методику организации комфортной среды в дошкольной образовательной организации.

Объект исследования – комфортная среда в дошкольной образовательной организации

Предмет исследования – методическое руководство работой по организации комфортной среды в дошкольной образовательной организации.

Задачи работы:

1. Изучить психолого-педагогическую литературу по проблеме.
2. Выделить методические приемы организации комфортной среды в ДОО.
3. Экспериментально проверить эффективность методических приемов организации комфортной среды в ДОО.

Для подробного изучения проблемы поиска новых способов методического руководства организацией комфортной среды в дошкольной организации нами планируется провести педагогический эксперимент, который будет состоять из констатирующего, формирующего, контрольного этапов.

Констатирующий этап заключается в первичной проверке уровня благоприятного психологического состояния воспитателей контрольной и экспериментальной группы.

Диагностику воспитателей планируем провести в трех этапах:

- первый этап будет направлен на выявление уровня групповой сплоченности воспитателей;
- второй этап будет направлен на выявление уровня удовлетворенности своей работой.
- третий этап заключается в выявлении уровня оценки благоприятности и комфортности среды по мнению родителей.

Первый этап будет проводиться на основе диагностической методики определения индекса групповой сплоченности по Сизору, который покажет, индекс групповой сплоченности коллектива. Так как только сплоченный коллектив может в достаточной мере обеспечить выполнение поставленных образовательных и воспитательных задач, а также обеспечить высокий уровень комфортности среды.

Второй этап будет проводиться на основе диагностической методики оценки удовлетворенности своей работой по Язову, для того, что определить уровень влияния личности педагога на создание комфортной среды .

Критериями оценивания будут:

- 1) удовлетворенность организацией, где вы работаете
- 2) удовлетворенность физическими условиями
- 3) удовлетворенность работой
- 4) удовлетворенность слаженностью действий сотрудников
- 5) удовлетворенность стилем руководства начальника
- 6) удовлетворенность профессиональной компетентностью начальника
- 7) удовлетворенность зарплатой
- 8) общая удовлетворенность

В результате проведенной диагностики будет выявлено, каков средний балл по организации.

Однако, для полного выявления удовлетворенности климатом в коллективе недостаточно просто проверить коллектив на предмет удовлетворенности работой и определить сплоченность коллектива, необходимо узнать как оценивают уровень благоприятности и комфортности среды родители, для этого мы планируем провести анкетирование среди родителей дошкольной образовательной организации.

При анализе полученных результатов по третьей методике мы получим данные об оценке комфортной среды по мнению родителей.

Кроме этого, мы планируем провести наблюдение за качеством образовательной деятельности в дошкольной образовательной организации, используя шкалы ECERS. Это должно дать нам объективную оценку качества образовательного процесса, а частности организации комфортной среды.

Формирующий этап будет направлен на методическую работу с воспитателями экспериментальной группы по повышению общей комфортной среды. Для этого мы планируем разработать комплекс методических мероприятий,

туда будут включены различные виды методической работы: семинары – практикумы, беседы, деловые игры, арт – терапевтические техники и приемы.

Для проверки проведенной работы в формирующем этапе по формированию комфортной среды дошкольной образовательной организации, нами планируется контрольный этап эксперимента. Данный этап будет проведен в обеих группах по методикам, использованным в констатирующем этапе.

По данным результатам можно будет увидеть большую разницу в уровне результатов в экспериментальной и контрольной группе. Таким образом, надеемся, что полученные результаты будут говорить о том, что при правильно организованной методической работе можно достигнуть значительного повышения комфортности среды.

Список литературы:

1. Ибрагимов Г.И. Методология и методы педагогических исследований: учебник для студентов высших учебных заведений / Г.И. Ибрагимов. – М.: Изд-во «Кнорус», 2021. – 210 с.
2. Краевский В.В. Методология педагогики: новый этап / В.В. Краевский, Е.В. Бережнова. – М.: Академия, 2006. – 400 с.
3. Краевский В.В. Методология педагогического исследования: пособие для педагога-исследователя / В.В. Краевский. – Самара: Изд-во СамГПИ, 1994. - 165 с.
4. Кузьмина Н.В. Методы системного педагогического исследования / Н.В. Кузьмина. - М.: Народное образование, 2002. - 208 с.
5. Рыбин Н.П. Методическая работа с воспитателями детского сада/ Н.П. Рыбин // Актуальные вопросы современной педагогики : Материалы II межд. науч. конф./г. Уфа, июль 2020. – 210 с.
6. Баева И.А. Психологическая безопасность в образовании/ И.А. Баева / монография – СПб: Союз, 2020. – 271 с.
7. Сергеева М.Г., Локтионова Т.Б. Модель и технология проектирования комфортной образовательной среды в доо./ М.Г. Сергеева., Т.Б. Локтионова. – Казанский педагогический журнал № 3, 2018.
8. Психологически безопасная образовательная среда: проблемы проектирования и перспективы развития/ сборник материалов III международной науч. – практ. конф. / гл. науч. ред. И.Л. Федоренко, С.В. Пазухина / Чебоксары : Среда , 2021. – 308 с.
9. Лексакова И.В. Развивающая образовательная среда в детском саду: особенности формирования в соответствии с требованиями ФГОС ДО / И.В. Лексакова. – Саратов: Психология. Педагогика. Философия, - 2019. – 209 с.

ПЛАСТИЛИНОГРАФИЯ В РАБОТЕ ЛОГОПЕДА С МЛАДШИМИ ШКОЛЬНИКАМИ С ТЯЖЕЛЫМИ НАРУШЕНИЯМИ РЕЧИ

Рудикова Светлана Юрьевна

студент,

*Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского,
РФ, г. Калуга*

Юламанова Виктория Геннадьевна

студент,

*Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского,
РФ, г. Калуга*

Чиркова Наталья Ивановна

научный руководитель, канд. пед. наук,

*доц. кафедры теории и методики дошкольного, начального
и специального образования*

*Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского,
РФ, г. Калуга*

Аннотация. В статье представлен практический опыт пластилинотерапии на этапе дифференциации звуков у детей младшего школьного возраста с тяжелыми нарушениями речи (ТНР). Представлены упражнения по дифференциации звуков [з] и [с] через работу с пластичными материалами на логопедических занятиях. Показаны практики коррекции тяжелого нарушения речи у младших школьников. Раскрыты нюансы использования пластилинографии в работе с данной категорией детей. Статья предназначена для специалистов школьных образовательных учреждений.

Ключевые слова: пластилинография, тяжелые нарушения речи, младший школьный возраст, упражнения на закрепление и дифференциацию звуков, коррекция звукопроизношения.

В настоящее время увеличивается количество детей с тяжелыми нарушениями речи (далее – ТНР). Это вызвано как врожденными причинами, плохой экологической ситуацией, так и педагогической запущенностью, неумением предупредить тяжелое речевое нарушение. Тактика «выжидания»

изжила себя в этом вопросе и должна быть заменена специальной работой с раннего детства.

Тяжелые нарушения речи – это стойкие специфические отклонения в формировании компонентов речевой системы (лексического грамматического строя речи, фонематических процессов, звукопроизношения, просодической организации звукового потока), отмечающихся у детей при сохранном слухе и нормальном интеллекте [9, с. 144-145]. Из тяжелых нарушений речи чаще всего встречаются алалия, афазия, заикание и различного типа дизартрии (понятийный инструментарий). Дети с ТНР испытывают трудности в понимании чужой речи и при построении собственных высказываний, что значительно затрудняет их коммуникацию и социальную адаптацию. Есть исследования, направленные на анализ развития коммуникативных действий у детей с нарушениями речи [13], формирование культуры речи у детей в условиях инклюзивного образования [3], развитие самостоятельных высказываний у младших школьников [14] и др.

Для качественного и полноценного усвоения комплексной общеобразовательной программы и дальнейшего обучения в школе с этими детьми необходимо проводить целенаправленную комплексную оздоровительную и коррекционно-образовательную работу.

Чтобы повысить эффективность коррекционных занятий, ускорить процесс постановки звуков, сделать обучение осознанным, заинтересовать детей с тяжелыми нарушениями речи и включить их в педагогический процесс, широко применяются нестандартные подходы: логоритмика [12], логоладошки [1], суджок [7], литотерапия [5], хромотерапия [2], пескотерапия [15] и др.

