МОЛОДЕЖЬ РОССИИ В ФОКУСЕ:

от прав и возможностей к реальным действиям



Материалы Региональной научно-практической конференции обучающихся

(Пермь, 19 марта 2026 г.)

Региональная общественная организация
«Молодёжная ассоциация юристов Пермского края»
Автономная некоммерческая организация
высшего и профессионального образования
«Прикамский социальный институт»
Автономная некоммерческая организация
профессионального образования
«Пермский гуманитарно-технологический колледж»
ООО «ТелекомПлюс»

МОЛОДЕЖЬ РОССИИ В ФОКУСЕ: ОТ ПРАВ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ К РЕАЛЬНЫМ ДЕЙСТВИЯМ

Материалы
Региональной научно-практической
конференции обучающихся
(Пермь, 19 марта 2026 г.)

Пермь
2026

ББК 66.75
М 75

М 75 **Молодежь России в фокусе: от прав и возможностей к реальным действиям** : материалы Региональной научно-практической конференции обучающихся (Пермь, 19 марта 2026 г.) / науч. ред. А. С. Лядова ; АНО ВПО «ПСИ»; АНО ПО «ПГТК». – Пермь, 2026. – 166 с.

В настоящий сборник включены материалы Региональной научно-практической конференции студентов и школьников, которая проводилась на площадке Прикамского социального института и Пермского гуманитарно-технологического колледжа 19 марта 2026 года.

Статьи обучающихся образовательных организаций, входящие в сборник, посвящены актуальным проблемам современности, в том числе правовым, экономическим, социокультурным, психологическим аспектам безопасности.

ББК 66.75

Редакционная коллегия:
А. С. Лядова; Н. А. Дудина;
Н. Ю. Наговицына; А. В. Семенова

Публикуется по решению научно-методического совета
АНО ПО »Пермский гуманитарно-технологический колледж»

© Коллектив авторов, 2026
© АНО ВПО «ПСИ», 2026
© АНО ПО «ПГТК», 2026

СЕКЦИЯ 1. МОЛОДЕЖЬ В ПРОСТРАНСТВЕ ЗАКОНА И СПРАВЕДЛИВОСТИ

Бахарева С. А., Ярославская В. Д.
Пермский гуманитарно-технологический колледж
2 курс, специальность «Юриспруденция»
Научный руководитель: зав. кафедрой правовых дисциплин,
старший преподаватель А. С. Лядова

УКРАДЕННОЕ ДЕТСТВО: КАК КОРРУПЦИЯ ПРИ РАСПРЕДЕЛЕНИИ БЮДЖЕТА ЛИШАЕТ БУДУЩЕГО САМЫХ УЯЗВИМЫХ

Коррупция при распределении бюджета означает, что выделяемые государством деньги из налогов граждан не доходят до получателей в полном объеме или расходуются неэффективно, в том числе это касается детей

Например, средства, предназначенные на ремонт школ, закупку учебников или оборудования, «оседают» в карманах недобросовестных чиновников и подрядчиков.

Воровство бюджетных средств в медицине ведет к нехватке лекарств в больницах, отсутствию современного оборудования и низким зарплатам врачей. что сказывается на здоровье детей. Коррупция усугубляет расслоение в обществе. Таким образом, коррупция сегодня – это прямая угроза формированию здорового, образованного и социально благополучного поколения, то есть будущему страны.

Сущность и механизмы распределения бюджетных средств в социальной сфере

Распределение бюджетных средств в РФ в 2025 году строится на программно-целевом принципе и многоуровневой системе трансфертов.

Механизмы распределения:

1. Государственные программы и нацпроекты: Основная часть средств на социальную сферу распределяется через нацпроекты (например, «Семья», «Молодежь и дети»).

2. Межбюджетные трансферты: Передача средств от федерального центра регионам в форме субсидий, субвенций и дотаций.

3. Единая субсидия: С 2025 года внедряется механизм консолидации мелких выплат в единую субсидию.

Статистика: согласно отчету Счетной палаты за 2024 год, экономический эффект от проверок составил 148,9 млрд рублей, из которых 95,9 млрд возвращены в бюджеты.

Понятие и формы коррупции в госзакупках и программах для детей

Основные формы (по данным СК и Генпрокуратуры на 2025 год)

1. «Откаты»: Возврат части суммы контракта чиновнику за выбор «нужного» поставщика. За 9 месяцев 2025 года СК возбудил более 24 тыс. дел о коррупции.

2. Растраты и хищения: Завышение цен или оплата непоставленных товаров.

3. Кумовство: Назначение родственников и заключение контрактов с «своими» фирмами.

4. Нецелевое использование: Трата средств на нужды, не связанные с целевыми.

Факторы и условия возникновения коррупции при финансировании детских учреждений

Факторы за 2024–2025 гг.:

1. Административно-управленческие: Бюрократия, вынуждающая «ускорять» процессы взятками; конфликт интересов в комиссиях.

2. Экономические и рыночные: Монополизм поставщиков, связанных с администрацией; низкая оплата труда, ведущая к мелкой коррупции.

3. Контрольно-надзорные: Формальный аудит; простой 92% изъятого имущества, снижающий эффект конфискации.

Анализ влияния коррупции на условия жизни детей

Коррупция в образовании глубже «поборов на шторы»: она бьет по карманам родителей, качеству знаний и честности ученых степеней

Денежные сборы с родителей. Самая распространенная форма – прямые поборы в школах, нарушающие право на бесплатное обучение.

Циничные схемы. Пример: в школе № 15 Батайска (апрель 2025) с родителей требовали по 10 тыс. руб. на Масленицу, угрожая не допустить детей неплательщиков на праздник.

Хищения при строительстве. Ранее при стройке той же школы № 15 УФСБ выявило махинации: задержаны архитектор и экс-замглавы за вымогательство у подрядчиков.

Финансовые нарушения в вузах. Обзор Минобрнауки за 2024: оплата невыполненных работ, списание материалов, «левая» аренда помещений, немотивированные премии.

Утечка бюджетных средств усиливает неравенство

Ресурсы, украденные на стройках или через «серую» аренду, лишают поддержки самых нуждающихся. Богатые компенсируют потери репетиторами, бедные – нет. Для них школа – единственный социальный лифт. Хищения превращают ее в механизм закрепления бедности: дети учатся в аварийных школах, а цифровое неравенство оставляет бедных без современного оборудования и доступа к онлайн-платформам.

Коррупция в детском здравоохранении напрямую решает, получит ли ребенок помощь.

Имитация лечения. В Ставрополье (2021–2024) заведующие отделениями за плату ставили детям липовые диагнозы для оформления инвалидности.

Торговля справками. В Самаре врач за 12 тыс. руб. предлагала сделать фиктивную справку о туберкулезе для устройства в детсад.

Закупки по двойной цене. В Татарстане медучреждение покупало комплексы по 31,4 млн вместо 23 млн; разница ушла посредникам. В Дагестане за 2024 выявили более 5000 нарушений, в основном в медицине и образовании.

Пути минимизации коррупционных рисков и защиты прав детей

Совершенствование прозрачности и контроля

Государство централизует закупки для учреждений через единые центры. Это позволяет легче отслеживать траты, снижает цены оптом и лишает директоров/главврачей возможности проводить тендеры в пользу «своих» фирм.

Цифровизация
распределения средств как инструмент противодействия

Автоматизация госзакупок: Электронные площадки и смарт-контракты исключают «человеческий фактор».

Электронный бюджет: Система позволяет в реальном времени отслеживать движение средств.

Цифровой след: Любые изменения фиксируются в госинформсистемах, облегчая аудит.

Разработка программ антикоррупционного воспитания и просвещения

В рамках Национального плана противодействия коррупции на 2025–2027 годы внедряются программы формирования антикоррупционного мировоззрения.

Школьные программы: Специальные модули в рамках «Обществознания» и «Права».

Просветительские проекты: Методические материалы для педагогов.

Цель обучения: Формирование «антикоррупционной культуры».

Коррупция в распределении бюджетных средств изымает ресурсы из социальной сферы, создавая барьеры для развития детей.

Основные последствия:

1. Снижение качества жизни: Хищения приводят к недофинансированию больниц и школ, что вызывает ветхую инфраструктуру и дефицит лекарств и оборудования.

2. Ограничение социальных лифтов: Коррупция делает качественные услуги привилегией, усиливая социальное неравенство и лишая талантливых детей из небогатых семей шанса на самореализацию.

3. Кризис ценностей: Среда, где успех зависит от связей, портит молодежь и подрывает веру в честный труд.

4. Экономический ущерб: Ограничение инвестиций в человеческий капитал замедляет экономический рост, оставляя будущее поколение с менее конкурентоспособной экономикой.

В итоге коррупция превращает государственные вложения в детей в неэффективные расходы, закладывая основу для спада общества.

Керносова В. В. Юнусова Д. Н.
Пермский гуманитарно-технологический колледж
2 курс, специальность «Юриспруденция»
Научный руководитель: зав. кафедрой правовых дисциплин,
старший преподаватель А. С. Лядова

СВОБОДА ТВОРЧЕСТВА И ЗАКОН: КОНФЛИКТ СТ. 44 КОНСТИТУЦИИ РФ И РЕАЛИЙ 2026 ГОДА

Несколько лет назад российская культура представляла собой разные виды мнений, стилей и языков. Рэперы читали о том, что их волнует, на полках книжных магазинов соседствовали Стивен Кинг и Пелевин, а вывески «Coffee» и «Fresh» стали привычной частью города. Казалось, что свобода творчества, закрепленная Конституцией – это неизменная реальность.

Однако сегодня мы наблюдаем обратный процесс. С 1 марта 2026 года в России вступил в силу целый пакет законодательных изменений, которые фактически легализовали цензуру. Под удар попали книги, музыка, кино и даже русский язык. Нас больше не спрашивают, хотим ли мы читать «Оно» Стивена Кинга в оригинале или слушать старые альбомы «Фараона». Нас лишают выбора, прикрываясь благими намерениями защиты традиционных ценностей и борьбы с наркотиками и тд.

Нам кажется, что данное нововведение оказывает негативное влияние поскольку цензура уничтожает искусство, превращает авторов в преступников, а читателей и слушателей – в людей с ограниченным доступом к собственному культурному наследию.

Целью данной работы является комплексный анализ новых законодательных инициатив, оценка их соответствия конституционным нормам, а также верификация гипотезы о неприятии данных ограничений молодежной аудиторией как основным потребителем культурных продуктов.

Правовой анализ законодательства 2026 года: нормативная база и правоприменительная практика

В статье 44 конституции Российской Федерации говорится: «Каждому гарантируется свобода литературного, художественного, научного, технического и других видов творчества, преподавания»[1]. На прак-

[1] Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020)

тике данное право вступает в конфликт с новыми федеральными законами. Вместо защиты граждан, государство начинает защищать граждан от них самих, решая, что им можно читать, слушать и видеть.

1. Закон о запрете пропаганды наркотических средств (в редакции 2026 года)

С 1 марта 2026 года вступили в силу поправки, которые фактически запрещают любое упоминание наркотических средств в публичном пространстве без специальной маркировки. Под действие закона попадают не только призывы к употреблению, но и любые метафоры, ирония или художественные описания в книгах, фильмах и песнях. За нарушение теперь грозит уголовная ответственность вплоть до двух лет лишения свободы. С 1 марта 2026 года вступают в силу нормы Федерального закона от 08.08.2024 № 224-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»[1], которыми уточнена административная ответственность за пропаганду незаконного оборота, потребления наркотиков.

Ответственность по статье 6.13 КоАП РФ[2] будет наступать за распространение информации о наркотических средствах, психотропных веществах и об их прекурсорах, о растениях, содержащих наркотические средства или психотропные вещества либо их прекурсоры, а также об аналогах наркотических средств и психотропных веществ с нарушением установленных законодательством требований.

2. Закон о защите русского языка от англицизмов (с 1 марта 2026)

Федеральный закон от 28.02.2023 № 52-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации»«[3] получил свою практическую реализацию в подзаконных актах, вступивших в силу 1 марта 2026 года. Установлены обязательные требования к использованию русского языка в публичном пространстве:

– *Вывески и визуальная информация:* Запрещено использование иностранных слов (в том числе транслитерацией латиницей) при оформлении вывесок, указателей, информации для потребителей при наличии нормативно закрепленных русских аналогов.

– *СМИ и реклама:* Ограничено использование англицизмов+ в СМИ и рекламных материалах.

[1] Федеральный закон от 08.08.2024 № 224-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»

[2] Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 01.03.2026)

[3] Федеральный закон РФ от 28.02.2023 № 52-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации»// URL: www.parvo.gov.ru

– *Культурные мероприятия:* Названия концертов, фестивалей и иных публичных событий должны быть переведены на русский язык.

3. Законодательство об «иностранных агентах» и маркировке продукции.

В развитие Федерального закона от 14.07.2022 № 255-ФЗ «О контроле за деятельностью лиц, находящихся под иностранным влиянием»[1] , с 2026 года введены дополнительные ограничения на распространение продукции лиц, признанных иностранными агентами:

– Книжная продукция должна реализовываться только в запечатанной упаковке с соответствующей маркировкой, что исключает возможность предварительного ознакомления с текстом в торговых точках.

– Музыкальные произведения иностранных агентов исключаются из ротации на всех публичных площадках, включая стриминговые сервисы, радио и телевидение.

– Публичные выступления (концерты, лекции) запрещены.

По состоянию на апрель 2026 года, по данным мониторинга Роскомнадзора и профильных общественных организаций, под действие различных цензурных ограничений подпало более 1 000 единиц культурной продукции (книг, музыкальных альбомов, фильмов).

Примеры цензурных ограничений:

– *Литература:* Роман «Лето в пионерском галстуке» (авторы: Е. Малаховская, К. Сильченко) подвергся ограничениям в соответствии с законодательством о запрете пропаганды нетрадиционных сексуальных отношений среди несовершеннолетних. Произведения Стивена Кинга (в частности, роман «Оно») проходят дополнительную экспертизу на наличие соответствующих сюжетных линий.

– *Музыкальная индустрия:* Творчество группы «Тату» (t.A.T.u.) маркируется как содержащее пропаганду ЛГБТ. Рэп-исполнитель Pharaoh подвергся блокировке альбомов за пропаганду наркотиков.

Социологическое исследование: реакция молодежной аудитории

Чтобы понять отношение молодого поколения к этим темам, мы провели анонимный опрос среди студентов нашего колледжа. В опросе приняли участие 70 человек. В этой статье мы представляем основные результаты и анализируем, как студенты оценивают роль ограничений в культуре. Среди опрошенных большинство – девушки (83,8%), юноши составили 16,2%. Возраст участников: 82,4% – от 15 до 18 лет, остальные 17,6% – старше 18 лет.

[1] Федеральный закон РФ Федеральный закон от 14.07.2022 № 255-ФЗ «О контроле за деятельностью лиц, находящихся под иностранным влиянием» // URL: www.parvo.gov.ru

Англицизм. 91% опрошенных не считают, что иностранные слова вредят языку. 95% против запрета англицизмов на вывесках, называя это ограничением творчества. Лишь 14% видят в них препятствие для понимания.

Цензура в музыке. Против цензуры мата выступили 86% (достаточно маркировки 18+). 77% не поддерживают блокировку песен из-за пропаганды наркотических веществ или секса, считая это формой искусства автора. Узнав о запрете трека, 57% студентов испытывают к нему повышенный интерес.

Цензура в литературе. Блокировку книг с «нетрадиционными ценностями» не поддерживают 80%. Однако эффект «запретного плода» в литературе слабее: только 26% заинтересовались бы книгой из-за запрета.

Помогает ли цензура? 90% уверены, что цензура не ограждает молодёжь от «вредной» информации: запрещённое всё равно находят, а интерес только растёт.

Мы видим, как с 1 марта 2026 года Россия делает крутой разворот в сторону тотального контроля над культурой. Законы, призванные защищать нравственность и язык, на деле превратились в инструмент уничтожения культурного наследия.

Вместо того чтобы строить «стерильное» культурное пространство, мы рискуем получить пустоту. Книжные полки обеднеют, а музыка станет плоской и однообразной. Мы надеемся, что общество осознает эту опасность, и голос разума будет услышан громче голоса цензоров.

Стоит добавить что наша статистика прямое доказательство того, что, процессы идут вразрез с мнением того самого поколения, которое эта политика якобы призвана защищать. Цифры говорят сами за себя. Молодежь, которая и является основным потребителем культуры, не принимают эти нововведения.

Ведь смотря на все это можно подытожить:

1. Цензура разрушает искусство. Вырезая из книг разные, а иногда очень важные моменты, мы лишаем будущие поколения возможности понимать культуру прошлого такой, какая она была, какие у нас были интересы и предпочтения в книгах.

2. Нарушаются Конституционные права. Статья 44 Конституции гарантирует свободу творчества. Текущая практика блокировок и изъятий эту свободу полностью отрицает.

3. Цензура порождает пиратство. Когда легальные стриминги удаляют любимые альбомы, слушатели уходят в пиратские паблики и Telegram-каналы, где нет маркировок и возрастных ограничений.

4. Борьба с англицизмами – это борьба с развитием языка. Язык нельзя защитить запретами. Его можно защитить только великой литературой.

Список источников

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // URL: www.parvo.gov.ru

2. Федеральный закон от 08.08.2024 № 224-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // URL: www.parvo.gov.ru

3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 01.03.2026) // URL: www.parvo.gov.ru

4. Федеральный закон от 28.02.2023 № 52-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации»«// URL: www.parvo.gov.ru

5. Федеральный закон от 14.07.2022 № 255-ФЗ «О контроле за деятельностью лиц, находящихся под иностранным влиянием» // URL: www.parvo.gov.ru

Ларионова А. Э.
Пермский гуманитарно-технологический колледж
3 курс, специальность «Юриспруденция»
Научный руководитель: зав. кафедрой правовых дисциплин,
старший преподаватель А. С. Лядова

НАРУШЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРАВ ЛИЦ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ УХОД ЗА ИНВАЛИДАМИ I ГРУППЫ И ГРАЖДАНАМИ СТАРШЕ 80 ЛЕТ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В современной системе социальной поддержки существует категория граждан, чья деятельность имеет огромное значение для общества, но при этом остаётся практически незаметной для государства. Речь идёт о лицах, которые осуществляют постоянный уход за инвалидами I группы и гражданами старше 80 лет. По сути, эти люди выполняют функции, близкие к профессиональному социальному уходу. Однако делают они это без трудового договора, без заработной платы и зачастую без реальных социальных гарантий.

Поэтому возникает закономерный вопрос:

насколько действующая система государственной поддержки соответствует принципам социального государства и обеспечивает ли она реальную защиту прав таких граждан?

1. Возникновение компенсационной выплаты

Институт компенсационной выплаты был введён Указом Президента Российской Федерации от 26 декабря 2006 года № 1455.

С 1 января 2007 года была установлена компенсационная выплата в размере 500 рублей в месяц трудоспособному неработающему лицу, осуществляющему уход за:

- инвалидом I группы
- гражданином, нуждающимся в постоянном уходе
- лицом старше 80 лет.

Важно учитывать экономический контекст того периода.

В 2007 году федеральный минимальный размер оплаты труда составлял 2300 рублей. Таким образом, компенсация в 500 рублей составляла примерно 22% от МРОТ.

Это означает, что на момент введения данная мера имела реальное экономическое значение. Она не могла полностью компенсировать утраченный доход, однако частично возмещала отказ от трудовой деятельности.

Уже в 2008 году размер выплаты был увеличен до 1200 рублей. После повышения МРОТ до 4330 рублей данная сумма составляла около 27% минимальной заработной платы.

Первоначально компенсационная выплата действительно выполняла частичную компенсаторную функцию. Однако важно подчеркнуть, что с 2008 года её размер не индексировался более пятнадцати лет.