Движение рукой с вылепленной буквой с включенным зрительным контролем формирует зрительно-пространственную координацию. Совместная и поочередная работа рук, обводящих контур вылепленной буквы, способствует развитию межполушарных связей. Умение конструировать и реконструировать букву из пластилина развивает у детей мыслительные процессы, внимание и пространственные представления. Закрепить образ буквы помогает многократная лепка буквы из пластилина. Постепенно во время лепки происходит

межсенсорная интеграция кинестетических ощущений и зрительных образов, воспринимаемых при этом [11].

В заключение отметим, что пластилинография способствует развитию моторики, координации движений, гибкости и точности выполнения действий, стимулирует развитие внимания, воображения, фантазии. Выполняя работы из пластилина, дети стимулируют рецепторы зоны кистей обеих рук. Регулярная тренировка движений пальцев рук оказывает стимулирующее воздействие на развитие речи. Поэтому в процессе лепки на логопедических занятиях дети не только получают удовольствие, но и совершенствуют мелкую моторику, чувствительность кистей и пальцев, что способствует преодолению речевых нарушений.

Список литературы:

1. Атаманова Н.Б. Азбука с Ладощками : альбом по обучению чтению и профилактике нарушений письма. - Москва : Логоладошки, 2016. – 74 с.
2. Барсегян Л.В. Использование современной хромотерапии в работе педагога-психолога дошкольной образовательной организации // Психолого-педагогическое сопровождение процессов развития ребенка : Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 14 марта 2017 года – Санкт-Петербург: Государственное автономное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования "Ленинградский областной институт развития образования", 2017. – С. 43-50.
3. Биба А.Г., Павлова О.А. Предметная интеграция как средство формирования культуры речи // Начальная школа. – 2016. – № 8. – С. 42-44.
4. Быкова И.А. Обучение детей грамоте в игровой форме. Москва: Детство-Пресс. - 2007. - 111 с.

НЕКОТОРЫЕ ВЕХИ В ИСТОРИИ ОБУЧЕНИЯ КИТАЙСКОМУ ЯЗЫКУ В РОССИИ

Серов Матвей Денисович

*студент, институт иностранных языков,
Рязанский государственный университет им. С.А. Есенина,
РФ, г. Рязань*

Чжоу Фаньци

*студент,
Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина,
РФ, г. Москва*

Аннотация. В данной статье рассматривается исторический процесс развития обучения китайскому языку в России на фоне длительной истории русско-китайских отношений с XVII века до наших дней. Приводятся примеры вклада в педагогическую методику обучения некоторых значимых в русской китаистике личностей, а также даётся краткая характеристика ситуации на сегодняшний день.

Abstract. The article presents the historical process of developing Chinese language teaching techniques in the background of a long history of Russian-Chinese relationship, dating from XVII century till nowadays. Examples are given of the contribution to pedagogical teaching methods of some significant personalities in Russian Chinese studie. A brief description of the situation today is given as well.

Ключевые слова: преподавание китайского языка, история обучения

Keywords: teaching Chinese, history of teaching

Российскую и китайскую цивилизации объединяет многовековая история взаимодействия и сотрудничества. Русское государство и цинский Китай впервые столкнулись в XVII веке, и с тех пор интенсивность взаимодействия двух стран неуклонно возрастала. В связи с этим, в России возникла необходимость подготовки профессиональных китаеведов, хорошо знакомых с культурой и мироощущением китайцев, а также безусловно владеющих китайским языком.

Преподавание китайского языка, таким образом, имело огромное значение начиная с самых истоков российско-китайских отношений. Рассмотрим основные вехи в истории обучения китайскому языку в России.

Необходимость обучения китайскому языку в России была осознана ещё на самой заре российско-китайских отношений. В 1715 году в Пекине была принята Русская духовная миссия, состоявшая из представителей духовенства. Участники первой и последующих миссий постепенно накапливали этнографический, культурологический и лингвистический опыт, а также старались принимать участие в подготовке новых кадров. Так, в 1739 году в Москве была открыта школа изучения манчжурского языка, которую возглавлял китаец Чжоу Гэ, однако вскоре была закрыта. В 1798 году А. Владыкин (так же один из участников духовной миссии в Пекине) приступил к преподаванию китайского и манчжурского языков. Студенты Владыкина обучались «во-1, познанию и выговору китайских букв, коих до 2000 с переводами российскими и манджурскими познали, сверх сего краткому переводу с онаго языка на российской и манджурской языки. Во-2, научились читать и писать по-манджурски исправно и выучили также до 2000 слов манджурских с переводами. И, кроме сего, переводить могут краткие периоды с онаго языка на российской» [3, с. 300]. Можно сделать вывод, что такая программа обучения возымела значительный эффект.

За долгую историю существования Русской духовной миссии в Пекине её участники оставили многочисленные труды по синологии, среди которых немаловажную роль играют работы по китайскому языку. Так, среди основоположников российской синологии огромный вклад в формирование методики обучения китайскому языку внёс архимандрит Иакинф (в миру – Бичурин). Им был составлен девятитомный китайско-русский словарь, являвшийся наиболее полным и точным на момент создания. В 1831 году Бичурин открыл в Кяхте школу китайского языка, где занимался преподаванием по собственной программе, которая была рассчитана на четыре года и включала обучение как разговорному, так и книжному языку [4, с. 108]. Программа, составленная Бичуриным, положила начало методике обучения китайскому языку в России.

Труд «Китайская грамматика», изданный Иакинфом, также является знаковой работой, подкрепляющей ценность его трудов в развитии обучения китайскому языку в России.

В 1854 году в Санкт-Петербургском университете был указом Николая I был основан Восточный факультет. Важнейшую роль в русской китаистике и в развитии методик обучения в этот сыграл заведующий факультетом В.П. Васильев. Помимо преподавания он занимался изданием словарей и составлением учебных пособий. В частности, им была издана «Китайская хрестоматия». Этот труд стал для многих поколений китаеведов пособием для чтения китайских текстов. Васильев ввёл для студентов анализ структуры китайских иероглифов, этимологии слов, особенностей синтаксической структуры [4, с. 211]. Помимо этого, студенты разбирали некоторые классические литературные произведения Китая.

Новая веха в преподавании китайского языка в России началась с распадом Российской Империи и созданием Советского Союза. Одним из выдающихся китаистов начала новой эпохи был В. Алексеев. Будучи преподавателем в Ленинградском восточном институте и Московском институте востоковедения, подготовив группу выдающихся синологов и опубликовав более 260 работ по синологии [2, с. 127]. В советское время также было написано множество учебников китайского языка. Так, были изданы труды по лексикологии и грамматике китайского языка В. Горелова и А. Семенас.

С открытием в 2006 году во Владивостоке первого в России Института Конфуция обучение китайскому языку в нашей стране вышло на новый уровень. К 2024 году в России насчитывается 23 таких учебных заведения. В Институтах Конфуция студенты самых разных возрастов имеют возможность познакомиться с китайской культурой и изучить китайский язык. Преподавание в российских Институтах Конфуция ведётся не только русскими преподавателями, но и квалифицированными носителями китайского языка, что значительно повышает эффективность занятий. Кроме того, поскольку Институты Конфуция управляются совместно российской и китайской сторонами, китайская сторона

предоставляет также учебные пособия и программы для учеников и преподавателей [1, с. 66]. Помимо обучения китайскому языку Институты Конфуция в России занимаются также популяризацией китайской культуры. Проводятся различные мероприятия просветительского и развлекательного характера. Сеть Институтов Конфуция в России способствует повышению заинтересованности граждан Российской Федерации в изучении китайского языка, а также укреплению российско-китайских отношений.

Список литературы:

1. Бельченко А.С. Деятельность институтов Конфуция в Российской Федерации // Вестник РУДН. Серия: Всеобщая история. 2010. № 1.
2. Ма Ися. Проблема изучения китайского языка как иностранного в России: история и современность // Вестник ЧГПУ им. И.Я. Яковлева. 2019. № 2 (102).
3. Саркисова Г.И. Из истории отечественного китаеведения: учреждение школы китайского и маньчжурского языков при Коллегии иностранных дел (1798—1801) // Китай в мировой и региональной политике. История и современность. 2016. № 21.
4. Скачков П.Е. Очерки русского китаеведения. Москва : Наука, 1977. 512 с.

СЕКЦИЯ 2. ПСИХОЛОГИЯ

ОСОБЕННОСТИ СТРЕССОУСТОЙЧИВОСТИ ПОДРОСТКОВ ИЗ МОБИЛИЗОВАННЫХ СЕМЕЙ

Имашева Фатима Азаматовна

*студент,
Волгоградский институт управления –
филиал Российской академия народного хозяйства
и государственной службы,
РФ, г. Волгоград*

Забродина Татьяна Игорьевна

*научный руководитель,
доцент, канд. психол. наук,
Волгоградский институт управления –
филиал Российской академия народного хозяйства
и государственной службы,
РФ, г. Волгоград*

В истории развития человеческого общества личность постоянно подвержена разным видам изменений в социуме, которые часто сопровождаются тревогой, стрессом, страхом за будущее и депрессивным состоянием. Особенно остро это может выражаться в период военного конфликта, а также прошедшей частичной мобилизации, затронувшая большую часть разных семей. Подростки, чьи отцы являются призванными на военную службу по частичной мобилизации, переживают сильный стресс и страх из-за непредсказуемости событий, изменений уклада жизни, тревожной обстановке в семье, что сильно сказывается на формировании его личности [2, с. 68].

Частичная мобилизация может серьезно повлиять на стрессоустойчивость подростков. Для них это фундаментальное изменение социальной экологии и инфраструктуры, которое способствует развитию риску ощущения нарушения физической безопасности не только собственной, но и своей семьи [3, с. 192].

Негативные последствия могут включать посттравматический стресс, тревожность, депрессию и даже развитие психических расстройств. Такое сильное переживание может также оказать влияние на социальную среду подростка, увеличивая риск изоляции, конфликтов и негативных отношений с окружающими [1, с. 147]. Взаимосвязь стрессоустойчивости личности и её умением адаптироваться и совладать с трудными жизненными ситуациями, стихийными бедствиями, а также поведением человека в периоды кризисных ситуаций. Именно поэтому важно обратить внимание на уровень стрессоустойчивости подростков из семей, подверженных мобилизации, по той причине, что данное событие особо остро и глубоко переживается детьми в силу особенностей пубертатного периода в том числе [4, с. 82].

Исследование проводилось с помощью двух методик: шкала психологического стресса, PSM-25 для определения психической напряженности подростка, а также тест на стрессоустойчивость Ю.В. Щербатых. В исследовании приняло 40 учащихся школы МКОУ «Комсомольская СШ» Палласовского района в возрасте от 12-14 лет, обучающихся в 6 и 7 классе. Гипотезой является предположение о том, что наличие высокого уровня психической напряженности, вызванной переживанием события частичной мобилизации, способствует развитию низкого уровня стрессоустойчивости у подростков.

После анализа результатов исследования были получены следующие данные: шкала психологического стресса показала, что 22 (55%) учащихся испытывает уровень стресса, превышающий норму для их возрастной группы, средний показатель имеют 12 (30%) обучающихся и низкий уровень психологического стресса был обнаружен у 6 (15%) учащихся. Это указывает на наличие психологического напряжения среди подростков. Результаты теста «PSM-25» свидетельствуют о том, что многие подростки имеют высокий уровень психической напряженности, что может быть связано с переживанием события частичной мобилизации.

Тест на стрессоустойчивость Ю.В. Щербатых показал, что для 28 (70%) учащихся характерен низкий уровень стрессоустойчивости, 8 (20%) подростков

имеют средний показатель стрессоустойчивости, лишь 4 (10%) обучающихся имеют высокий уровень стрессоустойчивости. Такие результаты могут говорить о том, что значительная часть подростков данной выборки имеет тенденцию реагировать на стрессовые ситуации сильными эмоциональными или физиологическими реакциями, которые могут затруднять его способность эффективно справляться с ними, что может быть связано с высоким уровнем психической напряженности.

Таким образом, полученные результаты подтверждают гипотезу о том, что наличие высокого уровня психической напряженности, вызванной переживанием события частичной мобилизации, тревогой за близких, страхом появления непредвиденных ситуаций, способствует развитию низкого уровня стрессоустойчивости у подростков, что подтверждает поставленную нами гипотезу. Эти выводы могут быть использованы для разработки программ по управлению актуальным состоянием личности и повышению стрессоустойчивости среди подростков данной возрастной группы.

Список литературы:

1. Васина Ю.М., Шелиспанская Э.В. Особенности психолого-педагогического взаимодействия с детьми, попавшими в трудные жизненные ситуации // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2022. № 4. С. 64-78.
2. Захарова Н.М. Психические и поведенческие нарушения у мирного населения региона, подвергшегося локальным военным действиям / Н.М. Захарова, М.Г. Цветкова. - Психология и право - 2020. Том. 10, № 4 – С. 185-197.
3. Ковалевская А.П. Влияние экстремальной ситуации военного конфликта на эмоциональное состояние детей школьного возраста // Вестник Вятского государственного университета. 2020. № 2. С. 142–149.
4. Мананников Д.Ю. Социальная поддержка военнослужащих и членов семей погибших (умерших) участников боевых действий в условиях проведения Российской Федерацией специальной военной операции на территории Украины / Д.Ю. Мананников // Пензенский государственный университет, Электронный научный журнал «Наука. Общество. Государство» - 2022. Т. 10, № 2. – С. 80-88.

ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ САМООЦЕНКИ ПОДРОСТКОВ В МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЯХ

Имашева Фатима Азаматовна

студент,

Волгоградский институт управления –

филиал Российской академия народного хозяйства

и государственной службы,

РФ, г. Волгоград

Забродина Татьяна Игорьевна

научный руководитель,

канд. психол. наук, доцент,

Волгоградский институт управления –

филиал Российской академия народного хозяйства

и государственной службы,

РФ, г. Волгоград

В современном обществе межличностные взаимоотношения играют значительную роль в формировании личности подростков. Одним из ключевых аспектов, влияющих на эти отношения, является самооценка подростков. Самооценка представляет собой субъективное отношение к себе, оценку своих качеств, способностей, достоинств и недостатков. В контексте межличностных взаимоотношений самооценка подростков может проявляться разнообразными способами и оказывать существенное влияние на их поведение, отношения с окружающими и самопонимание [3, с. 87].

Формирование самооценки подростка сопровождается нахождением личности, прежде всего, в социуме и является сложным и многогранным процессом, который зависит от множества факторов, таких как: воздействие социального окружения, семьи, школы, друзей, а также собственных убеждений опыта и способностей [1, с. 92]. Поддержка, поощрение и позитивные оценки со стороны окружающих способствуют повышению уровня самооценки, в то время как критика, негативные комментарии или отвержение могут привести к ее снижению.

Самооценка подростка играет важную роль в межличностном взаимодействии, поскольку она определяет, как подросток видит себя, свои возможности и свою ценность [2, с. 137]. Здоровая самооценка способствует уверенности

в себе, позволяет подростку чувствовать себя комфортно в общении с другими людьми и налаживать социальные контакты. Низкая самооценка может препятствовать развитию дружеских отношений, созданию близких связей и успешной коммуникации. Именно поэтому развитие здоровой самооценки у подростка является важным аспектом его социальной адаптации и успешного взаимодействия с окружающим миром [4, с. 25].

Исследование проводилось с помощью двух методик: исследование самооценки по методике Дембо-Рубенштейна в модификации А.М. Прихожан, а также «Диагностика межличностных отношений» (Т. Лири). В исследовании приняло 45 учащихся школы МКОУ «Комсомольская СШ» Палласовского района в возрасте от 11-13 лет, обучающихся в 5 и 6 классе. Гипотезой является предположение о том, что подростки с низкой самооценкой испытывают трудности во взаимодействии с другими людьми, в отличие от подростков с высокой самооценкой.