2. Правовое регулирование до 2025 года

До конца 2024 года компенсационная выплата назначалась непосредственно ухаживающему лицу при соблюдении ряда условий:

– трудоспособность
– отсутствие официальной занятости
– отсутствие получения пенсии
– отсутствие получения пособия по безработице
– подача заявления в органы пенсионного обеспечения.

При этом период ухода засчитывался в страховой стаж, а также начислялось 1,8 пенсионного коэффициента за каждый год ухода.

Таким образом, государство признавало ухаживающее лицо самостоятельным субъектом социальной поддержки.

В правовом смысле это означало признание того факта, что уход за нетрудоспособным гражданином связан с вынужденным отказом от трудовой деятельности, а значит требует хотя бы частичной компенсации.

3. Изменения с 1 января 2025 года

С 1 января 2025 года механизм предоставления выплаты был изменён. Компенсационная выплата перестала назначаться непосредственно ухаживающему лицу. Теперь сумма 1200 рублей автоматически включается в пенсию инвалида I группы или гражданина старше 80 лет.

Формально размер выплаты сохранился, однако фактически изменился получатель средств.

В результате:

– государство перестало рассматривать ухаживающее лицо как самостоятельный объект социальной поддержки;
– выплата больше не зависит от факта реального ухода;
– отсутствуют гарантии, что средства будут направлены на поддержку ухаживающего;
– выплата утрачивает функцию компенсации утраченного дохода.

4. Экономическое обесценивание выплаты

Если рассмотреть вопрос в экономическом контексте, становится очевидно, насколько изменилась реальная ценность данной выплаты.

С 1 января 2026 года федеральный МРОТ составляет 27 093 рубля.

Сопоставим размеры выплаты с минимальной заработной платой:

ГОД	ВЫПЛАТА	МРОТ	ДОЛЯ
2007	500 руб.	2300 руб.	~22%
2008	1200 руб.	4330 руб.	~27%
2026	1200 руб.	27093 руб.	~4,4%

Получается, относительная экономическая ценность выплаты снизилась более чем в шесть раз.

Сегодня сумма 1200 рублей фактически составляет около 4–5% минимальной заработной платы, что не может рассматриваться как реальная компенсация утраченного дохода.

5. Демографическая и социальная ситуация

Проблема приобретает особую актуальность в контексте демографических процессов.

По данным Федеральной службы государственной статистики, в Российской Федерации проживает более 11 миллионов человек с инвалидностью. При этом около 1,2–1,3 миллиона человек относятся к инвалидам I группы, то есть к категории граждан, которые в наибольшей степени нуждаются в постоянном уходе. Кроме того, численность граждан старше 80 лет превышает 6 миллионов человек, и эта цифра продолжает расти в связи со старением населения.

Таким образом:

– увеличивается количество граждан, нуждающихся в постоянном уходе;

– возрастает нагрузка на семьи;

– при этом объём прямой государственной поддержки ухаживающих лиц остаётся крайне ограниченным.

По данным Росстата, уровень бедности в России составляет около 8–9% населения. Однако семьи, в которых проживают лица с инвалидностью, относятся к группе повышенного риска бедности. Если один из трудоспособных членов семьи вынужден отказаться от работы ради ухода, совокупный доход семьи неизбежно снижается.

В ситуации, когда единственный трудоспособный член семьи прекращает трудовую деятельность для осуществления ухода, риск социально-экономической уязвимости возрастает в несколько раз.

6. Правовая оценка с точки зрения принципов социального государства

Согласно статье 7 Конституции Российской Федерации, Россия является социальным государством, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь человека. Кроме

того, Конституционный Суд Российской Федерации неоднократно указывал, что социальные выплаты должны обеспечивать реальную, а не формальную поддержку граждан, оказавшихся в социально уязвимом положении.

В этой связи возникает принципиальный вопрос соответствует ли современная модель поддержки принципу компенсации утраченного дохода?

Если в первоначальной модели существовала прямая связь между отказом от трудовой деятельности и получением компенсационной выплаты, то сегодня эта связь фактически утрачена.

Ухаживающее лицо:

– не получает прямой выплаты;
– не имеет гарантированного дохода;
– при этом несёт значительную социальную нагрузку.

Формально государственная поддержка сохраняется. Однако её компенсаторная функция фактически утрачен.

Подводя итог, можно сформулировать несколько ключевых выводов.

1. Компенсационная выплата, введённая в 2007 году, первоначально имела реальное экономическое значение и частично компенсировала утрату дохода.

2. Отсутствие индексации привело к её существенному обесцениванию.

3. Реформа 2025 года изменила правовую конструкцию выплаты, фактически исключив ухаживающее лицо из числа самостоятельных получателей социальной поддержки.

4. На фоне роста числа инвалидов и пожилых граждан это усиливает социальную нагрузку на семьи.

Таким образом, можно говорить о тенденции к ослаблению социальной защиты лиц, осуществляющих уход.

Домашний уход – это не исключительно частная проблема семьи. Это важный элемент системы социальной поддержки государства. Фактически лица, осуществляющие уход, выполняют функции, которые в иных условиях должны обеспечиваться системой социального обслуживания. Если государство заинтересовано в сохранении семейной модели ухода за пожилыми гражданами и людьми с инвалидностью, оно должно обеспечивать адекватную материальную компенсацию тем, кто берёт на себя эту функцию. В противном случае социальная нагрузка будет фактически полностью переложена на семьи, что противоречит принципам социального государства.

Список источников

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: http://www.pravo.gov.ru

2. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ (с учетом изменений, внесенных Федеральным законом от 28 декабря 2025 г. № 510-ФЗ) // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: http://www.pravo.gov.ru

3. Федеральный закон от 24 ноября 1995 г. № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» (с учетом изменений, внесенных Федеральным законом от 29 декабря 2025 г. № 573-ФЗ) // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: http://www.pravo.gov.ru

4. Федеральный закон от 19 июня 2000 г. № 82-ФЗ «О минимальном размере оплаты труда» (с учетом изменений, внесенных Федеральным законом от 8 декабря 2025 г. № 453-ФЗ) // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: http://www.pravo.gov.ru

5. Федеральный закон от 28 декабря 2013 г. № 400-ФЗ «О страховых пенсиях» // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: http://www.pravo.gov.ru

6. Федеральный закон от 28 декабря 2013 г. № 442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» (с учетом изменений, внесенных Федеральным законом от 26 декабря 2024 г. № 476-ФЗ) // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: http://www.pravo.gov.ru

7. Федеральный закон от 8 августа 2024 г. № 313-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: http://www.pravo.gov.ru

8. Указ Президента РФ от 26 декабря 2006 г. № 1455 «О компенсационных выплатах лицам, осуществляющим уход за нетрудоспособными гражданами» // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: http://www.pravo.gov.ru

9. Постановление Правительства Российской Федерации от 4 июня 2007 г. № 343 «Об осуществлении ежемесячных компенсационных выплат неработающим трудоспособным лицам, осуществляющим уход за инвалидом I группы (за исключением инвалидов с детства I группы), а также за престарелым, нуждающимся по заключению лечебного учреждения в постоянном постороннем уходе либо достигшим возраста 80 лет» (утратило силу с 1 января 2025 г. в связи с изданием постановления Правительства РФ от 9 апреля 2025 г. № 472) // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: http://www.pravo.gov.ru

Нигматянова А. А.
Пермский гуманитарно-технологический колледж
1 курс, специальность «Реклама»
Научный руководитель: кандидат педагогических наук,
старший преподаватель Н. Н. Василюк

ТРУДОВЫЕ ПРАВА МОЛОДЕЖИ: СТАЖИРОВКИ, ПЕРВЫЙ ТРУДОВОЙ ДОГОВОР, ЗАЩИТА ОТ НЕДОБРОСОВЕСТНЫХ РАБОТОДАТЕЛЕЙ

Многие подростки устраиваются на работу или подработку с раннего возраста, так как хотят быть финансово грамотными и независимыми, но из-за своей неопытности могут попасться в ловушку недобросовестных работодателей. Рассмотрим несколько вопросов, которые могут быть интересны молодым людям: понятие «стажировка», подписание первого трудового договора и защита от недобросовестных работодателей.

Что такое стажировка?

Стажировка – процесс получения практических профессиональных навыков на рабочем месте перед началом полноценной трудовой деятельности, форма повышения профессиональной квалификации. Такой вид подготовки отличается от практики студента, есть определенные правила, сроки, нюансы оформления работника-стажера. Определение понятия содержит закон от 29.12.2012 («Об образовании») [4, с.55].

Стажировка может иметь разные формы в зависимости от целей и контекста. Стажировка как часть профессионального обучения или дополнительного образования оформляется срочным трудовым договором. В таком случае стажер выполняет определённые работы, связанные с практикой, и имеет права, предусмотренные трудовым законодательством, включая оплату труда [5, с.1].

Стажировка в рамках программ поддержки молодёжи (например, в рамках Долгосрочной программы содействия занятости молодёжи до 2030 года) может не предполагать трудовых отношений. Например, по некоторым программам (как в Москве по Постановлению Правительства Москвы от 06.08.2019 № 984-ПП) стажировка носит ознакомительный характер, не предусматривает выполнение трудовых функций, а значит, и не влечёт возникновения трудовых отношений. В таких случаях заключается договор о прохождении стажировки между организацией, подростком и, например, государственным учреждением, курирующим программу [1, с.2].

При любой форме стажировки работодатель обязан ознакомить стажёра с правилами техники безопасности, внутренним трудовым распорядком и другими действующими в организации правилами.

Отметим, что для молодых специалистов стажировка зачастую становится первым этапом в карьере, на котором проверяется готовность к определенной трудовой деятельности.

Первый трудовой договор

Для заключения трудового договора существуют возрастные ограничения. Так, с 16 лет можно заключать трудовой договор на общих основаниях. С 15 лет – если подросток получил общее образование (окончил 9 классов) и не продолжает обучение, либо в свободное от учёбы время при получении общего образования, либо во время каникул в период обучения в общеобразовательных или средних профессиональных учебных заведениях.

С 14 лет трудовой договор можно заключить при наличии письменного согласия одного из родителей (попечителя) и органа опеки. Работа должна быть лёгкой, не причиняющей вреда здоровью, выполняться в свободное от учёбы время и не мешать освоению образовательной программы.

До 14 лет – только в сфере кинематографии, театра, концертной деятельности, цирка, профессионального спорта. Требуется согласие родителей и органа опеки, трудовой договор подписывает родитель от имени ребёнка.

При заключении трудового договора с несовершеннолетним должны соблюдаться следующие обязательные условия:

– указание условий труда, отдыха и оплаты с учётом особенностей работы граждан до 18 лет;

– соблюдение ограничений по продолжительности рабочего времени: до 16 лет – максимум 24 часа в неделю, с 16 до 18 лет – не более 35 часов. Если работа совмещается с учёбой, нормы сокращаются вдвое;

– запрет на работу в ночное время, сверхурочно, в выходные и праздничные дни (с 1 сентября 2025 года разрешено работать в эти дни летом по направлению службы занятости или в составе студенческих отрядов при наличии письменного согласия работника, а если ему меньше 15 лет – ещё и согласия родителя или законного представителя);

– запрет на работу с вредными или опасными условиями труда, в игорном бизнесе, ночных клубах, с алкоголем, табаком, наркотическими веществами и в других сферах, которые могут навредить здоровью или моральным принципам. Перечень запрещённых работ утверждён Постановлением Правительства РФ от 25 февраля 2000 г. № 163.

Трудовой договор оформляется в письменной форме в двух экземплярах, один из которых передаётся работнику.

Документы для заключения трудового договора: паспорт, СНИЛС, документ об образовании или справка из учебного заведения, медицинская справка о состоянии здоровья, письменное согласие родителя или опекуна (для лиц младше 15 лет), письменное согласие органа опеки (для лиц младше 14 лет) [3, с.1].

Защита от недобросовестных работодателей

Недобросовестного работодателя чаще всего выдают следующие признаки:

– требование денежного «взноса» за оформление;
– подозрительно высокая зарплата;
– непонятные должностные обязанности;
– работа без официального оформления.

Перечислим меры защиты от недобросовестных работодателей:

– Официальное оформление. Никогда не соглашайтесь на устные договорённости. Трудовой договор – гарантия прав работника.

– Проверка компании. Изучите информацию о работодателе: отзывы сотрудников, наличие на сайте реестра недобросовестных работодателей (с 2025 года Роструд ведёт общедоступный реестр таких работодателей).

– Изучение договора. Стоит взять договор домой, чтобы показать его родителям или юристу. Подросткам нельзя устанавливать испытательный срок или полную материальную ответственность.

При возникновении нарушений следует обращаться в госорганы:

– В профсоюз (если он есть в организации) или в комиссию по индивидуальным трудовым спорам.

– В Роструд (Федеральную службу по труду и занятости) – если не выплатили отпускные, выходное пособие при сокращении, не выдали трудовой договор или приказ о приёме на работу и т. д. Жалобу можно подать онлайн.

– В прокуратуру – если нарушение серьёзное. Прокуратура может провести проверку деятельности предприятия.

– В суд – в течение 3 месяцев с момента нарушения прав (если вопрос касается увольнения – срок сокращается до 1 месяца).

Если работодатель нарушает права несовершеннолетнего, при увольнении по инициативе работодателя (кроме случаев закрытия организации) необходимо согласие государственной инспекции труда и комиссии по защите прав несовершеннолетних (ст. 269 ТК РФ) [2, с.2].

Список источников

1. Как организовать профстажировку //Сайт КБГУ. URL: https://kbsu.ru/wp-content/uploads/2020/10/publikacija_kak_organizovat_stazhirovku_compressed.pdf

2. Нарушение трудовых прав: куда жаловаться на работодателя //Сайт Совкомблог. URL: https://journal.sovcombank.ru/rabota/narushenie-trudovih-prav-kuda-zhalovatsya-na-rabotodatelya

3. Работа для подростков: что учесть при трудоустройстве несовершеннолетних? //Сайт Гарант.Ру. URL: https://www.garant.ru/article/1824959/

4. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 N 273-ФЗ//Сайт КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/?ysclid=mmf5uhvscz270350536

5. Что такое стажировка? //Сайт ИМЭС. URL: https://imes.su/press-tsentr/stati/chto-takoe-stazhirovka/

Сафиуллина Э. А.
Финансово-экономический колледж,
4 курс, специальность «Право и организация
социального обеспечения»

ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ОНЛАЙН-ПОКУПКАХ

Онлайн-покупки – приобретение товаров через интернет-ресурсы вместо похода в торговые центры. Дистанционный способ продажи товаров, имеющий ряд особенностей, предусмотрен ст. 497 Гражданского кодекса Российской Федерации [2].

Огромный толчок распространению этого вида покупок дала пандемия. В настоящий момент тенденция онлайн-покупок еще возрастает: люди сейчас меньше ходят в магазины, выходят из дома. На сегодняшний день наблюдается рост онлайн-магазинов. Дистанционная торговля заняла приоритетное место, в связи с чем появились проблемы, с которыми сталкиваются потребители.

Все эти проблемы можно разделить на несколько разных видов: в области информации, товаров, в т. ч. их качества, условий возврата средств и конфиденциальности данных. Остановимся на каждой из них подробнее.

К проблемам информации можно отнести недостоверные сведения о товарах, отсутствие возможности ознакомиться с товаром при заключении договора. Среди проблем качества товара, в первую очередь, следует назвать продажу некачественного товара, риск случайной гибели или повреждения товара. К проблемам условия возврата относятся отказ в возврате товара, списание денег за возврат товара и отсутствие информации о порядке и сроках возврата. В числе проблем конфиденциальности – утечка данных, обработка персональных данных без согласия покупатели.

Проблемы защиты прав потребителей при онлайн-покупках обусловлены рядом факторов. Во-первых, это деятельность недобросовестных продавцов, включающих в договор купли-продажи условия, которые не соответствуют требованиям законодательства (например, запрет на возврат технически сложных товаров ненадлежащего качества). Имеет место и намеренное усложнение возможности общения с продавцом, что приносит неудобство в уточнении вопросов о доставке, качестве доставленной вещи, продукта. Существуют риски, связанные с доставкой. Так, покупатель может получить товар с дефектом или

вовсе не получить его. Кроме того, существуют утечки данных потребителей. В большинстве случаев данная проблема проистекает из-за недостаточного уровня защиты портала онлайн-покупок, а также существования ненадежных паролей от портала онлайн-магазинов [1].

Хотя в литературе отмечается, что система правового регулирования дистанционной торговли на сегодняшний день во многом не обеспечивает безопасность потребителя [3], однако возможности предостеречь себя от проблем при онлайн-покупках существуют. В первую очередь, необходимо вскрывать посылку в присутствии сотрудника пункта выдачи, для того чтобы убедиться, что товар соответствует описанию и без повреждений; тщательно выбирать продавца, просмотрев все отзывы. Для того чтобы не стать жертвой мошенничества, следует покупать товары только с достоверных ссылок, убедиться в безопасности платежа.

Если же права потребителей были всё-таки нарушены в ходе онлайн– покупки, необходимо написать интернет-магазину, для того чтобы связаться с ним и узнать, сколько по времени будет рассматриваться запрос. Далее, нужно зафиксировать доказательства (это могут быть чеки, фотография товара и др.). Следует отправить письменную претензию, в которой будут указаны ссылки на закон «О защите прав потребителей» [4]. Претензию можно отправить через личный кабинет, почту или же заказным письмом с уведомлением. Также можно открыть спор на сайте маркетплейса, что необходимо делать одновременно с направлением письменной претензии, чтобы сроки не разошлись. Если оплата проходила через платёжный агрегатор, необходимо направить претензию и ему. Если же оплачивали картой, можно запросить оспаривание платежа. Далее следует подать жалобу в Роспотребнадзор, что можно сделать как в бумажном, так и в электронном виде через официальный сайт. Если есть подозрение, что покупатель столкнулся с мошенничеством нужно подать заявление в полицию [5].

Таким образом, при онлайн-покупках, которые сегодня имеют всё большую тенденцию к распространению, существует ряд часто встречающихся проблем, обусловленных в том числе спецификой данного договора купли-продажи. Для защиты прав потребителей при онлайн-покупках российское законодательство предусматривает различные способы, использование которых предоставляет возможности решения, а также предотвращения возникновения описанных проблем.

Список источников

1. Алексеев А. Интернет-шопинг: не дайте себя обмануть // Адвокатская газета. 2019. 26 июля. URL: https://www.advgazeta.ru/ag-expert/advices/internet-shoping-ne-dayte-sebya-obmanut/

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 24.06.2025). Доступ из справ.-прав. системы «КонсультантПлюс».

3. Защита прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом: подборка «КонсультантПлюс». 2026. URL: https://www.consultant.ru/law/podborki/zaschita_prav_potrebitelej_pri_prodazhe_tovarov_distancionnym_sposobom/

4. О защите прав потребителей: закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 28.12.2025, с изм. от 17.02.2026). Доступ из справ.-прав. системы «КонсультантПлюс».

5. Шубина П. Обманули в интернет-магазине: куда обращаться и как вернуть деньги. 2024. URL: https://journal.sovcombank.ru/umnii-potrebitel/obmanuli-v-internet-magazine-kuda-obraschatsya-i-kak-vernut-dengi

Черанёв Е. А.
Пермский гуманитарно-технологический колледж
3 курс, специальность «Юриспруденция»
Научный руководитель: зав. кафедрой правовых дисциплин,
старший преподаватель А. С. Лядова

ПРАВО НА КАЧЕСТВЕННОЕ ОЧНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В СИСТЕМЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ: ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Право на образование – одно из фундаментальных прав человека, закреплённое в статье 26 Всеобщей декларации прав человека и статье 43 Конституции Российской Федерации. Конституция гарантирует общедоступность и бесплатность среднего профессионального образования. Однако сегодня это право может быть нарушено не прямым запретом, а подменой самой сути очного обучения. В последние годы дистанционные образовательные технологии стали привычным инструментом. Но когда дистант начинает доминировать в очных программах, студент фактически лишается того, за чем пришёл – живого контакта с преподавателем, практики, работы в мастерских. Это особенно критично для СПО, где готовят сварщиков, медиков, строителей, механиков, поваров, электромонтажников – специалистов, чья профессия основана на практических навыках, а не только на теоретических знаниях.