Проведенный анализ эмпирического исследования способствовал определению следующих данных: 26 подростков (57%) с низкой самооценкой действительно испытывают трудности во взаимодействии с другими людьми. Согласно методике Дембо-Рубенштейна в модификации А.М. Прихожан, подростки с низкой самооценкой демонстрировали более низкие оценки своих личностных качеств, умений и способностей, что могло сказываться на их уверенности в себе и готовности к общению. Сравнительный анализ результатов «Диагностики межличностных отношений» (Т. Лири) показал, что подростки с низкой самооценкой чаще испытывали трудности в установлении близких отношений с другими людьми, проявляли скрытность, избегали конфликтных ситуаций или наоборот, проявляли агрессию как защитный механизм.

Также было выявлено, что 7 учащихся (16%) с высокой самооценкой определяли себя более положительно и уверенно, что могло способствовать более успешному взаимодействию с окружающими. Анализ результатов «Диагностики межличностных отношений» также показал, что подростки с высокой самооценкой чаще устанавливали близкие отношения с другими людьми, проявляли

открытость, доверие и готовность к общению. Они реже вступали в конфликты и демонстрировали агрессивное поведение.

Таким образом, гипотеза о том, что подростки с низкой самооценкой испытывают трудности во взаимодействии с другими людьми, была подтверждена результатами исследования. Подростки с низкой самооценкой чаще испытывают чувство застенчивости и недоверия, они сильно зависят от мнения окружающих и имеют ограниченные навыки в установлении близких контактов с другими людьми. В отличие от них, подростки с высокой самооценкой склонны к авторитарному поведению и проявляют доминирующую позицию в отношениях.

Эти выводы подчеркивают важность работы над развитием здоровой самооценки у подростков для успешного социального взаимодействия и формирования здоровых межличностных отношений.

Список литературы:

1. Бояринцева А.В. Творчески развиваться – просто и интересно: [О духовном саморазвитии детей, формировании чувств, представлений методом погружения] / А.В. Бояринцева // Одаренный ребенок, 2019. № 2. С. 83-98.
2. Волынская Л.Б. Нерешенные психологические задачи детства в определении ценностно-смысловой структуры личности в дальнейшем / Л.Б. Волынская // Мир психологии. 2018. № 1. С. 120-147.
3. Завражнов В.В., Чагина М.В. Социально-психологические аспекты развития межличностных отношений в подростковом возрасте // Молодой ученый. 2017. № 20.
4. Портал психологических изданий. Изучение социометрического статуса подростков в учебной группе (авторская модификация социометрии). URL: http://psyjournals.ru/sociosphaera/2010/n2/35334_full.shtml (дата обращения: 20.02.2024).

ОСОБЕННОСТИ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ЮНОШЕСКОМ ВОЗРАСТЕ

Ким Алеся Сергеевна

студент,
Волгоградский филиал
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы,
РФ, г. Волгоград

Забродина Татьяна Игорьевна

научный руководитель,
канд. пед. наук, доцент,
Волгоградский филиал
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы,
РФ, г. Волгоград

Исследование эмоционального интеллекта началось сравнительно недавно, однако уже включает в себя различное множество теорий и подходов. Одними из самых известных являются модель Д. Гоулмана, основанная на пяти компонентах [1, с. 358], модель П. Сэловея, основанная на развитии ключевых навыков в области осознания и управления эмоциями, включая распознавание, использование, понимание и управление, модель Дж. Мэйера и П. Сэловея, в которой акцентируется значимость понимания и использования эмоций в повседневной жизни, включая способность понимать, оценивать и выражать эмоции [4, с. 874], а также теория Д.В. Люсина, который рассматривал эмоциональный интеллект во взаимосвязи как с когнитивными способностями, так и с личностными особенностями индивида [3, с. 31]. Эти теории помогают понять природу и значение эмоционального интеллекта, а также разработать методы его развития и применения в различных областях жизни, включая образование, бизнес и в особенности – межличностные отношения.

Основными компонентами эмоционального интеллекта в модели, которую представил Д. Гоулман являются:

1. Самосознание: умение понимать свои эмоции, их источники и влияние на себя;

2. Саморегуляция: способность контролировать свои эмоции, управлять стрессом и адаптироваться к изменяющимся обстоятельствам;

3. Мотивация: способность устанавливать и достигать цели, удерживать мотивацию и энтузиазм, даже в трудных ситуациях;

4. Эмпатия: умение понимать чувства и эмоциональное состояние других людей, а также реагировать на них сочувствием и поддержкой;

5. Социальные навыки: навыки общения, управления конфликтами, установления отношений и сотрудничества с другими людьми.

Эти компоненты взаимосвязаны и влияют друг на друга, составляя основу для понятия эмоционального интеллекта, которое включает в себя умение распознавать эмоции в себе и в других, эффективно управлять своими эмоциями, устанавливать и поддерживать качественные отношения с окружающими и принимать осознанные решения на основе эмоциональной информации.

В юношеском возрасте происходит интенсивное формирование эмоционального интеллекта. Одной из особенностей этого периода является то, что юноши еще не обладают достаточным опытом и мозговыми ресурсами для эффективного управления своими эмоциями. Они могут испытывать частые перепады настроения и сильные бурные эмоции, вызванные гормональными изменениями, а также стремлением к самоидентификации и принятию своей личности, они обычно способны осознавать их, однако выражение их адекватно, то есть управление своими эмоциональными состояниями у них часто затруднено, что может привести к нестабильности эмоционального фона. Отсутствие опыта в обработке эмоциональных ситуаций может также привести к повышенной уязвимости и конфликтам в отношениях со сверстниками и взрослыми.

Еще одной особенностью эмоционального интеллекта в юношеском возрасте является развитие эмпатии и понимания эмоций других людей. В период юношеского возраста эмоциональный интеллект по большей части формируется на основе опыта взаимодействия с окружающим миром. Юноши только начинают осознавать, что у других людей также есть эмоции

и переживания, у них появляются попытки понять их, проявлять больше внимания и заботы к окружающим.

Так, Ю.А. Кочетова отмечает, что современные юноши и девушки имеют средний уровень развития эмоционального интеллекта, что предполагает умение определять свои и чужие эмоции, но контролировать свое поведение для них затруднительно [2, с. 61]. Таким образом, эмоциональный интеллект в юношеском возрасте, по сути, только начинает развиваться и лишь со временем, по мере взросления, получения нового опыта и лучшего понимания себя и своих эмоций, а также более развитых навыков в общении и взаимодействии с окружающими, юноши, достигая зрелого возраста уже становятся способными к применению данных умений.

Анализ теоретических обоснований и исследований структуры и содержания эмоционального интеллекта и его особенностей в юношеском возрасте, позволили выдвинуть гипотезу нашего исследования, заключающуюся в предположении о том, что эмоциональный интеллект у представителей юношеского возраста ниже, чем у представителей зрелого возраста.

Выборку составили 30 студентов младших курсов в возрасте от 17 до 22 лет и 30 взрослых, представителей зрелого возраста от 40 до 49 лет. Уровень эмоционального интеллекта определялся с помощью теста эмоционального интеллекта Д. Гоулмана.

Количество набранных баллов позволило разделить студентов и взрослых на три группы:

1. Студенты (36,7%) и взрослые (63,3%) с высоким уровнем эмоционального интеллекта характеризуются тем, что обладают глубоким пониманием своих и чужих эмоций, эффективно управляют своими эмоциональными реакциями и строят гармоничные отношения с окружающими;

2. Студенты (43,3%) и взрослые (23,3%) со средним уровнем эмоционального интеллекта обычно способны распознавать и понимать эмоции, но иногда могут испытывать трудности с их эффективным управлением и регулированием;

3. Студенты (20%) и взрослые (13,3%) с низким уровнем эмоционального интеллекта могут испытывать затруднения в распознавании и понимании как своих собственных эмоций, так и эмоций других, и часто имеют ограниченные навыки по управлению своими эмоциями.

При выявлении соотношения показателей было обнаружено, что уровень эмоционального интеллекта был выше у представителей зрелого возраста, чем у представителей юношеского возраста.

Таким образом, наша гипотеза о том, что эмоциональный интеллект у представителей юношеского возраста ниже, чем у представителей зрелого возраста подтвердилась.