Конституционный принцип равенства прав и свобод человека и гражданина, закреплённый в статье 19 Конституции Российской Федерации, предполагает, что каждый студент имеет право на получение образования в тех условиях, которые были заявлены при поступлении. Если образовательная организация декларирует очную форму, студент вправе рассчитывать на соответствующий объём контактной работы. Особенно остро это ощущают студенты, оплачивающие обучение из собственных средств: они несут финансовые затраты, не получая того образовательного продукта, за который платят.

Основные положения работы были ранее представлены на Всероссийском конкурсе «Моя законотворческая инициатива» и опубликованы в сборнике тезисов конкурса 2026 года. Работа удостоена диплома I степени. На момент подготовки инициатива получила поддержку на нескольких уровнях: региональном – депутаты Законодательного Соб-

рания Пермского края, муниципальном – депутаты Пермской городской Думы, образовательном – представители профессионального сообщества, включая ректора вуза, кандидата юридических наук. Это подтверждает, что проблема признаётся значимой как на законодательном, так и на экспертном уровне.

Проблема выходит за рамки педагогики. По данным Минтруда, в ближайшие семь лет экономике потребуется 12,2 миллиона работников, из которых две трети – около 8 миллионов – специалисты со средним профессиональным образованием. Это сварщики, строители, электромонтажники, медики. Дефицит таких кадров уже сегодня тормозит развитие отраслей. Если студент не получает практических навыков из-за тотального дистанта, работодатель вынужден доучивать его за свой счёт. Это прямые убытки бизнеса и неэффективное расходование бюджетных средств, ведь государство финансирует обучение. Кроме того, значительная часть студентов оплачивает обучение из собственных средств, рассчитывая на качественную очную подготовку.

Экономические последствия подмены очного обучения дистанционным носят кумулятивный характер. Работодатели, получая выпускников с дипломами, но без сформированных практических компетенций, вынуждены инвестировать в их дополнительное обучение. По оценкам экспертов, затраты предприятий на адаптацию и доучивание молодых специалистов могут достигать 30–50 процентов от годового фонда оплаты труда такого сотрудника. В масштабах страны это означает колоссальные непроизводственные издержки, которые ложатся на бизнес и в конечном счёте на потребителя. Возникает парадоксальная ситуация: формально выпускники есть, а реального пополнения рынка труда не происходит.

Демографическая ситуация усугубляет проблему. Количество молодых людей, вступающих в трудоспособный возраст, сокращается. В этих условиях особенно важно, чтобы каждый выпускник системы СПО был максимально подготовлен к реальной работе. Однако если значительная часть учебного времени проходит в дистанционном формате, мы теряем качество подготовки там, где оно критически необходимо. Страна не может позволить себе роскошь выпускать специалистов, которые требуют переобучения за счёт работодателя или государства. Каждый рубль, вложенный в образование, должен работать на результат – а результат в СПО измеряется не количеством просмотренных вебинаров, а способностью выпускника выполнять профессиональные задачи.

Действующее законодательство не содержит количественных ограничений на применение дистанционных технологий при очной форме. Статья 16 Федерального закона «Об образовании» разрешает применять ДОТ, но не устанавливает, какой объём учебного времени может быть переведён в онлайн. Постановление Правительства № 1678 регулирует процедурные вопросы, но также не вводит процентных норм. Приказ Минпросвещения № 932 запрещает лишь полностью дистанционную форму для отдельных специальностей, оставляя лазейку для 80–90 процентов дистанта. Формально очная программа может оставаться очной, но фактически обучение может проходить через экран. Это нарушает право студента на получение образования в той форме, которую он выбрал. Прецедент уже создан: Федеральный закон № 28-ФЗ от 28 февраля 2025 года фактически ввёл 20-процентный порог дистанта для медицинского образования. Это признание государством того, что в практико-ориентированных сферах дистант не может быть основой обучения. Однако на систему СПО это ограничение пока не распространено.

Отдельного внимания заслуживает вопрос о том, как отсутствие количественных ограничений влияет на качество подготовки по конкретным специальностям. В системе СПО есть направления, где практическая составляющая является не просто важной, а критически необходимой. Это не только медицина и строительство, но и транспорт, энергетика, металлообработка, сварочное производство. В этих сферах ошибка, допущенная из-за недостаточной практики, может привести к авариям, травмам, человеческим жертвам. Дистанционное обучение, даже с использованием симуляторов, не способно сформировать мышечную память и реакцию на нештатные ситуации. Поэтому установление предельной доли дистанта – это не бюрократическая мера, а вопрос безопасности.

Важно подчеркнуть, что речь не идёт о запрете цифровых технологий. Дистанционные форматы объективно полезны для теоретической подготовки, самостоятельной работы, доступа к электронным библиотекам и образовательным платформам. Проблема возникает тогда, когда дистант начинает замещать практику. Именно поэтому предлагается не запрет, а нормирование. Такой подход соответствует принципу баланса, закреплённому в государственной политике в сфере образования.

Дополнительным аргументом в пользу ограничения дистанта является необходимость формирования так называемых мягких навыков – умения работать в команде, принимать решения в условиях неопреде-

лённости, нести ответственность за результат. Эти компетенции не формируются через экран. Они требуют живого взаимодействия, обсуждений, конфликтов и их разрешения, совместной работы над проектами. В системе СПО эти навыки особенно важны, поскольку выпускники часто работают в бригадах, на производственных участках, в сменах. Дистанционное обучение, даже самое технологичное, не способно воссоздать атмосферу реального коллектива. Ограничение доли дистанта создаёт условия для полноценной социализации будущих специалистов.

Для подтверждения проблемы был проведён опрос, в котором приняли участие 972 студента и 107 преподавателей колледжей. Результаты показали, что 53,9 процента студентов фиксируют негативное влияние дистанта на качество образования. 44,7 процента студентов считают допустимым объёмом не более 30 процентов дистанционных занятий. 66,7 процента преподавателей поддерживают введение законодательного ограничения. Таким образом, запрос на разумное нормирование существует как в студенческой, так и в преподавательской среде.

Методика опроса предусматривала анонимное анкетирование студентов и преподавателей колледжей Пермского края. Анкета включала вопросы о частоте применения дистанта, его влиянии на качество, допустимом объёме и отношении к законодательному ограничению. Результаты обрабатывались с использованием стандартных статистических методов. Важно, что респонденты представляли разные специальности: технические, медицинские, социально-экономические, творческие. Это позволяет говорить о репрезентативности выборки и обоснованности выводов. Полученные данные согласуются с результатами аналогичных исследований, проводившихся в других регионах, что подтверждает общероссийский характер проблемы.

Отдельно стоит отметить, что среди респондентов были как студенты, обучающиеся на бюджетной основе, так и те, кто оплачивает обучение самостоятельно. Разница в ответах оказалась незначительной: и те, и другие в большинстве своём отмечали снижение качества при преобладании дистанта. Это говорит о том, что проблема носит системный характер и не зависит от источника финансирования. Более того, студенты, совмещающие учёбу с работой, также высказывались за ограничение дистанта, поскольку понимают, что без практических навыков их конкурентоспособность на рынке труда снижается. Таким образом, запрос на нормирование исходит из разных групп обучающихся и отражает объективную потребность.

Опросы работодателей подтверждают: разрыв между формальными требованиями к выпускнику и его реальными навыками растёт. Особенно это касается профессий, где безопасность и качество зависят от практического опыта. Сварщик, не имеющий достаточной практики, создаёт риск для жизни и здоровья людей. Медицинская сестра, не отработавшая манипуляции до автоматизма, может навредить пациенту. Строитель, не знакомый с реальными условиями работы на объекте, становится источником брака. В этих сферах дистанционное обучение не просто снижает качество – оно создаёт прямую угрозу. Право на качественное образование, закреплённое Конституцией, в таких случаях приобретает буквальное значение: от него зависят безопасность и жизни людей.

В качестве решения предлагается внести изменение в статью 16 Федерального закона «Об образовании», дополнив её пунктом 3.2 следующего содержания: «При реализации образовательных программ среднего профессионального образования по очной форме обучения объем контактной работы обучающихся с педагогическим работником, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, не может превышать 30 процентов от общего объема контактной работы, предусмотренного учебным планом. Положения настоящего пункта не применяются в периоды действия режима чрезвычайной ситуации, при введении карантина, а также при реализации адаптированных образовательных программ для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в случаях, предусмотренных федеральными государственными образовательными стандартами».

Выбор 30 процентов обоснован результатами опроса, научными исследованиями и прецедентом ФЗ-28. Исключения для чрезвычайных ситуаций, карантинов и студентов с ограниченными возможностями здоровья делают норму гибкой. Кроме того, законопроект предусматривает возможность утверждения специального перечня профессий, для которых порог может быть изменён подзаконным актом. Это позволяет сохранить гибкость там, где она действительно нужна, не разрушая общего принципа.

Важно подчеркнуть, что предлагаемая мера не является уникальной или экспериментальной. Она опирается на уже существующий правовой механизм, апробированный в медицинском образовании. Федеральный закон № 28-ФЗ доказал, что государство способно устанавливать разумные пределы дистанта без ущерба для цифровизации. Более того, этот закон получил поддержку профильных комитетов и был

принят без существенных возражений. Это означает, что аналогичный подход может быть применён и к системе СПО без риска повторения ошибок отклонённого законопроекта № 159399-8, который предлагал полный запрет дистанта. Наш подход – это не запрет, а нормирование, что делает его реалистичным и политически приемлемым.

Отдельно стоит остановиться на вопросе контроля. Введение нормы не потребует создания новых надзорных органов или дополнительных бюджетных расходов. Учебные планы и так ведутся в электронном виде, подсчёт часов не представляет сложности. Для надзорных органов появляется чёткий и проверяемый критерий, что упрощает контроль по сравнению с нынешней ситуацией, когда оценить, является ли программа очной, можно только субъективно. Студенты и их родители, зная о существовании нормы, смогут обращаться в надзорные органы в случае её нарушения. Это создаёт дополнительный канал обратной связи и повышает ответственность администрации.

Наконец, нельзя не сказать о правовой определённости. Сегодня образовательные организации действуют в условиях нечётких формулировок, что создаёт риски как для студентов, так и для администраций. Введение количественного порога устраняет эту неопределённость. Колледжи получат чёткий ориентир, студенты – гарантию того, что их право на очное обучение не будет нарушено. Надзорные органы – инструмент для проверки. Это соответствует принципу правовой определённости, который является одним из фундаментальных принципов права. Поправка не создаёт новых запретов, а лишь устанавливает понятные правила игры, что выгодно всем участникам образовательного процесса.

Наконец, следует сказать о социальной справедливости. Доступ к качественному образованию не должен зависеть от того, в каком регионе живёт студент и какие ресурсы есть у местного колледжа. Если один колледж может обеспечить полноценную практику, а другой переводит студентов на дистант из-за экономии, возникает неравенство образовательных возможностей. Законодательное ограничение доли дистанта создаёт единые правила для всех, выравнивая условия получения образования. Это соответствует принципу равных возможностей, закреплённому в Конституции и международных актах о правах человека. Таким образом, предлагаемая поправка имеет не только экономическое и педагогическое, но и социальное обоснование.

Право на образование не сводится к формальному доступу. Международные стандарты, включая Всеобщую декларацию прав человека и Конвенцию о правах ребёнка, подчёркивают, что образование долж-

но быть направлено на всестороннее развитие личности. В контексте профессионального образования это означает не только передачу знаний, но и формирование практических навыков, необходимых для достойной работы и жизни. Подмена очной формы дистанционной, при которой студент лишается полноценной практики, ограничивает его право на качественное образование. Это не абстрактная проблема, а реальное ограничение возможностей человека реализовать свой потенциал и получить профессию, которая обеспечит ему достойный уровень жизни.

Таким образом, предлагаемая инициатива имеет комплексный характер. Она решает не только педагогическую, но и экономическую, социальную и правозащитную задачу. Сохранение практико-ориентированного обучения – это вклад в будущее страны, в её кадровый потенциал, в безопасность и качество жизни граждан. Ограничение дистанта не означает отказ от цифровых технологий. Напротив, оно позволяет использовать их там, где они действительно эффективны, не подменяя живое обучение. Это взвешенный и реалистичный подход, основанный на анализе законодательства, эмпирических данных и потребностей экономики.

Предлагаемая поправка направлена на защиту права на качественное образование, гарантированного Конституцией Российской Федерации. Она не запрещает дистанционные технологии, а устанавливает разумный баланс между цифровизацией и практикой. Принятие данной нормы позволит сохранить практико-ориентированность СПО, повысить качество подготовки выпускников и обеспечить соблюдение прав студентов на получение образования в выбранной ими форме.

Список источников

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // https://pravo.gov.ru/

2. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» // https://pravo.gov.ru/

3. Федеральный закон от 28.02.2025 № 28-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // https://pravo.gov.ru/

Чертавских А. А.
ЧПОУ «Пермский колледж экономики и управления»
2 курс, специальность Юриспруденция
Научный руководитель: И. А. Петухова

ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ МОЛОДЕЖИ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Цель: рассмотрение трудовых отношений молодежи в Российской Федерации, выявление проблем и разработка путей решения этих проблем.

Задачи: определить нормы трудового права, регулирующие трудовые отношения молодежи, отличающиеся от общих норм; провести опрос среди молодежи по особенностям реализации норм трудового права на практике; проанализировать реализацию норм трудового права по отношению к трудовым отношениям молодежи.

Объект: трудовые отношения молодежи в РФ.

Предмет: правовые нормы, регулирующие трудовые отношения в Российской Федерации и их реализации в отдельных трудовых отношениях с работниками, попадающими под категорию молодежь.

Гипотеза: наличие проблем в реализации трудовых отношений в соответствии с трудовым законодательством, так же недостаточность регулирования трудовых отношений молодежи нормами трудового права.

Актуальность: тема трудовых отношений молодежи является актуальной, так как современное общество России испытывает кадровый голод. По данным исследований, молодые кадры меняют свое отношение к критериям оценки трудовых отношений. Все эти изменения требуют исследований и изменения законодательства.

Молодежь в соответствии определением Федеральный закон от 30.12.2020 № 489-ФЗ (ред. от 23.07.2025) «О молодежной политике в Российской Федерации« это молодые граждане – социально-демографическая группа лиц в возрасте от 14 до 35 лет включительно.[2]

Трудовые отношения в соответствие с ТК РФ регулируются для отдельных категорий граждан. Отдельно для категории молодежи нормы трудового права не установлены, кроме норм, регулирующие трудовые отношения несовершеннолетних в возрасте от 14 до 16 лет и в возрасте от 16 до 18 лет (глава 42 Трудового кодекса).[1] Установлены следующие нормы, отличающие несовершеннолетних от обычных работников:

Трудовые отношения	Несовершеннолетние от 14 до 16 лет	Несовершеннолетние от 16 до 18 лет
Условия трудоустройства	С согласия родителей, в свободное от учебы время или в каникулы, ст. 63 ТК РФ. Обязательное прохождение медосмотра	Без согласия родителей, в свободное от учебы время или на полный рабочий день, ст. 63 ТК РФ. Обязательное прохождение медосмотра
Испытательный срок	Испытание при приеме на работу не устанавливается для лиц, не достигших возраста восемнадцати лет, ст. 70 ТК РФ.	
Трудовая функция	Несовершеннолетний от 14 до 16 лет для выполнения легкого труда, не причиняющего вреда его здоровью, и без ущерба для освоения образовательной программы, если несовершеннолетний обучается, ст. 63 ТК РФ	
Рабочее время	не более 24 часов в неделю, не может превышать 5 часов в день для несовершеннолетних в возрасте от пятнадцати до шестнадцати лет. В течение учебного года нормы рабочего времени составляют не более 12 часов в неделю. Продолжительность ежедневной работы (смены) не может превышать 2,5 часа. (ТК РФ ст. 92)	не более 35 часов в неделю, не может превышать 7 часов в день для несовершеннолетних в возрасте от шестнадцати до восемнадцати лет. В течение учебного года нормы рабочего времени составляют не более 17,5 часов в неделю для работников в возрасте от шестнадцати лет до восемнадцати лет. Продолжительность ежедневной работы (смены) не может превышать 4 часа (ТК РФ ст. 92).
Время отдыха	Ежегодный основной оплачиваемый отпуск работникам в возрасте до восемнадцати лет предоставляется продолжительностью 31 календарный день в удобное для них время, ст. 267 ТК РФ.	

Автором был проведен опрос обучающихся 1,2,3 курсов Пермского колледжа экономики и управления, с целью выявления состоящих в трудовых отношениях, а также анализа реализации действующих норм трудового права по отношению к несовершеннолетним работникам.

Обучающимся были предложены вопросы, касающиеся возраста, трудоустройства и особенностей трудовых отношений.

Из опрошенных студентов 51,3 % в возрасте от 16 до 18 лет и 41,3 % в возрасте от 18 до 20 лет. Из них 39,7% студенты 2 курса, 37,6% студенты 1 курса и 22,2% студенты 3 курса. Из опрошенных 54,5 % совмещают работу с обучением.

Из опрошенных студентов 86,2% не обращались в Центр занятности или кадровый центр Работа России (проценты были совмещены с ответом «Нет» и «нет»).

Из опрошенных работающих студентов 44,4% не стажировались при устройстве на работу, 24,3% стажировались при устройстве на работу с пониженной оплатой, 23,3% стажировались при устройстве на работу с той же оплатой, как и после стажировки, 7,9% стажировались при устройстве на работу без оплаты за свою работу.

Из опрошенных студентов 33,3% заключен официально трудовой договор, 27,5% не заключен официальный трудовой договор или гражданско-правовой договор.

Из опрошенных работающих студентов 26,5% работают больше 8 часов, 25,9% работают по 2 часа, 14,8% работают по 4 часа, 13,8% работают по 5 часов, 10,6% работают по 8 часов, 8,4% работают по 7 часов.

Из опрошенных студентов 39,2% работают меньше 5 дней в неделю,16,9% работают 5 дней в неделю, 9,4% работают больше 5 дней в неделю, у 4,7% гибкий график.

От ответов студентов было выявлено, что есть случаи нарушения оплаты труда ниже МРОТ (95 руб час), но этот случай единичный, в целом соблюдается норма по минимальному размеру оплаты труда

Из опрошенных работающих студентов у 76,7% нет проблем на работе, у 13,3% есть проблемы на работе связанные с коллективом (руководителем) и зарплатной платой, 10% затрудняются ответить.

В результате опроса автор выяснил, что основные проблемы связаны:

– с трудоустройством: у 27, 5 % не оформлены трудовые отношения, нет трудового договора и нет гражданско-правового договора, что нарушает права работников, в том числе несовершеннолетних. Следует отметить, что никто из опрошенных не обращался в Центр занятости населения или кадровый центр Работа России для поиска работы;

– с рабочим временем и временем отдыха: 23, 5% работают больше 8 часов в день, что нарушает нормы ТК РФ, так же 10.6% опрошенных работают больше 5 дней в неделю.

У части опрошенных студентов возникают конфликты внутри коллектива, что мешает им нормально работать и развиваться. Что по мнению автора, является проблемой, потому что снижается командная сплоченность, ухудшается атмосфера в группе и происходят препятствия по достижению общих целей. Большая часть опрошенных не выделяют проблемы, возникающие в процессе трудовых отношений. Что по мнению автора, свидетельствует о незнании законодательства.

Также автор изучен и проанализирован опрос молодежи в ежегодном исследование ANCOR и проекта «Профразвитие». [2]

В июне 2025 года компания ANCOR и проект «Профразвитие» президентской платформы «Россия – страна возможностей» провели крупномасштабное исследование рынка труда среди студентов, выпускников и молодых специалистов по всей России. В опросе приняли участие 12,886 человек, что позволило получить репрезентативную картину о предпочтениях, ожиданиях и сложностях начала профессионального пути. Главными приоритетами при выборе стажировки были названы финансовые условия (50%) и обучение на рабочем месте (47%), при этом только 6,4% согласны работать бесплатно, а 61% ожидает компенсацию от 30 000 до 100 000 рублей.

Таким образом, общая проблема для несовершеннолетней и совершеннолетней молодежи это законодательно незакрепленные стажировки.

Изучив слова Марии Хмеленко о том, что руководители менее охотно нанимают молодежь. По мнению эксперта Роскачества (Beyond Taylor), поколению Z чужды привычные для многих компаний установки – многолетняя преданность одной организации, жёсткая иерархия и безоговорочное следование KPI. Молодежь видят карьеру не как восхождение по лестнице, а как мозаику из разных опытов. Им важно ощущать свою значимость и вдохновение здесь и сейчас. Молодёжь ждёт от работодателя искренности и уважения, хочет быть вовлечённой в процессы, понимать смысл задач и иметь возможности для самореализации – а не просто выполнять роль «винтика в системе», стремясь к партнёрским, а не подчинённым отношениям. [4]

Автор разработал предложения для решения выявленных проблем.

1. Проблема отсутствия чёткого законодательного регулирования стажировок действительно актуальна для молодёжи, включая несовершеннолетних и совершеннолетних. В Трудовом кодексе РФ (ТК

РФ) нет единого определения «стажировки», что создаёт правовую неопределённость и сложности как для молодых людей, так и для работодателей. Внести изменения в ТК РФ, закрепив понятие стажировки. Необходимо дать чёткое определение стажировки как формы профессионального обучения или адаптации, направленной на приобретение практических навыков и закрепление теоретических знаний. В определении следует указать цели, права и обязанности сторон, возможные формы оформления отношений, а также закрепить оплату стажировки не менее МРОТ.

2. Для решения вопроса адаптации и налаживания отношений между работодателем и молодежью ввести обязательное посещение школьников выпускных классов, а также студентов Центра карьеры Работа России, разработать виртуальные экскурсии и занятия по трудоустройству и трудовым отношениям, а также правам и гарантиям для молодежи.

3. Также усилить контроль за соблюдением трудового законодательства в вопросах заключения трудового договора и продолжительности рабочего времени.

Список источников

1. «Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 29.12.2025)// «Российская газета», № 256, 31.12.2001

2. Федеральный закон от 30.12.2020 № 489-ФЗ (ред. от 23.07.2025) «О молодежной политике в Российской Федерации«// «Российская газета», № 1, 11.01.2021

3. Молодые специалисты и компании: взгляд с двух сторон на стажировки и старт карьеры/ https://ancor.ru/press/research/molodye-spetsialisty-i-kompanii-vzglyad-s-dvukh-storon-na-stazhirovki-i-start-karery/?ysclid=mmeyteo9mm89303721 (11.03.2026)

4. Российские работодатели рассказали, почему стали реже нанимать молодежь/https://dzen.ru/a/aK081VnzlHXQjXJz?ysclid=mmezb36q2x592110805 (11.03.2026)

Шкондин Р. М.
Пермский гуманитарно-технологический колледж
2 курс, специальность «Юриспруденция»
Научный руководитель: зав. кафедрой правовых дисциплин,
старший преподаватель А. С. Лядова

ЦИФРОВАЯ ИНКВИЗИЦИЯ: КАК НОВЫЙ ФЗ-281 СТАВИТ ВНЕ ЗАКОНА САМУ ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИВАТНОСТИ И СВОБОДНОГО ПОИСКА ИНФОРМАЦИИ В РОССИИ

1 сентября 2025 года – дата, которая может стать для цифрового будущего России точкой невозврата. Речь идет о поправках в Федеральном законе № 281[1] которые, прикрываясь маской «технических поправок[2], на самом деле устанавливает правила игры, неприемлемые для цифровой экономики XXI века.

Этот закон не просто содержит юридические неточности, он создает системные риски для экономики, науки и фундаментальных прав граждан и Конституции РФ[3].

Актуальность данной темы обусловлена критическими недостатками правового регулирования в ФЗ 281: от абстракции к абсурду.

Статья 13.53[4]: «Умышленный поиск экстремистских материалов». Если называть вещи своими именами это – «мыслепреступление» в административном кодексе.

– Невозможность объективного установления умысла превращает статью в правовую «рулетку». Следователь и суд получают возможность заглядывать в голову гражданину. Наример: студент-юрист, пишущий диплом о противодействии экстремизму, вынужден будет доказывать, что он не верблюд. По новым правилам, он – правонаруши-

[1] Федеральный закон от 31.07.2025 N 281-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях и Федеральный закон «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях». URL: http://pravo.gov.ru.

[2] Там же.

[3] Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020). URL: http://pravo.gov.ru

[4] Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 31.07.2025) (с изм. и доп., вступ. в силу с 22.10.2025). URL: http://pravo.gov.ru

тель. Где грань между исследованием и преступлением? Ее нет. Это убивает экспертное сообщество.

– Двусмысленное толкование – это не риск, это гарантированный исход. Уже завтра под ударом могут оказаться историки, политологи, журналисты-расследователи. Это ставит крест на целых пластах научной и правозащитной деятельности.

Статья 13.52[1]: Запрет технологий обхода блокировок. Эта норма – не что иное, как «закон против цифрового кислорода».

– Блокируется доступ не к экстремизму, а к компетенциям. Речь идет о GitHub[2], Stack Overflow[3], международных научных базах данных и курсах. Это профессиональная изоляция. Пока мир коллективно решает задачи в области искусственного интеллекта и биотехнологий, мы своим IT-специалистам говорим: «Работайте с тем, что есть». А чего нет? Нет доступа к лучшим мировым практикам.

Говоря объективно: подавляющее большинство граждан используют VPN и аналогичные технологии отнюдь не для доступа к экстремистскому контенту. Речь идет о миллионах обычных людей:

– О фрилансере из Екатеринбурга, который работает с зарубежными заказчиками через платформы, иногда недоступные без подобных инструментов.

– О студентке из Владивостока, которая смотрит лекции зарубежных профессоров на YouTube для подготовки к экзаменам.

– О маленьком интернет-магазине из Краснодара, который ведет страничку в Instagram и общается с клиентами*.

– О геймере из Казани, который играет на международных серверах с друзьями.

– О простом пользователе, который хочет прочитать статью в Википедии*, посмотреть обзоры на товары или послушать музыку на платформе, которая по техническим причинам оказалась заблокирована.

Законодатель, вводя этот запрет, либо не понимает цифровой реальности, в которой живут миллионы россиян, либо сознательно ставит их вне закона за повседневные, бытовые действия.

Также подрывается безопасность бизнеса. VPN и аналогичные технологии – это стандартный инструмент для защиты корпоративных сетей, проведения безопасных финансовых транзакций и работы с за-

[1] Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 31.07.2025) (с изм. и доп., вступ. в силу с 22.10.2025). URL: http://pravo.gov.ru

[2] URL: https://github.com/

[3] URL: https://ru.stackoverflow.com/

рубежными партнерами. Запрещая их, мы не боремся с преступностью, мы разоружаем наш бизнес перед киберугрозами. Банк, который не может использовать зашифрованные каналы для международных расчетов, – это мишень для хакеров.

Экономический эффект: «утечка мозгов 2.0». Только за последние несколько лет в России зафиксирована огромная утечка ведущих IT-специалистов из страны. Их вопрос прост: «В каких условиях я смогу оставаться конкурентоспособным?» Закон 281-ФЗ дает им четкий ответ: «Не в России»

Для решения возникших проблем были определены следующие меры:

Не отмена, а стратегический перезапуск

Предлагается не просто точечные правки а стратегия цифрового суверенитета через интеграцию, а не через изоляцию.

1. Немедленный мораторий, а впоследствии – исключение статей 13.52 и 13.53 из КоАП РФ. Это позволит:

– Остановить отток IT-кадров и капитала. Инвесторы боятся неопределенности. Им нужно получить ясность

–Вернуть в правовое поле миллионы добросовестных граждан и тысячи специалистов: ученых, бизнесменов, журналистов, фрилансеров, студентов – всех, кто использует цифровые инструменты для работы, учебы и повседневной жизни.

2. Разработка «Умного регулирования» технологий анонимизации.

Это не призыв к вседозволенности а предложение модели , аналогичной регулированию автомобиля: сам по себе он – инструмент, но его использование в преступных целях – наказуемо.

– Легализовать и лицензировать использование инструментов обхода для бизнеса, финансового сектора и научных организаций.

– Четко криминализировать их использование для совершения конкретных преступлений (мошенничество, распространение запрещенного контента).

– Создать «белый список» ресурсов, доступ к которым разрешен с использованием таких технологий (международные образовательные платформы, профессиональные сообщества, социальные сети для ведения бизнеса, информационные и развлекательные ресурсы).

Принятие данных мер – это не уступка, это инвестиция в будущее

– Улучшение инвестиционного климата: сигнал мировому рынку: «Россия открыта для цифрового бизнеса».

– Стимул для роста IT-сектора за счет снятия искусственных барьеров.

– Снижение киберпреступности за счет легализации и последующего контроля за инструментами защиты, а не их вытеснения в теневой сектор.

– Защита цифрового пространства обычных граждан: люди перестанут чувствовать себя преступниками за желание быть частью глобального информационного сообщества.

– Реализация конституционных прав граждан на информацию и образование, что прямо соответствует Национальным целям

В России не просто юридический казус. Перед гражданами стоит стратегический выбор. Выбор между цифровым средневековьем, где все будут отгорожены высоким забором от мирового прогресса, и цифровым ренессансом, где Россия – полноценный и влиятельный игрок в глобальной цифровой экономике.

Цифровая гигиена начинается не с запрета инструментов, а с четкого разграничения добра и зла в их применении. Не с криминализации миллионов, а с адресной борьбы с реальными преступниками.

Список источников

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020). URL: http://pravo.gov.ru

2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 31.07.2025) (с изм. и доп., вступ. в силу с 22.10.2025). URL: http://pravo.gov.ru

3. Федеральный закон от 31.07.2025 N 281-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях и Федеральный закон «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях». URL: http://pravo.gov.ru.

СЕКЦИЯ 2. ЭКОНОМИКА ВОЗМОЖНОСТЕЙ: СТАРТАПЫ, КАРЬЕРА И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В ИССЛЕДОВАНИЯХ МОЛОДЕЖИ

Ворожцова О. А.
Чусовской индустриальный техникум
4 курс специальность «Физическая культура»
Научный руководитель: преподаватель Р. Т. Кашапов

СТРАТЕГИИ ПРЕОДОЛЕНИЯ НИЗКОЙ МОТИВАЦИИ МОЛОДЫХ КАДРОВ ТЕХНИЧЕСКОЙ СФЕРЫ К ПОИСКУ РАБОТЫ

Актуальность. Молодые специалисты во всем мире и в России в частности являются гарантом будущего развития человечества, страны. Именно от еще неопытных сотрудников, но с огромной теоретической базой зависит будущее предприятий, экономики [6]. В этом случае работодателям важно не допустить потери накопленного за годы обучения потенциала и трансформировать его в практические навыки в лице вчерашнего студента, что принесет всем выгоду: руководителю – увеличение прибыли, опытного наставника, качество товара, сотруднику – высокий доход, уверенность в будущем, возможность реализовывать свои профессиональные и личные планы [1].

Для России в последнее время актуальна проблема нехватки специалистов на производстве. По итогам первой половине 2025 года в России наблюдается острый дефицит кадров сразу в нескольких ключевых отраслях. Особенно остро ситуация складывается в торговле, медицине и промышленности. Как пишет «Российская газета», ссылаясь на исследования портала hh.ru, серьезная нехватка персонала зафиксирована в производственном секторе. Здесь hh.индекс опустился до 3,7, что говорит о критическом дефиците сварщиков, строителей, токарей, водителей и электриков. И спрос на них будет только расти. Такая ситуация подрывает экономическую безопасность страны, поскольку, чтобы противостоять санкциям, необходимо сформировать мощный промышленный потенциал [4]. К тому же технические специалисты крайне важны для развития страны в целом, что доказано на

примере Китая – много заводов и предприятий – экономика Поднебесной уже конкурирует с экономикой США, что не скажешь про Россию, с ее мощнейшим топливно-энергетическим комплексом и сырьевой базой. Однако не только молодые кадры не стремятся идти в сферу производства, но и сами работодатели порой не заинтересованы в подобного рода «специалистах» [17].

Цель исследования: определить проблемы и пути их решения трудоустройства молодых специалистов.

Новизна исследования заключается в изучении современных трендов и стратегий, направленных на привлечение молодых специалистов в техническую сферу и преодоление кадрового дефицита на примере Федерального проекта «Профессионалитет».

Методы исследования включают анализ педагогической литературы, анализ педагогического опыта, педагогическое наблюдение, педагогический эксперимент.

– анализ современного рынка труда для молодых специалистов о данным вторичных источников;

– анализ мер организационной и методической помощи при создании в учреждениях профессионального образования служб содействия молодым гражданам по их трудоустройству: введение специальных курсов для выпускников – «Как искать работу», на которых будут обсуждаться различные варианты предстоящих переговоров с нанимателями, другие вопросы, касающиеся правил поведения при поиске вакансии;

– анализ государственных мер и мер, предоставляемых работатодателями, социальных гарантий и льгот для молодых специалистов: компенсация оплаты коммунальных услуг, льготные проездные билеты, бесплатное обучение, льготы при оплате детских садов;

– анализ мер стимулирования работодателей для принятия на работу молодежи: предоставлять льготы по налогам и сборам [16].

Изложение основного материала

Для начала следует обозначить, кто же такой молодой специалист [7]. Так, согласно подпункту «б» пункта 32 постановления Правительства Российской Федерации от 13.12.2017 № 1544 «О внесении изменений в Государственную программу развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы», молодой специалист понимается как «одиноко проживающее или состоящее в браке лицо в возрасте не старше 35 лет, имеющее законченное высшее (среднее профессиональное) образование» [18]. Итак, молодой специалист – гражданин до 35 лет с дипломом колледжа или вуза [12].

Если верить статистике, то тема статьи идет вразрез полученным данным. Согласно опросу «Работы России» от 2024 года около 94 % работодателей заинтересованы во вчерашних выпускниках средних и высших учебных заведениях. Ониотмечают, что примерно 90% молодых специалистов оправдывают их ожидания. Причем популярный сайт»Superjob» отмечает, что молодых кадров именно ждут в основном вIT сфере, финансовой и производственной областях, самым востребованным при этом считается инженерно-технический персонал. Но порой работодатели отказываются принимать или не заинтересованы во вчерашних студентах технических учебных заведений.

Причин этому несколько, как отмечают Стельмашенко О. В. и Елина Ю. А. в своей статье – это и демографический спад в стране в последние десятилетия, который привел к тому, что работодателям уже практически не из кого выбирать, это и специальная военная операция, которая также сокращает ряды молодежи [20]. Но это все относительно, согласно позиции Литвиновой Г. А. и Питка С. Н. есть более весомые аспекты проблемы, связанные не с сокращением численности молодежи, а педагогическими и управленческими аспектами организации обучения и адаптации молодежи в производственной среде.

Во-первых, несогласованность учебных планов образовательных организаций с требованиями предприятий. В частности недостаточно практической подготовки. В качестве примера согласно ФГОС СПО 15.02.19 «Сварочное производство» от общего объёма часов составляет не более 60 %, при сроке обучения 3 года 10 месяцев. В учебных планах разработанных в соответствии с федеральной программой «Профессионалитет» практическая подготовка составляет на менее 80 % от общего объема часов при сокращении срока обучения на 1 год [22]. Таким образом, образовательная технология «Профессионалитет», позволяет более эффективно и быстро подготовить молодого специалиста под конкретные запросы работодателя.

Во-вторых, руководящий состав порой предъявляет к новобранцам слишком завышенные требования, что вполне уместно, особенно для частных предприятий, поскольку никому не хочется, тратить время и средства на обучение неопытного работника и нет гарантий того, что он продолжительное время будет трудиться в этой компании [21].

В-третьих, начальники не видят в молодежи «универсальных солдат», особенно это касается частных предприятий, где иногда отсутствует разграничение полномочий. У бизнесмена зачастую один-два работника выполняют монтаж изделий, его сборку и наладку, а также

порой они же и разрабатывают прибор, то есть выполняют обязанности инженера и ведут разного рода отчетность. Этого всего вчерашний студент выполнить не может [13].

Что же касается крупных производств, например, металлургия, то тут помимо перечисленных выше причин имеются и свои доводы в отказе молодым специалистам в трудоустройстве. Во-первых, нет уверенности, что через года два новоиспеченный сотрудник не сменит место работы, а в связи со спецификой производства нового специалиста придется готовить опять же год, что отразится на качестве продукции и сроках, особенно принимая во внимание тот факт, что крупные заводы выполняют госзаказ, в том числе и для военной сферы [5].

Во-вторых, у молодежи сейчас другие ценности: ничего не делать и получать деньги; хочу, чтобы работали на меня, а на производстве, увы, нужно «пахать». Молодежь хочет быстро выйти на высокий доход, купить себе машину, квартиру и обеспечить своих детей всем необходимым, промышленная сфера в кратчайшие сроки такого дать не может (на заводах на многих профессиях, чтобы стать высококвалифицированным специалистом и получать достойную заработную плату нужно отработать около 5 лет) [8].

В-третьих, работодатель не видит во вчерашних студентах ответственности, они еще по старой памяти могут проспать и несерьезно отнестись к выданному им заданию мастером участка или руководителем отдела. Еще один важный нюанс в этой ситуации: от отдела кадров и руководства можно услышать такую фразу в адрес молодых – «вы приходите на завод, чтобы получить стаж и навыки, а затем переходите к частникам, поскольку им нужны опытные сотрудники». Это также одна из причин не заинтересованности работодателей во вчерашних студентах технических специальностей. Еще один факт, который необходимо отметить по данному дискуссионному вопросу – если у руководства будет стоять выбор, кого лучше взять на конкретное рабочее место: выпускника или сотрудника со стажем 1–3 года по указанной должности, то в 90 % случаев ответ очевиден [11].

Сложившееся недоверие у работодателей к молодым кадрам следует искоренять, особенно в сфере промышленности – основе экономики страны. Предлагается два пути решения проблемы: государственные программы и изменение мнения руководящего состава о вчерашних выпускниках технических образовательных учреждений [3].

В первом случае это могут быть различные субсидии и льготы, причем как самим молодым специалистам, что повысит поток выпускников на предприятия, под которым не устоит ни один работодатель,

так и самим предприятиям. Например, обеспечение заказов первую очередь те заводы, на которых трудится конкретный процент молодых кадров от суммарного трудового коллектива – такое вызовет у любого работодателя заинтересованность в неопытных специалистах, получивших недавно диплом [14].

Либо это будут опять же льготы и скидки предприятию, которое обновляет свой коллектив за счет молодых кадров.

Во втором случае руководящему составу следует понять, что не вся молодежь стремится быть юристами и менеджерами, встречаются молодые люди, выбирающие стабильность и работу с техникой. Навряд ли молодому специалисту захочется уйти с завода, если его там все устраивает [10].