Список литературы:

1. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект: почему он может значить больше, чем IQ / Д. Гоулман. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2020. – 544 с.
2. Кочетова Ю.А. Структура эмоционального интеллекта в юношеском возрасте // Горизонты зрелости: сб. тез. участников Пятой всерос. науч. -практ. конф. по психологии развития (г. Москва, 16-18 ноября, 2015 г.) / ГБОУ ВПО МГППУ. – М., 2015. – С. 55-63.
3. Люсин Д.В. Современные представления об эмоциональном интеллекте // Социальный интеллект: теория, измерение, исследования / под ред. Д.В. Люсина, Д.В. Ушакова. - М.: Ин-т психологии РАН, 2004. - С. 29-36.
4. Мэйер Г. Psychologie des Emotionalen Denkens / Г. Мэйер. – Москва: Нобель Пресс, 2020. – 874 с.

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ БЛАГОПОЛУЧИЕ И ЗДОРОВЬЕ

Ким Алеся Сергеевна

*студент,
Волгоградский филиал
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы,
РФ, г. Волгоград*

Забродина Татьяна Игорьевна

*научный руководитель,
канд. пед. наук, доцент,
Волгоградский филиал
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы,
РФ, г. Волгоград*

Психологическое благополучие представляет собой состояние психического здоровья и хорошего самочувствия, включающее чувство счастья, удовлетворенности жизнью, эмоциональную стабильность, адаптацию к стрессовым ситуациям, высокую самооценку и гармоничные отношения с окружающими. Исследование психологического благополучия началось сравнительно недавно, однако уже представлено рядом теорий и подходов [3, с. 97]. Одними из самых известных являются модель К. Рифф, оказавшая также влияние на модель М. Селигмана PERMA [2, с. 24]. Основными компонентами психологического благополучия в модели, которую представила К. Рифф являются: полное принятие, личностный рост, цель и смысл в жизни, положительные отношения, владение средой и автономия [1, с. 723].

Психологическое благополучие предполагает не только отсутствие психических проблем, но и наличие положительных эмоций, умение справляться с жизненными вызовами и стремление к самореализации. Это означает, что человек чувствует себя уверенно, спокойно и благополучно в различных сферах жизни, включая работу, отношения, личностный рост и здоровье.

Здоровье же – это, согласно определению Всемирной Организации Здравоохранения, состояние физического, психического и социального

благополучия [4, с. 62]. Как и в случае с понятием психологического благополучия, это обширное понятие, характеризующееся не просто отсутствием болезней или физических недугов, связанных с функционированием органов и систем организма, но и эмоциональное и социальное состояние человека, а также его качество жизни.. Здоровье включает в себя способность к адаптации к окружающей среде, эффективное осуществление повседневных задач и стремление к достижению своих потенциальных возможностей. Это баланс между физическими, психологическими и социальными аспектами жизни, который обеспечивает чувство благополучия и удовлетворенности собой.

Таким образом, становится понятным, что психологическое благополучие и здоровье, по сути, являются одними из компонентов друг друга. Одно не будет в полной мере удовлетворенным без другого. Как психологическое благополучие невозможно без отсутствия болезней и нормального уровня здоровья в целом, так и здоровье в полной его мере невозможно без психологического благополучия, составляющего важную его часть.

Анализ теоретических обоснований и исследований структуры и содержания психологического благополучия и здоровья, позволили выдвинуть гипотезу нашего исследования, заключающуюся в предположении о том, что чем выше уровень психологического благополучия у представителей юношеского возраста, тем выше общий показатель их здоровья.

Выборку составили 40 студентов младших курсов в возрасте от 17 до 22 лет. Уровень психологического благополучия определялся с помощью шкалы психологического благополучия К. Рифф, а общего состояния здоровья посредством теста на состояние здоровья.

В зависимости от результатов, полученных при исследовании психологического благополучия, студенты были разделены:

1. Студенты с высоким уровнем психологического благополучия (57,5%) характеризуются тем, что обладают хорошей самооценкой, уверенностью в себе, оптимизмом, способностью к рефлексии, стремлением к саморазвитию, а также имеют стабильные и положительные отношения с окружающими;

2. Студенты со средним уровнем психологического благополучия (25%) обычно имеют некоторую склонность к саморазвитию, умеренную самооценку, и способны поддерживать положительные отношения с окружающими;

3. У студентов с низким уровнем психологического благополучия (17,5%) зачастую преобладают негативные эмоции, отсутствует стремление к саморазвитию, им также характерна заниженная самооценка и неспособность выстраивать положительные отношения с окружающими.

При исследовании общего состояния здоровья было выявлено, что:

1. Студенты с высоким уровнем общего состояния здоровья (77,5%) характеризуется хорошим физическим самочувствием, эмоциональной устойчивостью, высоким уровнем энергии и жизненного оптимизма, а также способностью эффективно справляться со стрессом и сохранять гармоничные отношения с окружающими;

2. Студенты со средним уровнем общего состояния здоровья (15%) обычно имеют умеренную физическую активность и уровень стресса, а также довольно стабильное эмоциональное состояние, однако время от времени могут испытывать небольшие проблемы со здоровьем, но обычно несерьезные и не мешающие в повседневной жизни;

3. Студенты с низким уровнем общего состояния здоровья (7,5%) могут испытывать частые физические недомогания, эмоциональную неустойчивость, частый стресс и пониженное настроение. Для них характерны пассивность, трудности с адаптацией к повседневным задачам и выстраиванию межличностных отношений.

При выявлении соотношения показателей было обнаружено, что уровень общего состояния здоровья был выше у тех, у кого психологическое благополучие было развито также на высоком уровне.

Таким образом, наша гипотеза о том, что чем выше уровень психологического благополучия у представителей юношеского возраста, тем выше общий показатель их здоровья подтвердилась.

Список литературы:

1. Рифф К. Пересмотр структуры психологического благополучия // Журнал психологии личности и социальной психологии. – 1995. – № 69(4). – С. 719–727.
2. Селигман М. Путь к процветанию: новое понимание счастья и благополучия. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2020. 422 с.
3. Шевеленкова Т.Д., Фесенко П.П. Психологическое благополучие личности (обзор концепций и методика исследования) // Психологическая диагностика. 2005. № 3. С. 95 – 129.
4. Яковлева Н.В. Психологическое исследование генеза витальной метакомпетентности личности // Российский медико-биологический вестник имени академика И.П. Павлова. 2015. № 4. С. 62-67.

СЕКЦИЯ 3. ФИЛОЛОГИЯ

БУДУЩЕЕ КАЗАХСТАНА В ГОСУДАРСТВЕННОМ ЯЗЫКЕ

Қалыбек Саттар Тишбекұлы

студент,

*Қарағандинский университет имени Е.А. Букетова,
Республика Казахстан, г. Караганда*

Бекхожин Ильяс Аманжолович

студент,

*Қарағандинский университет имени Е.А. Букетова,
Республика Казахстан, г. Караганда*

Жаманова Жанар Жексенбаевна

научный руководитель, ст. преподаватель,

*Қарағандинский университет имени Е.А. Букетова,
Республика Казахстан, г. Караганда*

Аннотация. В данной статье рассматривается история формирования государственного языка, его статус в правовом поле, а также текущее состояние и перспективы развития. Разбирается роль многоязычия в контексте культурного разнообразия Казахстана и его влияние на межэтнические отношения. Проводится анализ существующих проблем и выявляются возможности для дальнейшего развития языковой политики, направленной на укрепление государственности и социокультурной интеграции. Данная научная статья анализирует роль и значение государственного языка в Казахстане. В контексте многоязычности и культурного разнообразия страны, авторы рассматривают исторические, политические, и социокультурные аспекты формирования и функционирования государственного языка. Статья также обсуждает современное состояние и вызовы, связанные с сохранением и развитием казахского языка в условиях глобализации и мировых тенденций. На основе анализа различных источников и исследований, авторы предлагают рекомендации по дальнейшему укреплению

статуса казахского языка как государственного языка и инструмента национальной идентификации в Казахстане.