Поэтому в первую очередь работодателю следует создавать комфортные условия труда и изменить свое отношение к вчерашним выпускникам, что сформировать у себя же заинтересованность в таких кадрах: если они за 4–5 лет освоили сложную учебную программу, то и в кратчайшие сроки постигнут необходимые азы производства [9]. Российское общество перенасытилось юристами, блогерами и менеджерами, к тому же хороший сварщик, монтажник, сборщик, литейщик сейчас получает даже больше всех перечисленных специалистов, а у инженера условия труда сравнимы с офисными клерками. Поэтому руководству следует изменить свое отношение к молодому поколению и завлекать их в промышленность, бабушки и дедушки вчерашних выпускников трудились на предприятиях в свое время, жили в достатке, счастливо, многие до 80 лет и более. Молодежь у нас трудоспособна и полна сил для выполнения тяжелой работы в рамках предприятия [2]. Интересный вариант предлагает Сбер НПФ: сотрудникам, занятым на производстве и желающим выйти на пенсию, участвовать в определенной пенсионной программе, но с одним условием – необходимо подготовить за 1,5 года до выхода на пенсию себе смену и обучить новые кадры, передав навыки и опыт. Взамен компания гарантирует выплату дополнительной пенсии на протяжении 10 лет после ухода. Такое решение позволит решить одну из главных проблем – омолодить коллектив.

Выводы

Молодое поколение – это ресурс для развития. Работать с ними может быть как увлекательно, так и непросто, но их потенциал и энергия бесценны. Нынешним работодателям принадлежит ключ к успеху: правильная мотивация молодежи может обеспечить взаимовыгодное и долгосрочное сотрудничество [19].

Недостаток интереса у работодателей к таким работникам с технической специализацией может возникнуть по ряду причин: недостаточный уровень навыков; иные ценности у молодежи; отсутствие ответственности; завышенные требования как у одних, так и у других; боязнь увольнений после 1–2 лет работы и так далее. Решать сложившуюся ситуацию нужно двумя методами – государственными программами (льготы, субсидии, привилегии) и изменением мнения у работодателей о вчерашних выпускниках (не все хотят быть юристам и менеджерами, не все гонятся за высоким доходом, у молодежи достаточно сил для тяжелых работ) [19].

По данным HeadHunter в 2024 году прирост вакансий в металлургии и добыче сырья составил 19% по сравнению с 2023 годом. В течение 2024 года компании опубликовали только на hh.ru 466тыс. вакансий. Нехватка персонала приводит к значительным трудностям в различных отраслях экономики. Наиболее остро проблема проявляется в промышленности [15]. Поэтому работодателям в сфере производства следует пересмотреть свою политику в отношении молодых, неопытных, но полных энергии и сил кадрах с огромным багажом теоретических знаний.

Таким образом, низкая мотивация в трудоустройстве молодых специалистов определяется следующими факторами:

– не соответствие профессиональных образовательных программ к требованиям работодателя;

– не достаточный уровень практической, профессиональной подготовки;

– снижение привлекательности профессией реальной сферы экономики;

– отсутствие у предприятия программы стратегического развития и потребности в кадрах.

Инструментом для решения этих проблем является федеральный проект «Профессионалитет» направленный на глубокую интеграцию работодателей и профессиональные образовательные организации, с целью подготовки конкурентоспособных специалистов, для текущих и стратегических потребностей экономики.

Список источников

1. Абзанов А. И. Проблемы трудоустройства молодежи // Молодежная политика в Российской Федерации: управление развитием творческого потенциала : материалы Международного научно-образовательного форума (Казань, 25 марта 2016 г.) / под ред. Г. В. Морозовой. Казань : Изд-во Казан. ун-та, 2016. С. 207–217.

2. Абрамов М. А. Сурилов М. Н., Денисова А. И. Восприятие карьеры и мотивация молодых специалистов в сфере государственного и муниципального управления // Журнал Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Экономика. 2023. Т. 37. № 3. С. 79–98.

3. Акатнова М. И. Меры государственной поддержки трудоустройства выпускников среднего профессионального и высшего образования // Образование и право. 2023. № 6. С. 421–425.

4. Актуальные вопросы экономики и социологии: сборник статей по материалам XV Осенней конференции молодых ученых в новосибирском Академгородке / под ред. О. В. Тарасовой, Н. О. Фурсенко. Новосибирск : ИЭОПП СО РАН, 2019. 610 с.

5. Александрова О. А. Проблема дефицита кадров в промышленном секторе экономики: причины и направления решения // Уровень жизни населения регионов России. 2024. Т. 20. № 2. С. 150–162.

6. Баглаева П. А. Проблемы и перспективы молодежной занятости в России // Молодежь в меняющемся мире: траектории самоопределения : Материалы XIV Всероссийской научно-практической конференции студентов, преподавателей и молодых ученых, Екатеринбург, 14 апреля 2023 года. Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2023.

7. Ведехин А. Ю. Молодые специалисты на рынке труда: совешенствование мер поддержки в рамках программы содействия занятости // Труд и социальные отношения. 2022. Т. 33. № 4. С. 60–70.

8. Земляк С. В., Г. А., Лапшова О. А. Современные инструменты поддержки Хроменкова занятости молодежи // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2023. № 12-1. С. 71–76.

9. Клячко Т. Л., Семионова Е. А. Трудоустройство молодежи на первую работу // Экономическое развитие России. 2019. Т. 26. № 12. С. 48–56.

10. Козырева Л. Д. Перекресток возможностей: социальная поддержка как фактор успешного трудоустройства молодежи // Социально-гуманитарные знания. 2024. № 8. С. 40–45.

11. Костина, С. Н., Ваганова А. А. Трудоустройство молодых специалистов как социально-экономическая проблем // XX Международная конференция памяти профессора Л. Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире : Методология, опыт эмпирического исследования». Екатеринбург : УрФУ, 2017. С. 784–794.

12. Леонидова, Г. В., Димони К. О. Трудовой потенциал молодежи: запросы современного рынка труда // Проблемы развития территории. 2021. Т. 25. № 6. С. 7–31.

13. Литвинова Г. А., Питка С. Н. Проблемы трудоустройства молодых специалистов : опыт социологического анализа // Миссия конфессий. 2022. Том 11. Часть 6 (№ 63). С. 55–62.

14. Маркелова А. А. Молодежная политика в контексте управления регионом (на примере Саратовской области) // Развитие современного региона: вопросы науки и практики : Сборник научных статей, Саратов, 30–31 марта 2021 года. Том Выпуск 14. Саратов : Поволжский институт управления имени П. А. Столыпина – филиал ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», 2021. С. 33–38.

15. Махарадзе, Н. С. Юридическая сущность категории «молодой специалист» // Тенденции развития законодательства Российской Федерации : Материалы I Всероссийской научно-практической конференции, Хабаровск, 09–13 декабря 2019 года / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Тихоокеанский государственный университет. Хабаровск : Тихоокеанский государственный университет, 2020. С. 109–116.

16. Меренков А. В., Мельникова О. Я. Проблемы трудоустройства и адаптации молодых инженеров к требованиям работодателей // XXI Уральские социологические чтения. Социальное пространство и время региона: проблемы устойчивого развития : материалы Международной научно-практической конференции, Екатеринбург, 15–16 марта 2018 года / Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Институт государственного управления и предпринимательства, Уральское отделение Российского общества социологов. Екатеринбург : Автономная некоммерческая организация высшего образования «Гуманитарный университет», 2018. С. 205–208.

17. Особенности привлечения молодых специалистов и негативные тенденции на рынке труда в России / Е. В. Дробот, И. Н. Макаров, О. В. Журавлева, А. М. Нерсисян // Экономика труда. 2020. Т. 7. № 3. С. 253–266.

18. Постановление Правительства РФ от 13 декабря 2017 г. № 1544 «О внесении изменений в Государственную программу развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы» (с изменениями и дополнениями от 02.12.2023).

19. Савенкова А. С., Сломянский П. В. О повышении эффективности управленческой деятельности с учетом практики трудоустройства российской молодежи в современных условиях // Социология. 2023. № 6. С. 189–196.

20. Стельмашенко О. В., Елина Ю. А. Проблема дефицита молодых специалистов на рынке труда Российской Федерации. Журнал «Экономика и социум» № 10(113) 2023. С. 650–655 с.

21. Субботина Т. Н., Баранова Ю. С., Япрынцева В. А. Проблемы трудоустройства студенческой молодёжи и выпускников // Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. № 12-2(106). С. 162–165.

22. Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 15.02.19 Сварочное производство (приказ Минпросвещения России от 30.11.2023 № 907 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 15.02.19 Сварочное производство. Зарегистрировано в Минюсте России 29 декабря 2023 г. № 76769).

23. Федеральная государственная информационная система. Работа России Общероссийская база вакансий и резюме. URL: https://trudvsem.ru/ (дата обращения: 24.11.2025).

Ерпылева А. М.
Пермский гуманитарно-технологический колледж
2 курс, специальность «Реклама»
Научный руководитель: преподаватель Гисматуллин В. И.

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ОБЗОР И ОПЫТ ИНИЦИАТИВ ПЕРМСКОГО КРАЯ

Когда я слышу слово «предприниматель», обычно представляю человека в строгом костюме, который думает только о прибыли. Но разбираясь в теме для эссе, я поняла, что социальное предпринимательство – это не просто благотворительность, а бизнес, который решает реальные проблемы людей и целых городов. И для меня, как для жительницы Перми, особенно важно, что такие проекты работают и у нас в крае, причем настолько успешно, что в 2025 году Пермский край впервые вошел в топ-10 регионов России по развитию социального предпринимательства, поднявшись с 15-го места.

Я учусь на втором курсе колледжа и часто задумываюсь, где жить после выпуска. Многие мечтают уехать в Москву или Санкт-Петербург, потому что в маленьких городах «нет перспектив». Но именно в моногородах социальные предприниматели творят настоящие чудеса. Они не ждут, пока государство решит проблемы, а меняют жизнь вокруг себя своими руками.

Яркий пример – город Чусовой в Пермском крае. Это классический моногород с металлургическим заводом. Обычно такие города ассоциируются с серостью и безысходностью, но именно здесь благодаря программе «Начни свое дело» от Объединённой металлургической компании (ОМК) в 2025 году произошёл настоящий прорыв [3; 4; 8]. История этой программы впечатляет: в Чусовом она работает уже десять лет, и за это время при поддержке ОМК запущено более 150 проектов, создано свыше 200 рабочих мест. Только в 2025 году гранты получили 30 социальных бизнес-проектов [3; 4; 6; 8].

Особенно меня тронула история мастерской лозоплетения «Изюминка». Её открыли супруги Мария и Василий Миниахметовы [3; 4]. Они не просто купили оборудование и начали плести корзины. Мария плетет удивительные вещи – от корзин до елочных игрушек, а Василий изготавливает саму бумажную лозу. Это семейное дело с душой. Но главное – они учат ремеслу пенсионеров и людей с инвалидностью. Сейчас там работают пять человек пожилого возраста. Для них это не просто подработка. Это возможность чувствовать себя нужными, об-

щаться и получать доход. Когда я читала про этот проект, меня поразило, что их изделия продаются не где-то на стихийных рынках, а в сувенирном центре Чусового и в лавочке «Котэ» [6]. Это значит, что продукция действительно востребована, людям нравится то, что делают бабушки и дедушки. Мастерская даже планирует выходить на маркетплейсы и проводить мастер-классы в соседних городах – Лысьве и Горнозаводске [3]. Проект «Изюминка» идеально иллюстрирует, что социальный бизнес может быть рентабельным, принося при этом реальную пользу.

Но Миниахметовы – не единственные, кто меняет Чусовой. В том же 2025 году там открыли школу альпинизма. Это создаёт новые развлечения для жителей, которые раньше могли только мечтать о таком досуге, и привлекает туристов. Рядом с Чусовым – уникальные скалы и природа, и теперь туда есть кому водить группы. Кроме того, запустили гастрономические и фототуры, открыли семейную кофейню и фитнес-центр для мам с детьми, кожевенную мастерскую, где уже провели мастер-классы для более чем 100 детей [3]. Отдельно стоит упомянуть выпуск коллекции одежды и сувениров «Понятный мерч» с изображениями значимых мест Чусового. Люди начинают гордиться своим городом, носить его символику, показывать, что они из Чусового, а не стесняться этого.

ОМК не просто дает деньги [3; 4; 6; 8]. Они организовали комплексное сопровождение: предпринимателей консультируют на всех этапах, от оформления документов до маркетинга. По вопросам аренды помещений помогают даже с администрацией города. То есть бизнес, власть и крупные компании работают в связке. И результат налицо: город расцветает, появляются новые точки притяжения, и молодёжь, глядя на это, задумывается о том, что, может быть, не обязательно уезжать в столицу, чтобы жить интересно и делать то, что любишь.

Изучая тему, я решила разобраться, как у нас в Перми поддерживают таких людей. Оказалось, что это не просто разовые акции, а целая система. На улице Ленина, 68 работает Центр «Мой бизнес» [5]. Любой желающий может прийти туда, получить бесплатную консультацию, подтвердить статус социального предпринимателя и претендовать на грант.

Суммы серьезные – от ста до пятисот тысяч рублей [5]. Для студента, у которого есть идея, но нет стартового капитала, это реальный шанс начать свое дело.

Я зашла на сайт центра и выяснила важную вещь. В Пермском крае социальным бизнесом считается не только помощь инвалидам или пенсионерам. Сюда входят и детские развивающие кружки, и возрождение народных промыслов, и даже семейные кафе. То есть любая деятельность, которая приносит пользу обществу. Значит, если у меня появится идея открыть студию рисования для детей из многодетных семей или клуб программирования для подростков из трудных семей, я смогу прийти туда и получить поддержку. В ноябре 2025 года, например, в центре проводили консультации по конкурсу «Мой добрый бизнес» [5; 6]. Это всероссийский конкурс, где лучшие практики социального предпринимательства получают признание и поддержку. Получается, что наша власть заинтересована в таких людях и готова им помогать не на словах, а на деле.

Впечатлили меня истории не только из нашего края, но и из городов, где условия жизни гораздо суровее. Например, Норильск и Мончегорск. Алексей Лупка из Норильска открыл турфирму Nimbus [7]. Он возит туристов на снегоходах на плато Путорана. Это место невероятной красоты: замерзшие водопады, горные массивы, северное сияние. Алексей превратил суровый климат из минуса в плюс. В апреле 2025 года его команда даже проложила новый наземный маршрут к водопаду Принцесса, до которого раньше туристы могли добраться только на вертолете. Он не просто зарабатывает деньги, он создает новые рабочие места и показывает всей стране, что Норильск – это не только завод и холод, но и удивительная природа [7].

Другая история – про благотворительный фонд «69 параллель». Волонтёры открыли магазин Shandy Candy [1; 2]. Идея простая: люди приносят ненужные вещи хорошего качества, а магазин их продает. Деньги идут на лечение детей. Но это не просто секонд-хенд. Как рассказывает директор фонда Екатерина Галайда, они прошли обучение в акселераторе, получили беспроцентный займ от компании «Норникель» [1; 2] и сделали магазин модным местом. Они борются со стереотипом, что ношеная одежда – для бедных. У них есть винтажные вещи, коллекционные предметы. Продавцы знают постоянных клиентов в лицо и откладывают для них вещи, которые могут их заинтересовать. Магазин работает уже несколько лет, у него были попытки открыть второй филиал, правда, пришлось закрыть – бизнес есть бизнес. Кроме того, они открыли мастерскую «Плавь пластик», где перерабатывают крышки в значки и сувениры. Это экологический проект. Они не только лечат детей, но и учат людей бережному отношению к при-

роде. Екатерина Галайда теперь сама стала наставником для молодых предпринимателей и дает простой совет: прежде всего сесть и всё посчитать, с цифрами нелегко подружиться, если человек идейный и креативный, но это очень важно [1; 2].

А в Мончегорске волонтеры обустроили лыжную трассу с освещением. Трасса «Лыжня зовет» стала настоящим местом притяжения для всего города. Раньше люди сидели по домам, а теперь вечерами выходят на лыжню. Это и здоровье, и общение, и повод гордиться своим городом. Такие вещи удерживают жителей от переезда гораздо лучше любой рекламы.

Раньше я думала, что за развитие городов отвечает только правительство. Но теперь я понимаю: чиновники часто не замечают проблем, которые видят обычные люди. Им не придет в голову открыть мастерскую для стариков или проложить лыжню. А социальные предприниматели – это люди, которые живут среди этих проблем и хотят их решить. Они используют бизнес-подход: считают расходы, ищут клиентов, продвигают свои услуги. Но при этом их главная цель – не просто заработать, а изменить жизнь вокруг. Это и есть тот самый сплав заработка и добрых дел, который работает эффективнее любой благотворительности. Благотворительность может закончиться, когда у спонсора закончатся деньги. А бизнес, если он правильно построен, будет работать сам на себя и приносить пользу годами.

В Чусовом программа «Начни свое дело» работает десять лет. И каждый год появляются новые проекты. Значит, это не случайность, а система. И когда в соседних регионах люди видят такие успехи, они тоже начинают верить, что у них получится. Исследования показывают, что из моногородов, где развивается социальное предпринимательство, люди реже уезжают. Потому что город становится местом, где хочется жить [3; 4].

Глядя на проекты, о которых я рассказывала ранее, начинаешь понимать, что иногда энергия одного человека с бизнес-идеей может принести обществу не меньше пользы, чем работа целых городских служб. Социальный бизнес доказывает, что можно оставаться предпринимателем – зарабатывать, развиваться, быть устойчивым – и при этом решать реальные проблемы. Помогать через дело, которое приносит пользу и само себя кормит.

Истории таких бизнес-проектов заставляют принципиально иначе смотреть на собственное будущее. Раньше казалось, что для самореализации обязательно нужно уезжать в большие города, где есть все,

что нужно для «идеальной» жизни. Но сейчас я чувствую искреннее желание остаться в родном городе и развивать инициативы, которые нужны людям вокруг. Хочется стать частью этого живого движения, доказывающего, что бизнес может быть искренним, человечным и при этом успешным.

Теперь создание своего дела для помощи городу – это не просто абстрактная мечта. Это мой осознанный и вполне реальный план на будущее, ведь живя в этом городе, я как никто другой, вижу реальные проблемы, с которыми сталкиваются люди повседневно: бабушки и дедушки не могут найти общение и проводят дни скучно, теряя интерес к жизни, дети из трудных семей ничем не увлекаются и не интересуются, потому что им просто негде собраться и нечем заняться после школы. Молодые специалисты уезжают, потому что не видят перспектив для роста.

Социальное предпринимательство – это удивительное сочетание твердой веры в свои силы и деятельной любви к людям. Это про тех, кто не ждет, пока государство решит все проблемы, а просто делает мир г лучше своими руками. Здесь нет места пустым обещаниям – только конкретное дело, которое нужно людям.

Список источников

1. В Норильске открылся второй благотворительный магазин ShandyCandy // Агентство социальной информации. 2022. 15 августа. URL: https://asi.org.ru/news/2022/08/15/v-norilske-otkrylsya-vtoroj-chariti-shop-shandycandy/ (дата обращения: 03.03.2026).

2. В Норильске подвели итоги осенней благотворительной ярмарки «Подарошная» // Агентство социальной информации. 2022. 9 ноября. URL: https://asi.org.ru/report/2022/11/09/itogi-osennej-blagotvoritelnoj-yarmarki-podaroshnaya/ (дата обращения: 03.03.2026).

3. В Чусовом создают новую бизнес-среду: в 2025 году здесь начали работать 30 социальных проектов // 59.ру. 2025. 7 октября. URL: https://59.ru/text/gorod/2025/10/07/76062058/ (дата обращения: 02.03.2026).

4. Металлурги в Чусовом помогли запустить 30 проектов для соцпредпринимателей // Аргументы и Факты Пермь. 2025. 8 октября. URL: https://perm.aif.ru/economic/industry/metallurgi-v-chusovom-pomogli-zapustit-30-proektov-dlya-socpredprinimateley (дата обращения: 02.03.2026).

5. Программа «Мама-предприниматель» // Официальный сайт Краснокамского городского округа. 2025. 18 сентября. URL: https://krasnokamsk.ru/Novosti/Novosti/2025/09/18/379223/ (дата обращения: 04.03.2026).

6. Результаты конкурсного отбора для предоставления грантов социальным предприятиям // Официальный сайт Чусовского городского округа. 2025. 18 ноября. URL: https://chusokrug.ru/news/264708 (дата обращения: 04.03.2026).

7. Серийный предприниматель в области туризма из Норильска // Норникель : корпоративный сайт. 2023. URL: https://esg.nornickel.ru/experience/tpost/2o79nmngl1-seriinii-predprinimatel-v-oblasti-turizm (дата обращения: 04.03.2026).

8. Стало известно, на что пошли гранты одной из крупнейших металлургических компаний России // URA.RU. 2025. 15 сентября. URL: https://ura.news/news/1053007078 (дата обращения: 02.03.2026).

Касьянов Д. А., Курочкин Д. Ю.
Пермский гуманитарно-технологический колледж
2 курс, специальность «Юриспруденция»
Научный руководитель: зав. кафедрой правовых дисциплин,
старший преподаватель А. С. Лядова

ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ МОЛОДЕЖИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И ПРАКТИЧЕСКИЕ РИСКИ

В современной экономической парадигме финансовая грамотность населения выступает неотъемлемым условием успешной социализации индивида. Для молодежи России овладение данным навыком зачастую происходит эмпирически, через преодоление негативных последствий собственных финансовых решений: обращение к микрозаймам, необоснованное кредитование или утрата капитала вследствие доверия сомнительным инвестиционным предложениям. В рамках данного исследования предлагается рассмотреть четыре ключевых этапа формирования финансовой культуры: от теоретического базиса к достижению финансовой независимости.

Теоретические основы финансовой грамотности молодежи

Финансовая грамотность не тождественна глубокому пониманию биржевых механизмов, а представляет собой совокупность трех фундаментальных компетенций: способность к распределению денежных средств, инструменты защиты от финансовых рисков и навыки приумножения капитала.

Существует разрыв между теоретическими знаниями и поведенческими практиками молодежи. Согласно данным оперативного социологического опроса Аналитического центра НАФИ (весна 2024 г.), индекс финансовой грамотности россиян составил 5,3 балла из 10 возможных. Респонденты в возрасте 14–22 лет демонстрируют уверенное владение цифровыми финансовыми сервисами, однако обнаруживают недостаточность базовых вычислительных навыков, в частности, в расчете эффективной процентной ставки по кредиту и оценке влияния инфляционных процессов.

Таким образом, формирование теоретической базы является критически важным фундаментом. Отсутствие понимания механизма сложных процентов и реального уровня инфляции (которая по официальным итогам 2023 года в РФ составила 7,4%, хотя субъективное восприятие молодежи фиксирует более высокие значения) неизбежно ведет к эрозии личного капитал

Управление личным бюджетом

Практическая реализация финансовых знаний начинается с ведения личного бюджета, который выполняет функцию финансовой «фотографии» экономического положения индивида. Отсутствие контроля над структурой расходов лишает субъекта возможности управлять собственным благосостоянием.

Как показало исследование Центра финансовой грамотности НИФИ Минфина России (2023 г.), доля молодежи в возрасте 18–24 лет, регулярно ведущих учет доходов и расходов, не превышает 25–30%. Остальная часть респондентов существует по принципу «от стипендии до стипендии», не имея долгосрочного финансового планирования.

Значительным фактором неконтролируемых расходов выступают цифровые подписки (на стриминговые сервисы, фитнес-клубы и пр.). При кажущейся незначительности каждого отдельного платежа, совокупные расходы по данной статье могут достигать 3–5 тысяч рублей ежемесячно. В качестве меры по оптимизации бюджета рекомендуется использование бесплатных приложений для учета финансов (например, «Дзен-мани» или CoinKeeper), позволяющих визуализировать нецелевое расходование средств.

Кредитные продукты: инвестиции в будущее или долговая нагрузка

Кредитные инструменты являются наиболее рискованными в арсенале молодого человека. Критерием оправданности кредита выступает его направленность на формирование будущего дохода (инвестиции в человеческий капитал или приобретение ликвидных активов).

Статистические данные Объединенного кредитного бюро (ОКБ) за 1 квартал 2024 года демонстрируют разнонаправленные тенденции. С одной стороны, наблюдается снижение объемов выдачи необеспеченных кредитов заемщикам до 25 лет (падение примерно на 10% по сравнению с 2023 г.), что может свидетельствовать о росте финансовой осторожности. С другой стороны, средний размер кредита в данной возрастной группе увеличился до 120–150 тысяч рублей. Одновременно фиксируется рост популярности кредитных карт, при этом уровень просроченной задолженности по ним среди молодежи выше, чем среди старших возрастных когорт.

Согласно данным Банка России, доля просроченной задолженности свыше 30 дней у заемщиков младше 30 лет стабильно превышает аналогичный показатель среди лиц старше 40 лет, что подтверждает гипотезу о переоценке молодежью собственной платежеспособности. При-

мечательны и амбициозные финансовые цели поколения 18–35 лет: 43% копят на покупку жилья, 17% – на поиск более высокооплачиваемой работы, 9% – на заботу о здоровье. При этом покупка товаров, не являющихся активами (пассивов), в кредит классифицируется как финансово необоснованное решение.

Инвестиционная деятельность как фактор финансовой независимости

Инвестиции представляют собой инструмент достижения автономии от текущего трудового дохода. По данным Московской биржи на начало 2024 года, количество частных инвесторов превысило 30 миллионов человек, из которых доля лиц моложе 25 лет составляет около 12–15%.

Несмотря на рост интереса к фондовому рынку, банковские вклады остаются доминирующим инструментом сбережения (82,5%). Значительно реже молодые люди используют инвестиции в бизнес (8,6%), накопительное страхование жизни (5,2%), недвижимость (5%) и ценные бумаги (4,8%).

Основным риском для молодых инвесторов, согласно статистике Банка России по защите прав потребителей, является утрата средств вследствие доверия обещаниям аномально высокой доходности. Распространенные ошибки включают вложения в высокорисковые активы (криптовалюты), участие в финансовых пирамидах (в 2023 году ЦБ выявил порядка 2000 таких организаций) и отсутствие диверсификации вложений.

Рациональной стратегией начала инвестиционной деятельности является использование Индивидуального инвестиционного счета (ИИС), дающего право на налоговый вычет (возврат 13% от внесенной суммы). Приобретение облигаций федерального займа (ОФЗ) в рамках ИИС позволяет получить доходность, несколько превышающую ставки по депозитам, при высоком уровне защиты со стороны государства.

Формирование финансовой грамотности молодежи требует системного подхода, включающего ведение бюджета, рациональное использование кредитных продуктов и консервативную инвестиционную стратегию с использованием легальных инструментов. Согласно данным Всемирного банка, повышение финансовой грамотности населения на 1% коррелирует с ростом экономики страны, что придает данной проблеме не только индивидуальное, но и макроэкономическое значение.

Список источников

1. Иванова С. Стало известно, какой средний уровень финансовой грамотности в России (исследование Сбера) // Клерк.ру. 06.10.2025. URL: https://www.klerk.ru/buh/news/664297/

2. Кузина О. Е., Абдураманов А. Я. Финансовая грамотность, финансовая культура и финансовая автономия молодежи // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2025. № 6. URL: https://www.monitoringjournal.ru/index.php/monitoring/article/view/3048

3. ВЦИОМ: россияне оценили свою финансовую грамотность на «тройку с плюсом» // Эксперт. 22.04.2025. URL: https://expert.ru/news/vtsiom-rossiyane-otsenili-svoyu-finansovuyu-gramotnost-na-troyku-s-plyusom/

4. Средний уровень финансовой грамотности россиян составил 72,6% – опрос (данные Сбера) // Financial One / ТАСС. 07.10.2025. URL: https://fomag.ru/news-streem/sredniy-uroven-finansovoy-gramotnosti-rossiyan-sostavil-72-6-opros/

5. Круглова Е. Л. Акторный подход в практиках формирования финансово грамотного поведения россиян // Власть. 2025. Том 33. № 4. С. 241-250. URL: https://www.jour.fnisc.ru/index.php/vlast/article/view/10856

6. ВЦИОМ: россияне стали лучше управлять деньгами, но по-прежнему переоценивают свои знания // Правда Севера. 22.04.2025. URL: https://pravdasevera.ru/2025/04/22/6807865be002974f240abcbb.html

7. Соболева Я. Куда вкладывают деньги молодые россияне: финансовые тренды 2025 (исследование СберСтрахования жизни и СберНПФ) // Bryansktoday. 26.06.2025. URL: https://bryansktoday.ru/article/246266 (

8. Sablukov A. V., Popov S. V. Typology of Russian youth by the degree and nature of the use of digital technologies in financial and economic relations // Eco-Vector Journals Portal. 2025. Vol. 15, No. 4. P. 245-253. URL: https://journals.eco-vector.ru/2223-0092/article/view/693266

9. Россияне направили бы часть гипотетического лотерейного выигрыша на благотворительность – ВЦИОМ // Агентство социальной информации. 23.04.2025. URL: https://asi.org.ru/news/2025/04/23/rossiyane-napravili-by-chast-gipoteticheskogo-vyigrysha-v-lotereyu-na-blagotvoritelnost-vcziom/

Мазунина П. А.
Соликамский автодорожно-промышленный колледж
1 курс, специальность «Документационное обеспечение управления и архивоведение»
Научный руководитель: преподаватель, магистр К. А. Мехоношина

КАК НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ «ОБРАЗОВАНИЕ», В ГОРОДЕ СОЛИКАМСКЕ ОТКРЫВАЕТ ЭКОНОМИКУ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Современный мир требует от системы образования не просто передачи знаний, а создания среды, где каждый ребёнок может раскрыть свой потенциал и получить навыки для успешной жизни в быстро меняющейся экономике. Национальный проект «Образование» призван решить эту задачу – и город Соликамск активно участвует в его реализации. Разберём, как именно проект открывает здесь «экономику возможностей» – то есть создаёт условия для роста человеческого капитала и экономического развития города.

Что такое «экономика возможностей»?

«Экономика возможностей» – это концепция, при которой каждый человек, независимо от места рождения и социального статуса, имеет доступ к инструментам для самореализации и профессионального роста. В контексте национального проекта «Образование» это означает:

– равные возможности для получения качественного образования;

– развитие талантов и способностей детей и молодёжи;

– подготовку кадров для современной экономики;

– создание инфраструктуры для непрерывного обучения в течение всей жизни.

Ключевые направления нацпроекта в Соликамске

В Соликамске реализуются несколько федеральных проектов в рамках нацпроекта «Образование», которые напрямую влияют на экономику возможностей.

1. **«Современная школа».** В городе модернизируются образовательные учреждения. Открываются центры «Точка роста» на базе школ – они оснащены современным оборудованием для изучения естественных и технологических наук; обновляется материально-техническая база: лаборатории, компьютерные классы, интерактивные доски; учителя проходят повышение квалификации по новым методикам преподавания.

2. **«Успех каждого ребёнка».** Создаются условия для выявления и развития талантов. На базе Дворца творчества детей и молодёжи работают кружки и секции по робототехнике, программированию, естественно-научным дисциплинам; организуются городские олимпиады, конкурсы и научно-практические конференции; школьники получают доступ к онлайн-курсам ведущих образовательных платформ.

3. **«Цифровая образовательная среда».** Школы Соликамска оснащаются высокоскоростным интернетом, компьютерами и планшетами для учеников, программным обеспечением для дистанционного обучения и проектной работы, интерактивными образовательными платформами.

4. **«Молодые профессионалы».** Учреждения среднего профессионального образования города обновляют свои программы с учётом запросов местных предприятий, создают мастерские, оснащённые по стандартам Профессионалы России, организуют стажировки студентов на предприятиях города.

5. **«Социальная активность».** Развивается волонтёрское движение и ученическое самоуправление, что формирует у молодёжи лидерские качества и навыки командной работы.

Влияние на экономику города

Реализация нацпроекта «Образование» в Соликамске уже даёт конкретные результаты для местной экономики.

Так идёт подготовка кадров для ключевых отраслей. Сам город связан с химической промышленностью (АО «Соликамскбумпром», ПАО «Уралкалий») и тем самым современные образовательные программы готовят специалистов, востребованных на этих предприятиях. Качественное образование и возможности для самореализации мотивируют выпускников оставаться в городе и работать на местных предприятиях или открывать собственный бизнес. Таким образом идёт снижение оттока молодёжи. Программы предпринимательского образования в школах и техникумах вдохновляют молодёжь на создание стартапов, что даёт развитию малого и среднего бизнеса. Развитая образовательная инфраструктура повышает инвестиционную привлекательность города. Компании охотнее приходят в регион, где есть квалифицированные кадры. Образование напрямую влияет на уровень культуры, здоровья и социальной активности населения – это создаёт благоприятную среду для экономического роста и повышения качества жизни.

Примеры успешных практик

– Ученики школ с центрами «Точка роста» регулярно занимают призовые места на региональных олимпиадах по физике и химии.

– Студенты Автодорожно-промышленного колледжа проходят практику на ключевых предприятиях города и получают предложения о трудоустройстве ещё до выпуска.

– На базе Дворца творчества запущен клуб юных программистов, участники которого создают проекты для автоматизации городских процессов.

Таким образом национальный проект «Образование» в Соликамске – это не просто модернизация школ, а стратегический инструмент развития города. Создавая условия для раскрытия талантов каждого ребёнка, проект формирует человеческий капитал, который станет драйвером местной экономики в ближайшие десятилетия. Экономика возможностей уже работает: молодые соликамцы получают знания и навыки, чтобы строить успешное будущее – своё и своего города.

Список источников

1. Официальный сайт управления образования Соликамского муниципального округа. URL: https://obr.solokrug.ru/natsionalnyy-proekt-obrazovanie/informatsionnye-materialy-pro, свободный (дата обращения 14.03.2026).

2. Министерство образования и науки Пермского края. URL: https://minobr.permkrai.ru/dokumenty/deyatelnost/natsionalnyy-proekt-obrazovanie/normativno-pravovaya-baza/, свободный (дата обращения 14.03.2026).

3. Министерство просвещения Российской Федерации. URL: https://edu.gov.ru/national-project/, свободный. (дата обращения 14.03.2026).

4. Постановление администрации Соликамского муниципального округа от 31.10.2025 № 2504-па. URL: https://просоликамск.рф/postanovlenie-administracii-solikam-3540/, свободный. (дата обращения 14.03.2026).

5. Пост в социальной сети «ВКонтакте» от Соликамского Медиа Центра (13 сентября 2024 года). URL: https://vk.com/wall-18116278_47463, свободный. (дата обращения 14.03.2026).

Политова Е. М.
Экономический колледж при ПГУ
2 курс, специальность «Финансы»
Научный руководитель: преподаватель экономических дисциплин
С. Ю. Пермяков

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ TIKTOK НА ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ МОЛОДЕЖИ: ВОЗМОЖНОСТИ, РИСКИ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ

Социальная сеть TikTok сегодня в России является фактором значительного влияния на поведение молодежи, в том числе в сфере финансов. По состоянию на 2026 год аудитория TikTok составляет 1,59 млрд активных пользователей в месяц. В 2025 году 36,2 % пользователей TikTok являлись представителями *Gen Z* (18–24 года), 33,9 % – *миллениалами* в возрасте 25–34 лет. В России по данным исследовательской компании Mediascope в июле 2025 года мобильное приложение TikTok заняло восьмое место по месячному охвату среди аудитории старше 12 лет: 57,5 млн россиян использовали его хотя бы один раз в месяц, а 33,2 млн – минимум раз в сутки [2]. Актуальность темы обусловлена тем, что короткие видео, алгоритмическая персонализация контента и высокая скорость распространения трендов делают TikTok не только пространством развлечения, но и мощным каналом формирования потребительских, сберегательных и инвестиционных установок. Платформа способствует популяризации финансовых тем, упрощает восприятие сложной информации и повышает интерес молодежи к вопросам бюджета, накоплений, инвестирования и финансового планирования. Одновременно с этим TikTok создает среду, в которой усиливаются эффекты социального сравнения, FOMO, импульсивных покупок и доверия к непроверенным рекомендациям. Особое внимание уделяется роли инфлюенсеров, которые выступают посредниками между финансовой информацией и молодой аудиторией, формируя как позитивные модели поведения, так и рискованные практики. В работе обосновывается необходимость сочетания доступного цифрового финансового контента с развитием критического мышления, медиаграмотности и навыков проверки источников. Делается вывод о двойственной природе воздействия TikTok: при грамотном использовании платформа может выступать инструментом финансового просвещения, однако при отсутствии

контроля и фильтрации информации становится источником финансовых ошибок, необдуманных решений и уязвимости перед мошенническими схемами.

В условиях цифровизации общественной жизни социальные сети перестали быть исключительно средствами коммуникации и развлечения. Они все активнее влияют на ценности, повседневные привычки и модели принятия решений, в том числе в финансовой сфере. Особенно заметно это влияние в молодежной среде, где цифровые платформы становятся важнейшим каналом получения информации, норм и поведенческих ориентиров. Одной из таких платформ является TikTok, который благодаря формату коротких видеороликов, алгоритмически формируемой ленте и высокой вирусности контента приобрел значительное влияние на мировоззрение и поведение поколения Z [3].

В ходе работы были использованы методы тематического анализа, структурно-логической интерпретации и сравнительного сопоставления положительных и отрицательных эффектов цифрового влияния. В качестве единиц анализа рассматривались повторяющиеся идеи и механизмы воздействия. К ним относятся: алгоритмическое усиление интереса к определенной теме, влияние социального подражания, эмоционализация финансового контента, упрощение сложных понятий и связь между цифровыми трендами и повседневными денежными практиками молодежи.

Результаты исследования

1. TikTok как среда формирования финансовых установок

Первый важный результат состоит в том, что TikTok влияет не только на отдельные решения, но и на базовые финансовые установки молодежи. Короткий формат видео делает финансовую информацию менее формальной и более доступной. Пользователь воспринимает советы о бюджете, накоплениях или инвестициях не как учебный материал, а как часть повседневного медиапотока. Это снижает психологический барьер перед финансовой темой и повышает вовлеченность.

Однако алгоритмическая лента усиливает повторение уже просмотренного контента. Если пользователь заинтересовался роликом о легком заработке, инвестициях или криптовалюте, платформа начинает показывать ему еще больше похожих материалов. В результате формируется эффект информационного усиления: отдельная тема приобретает в восприятии пользователя повышенную значимость, а альтернативные точки зрения могут не попадать в поле внимания. Именно этот механизм объясняет, почему TikTok способен быстро формировать устойчивые представления о «правильных» или «модных» финансовых практиках.

2. Основные направления финансового контента в TikTok

Финансовый контент в TikTok концентрируется вокруг нескольких направлений. Первое – инвестиции. Здесь популярны ролики о торговле акциями, советы новичкам, обсуждение «удачных входов» и истории быстрого роста капитала. Опасность заключается в том, что подобный контент часто подается как простая схема успеха, тогда как реальные инвестиционные решения требуют знаний, терпения и оценки рисков.