Государственный язык служит стержнем формирования национальной идентичности и содействия культурному и социальному развитию страны. В Казахстане, как и в других многонациональных государствах, дискурс вокруг государственного языка является важнейшим элементом государственной политики и общественной эволюции. Расположенный на стыке истории, традиций и современности, Казахстан сталкивается со сложным взаимодействием между языком, идентичностью и социальной сплоченностью. По мере того, как глобализация перекраивает традиционные границы и развивается социальная динамика, сохранение и продвижение казахского языка становятся ключевыми усилиями по сохранению культурного наследия нации и укреплению единого национального этоса. Богатый гобелен Казахстана соткан из множества культурных нитей, каждая из которых вносит свой вклад в яркую мозаику национальной идентичности. В основе этого сложного гобелена лежит казахский язык, служащий каналом передачи культурных ценностей, исторических повествований и межобщинных связей. Помимо простого общения, государственный язык воплощает коллективную душу нации, воплощая ее чаяния, традиции и стремления. В контексте Казахстана статус государственного языка выходит далеко за рамки языковых предпочтений и пронизывает все аспекты общественной жизни. Языковая политика, проводимая правительством, формирует лингвистический ландшафт, влияет на межэтнические отношения и отражает приверженность нации плюрализму и инклюзивности. Таким образом, вопрос языка имеет глубокие последствия для будущего развития Казахстана, очерчивая контуры его национальной идентичности и формируя его культурную и социальную эволюцию. В последующем разговоре мы углубимся в нынешнее состояние казахского языка в Казахстане, освещая проблемы, с которыми он сталкивается, и перспективы его будущего развития. От сохранения языкового наследия до продвижения многоязычия, мы исследуем стратегии, используемые

для поддержания целостности государственного языка и обеспечения его жизнеспособности в меняющемся мире.

В Казахстане казахский язык занимает первостепенное значение как государственный язык и официальный язык страны. Назначение его государственным языком подчеркивает его центральную роль в самобытности и культурном наследии нации. В различных сферах общественной и частной жизни, от официальных документов и правительственных протоколов до образовательных учреждений и средств массовой информации, казахский язык служит основным средством общения. Его повсеместное присутствие в повседневном взаимодействии подчеркивает его значение в укреплении социальной сплоченности и сохранении языкового наследия Казахстана.

Одной из заметных областей, где казахский язык играет жизненно важную роль, является образование. Казахскоязычное образование широко пропагандируется и реализуется на всех уровнях образовательной системы. Широко распространены двуязычные образовательные программы, предлагающие обучение как на казахском, так и на русском языках, что позволяет учащимся развивать навыки владения обоими языками и способствует межкультурному взаимопониманию. Кроме того, были представлены инициативы, направленные на содействие использованию казахского языка в академической и научной сферах, стимулирование производства научных работ и исследований на казахском языке. Средства массовой информации Казахстана отражают языковое разнообразие нации: как казахские, так и русскоязычные средства массовой информации удовлетворяют потребности и предпочтения своей аудитории. Хотя русскоязычные СМИ продолжают сохранять значительное присутствие, наблюдается заметный рост доступности казахскоязычного контента на различных платформах, включая телевидение, радио и интернет-СМИ. Эта тенденция отражает растущие усилия по продвижению использования казахского языка в общественной сфере и предоставлению населению разнообразных языковых возможностей. Несмотря на известность казахского языка,

сохраняется ряд проблем в обеспечении его дальнейшей жизнеспособности и развития. Одной из таких проблем является продолжающееся доминирование русского языка в определенных сферах общественной жизни, особенно в городских центрах и среди определенных демографических групп. Усилия по продвижению использования казахского языка в этих контекстах наталкиваются на препятствия, в том числе укоренившиеся языковые предпочтения и необходимость большей языковой инклюзивности. Решение этих проблем потребует согласованных усилий различных заинтересованных сторон, включая правительство, образовательные учреждения, организации гражданского общества и население в целом. Поощряя культуру языкового разнообразия и способствуя использованию казахского языка во всех сферах общественной жизни, Казахстан может обеспечить сохранение актуальности и актуальности своего государственного языка в предстоящие годы.

Казахский язык является краеугольным камнем национальной идентичности Казахстана, олицетворяя богатое культурное наследие и историческое наследие нации. Будучи государственным и официальным языком Казахстана, казахский язык играет ключевую роль в формировании языкового ландшафта страны, содействии социальной сплоченности и сохранении культурного разнообразия. Однако, поскольку Казахстан преодолевает трудности быстро меняющегося мира, обеспечение дальнейшей жизнеспособности и развития казахского языка представляет как возможности, так и проблемы. На протяжении всей своей истории Казахстан демонстрировал твердую приверженность развитию и сохранению казахского языка. От языковой политики, направленной на расширение его использования в различных сферах общественной жизни, до инициатив, продвигающих казахскоязычное образование и средства массовой информации, правительство играет активную роль в защите целостности государственного языка. Эти усилия принесли свои плоды: казахский язык получил широкое распространение и признание как символ национального единства и гордости. Однако, несмотря на эти достижения, остаются проблемы в обеспечении долгосрочной устойчивости казахского языка. Продолжающееся

доминирование русского языка в определенных сферах общественной жизни, социально-экономические факторы, влияющие на языковые предпочтения, а также влияние глобализации на языковое разнообразие создают серьезные препятствия, которые необходимо преодолеть. Решение этих проблем потребует согласованных усилий всех слоев общества, включая правительство, образовательные учреждения, организации гражданского общества и население в целом. Двигаясь вперед, Казахстан должен принять многогранный подход к продвижению казахского языка и обеспечению его дальнейшей актуальности в 21 веке. Это включает в себя дальнейшие инвестиции в казахоязычное образование, разработку инновационной языковой политики, поддерживающей языковое разнообразие, а также продвижение казахоязычных средств массовой информации и культурных продуктов. Кроме того, больший акцент следует делать на развитии культуры языковой инклюзивности, где все языки, на которых говорят в Казахстане, ценятся и уважаются. Принимая языковое разнообразие и продвигая использование казахского языка во всех сферах общественной жизни, Казахстан может сохранить свое языковое наследие для будущих поколений и укрепить свои позиции как многокультурного и многоязычного общества. Поскольку Казахстан смотрит в будущее, сохранение и развитие казахского языка останется краеугольным камнем его национальной идентичности и свидетельством его приверженности культурному разнообразию и инклюзивности. Благодаря совместным усилиям и общему видению Казахстан может проложить курс к будущему, в котором казахский язык продолжит процветать как яркий символ своего культурного богатства и языкового наследия.

Список литературы:

1. Жумагулова Г.М., & Кенжебаева С.К. (2018). Проблемы сохранения и развития казахского языка в условиях глобализации. Вестник Карагандинского университета. Филология. Педагогика. Социальные науки, (3), 150-155.
2. Молдакулова С.Т. (2017). Языковая политика в Казахстане и проблемы сохранения казахского языка. Вестник Карагандинского университета. Серия: Филология. Культурология, 1(85), 124-130.

3. Орынбаева Д.А., & Сарбасов М.Б. (2018). Современное состояние казахского языка и проблемы его сохранения в условиях глобализации. Вестник Казахско-Британского технического университета, (2), 115-121.
4. Государственный язык Республики Казахстан: Концепция становления и развития (2001). Астана: Изд-во Казахстанского университета.
5. Программа развития государственного языка Казахстана на 2011–2020 годы (2010). Астана: Правительство Республики Казахстан.

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ БЬЮТИ-ПРОДУКЦИИ

Мельниченко Ольга Леонидовна

студент,

Гуманитарно-педагогическая академия (филиал)

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»,

РФ, г. Ялта

Дронякина Надежда Владимировна

научный руководитель,

канд. филол. наук, доцент,

Гуманитарно-педагогическая академия (филиал)

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»,

РФ, г. Ялта

Аннотация. В статье рассмотрены языковые и неязыковые аспекты рекламного текста. Охарактеризовано понятие рекламного текста, обобщены его функции и характерные языковые особенности его организации. Выявлены лексические и морфологические особенности англоязычных рекламных текстов бьюти-продукции.

Abstract. The article examines the linguistic and non-linguistic aspects of the advertising text. The concept of advertising text is characterized, its functions and the characteristic linguistic features of its organization are generalized. Lexical and morphological features of English-language advertising texts for beauty products have been identified.

Ключевые слова: реклама; рекламный текст; слоган; языковые особенности; бьюти-продукция.

Keywords: advertising; advertising text; tagline; language features; beauty products.