Второе направление – сбережения. В TikTok активно распространяются челленджи накоплений, советы по экономии, визуальные трекеры финансовых целей и истории личной дисциплины. Это направление можно считать наиболее позитивным, поскольку оно помогает молодежи увидеть накопления как конкретную, достижимую и визуально измеримую практику. Вместе с тем чрезмерная стандартизация советов может создавать ложное ощущение, что универсальные рецепты подходят всем без учета уровня дохода, семейных условий и жизненных обстоятельств.

Третье направление – потребление. Платформа усиливает привлекательность товаров через тренды, обзоры и вирусный спрос. Молодой пользователь начинает воспринимать приобретение определенных вещей как элемент включенности в актуальную цифровую культуру. Это ведет к росту импульсивных трат и подмене финансовой рациональности социально одобряемым поведением. В данной части влияние TikTok особенно тесно связано не с образованием, а с коммерческой логикой платформы.

Четвертое направление – криптовалюты и хайповое инвестирование. Молодежь, которая только начинает знакомство с финансовыми инструментами, оказывается особенно восприимчивой к подобным сюжетам. В этом случае TikTok может не просто информировать, а фактически стимулировать участие в рискованных и слабо понятных схемах.

3. Роль инфлюенсеров в трансляции финансового поведения

Существенный результат анализа связан с тем, что ключевыми проводниками финансовых смыслов в TikTok становятся инфлюенсеры. Их влияние основано не столько на экспертности, сколько на эффекте личной близости. Молодежь воспринимает блогера как человека «из своей среды», а потому его советы кажутся более понятными и заслуживающими доверия, чем рекомендации официальных организаций или специалистов.

Инфлюенсер создает ощущение личной истории успеха: он показывает свой путь, привычки, покупки, инвестиции, ошибки и выводы. Такая форма подачи действительно повышает мотивационный потенциал контента. Но одновременно она создает риск подмены объективного знания субъективным опытом. То, что сработало для одного человека, далеко не всегда будет эффективно или безопасно для другого.

Особую роль играет эффект подражания. Подписчики склонны копировать решения инфлюенсеров, не всегда анализируя их содержание и последствия. В условиях высокой эмоциональности TikTok это превращает финансовые советы в поведенческие триггеры. Следовательно, воздействие инфлюенсеров распространяется не только на знания, но и на реальные действия: покупки, открытие счетов, попытки инвестирования, участие в челленджах накоплений и даже переход к рискованным схемам заработка.

4. Позитивное влияние TikTok на финансовое поведение молодежи.

Несмотря на риски, презентация показывает, что TikTok способен выполнять важную просветительскую функцию. Прежде всего, речь идет о базовом финансовом образовании. Через короткие видео пользователи знакомятся с понятиями бюджета, процентов, инвестиций, накоплений и планирования. Для многих молодых людей именно такой формат становится первым шагом к финансовой грамотности [1].

Вторым позитивным эффектом выступает мотивация. Истории успеха, цели накоплений, демонстрация дисциплины и примеры разумного обращения с деньгами побуждают молодежь задуматься о собственном финансовом будущем. Появляется установка на осознанность, постановку целей и постепенное улучшение личной финансовой ситуации. Даже если отдельные советы требуют уточнения, сама тема денег перестает быть закрытой или пугающей.

Третье преимущество – доступ к ресурсам. Через TikTok молодежь может получать ссылки на сообщества, платформы и чек-листы, которые делают финансовую информацию более практичной. Иными словами, TikTok может служить не конечным источником знания, а входной точкой в более серьезное изучение финансовых вопросов. Это особенно важно в условиях, когда традиционные формы финансового просвещения не всегда кажутся молодежи привлекательными.

5. Негативные эффекты и риски

Наряду с преимуществами TikTok формирует целый комплекс рисков. Один из центральных – FOMO, то есть страх упустить возможность. В финансовом контексте он выражается в стремлении срочно

купить актив, вложиться в «тренд» или повторить популярную модель потребления. В результате решения принимаются на эмоциональной основе, а не на рациональном анализе.

Следующий риск – неполнота советов. Финансовые решения редко могут быть корректно описаны в ролике длительностью 15–20 секунд. Поэтому даже полезная рекомендация в TikTok обычно оказывается вырванной из контекста. Пользователь получает яркий тезис, но не узнает об ограничениях, рисках, условиях применения и альтернативных вариантах. В итоге упрощение становится источником ошибок, особенно если речь идет об инвестициях, кредитах или сложных финансовых инструментах.

Еще более опасным является мошенничество и хайп. Молодежь, не обладающая достаточным опытом и критическим мышлением, может воспринимать такие предложения как реальные возможности. Тем самым TikTok превращается не только в канал информирования, но и в среду повышенной финансовой уязвимости.

Проведенный анализ показывает, что TikTok является значимым фактором формирования финансового поведения молодежи. Его влияние определяется сочетанием трех характеристик: высокой доступности контента, алгоритмического усиления интересов и социальной привлекательности инфлюенсеров. Благодаря этому платформа может популяризировать финансовую грамотность, мотивировать к накоплениям, расширять доступ к полезным ресурсам и снижать барьер входа в финансовую тематику.

В то же время TikTok создает серьезные риски. К ним относятся импульсивные траты, FOMO, доверие к неполным или непроверенным советам, вовлечение в хайповые и мошеннические схемы, а также подмена системного знания фрагментарными впечатлениями. Следовательно, сама по себе цифровая доступность финансового контента еще не гарантирует роста финансовой культуры. Необходимы механизмы фильтрации, проверки и сопровождения информации.

Практический вывод состоит в том, что TikTok следует использовать как дополнительный, но не основной источник финансовых знаний. Для снижения рисков необходимо развивать у молодежи критическое мышление, медиаграмотность, навыки проверки источников, понимание рекламы и скрытого маркетинга. Кроме того, важно интегрировать финансовую грамотность в школьное и внеучебное образование, чтобы цифровой интерес, формируемый TikTok, мог переходить в устойчивые и безопасные практики. Соблюдать баланс, избегать сомнительных схем, проверять информацию и усиливать образовательную составляющую финансового контента.

Перспективы дальнейших исследований связаны с несколькими направлениями. Во-первых, необходимы эмпирические исследования, которые позволят измерить, как часто молодежь принимает реальные финансовые решения под влиянием контента TikTok. Во-вторых, важно изучить различия между возрастными группами внутри молодежной аудитории. В-третьих, перспективным является анализ того, какие типы контента действительно повышают финансовую грамотность, а какие лишь создают иллюзию знания. Наконец, требует отдельного рассмотрения вопрос о регулировании скрытой рекламы финансовых продуктов и о стандартах маркировки подобного контента в социальных сетях.

Список источников

1. Красавина А. В., Золина Д. О. Трансформация медиаформатов в социальных сетях: феномен ТикТока // Медиасреда. 2021. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-mediaformatov-v-sotsialnyh-setyah-fenomen-tik-toka (дата обращения: 10.02.2026).

2. Плетнева С. Большая часть российской молодежи продолжает использовать TikTok // Forbes. URL: https://www.forbes.ru/tekhnologii/544124-bol-saa-cast-rossijskoj-molodezi-prodolzaet-ispol-zovat-tiktok (дата обращения: 10.02.2026).

3. Что популярность TikTok говорит о поколении Z // Молодежный цифровой омбудсмен. URL: https://www.youthombudsman.ru/posts/3 (дата обращения: 10.02.2026).

Рыбакова А. М.
Экономический колледж при ПГУ
2 курс, специальность «Операционная деятельность в логистике»,
Научный руководитель: кандидат экономических наук,
доцент кафедры предпринимательства и экономической безопасности
Ю. Д. Субботина

ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ МОЛОДЕЖИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ: РЕГИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ БЮДЖЕТОМ, КРЕДИТОВАНИЯ И ИНВЕСТИРОВАНИЯ

В условиях цифровизации экономики финансовая грамотность молодежи становится особенно значимой. Молодые люди 15–25 лет – наиболее активные пользователи интернет-сервисов, но именно они чаще других оказываются уязвимыми перед финансовыми рисками из-за недостатка опыта и доверчивости к рекламе.

Пермский край как крупный промышленный регион с развитой образовательной системой дает богатый материал для анализа региональной специфики финансового поведения и того, как общероссийские тренды преломляются в условиях Прикамья.

Цель исследования – на основе актуальных данных за 2025–2026 гг. выявить особенности управления личным бюджетом, кредитного и инвестиционного поведения молодежи Пермского края, а также определить ключевые факторы, влияющие на формирование их финансовой культуры.

Финансовые цели и самооценка грамотности молодежи г. Пермь

Молодежь г. Пермь демонстрирует высокие финансовые запросы, не всегда подкрепленные знаниями. Согласно опросу «Авито» (2025 г.), 72 % пермяков 18–24 лет планируют повысить доход в 2026 г. это самый максимум среди всех возрастов. Ожидаемый средний доход – 125 тыс. рублей в месяц, что выше среднерегионального уровня [2].

В структуре целей: 37 % хотят увеличить доход или накопить, 31 % – повысить уверенность в себе, 18 % – освоить новые навыки [9, 10].

По данным «Росгосстрах Жизнь» (2026 г.): 77 % пермяков считают себя финансово грамотными, но лишь 23 % – полностью, 54 % видят потенциал для роста. Мотивы обучения: 12 % начали изучать финансы ради инвестиций, 9 % – из-за долгов, 5 % – после столкновения с мошенниками [7].

За 2024–2026 гг. доля пермяков с базовыми финансовыми навыками выросла с 48 % до 59 %, дефицит знаний снизился с 30 % до 27 % [3]. Каналы информации: 82 % получают знания из интернета, 32 % – от знакомых, 19 % – из книг [3].

Управление личным бюджетом, структура расходов и практики экономии.

Понимание того, как молодежь распоряжается текущими средствами, дает ключ к прогнозированию их будущего финансового поведения. Исследование платформы «Авито» (январь 2026 г.) позволило составить детальный портрет бюджета пермского студента.

Среднемесячные расходы студентов г. Пермь составляют около 30 тыс. рублей. При этом показатель меняется: 55 % учащихся укладываются в сумму до 30 тыс. рублей, а 45 % тратят от 30 до 60 тыс. рублей [11].

Основные статьи расходов выглядят так:

1. продукты питания – 63 % (основная и неэластичная статья);
2. кафе и готовая еда – 32 % (отражение культуры питания вне дома, характерной для молодежи);
3. аренда жилья – 31 % (ключевая особенность иногородних студентов);
4. развлечения – 24 % (важная статья, на которой многие готовы экономить);
5. транспорт – 16 %;
6. одежда и обувь – 13 %;
7. связь и интернет – около 10 %.

Высокая доля расходов на аренду жилья (31 %) – характерная черта именно г. Пермь как крупного образовательного центра, привлекающего студентов из других городов края и регионов. Для сравнения: в г. Москва и г. Санкт-Петербург эта доля может быть еще выше, но там выше и стипендии, и доходы работающих студентов.

Особого внимания заслуживают практики экономии, которые применяют молодые люди:

1. 64 % сравнивают цены в разных магазинах и на разных площадках перед покупкой;
2. 55 % активно используют скидки, кешбэк и программы лояльности;
3. каждый четвертый (25 %) покупает вещи «с рук» на сервисах объявлений (одежда, электроника, учебники);
4. 18 % пользуются студенческими скидками (что удивительно мало при их доступности);
5. 39 % экономят на развлечениях и отказываются от кофе и напитков на вынос;
6. 13 % заявили, что не экономят вовсе [11].

Такая структура экономического поведения говорит о достаточно высоком уровне обоснованности: молодые люди активно используют доступные инструменты оптимизации расходов. Привычка сравнивать цены, пользоваться кешбэком и бонусными системами создает хорошую базу для формирования более сложных навыков финансового планирования.

Постановка целей крупных покупок на 2026 г. выглядит следующим образом:

1. 44 % планируют приобрести мебель (возможно, в связи с переездами или началом самостоятельной жизни);
2. 40 % – обновить гардероб;
3. 32 % – купить электронику (смартфоны, ноутбуки, наушники);
4. 38 % респондентов в возрасте 25–34 лет планируют покупку недвижимости;
5. 11 % – приобретение автомобиля [10].

Выделяется то, что среди молодежи 18–24 лет покупка недвижимости пока не входит в число приоритетов, скорее это цели следующей возрастной группы, что соответствует жизненным циклам.

Кредитное поведение: противоречивые тренды и региональная специфика.

Кредитная активность молодежи Пермского края демонстрирует противоречивую динамику. С одной стороны, доля заемщиков до 30 лет выросла до 20,1 % (+2,6 п.п. за год), что является одним из самых высоких показателей в РФ. Эксперты связывают это с развитием онлайн-кредитования [6].

С другой стороны, доля молодежи 18–30 лет в сегменте микрофинансовых организаций (МФО) в г. Пермь достигает 37,8 % – это второй результат среди крупных городов России [6]. Высокая активность в МФО указывает на ряд проблем:

1. трудности с доступом к традиционным банковским кредитам (из-за отсутствия кредитной истории или официального дохода);
2. недостаточное понимание разницы в стоимости займов;
3. риски попадания в долговую ловушку.

При этом общий средний размер кредита на потребительские нужны в регионе снизился на 6,4 % (до 139 тыс. рублей). Это связано с тем, что платежеспособные граждане в условиях высоких ставок переходят к сбережениям, а банки ужесточают требования к заемщикам [1].

Таким образом, формируется двухслойная структура: финансово грамотные заемщики сокращают долги, тогда как уязвимые группы (включая молодежь) вынуждены обращаться к дорогим займам в МФО.

Инвестиционное поведение и цифровые риски в молодежной среде.

Интерес к инвестициям среди молодежи Пермского края растет, но качество знаний отстает от амбиций. Согласно исследованию «Росгосстрах Жизнь», 12 % пермяков начали изучать финансы, потому что стали инвестировать: характерный запрос, когда люди сначала пробуют, а потом идут за знаниями [7].

В регионе развивается инфраструктура финпросвещения. Например, в Школу молодого профсоюзного лидера (2026 г.) включили модуль с мастер-классами от брокеров и инвестсоветников – по открытию счетов, покупке ценных бумаг и разбору ошибок [5].

Особого внимания заслуживают финансовые риски: 5 % пермяков начали повышать грамотность после столкновения с мошенниками [7]. Это тревожный сигнал: для части молодежи единственным учителем становится негативный опыт, а профилактика пока недостаточна.

Пути решения повышения финансовой грамотности молодежи Пермского края.

На основе проведенного анализа предложен комплекс мер, учитывающих общие проблемы поколения Z и региональную специфику Прикамья.

1. Смена образовательной парадигмы: от теории к практике: необходимо внедрение интерактивных форматов: геймифицированные уроки (успешный опыт Банка России с охватом 80 тыс. просмотров), симуляторы инвестирования, разбор реальных жизненных ситуаций пермских семей.

2. Адресная работа с региональными особенностями: высокая доля иногородних студентов в Перми требует программ по планированию регулярных платежей и управлению бюджетом в условиях ограниченных ресурсов вдали от семьи.

3. Снижение рисков микрофинансирования: учитывая, что 37,8 % обращений в МФО приходится на молодежь до 30 лет, необходимы инструменты, демонстрирующие реальную стоимость микрозаймов в сравнении с банковскими кредитами.

4. Защита от цифрового мошенничества: поскольку 5% начали повышать грамотность только после столкновения с мошенниками, профилактика должна включать конкретные алгоритмы распознавания мошеннических схем в популярных у молодежи форматах (TikTok/Reels, интерактивные квизы).

5. Использование цифровых каналов коммуникации: при доминировании интернета как источника знаний о финансах (82 %) необходимо присутствие официальных институтов в соцсетях: короткие видео, инфографика, образовательные мемы, чат-боты.

6. Развитие сберегательной культуры: доля регулярно копящей молодежи в Перми ниже общероссийской (41 % против 52 %), что требует популяризации историй успеха и практических занятий по финансовому планированию.

7. Обучение через реальную практику: опираясь на успешный опыт экскурсий и мастер-классов профессионалов, необходимо расширять практико-ориентированные форматы: экскурсии в банки, встречи с инвестсоветниками, программы наставничества.

Все меры должны быть направлены на формирование устойчивых поведенческих привычек: осознанного отношения к заимствованиям, навыков сбережения и способности противостоять мошенникам.

Таким образом, *ф*инансовое поведение молодежи Пермского характеризуется противоречиями между высокими амбициями и недостаточной практической подготовки, это позволяет в высокой доле обращений в МФО, уязвимости перед мошенниками и слабых сберегательных привычках. Это можно решить переходом от трансляции знаний к формированию поведенческих навыков через интерактивные геймефицированные форматы с учетом цифровых привычек поколения зумеров и региональной специфики. Только такой подход способен превратить финансовые амбиции молодежи в реальную способность управлять личными финансами и минимизировать риски.

Список источников

1. В январе средний размер потребкредита в Прикамье снизился на 6,4% // Новый компаньон. 2026. URL: https://www.newsko.ru/news/nk-9099173.html (дата обращения: 13.03.2026).

2. Две трети работающих жителей Перми намерены увеличить доход в 2026 году // Новый компаньон. 2026. URL: https://www.newsko.ru/news/nk-9047836.html (дата обращения: 13.03.2026).

3. Жители Пермского края стали чаще читать об управлении деньгами // Mak-project.ru. 2026. URL: https://mak-project.ru/2022-10/zhiteli-permskogo-kraya-stali-chashhe-chitat-ob-upravlenii-dengami (дата обращения: 13.03.2026).

4. Молодежь России пересматривает свое отношение к займам // Банксток. 2026. URL: https://bankstok.ru/economic-advice/molodez-rossii-peresmatrivaet-svoe-otnosenie-k-zaimam (дата обращения: 13.03.2026)

5. Новый год – новые программы // Пермский крайсовпроф. 2026. URL: https://permsovprof.ru/novosti-i-publikacii/novyj-god-%e2%80%93-novye-programmy.html (дата обращения: 13.03.2026).

6. РИА Новости: выявлены города с наиболее высокой долей молодых заемщиков МФО // ВсеЗаймыОнлайн. 2026. URL: https://VseZaimyOnline.ru/news/mfk/goroda-s-vysokoj-dolej-zaemshikov.html (дата обращения: 13.03.2026).

7. «Росгосстрах Жизнь»: 5% пермяков начали повышать свою финансовую грамотность после того, как стали жертвами мошенников // Prlens.ru. 2026. URL: https://prlens.ru/2026/post-rosgosstrakh-zhizn-permyakov-nachali-povysha-17p3/ (дата обращения: 13.03.2026).

8. Супергерои помогут школьникам Прикамья стать финансово грамотными // Банк России. 2026. URL: https://www.cbr.ru/press/regevent?id=64952 (дата обращения: 13.03.2026).

9. Треть жителей Перми в 2026 году хочет увеличить доход // Новый компаньон. 2026. URL: https://www.newsko.ru/news/nk-9010555.html (дата обращения: 13.03.2026).

10. Третья часть пермской молодёжи мечтает стать увереннее в 2026 году // В курсе.ру. 2025. URL: https://v-kurse.ru/2025/12/13/406327 (дата обращения: 13.03.2026).

11. Шатова П. Эксперты выяснили, сколько тратят пермские студенты в месяц // РБК. 2026. URL: https://perm.rbc.ru/perm/freenews/6975bf1d9a794745ec8ba03a (дата обращения: 13.03.2026).