Реклама сегодня является основным элементом рыночной экономики и играет жизненно важную роль в ее развитии и развитии общества. Поскольку средствами распространения рекламы являются масс-медиа, рекламный текст

считается главным средством привлечения целевой аудитории. Его влияние на отношение к товару и в конечном итоге на потребительскую активность во многом зависит от того, насколько удачно на маркетинговую (продающую) идею поработали языковые средства, выразительные приемы, речевые стратегии и тактики. Поэтому сегодня исследование структурной организации рекламных текстов (РТ), анализ их языковой организации, включая русский язык в рекламном употреблении, представляется особенно актуальным [9, с. 276].

Актуальность данной работы обусловлена усиленным интересом лингвистов к исследованию языковых аспектов текстов рекламного дискурса (В.В. Зирка [5], Н.А. Остроушко [12], Н.Н. Кохтев [7], Т.К. Серегина [13], Л.Г. Фещенко [15], А. Кромптов [8] и др.) и влиянием коммерческой рекламы на выбор торговой продукции человеком.

Говоря о рекламном тексте, на данный момент в лингвистических словарях нет общепринятого и закрепленного определения этому феномену. В рекламном тексте вербальная и невербальная составляющие являются одинаково важными. Л.Г. Фещенко утверждает, что «рекламный текст – сложное семиотическое целое, в котором нет места случайным, коммуникативно не нагруженным компонентам, в силу того что решение прагматической задачи в таком тексте всегда первично. А это предполагает равное внимание к вербальным и, что особенно важно в силу недостаточной разработанности данной стороны рекламной коммуникации, невербальным его составляющим» [2, с. 44].

Необходимо подчеркнуть то, что рекламный текст выступает базовой коммуникативной единицей, а значит, является компонентом самой рекламы. Характерной его чертой является сжатость. Согласно Д.Э. Розенталю и Н.Н. Кохтеву, для создания успешного рекламного текста нужно следовать правилу: минимум слов – максимум информации, так как «жесткие финансовые условия заставляют рекламистов экономить на каждом квадратном сантиметре печатной площади или каждой секунде эфирного времени. Такая экономия реализуется с помощью разных средств языковой компрессии – от полу-предикативных конструкций до аббревиатур» [4, с. 840].

В данной статье представлена лингвистическая интерпретация англоязычных рекламных текстов бьюти продукции. Цель данной статьи заключается в выявлении основных языковых особенностей англоязычных рекламных объявлений в сфере косметологии.

Рекламный текст можно считать отдельным видом искусства с рядом особенностей и правил [3, с. 15].

Рекламные объявления состоят из трех типов информации: звуковой, визуальный и языковой. Эти три компонента рекламы выполняют коллективную функцию в продвижении бренда. Однако особая роль отводится именно языку, так как именно язык способен передать наиболее точную информацию.

В нашей статье рассматривается англоязычная коммерческая реклама косметической продукции. Язык рекламы бьюти-продукции значительно отличается от языка рекламы других товаров. Язык в рекламе должен уметь «привлекать внимание, мотивировать желание, вызывать интерес, создавать убеждение и получать действие» [10, с. 13].

Английский термин «cosmetics» происходит от греческого слова «kosmetikos». Впервые термин возник в 1605 году и его трактовка отличалась от современной. В наше время люди под словом «косметика» подразумевают крем, тени, лосьоны, помады и т.д. Однако согласно Третьему новому международному словарю Вебстера [1, с. 514], «cosmetics» определяется как «любой приготовленный продукт (за исключением мыла), который наносится на тело человека для украшения, сохранения или изменения внешнего вида или для очистки, окрашивания, кондиционирования или защиты кожи, волос, ногтей, губ, глаз или зубов».

Отметим, что основная функция рекламного языка бьюти-продукции заключается в предоставлении необходимой информации о продуктах, убеждении сделать выбор и побуждении к их приобретению.

Рекламная индустрия процветала в Англии с конца XVII века. Затем этой областью заинтересовались ученые (Джеффри Лич, Цинь Сюбай, Хуан Гуовэнь), и реклама началась превращаться в науку. Когда Хуан Гуовэнь опубликовал

в 1997 году свою модель «Проблема-решение в косметической рекламе», исследование рекламы косметики быстро привлекло внимание ученых. Кроме того, многие ученые заинтересовались косметикой. Самая ранняя реклама косметики была выпущена американской косметической компанией. Так же, как и у остальных разновидностей рекламы, стандартная структура рекламного текста косметики состоит из заголовка, основной части, информации о компании и названия бренда.

Данная работа посвящена языку рекламы в косметической сфере. На просторах Интернета можно заметить гораздо больше рекламы косметики, ориентированной на женщин, несмотря на то, что такая продукция может быть использована всеми, независимо от пола. Учитывая изменения в потреблении и спросе, большинство потребителей косметических брендов по-прежнему остается женский пол.

Роль языка оказывает значительное влияние на рекламу и презентацию продукта. Иными словами, использование правильных терминов способствует созданию успешной рекламы, которая окажет нужное воздействие на потребителя.

В данной статье анализируются лингвистические характеристики косметической рекламы на лексическом и морфологическом уровнях, ссылаясь на рекламные тексты известных косметических брендов.

Изучив в теоретической части функции, характеристики и лингвистические особенности рекламного текста, мы пришли к выводу, что его эффективность в большей степени определяется качеством текста рекламного сообщения. Существенное влияние на эффективность рекламного сообщения оказывает его язык, поэтому наиболее важным аспектом в исследовании специфики рекламных текстов является использование языковых средств различных уровней: лексического, морфологического

1. Лексическое своеобразие англоязычного рекламного текста бьюти-продукции.

В ходе исследования англоязычного рекламного текста бьюти-продукции было выявлено, что лексика может быть как абстрактной – обобщения,

общеупотребительные слова, создающие положительный эффект, так и конкретной, с целью передачи конкретной информации, например, название продукта или его составляющие.

К группе лексических средств относятся эпитет, сравнение, олицетворение и метафора:

А. Эпитет – троп, помогающий слову обрести красочность и особый смысл [11, с. 89], а также подчеркнуть особенности товара, на которые хочет обратить автор текста. Эпитеты в рекламном тексте нужны, чтобы описать рекламируемый продукт, а также поспособствовать тому, чтобы потребитель создал его образ, захотел приобрести товар или воспользоваться услугой.

1) «You'll look a little lovelier each day with fabulous pink Camay» (рекламный слоган известной марки парфюмированных средств Camay).

В данном слогане эпитет «a little lovelier» использован в сравнительной степени, что позволяет еще больше усилить положительное впечатление;

2) «Take your lashes to Luxurious Lengths» (реклама туши Luxurious Lengths от бренда Revlon).

С помощью эпитета «luxurious» демонстрируется преимущество данной туши к достижению шикарной длины ресниц, а также создается благозвучие рекламного слогана.

В. Сравнение

В рекламных текстах сравнение ориентировано на демонстрацию товара как более усовершенствованного, чем товары других брендов, предлагающих подобные косметические средства.

1) Dove is different than soap (реклама мыла Dove).

В представленном слогане с помощью сравнения «is different than» указывается на отличие мыла Dove от других брендов, скрыто подчеркивая его преимущество;

2) «HUGO is trend, HUGO is different, HUGO is urban» (реклама мужского парфюма Hugo Boss).

Сравнение в данном рекламном слогане преподносится нестандартно – маркетолог акцентирует внимание потребителя на названии бренда, повторяя его несколько раз, его отличии и преимуществах, тем самым придавая некий шарм своему продукту.

С. Олицетворение

Данный приём весьма эффективен в рекламе, ведь благодаря ему ярче воспринимается рекламный образ, созданный автором текста. Олицетворение в большинстве случаев рассчитано на эмоциональную сферу, а не рациональную.

1) «The soap that makes your skin sing» (реклама мыла Neutrogena).

В данном слогане «makes your skin sing» кожа олицетворяется с человеком, словно она запоет после использования мыла Neutrogena.

Д. Метафора.

Маркетологи используют метафоры для достижения многих целей: привлечь внимание потребителей, предложить сходство между продуктом и концепцией, а также объяснить характеристики рекламируемого продукта. Метафора одновременно выполняет две разные функции: являясь экспрессивным средством выразительности для создания образа, она может дать краткую формулировку достоинствам рекламируемого товара.

1) Take your hair to paradise (реклама шампуня Herbal Essence).

В данном слогане метафора использована с целью передачи эффекта райского наслаждения при использовании шампуня Herbal Essence;

2) The spirit of summer (реклама крема Avon).

В рекламе крем отождествляется с духом лета с помощью метафоры «The spirit of summer», такой прием способен вызвать интерес у потребителей.

2. Рекламный текст должен задействовать весь языковой потенциал, в том числе и грамматический, а точнее – морфологический.

На морфологическом уровне были рассмотрены такие части речи, как имя существительное, имя прилагательное и глагол.

А. Существительные заключают в себе предметные значения, без которых невозможно выражение мысли, поэтому использование существительных

является обязательным условием создания любого текста. В рекламе имена существительные выполняют номинативную функцию, они представляют рекламируемые товары, называют их [14, с. 12].

1) Immediate protection (реклама солнцезащитного крема Nivea Sun).

В этом тексте преимущество солнцезащитного крема Nivea Sun выражено существительным «protection»;

2) Smart technology – brilliant results (реклама зубной щетки Oral-B Triumph Power).

В данном слогане присутствуют существительные «technology» и «results», которые указывают на достижение результата, благодаря технологии Oral-B.

В. Имена прилагательные в рекламе встречаются довольно часто, так как изобилие положительных оценочных коннотаций в рекламе способно произвести наиболее благоприятное впечатление о товаре на реципиента. Чтобы выделить свою марку среди конкурентов приходится прибегать к различным языковым приемам. Реализовать эту задачу помогают качественные имена прилагательные. Они обладают яркими экспрессивными свойствами [6, с. 167]. Его цель – указать на свойство товара, которое ранее было обозначено именем существительным.

В следующих словосочетаниях будут показаны примеры использования прилагательных в рекламном тексте:

1) It's straight, it's hot and it lasts (реклама спрея L'Oreal Studio Line Hot & Straight Спрей).

Прилагательные «straight» подчеркивает универсальность данного продукта, а «hot» подразумевает непревзойденный эффект от спрея;

2) Lash plumping technology. 12X impact. Breathtaking volume (реклама туши L'Oreal).

Данный рекламный текст привлекает внимание прилагательным «breathtaking», указывающим на захватывающий эффект наращенных ресниц при использовании представленной туши;

3) Instant shine and smooth hair (реклама шампуня L'Oreal).

Прилагательные, противопоставленные данному контексту, являются «dry» и «frizzy». После использования рекламируемого продукта волосы становятся свежими, блестящими и мягкими на ощупь: «shine and smooth». Благодаря таким ярким прилагательным положительный результат, которого можно достичь при использовании продукта, более очевиден. Это один из механизмов, с помощью которых реклама манипулирует сознанием клиента;

4) Luminous, luxurious and legendary (реклама тонального крема L'Oreal).

В рекламных текстах бьюти-продукции присутствуют часто прилагательные, так как с их помощью можно дать более точное и подходящее описание товара. Здесь мы видим прилагательные «Luminous, luxurious, legendary», указывающие на качество и ценность представленного товара.

С. Глагол в рекламном тексте играет особую роль, так как в нем присутствуют категории наклонения, времени и лица. Максимальное воздействие на потребителя оказывают формы повелительного наклонения, побуждая его к действию, то есть к совершению покупки рекламируемого товара.

1) Give your hair just the right level of care (реклама шампуня Dove Essential Care Shampoo).

В рассматриваемом примере глагол «give» использован в повелительном наклонении, чтобы побудить покупателя приобрести товар для ухода за волосами;

2) Makeup that performs (реклама косметики Max Factor).

В данном слогане присутствует глагол «perform», указывающий на преобразование при использовании косметики Max Factor.

Стоит отметить, что реклама – это очень широкий и всеобъемлющий термин. Мир меняется каждый день, как и вкусы, стили и роль рекламы. Для того, чтобы реклама была эффективной, важно, чтобы те, кто ею занимается, подходили к ней творчески и инновационно. Рекламные тексты сознательно и бессознательно воздействуют на людей. Наиболее важная особенность РТ заключается в том, что они всегда должны быть уникальными, легко запоминающимися и выделяющимися среди других.

Важным моментом, возникшем в результате проведенного исследования, стала роль женщин в рекламе. Различия между рекламой, ориентированной на женщин, и рекламой, ориентированной на мужчин, означает, что маркетологам известны механизмы, которые дифференцируют потребителей косметических продуктов, т.к. реклама, в противном случае, не оправдывала бы ожидания, если была бы одинаковой для всех. В ходе исследования было выявлено, что найти рекламу женской косметики гораздо проще, чем мужской, о чем свидетельствует тот факт, что эта работа содержит тринадцать рекламных объявлений для женщин и только пять для мужчин.

Распространено использование позитивных концепций и комплиментов, чтобы потенциальный покупатель почувствовал себя особенным. Все это является частью языковой игры, используемой лицами, ответственными за разработку рекламы.

Более того, было доказано, что язык действительно играет важную роль в рекламе. Язык – главный ключ, с помощью которого реклама манипулирует людьми и направляет их к определенному продукту. Можно сделать вывод, что реклама принадлежит к большому и сложному сектору экономики. Роль рекламы оказывает большое влияние на людей и язык. Язык – главный передатчик рекламы и является уникальной формой коммуникации.

Список литературы:

1. Merriam-Webster's Collegiate Dictionary. – 11th ed. – Springfield: Merriam-Webster, 2009. – 1664 p.
2. Аникина Т.В. Фоностилистические особенности англо- и русскоязычной интернет-рекламы // Филология: научные исследования. – 2021. – № 1. – С. 41-56.
3. Аниськина Н.В. Модели анализа рекламного текста: учебное пособие / Н.В. Аниськина, Т.Б. Колышкина. – М.: ФОРУМ : ИНФРА-М. – 2019. – 303 с.
4. Гордеева Е.Ю. Язык российской газетной рекламы: история и современность (из опыта преподавания курса «Литературное редактирование рекламного текста») // Вестник ННГУ. – 2010. – № 4-2. – С. 838-841.
5. Зирка В.В. Манипулятивные игры в рекламе: лингвистический аспект. – М.: книжн. Дом "Либроком", 2010. – С. 256.

6. Колышкина Т.Б. Семантика и функции качественных прилагательных в рекламе компьютерной техники / Т.Б. Колышкина, И.В. Шустина // Ярославский педагогический вестник. – 2013. – №2. – С. 167-171.
7. Кохтев Н.Н. Десять эффектов рекламы // Русская речь – 1991. – № 6. – 59–64 с.
8. Кромптон А. Мастерская рекламного текста. – Тольятти: Довгань, 1995. – 256 с.
9. Куликова Е.В. Рекламный текст: лингвистические приемы выразительности // Вестник ННГУ. – 2009. – № 6-2. – С. 276-282.
10. Лебедева Л.В. Психология рекламы: учебное пособие. – Тюмень: Издательство Тюменского образовательного университета. – 2010. – 140 с.
11. Люлина А.В. Особенности перевода эпитетов в текстах рекламы товаров для детей / А.В. Люлина, А.Л. Паляева // СИСП. – 2022. – №4. – С. 85-95.
12. Остроушко Н.А. Проблема речевого воздействия в рекламных текстах: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2003. – 286 с.
13. Серегина Т.К. Рекламная деятельность: учебник для студентов высших и средне-специальных учебных заведений. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2001. – 364 с.
14. Суворова Н.Н. Морфологическое наполнение рекламных слоганов в сфере образования / Litera. – 2016. – № 4. – С. 11–16.
15. Фещенко Л.Г. Структура рекламного текста: учебно-практическое пособие / Л. . Фещенко. – Санкт-Петербург : Петербургский институт печати, 2003. – 232 с. – Текст : непосредственный.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ. СТУДЕНЧЕСКИЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ

*Электронный сборник статей по материалам LXXII студенческой
международной научно-практической конференции*

№ 2 (72)
Февраль 2024 г.

В авторской редакции

Издательство «МЦНО»
123098, г. Москва, ул. Маршала Василевского, дом 5, корпус 1, к. 74
E-mail: humanities@nauchforum.ru

16+