Трушникова А. С.
Пермский гуманитарно-технологический колледж
2 курс, специальность «Юриспруденция»
Научный руководитель: зав. кафедрой правовых дисциплин,
старший преподаватель А. С. Лядова

ПОДДЕРЖКА МОЛОДЫХ СЕМЕЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Понятие молодая семья в России регламентируется Федеральный закон от 30.12.2020 N 489-ФЗ (ред. от 23.07.2025) «О молодежной политике в Российской Федерации» где в статье 2 указанно что, молодая семья – это лица, состоящие в заключённом в установленном законодательством Российской Федерации порядке браке, в том числе воспитывающие ребёнка (детей), либо лицо, являющееся единственным родителем (усыновителем) ребёнка (детей), в возрасте до 35 лет включительно (за исключением случаев, предусмотренных частью 3 статьи 6 настоящего Федерального закона);

Также сюда подподает такое понятие как студенческая семья, где указанно что, студенческая семья – категория молодой семьи, в которой оба лица, состоящие в заключённом в установленном законодательством Российской Федерации порядке браке, в том числе воспитывающие ребёнка (детей), либо лицо, являющееся единственным родителем (усыновителем) ребёнка (детей), в возрасте до 35 лет включительно (за исключением случаев, предусмотренных частью 3 статьи 6 настоящего Федерального закона) являются обучающимися по образовательным программам среднего профессионального образования и (или) образовательным программам высшего образования. Данная категория требует особого внимания и дополнительной поддержки ввиду социальной уязвимости и ограниченного дохода

Рассмотри основные меры поддержки молодых семей в РФ

1. Программа «Молодая семья»:

Предоставляет субсидии на покупку, строительство жилья или погашение ипотеки. Размер субсидии зависит от состава семьи: – 30% средней стоимости недвижимости – бездетным супругам; – 35% – молодым или одиноким родителям. Субсидия покрывает только часть стоимости жилья, остальное оплачивается за счёт собственных средств либо заемных средств. Получить субсидию можно только один раз.

2. Материнский капитал:

Маткапитал ежегодно индексируют. Так, с 1 февраля 2026 года его размер:

– на первого ребенка – 728 921,90 руб., если ребенка родили (усыновили) с 1 января 2020 года. Если второй ребенок родился или был усыновлен с этой же даты, маткапитал увеличат на 234 321,27 руб. Он составит 963 243,17 руб.;

– на второго ребёнка – 963 243,17 руб., если его родили (усыновили) с 1 января 2020 года. При этом важно, чтобы первый ребенок родился (был усыновлён) до этой даты;

-на третьего ребёнка или последующих детей – 963 243,17 руб. в случае его (их) рождения (усыновления) с 1 января 2020 года. Здесь также важно условие: ранее права на дополнительные меры господдержки не было.

Если право на дополнительные меры господдержки возникло до 31 декабря 2019 года включительно, размер маткапитала – 728 921,90 руб.

3. Субсидии на оплату коммунальных услуг предоставляются семьям, если расходы на ЖКУ превышают 22% от общего дохода семьи. Это федеральный порог, регионы не имеют права повышать его, но могут понижать.

4. Налоговые вычеты:

– Имущественный вычет при покупке жилья предполагает максимальную сумму расходов на покупку или строительство жилья или земельного участка – 2 млн рублей. Если налогоплательщик платит подоходный налог по ставке 13%, то максимальная сумма возврата – 260 000 рублей.

– Для вычета по ипотечным процентам установлен лимит – 3 млн рублей. Вернуть можно до 390 000 рублей (13% от суммы). Этот лимит распространяется на ипотечные кредиты, взятые после 1 января 2014 года.

– Стандартный вычет на детей в 2026 году составляет: 1400 рублей – на первого ребёнка, 2800 рублей – на второго, 6000 рублей – на третьего и последующих. Для единственного родителя суммы удваиваются: 2800 рублей – на первого ребёнка, 5600 рублей – на второго, 12 000 рублей – на третьего и последующих.

Также стоит указать что, получить вычет могут только налоговые резиденты России – те, кто находится в стране не менее 183 дней в году и получает доходы, облагаемые НДФЛ.

На сегодняшний день поддержка молодых семей – стратегический приоритет социальной политики Российской Федерации, направленный на решение демографических и социально-экономических задач. Учитывая возрастные критерии (до 35 лет), государство фокусируется на этапах становления семьи и рождения детей, что критично для формирования устойчивого населения.

Чтобы понять помогают ли меры обратимся к статистике рождаемости 2000–2024 годов. В 2000 году коэффициент рождаемости был 1,305. И он рос до 2015 когда составил 1,993, после чего пошёл на спад и в 2024 году составил 1,400 (что составляет 1 222 408 младенцев рождённых в РФ).

Однако, несмотря на широкий спектр мер, остаются вызовы:

– Административные барьеры: необходимость упрощения процедур подачи заявлений и повышения информированности о доступных мерах, особенно для студенческих семей, которые могут испытывать дополнительные трудности.

– Индивидуализация мер поддержки: регионы имеют разный экономический статус, что требует адаптации федеральных программ под местные условия, особенно в малых городах и сельской местности.

– Финансовое обеспечение: учитывая рост цен на недвижимость и жизнь в целом, меры поддержки должны регулярно пересматриваться с учётом инфляции и реальных потребностей семей. В целом, комплексные меры поддержки позволяют существенно повысить доступность жилья и улучшить материальное положение молодых семей, что положительно влияет на демографическую ситуацию и социальную стабильность в стране.

Рекомендации по улучшению:

Развитие консультационных сервисов:

– Создание единой онлайн-платформы, где молодые семьи смогут получить информацию о всех видах государственной поддержки, включая жилищные программы, материнский капитал, пособия и льготы.

– Разработка мобильного приложения с функциями калькулятора субсидий, персональных рекомендаций и возможностью онлайн-записи на консультацию к специалистам.

– Организация выездных консультационных пунктов в вузах, колледжах и общежитиях для охвата студенческой молодёжи.

– Партнёрство с некоммерческими организациями и волонтёрскими движениями для оказания адресной помощи и просветительской работы.

Информирование о финансовых льготах:

– Проведение информационных кампаний в социальных сетях, на молодёжных порталах и в СМИ с акцентом на доступность и простоту получения мер поддержки.

– Создание серии обучающих вебинаров и мастер-классов по финансовой грамотности для молодых семей, включая основы бюджетирования, инвестирования и использования льготных ипотечных программ.

– Разработка наглядных памяток и инфографики, объясняющих условия получения субсидий и льгот, с примерами расчёта.

Поддержка студенческих семей

– Предоставление приоритетного доступа студенческим семьям к общежитиям и льготному арендному жилью.

– Разработка специальных стипендиальных программ и грантов для студентов, воспитывающих детей, с учётом их семейного положения.

– Организация на базе вузов центров поддержки студенческих семей, где будет предоставляться психологическая, юридическая и социальная помощь.

– Внедрение гибких форм обучения и дистанционных образовательных технологий для студентов, совмещающих учёбу с семейными обязанностями.

Проводить мониторинг эффективности реализуемых программ для своевременного корректирования политики.

Устюгова В. Д.
Соликамский автодорожно-промышленный колледж
1 курс, ДОУ-25
Научный руководитель: преподаватель К. А. Мехоношина

ФИНАНСОВЫЙ СТАРТ МОЛОДОГО ПОКОЛЕНИЯ: БЮДЖЕТ, ИНВЕСТИЦИИ, КРЕДИТЫ – КАК РАЗОБРАТЬСЯ?

Современная экономика России переживает период глубоких изменений. Рекордно низкая безработица (2,2% по состоянию на декабрь 2025 года), дефицит квалифицированных кадров и активная государственная поддержка предпринимательства создают уникальную ситуацию, которую эксперты называют «экономикой возможностей». Эта концепция означает, что сегодня как никогда раньше у молодёжи есть реальные шансы реализовать себя – от запуска собственного стартапа до построения успешной карьеры в крупных компаниях.

Цель данной работы – рассмотреть ключевые аспекты экономики возможностей: успешные примеры молодёжных стартапов, роль национальных проектов в поддержке предпринимательства, изменения на рынке труда и те навыки, которые помогут первокурснику стать востребованным специалистом.

1. От идеи к бизнесу: успешные кейсы молодёжных стартапов

Многие думают, что открыть свой бизнес сложно и для этого нужны большие деньги. Но на самом деле сегодня студенты вполне могут запустить успешный стартап ещё во время учёбы. Главное – иметь идею и желание её реализовать.

Рассмотрим несколько реальных примеров 2025 года, которые доказывают: возраст не помеха для бизнеса.

– Health Hero. Магистрантка биофака Челябинского госуниверситета создала приложение с искусственным интеллектом, которое помогает людям разбираться в своих анализах и следить за здоровьем. Идея родилась из обычных разговоров с друзьями, которые постоянно просили её «расшифровать анализы». Сейчас проект привлёк 15 миллионов рублей инвестиций и выходит на рынки других стран [1].

– НеоТомограф. Две студентки Сеченовского университета, которые уже работают врачами, разработали сканер для ранней диагностики рака полости рта. Их устройство безопаснее рентгена и точнее обычных методов. Инвесторы поддержали проект именно потому, что он решает важную социальную проблему [1].

– мИИшка. Студенты первого курса ИТМО придумали умную игрушку – медвежонка с искусственным интеллектом, который общается с детьми, играет и обучает их, пока родители заняты. Проект родился из решения задачи на студенческом конкурсе [1].

– Трайк. Вероника Цейтер из Комсомольска-на-Амуре придумала мобильный роботизированный протез для людей с травмами ног. Её устройство помогает преодолевать бордюры и ступеньки, чего не могут обычные ходунки. Вероника выиграла грант по программе «Студенческий стартап» и теперь разрабатывает свой проект в университетской лаборатории [5].

Эти примеры объединяет одно: авторы увидели проблему вокруг себя и предложили решение.

2. Национальные проекты как трамплин для карьеры

Государство действительно помогает молодым предпринимателям. В России работает Платформа университетского технологического предпринимательства (ПУТП). Весной 2025 года она вошла в федеральный проект «Технологии» национального проекта «Эффективная и конкурентная экономика». Что это даёт студентам? Прежде всего – деньги и обучение. Как рассказала замминистра науки Ольга Петрова, благодаря этим программам уже создано 5 тысяч стартапов с общей выручкой почти 3 миллиарда рублей. Из них 153 компании стали малыми технологическими предприятиями [3].

Как это работает на практике:

– Конкурс «Студенческий стартап» даёт гранты до 1 миллиона рублей на реализацию идеи.

– Акселераторы при университетах помогают доработать проект и найти инвесторов.

– Программа «Стартап как диплом» позволяет защитить бизнес-проект вместо обычной дипломной работы.

Для первокурсника это значит, что можно начинать уже сейчас: участвовать в тренингах, находить единомышленников, подавать заявки на гранты.

3. Импортозамещение и роль специалистов среднего звена

Из-за санкций и ухода западных компаний Россия взяла курс на импортозамещение – то есть на производство своих товаров и технологий вместо зарубежных. Это создаёт огромный спрос на специалистов.

Глава Минтруда Антон Котяков отмечает, что в ближайшие годы будут особенно нужны инженеры, рабочие высокой квалификации,

медики, педагоги и IT-специалисты [2]. Запрос на них связан именно с курсом на технологический суверенитет.

Что это значит для студента? Даже если вы учитесь на рабочую специальность (сварщик, монтажник, швея), вы будете востребованы. В рейтинге Роструда самые нужные профессии для экономики возглавляют именно рабочие специальности [6]. Но важно не просто получить диплом, а осваивать новые технологии – учиться работать с цифровым оборудованием, автоматизированными системами.

Например, на современных складах нужны сотрудники, которые умеют пользоваться WMS-системами учёта товаров и терминалами сбора данных. Компании готовы обучать таких людей прямо на рабочих местах [9].

4. Финансовая грамотность молодёжи

Любой бизнес и любая карьера требуют умения обращаться с деньгами. Даже если вы не планируете открывать своё дело, финансовая грамотность пригодится в жизни.

Базовые вещи, которые стоит знать:

– Как составлять личный бюджет (сколько зарабатываешь, сколько тратишь, на чём можно сэкономить).

– Как работают кредиты и почему не стоит брать их без необходимости.

– Что такое инвестиции и как они работают (хотя для начала лучше просто копить).

Студенты-предприниматели из примеров выше вынуждены были считать бюджет своих проектов, искать инвесторов, экономить на разработке. Эти навыки пригодятся им в любом случае – даже если бизнес не пойдёт.

5. Тренды на рынке труда: какие компетенции будут востребованы завтра

Рынок труда меняется очень быстро. Эксперты выделяют несколько главных трендов на 2026 год.

Поляризация рынка. Джуниоров (новичков) стало слишком много, компаниям нужны в первую очередь опытные специалисты. Но это не значит, что новичкам некуда устроиться – просто придётся доказывать, что вы действительно что-то умеете [4].

ИИ-грамотность становится обязательной. Уметь работать с нейросетями теперь нужно не только программистам. Маркетологам, дизайнерам, менеджерам, даже бухгалтерам искусственный интеллект помогает быстрее выполнять рутинные задачи. Важно не просто «тыкать в нейросети», а понимать их ограничения и уметь проверять результат. [4; 2; 7]

Гибридные специалисты. Компании ищут людей, которые понимают контекст задачи, умеют работать за пределами своей узкой роли. Например, менеджеру по продажам сегодня нужно владеть основами аналитики и маркетинга, чтобы предлагать клиентам персонализированные решения [9].

Самые востребованные конкретные специальности: разработчики ПО, специалисты по кибербезопасности, аналитики данных, инженеры по машинному обучению [6].

6. Гибкие навыки (soft skills) как конкурентное преимущество

Жёсткие навыки (hard skills) – это то, чему учат в университете: программирование, черчение, бухучёт. Но чтобы построить карьеру, нужны ещё и гибкие навыки (soft skills).

Эксперты называют самое важное:

– Адаптивность – умение быстро перестраиваться и учиться новому. В современном мире технологии меняются каждый год, и тот, кто не учится, отстаёт [6].

– Коммуникация – умение договариваться с людьми, работать в команде, понятно объяснять свои мысли.

– Управленческие навыки. Частая проблема: хорошего специалиста назначают руководителем, но не учат управлять людьми. А это целая наука – как ставить задачи, мотивировать, контролировать [2].

– Умение работать с обратной связью. На акселераторах студентов учат правильно воспринимать критику и использовать её для улучшения проекта [8].

Как прокачивать soft skills? Участвовать в командных проектах, выступать с презентациями, ходить на тренинги, браться за сложные задачи, где нужно общаться с разными людьми.

7. Фриланс и самозанятость как старт карьеры

Необязательно сразу открывать ООО и нанимать сотрудников. Можно начать с самозанятости – это простой и легальный способ зарабатывать своими навыками.

Кто может быть самозанятым:

– Дизайнеры (рисуют логотипы, оформляют соцсети).
– Программисты (пишут код на заказ).
– Мастера по ремонту.
– Репетиторы.
– Фотографы.

Многие успешные стартапы, о которых мы говорили, начинали именно с того, что студенты делали проекты на заказ, а потом превращали это в бизнес.

8. Социальное предпринимательство

Отдельное направление – социальный бизнес. Это когда вы решаете какую-то проблему общества и при этом зарабатываете деньги.

Примеры из нашей статьи:

– НеоТомограф помогает выявлять рак на ранних стадиях – это спасение жизней.

– Трайк даёт мобильность людям с травмами – это улучшение качества жизни.

– мИИшка решает проблему занятых родителей и детей, которые слишком много сидят в телефонах.

Социальное предпринимательство поддерживают государственными грантами, потому что такие проекты приносят пользу обществу.

Экономика возможностей в России работает. Студенты могут получить гранты, пройти обучение в акселераторах, найти инвесторов и запустить свой бизнес ещё в университете. Главные выводы для первокурсника:

1. Не ждите окончания учёбы – пробуйте уже сейчас. Участвуйте в конкурсах, ищите единомышленников.
2. Учитесь не только по программе, но и самостоятельно. Особенно важно осваивать цифровые инструменты и искусственный интеллект.
3. Развивайте гибкие навыки: умение общаться, работать в команде, быстро учиться.
4. Не бойтесь начинать с малого – можно оформить самозанятость и делать проекты на заказ.
5. Ищите проблемы вокруг – возможно, именно вы сможете их решить и создать свой бизнес.

Главное преимущество сегодняшнего студента – в доступе к информации, программам поддержки и технологиям. Осталось только воспользоваться этими возможностями.

Список источников

1. кАселератор «Сбера» выявил успешные студенческие стартапы для медицины // ФармМедПром, 25.01.2026
2. Управленческие компетенции и навык крутить педали: что требует рынок труда // Парламентская газета, 09.01.2026
3. Как внедрять культуру технологического предпринимательства в образовательную среду // Эксперт, 22.02.2026
4. 6 трендов в найме на 2026 год, которые прогнозируют эксперты // hh.ru, 25.12.2025
5. Мобильность без границ: студенческий стартап Вероники Цейтер // КнАГУ, 13.01.2026

6. Названы самые востребованные профессии в России на 2026 год // Эксперт, 05.03.2026
7. Эксперт заявила о росте дефицита ключевых навыков на рынке труда // Известия, 27.01.2026
8. Демо-день в ЛЭТИ: названы лучшие студенческие стартапы // СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 18.12.2025
9. Россиян предупредили о важных изменениях на рынке труда в 2026 году // Газета.Ru, 26.01.2026

СЕКЦИЯ 3. ВЫЗОВЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ: ОТ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДО ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Карповский В. В.
Пермский гуманитарно-технологический колледж
1 курс, специальность «Экономика»
Научный руководитель: преподаватель кафедры математических и естественнонаучных дисциплин Д. М. Максютова

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В РЕКЛАМЕ И СТРИМИНГОВЫХ СЕРВИСАХ КАК ФАКТОР ИЗМЕНЕНИЯ РЫНКА ТВОРЧЕСКОГО ТРУДА

В настоящее время технология искусственного интеллекта находится на такой ступени развития, которая позволяет ей не только структурировать цифровую среду, но и оказывать непосредственное влияние на реальные социальные и экономические процессы. Всё ещё развиваясь, нейронные сети стали частью повседневной жизни людей по всему миру и продолжают наращивать своё влияние. Данная технология как цифровой инструмент уже давно интегрирована во многие программы, например, в браузере для поиска наиболее подходящего по запросу результата, нахождения ошибок в тексте, или перевода речи в печатный вид.

Долгое время ИИ выполнял, в основном, вспомогательные функции, облегчая взаимодействие пользователей с программным обеспечением посредством строго заданных алгоритмов. Разработка систем искусственного интеллекта велась с конца 1950-х годов, однако только в 2010-х годах были созданы методы глубокого обучения, положившие начало нейросетям – программам, имитирующим человеческое мышление. В 2015 году была основана компания OpenAI, поставившая перед собой цель разработать безопасный искусственный интеллект, способный превзойти мыслительные способности человека, оставаясь при этом открытым и доступным каждому. Период с 2016–2017 годов по настоящее время можно охарактеризовать как эпоху «бума искусственного интеллекта». В 2022–2023 годах генеративные нейросети достигли качественно нового уровня: модели преобразования текста в изображение выдавали результат, практически неотличимой от работы

человека, а большие языковые модели приобрели способность вести диалог, приближенный к естественному человеческому общению. В этот же период различными компаниями начали создаваться собственные инструменты искусственного интеллекта, и их количество возросло в разы. С этого этапа нейросети стали мощным инструментом, доступным каждому пользователю.

На протяжении всей истории развития искусственного интеллекта он вызывал у многих людей опасения, связанные с гипотетической возможностью вытеснения человека как единственного разумного существа. И только с недавних лет, с появлением генеративных моделей, имитирующих человеческое мышление, и, в некоторых аспектах, превосходящих его (обработка значительных объемов информации, скорость вычислений), эти опасения уже перестали быть фантастическими, приблизившись к реальности как никогда близко. Возможности современных нейросетей и стремительные темпы их развития одновременно впечатляют и настораживают общество: участились случаи сокращения работников творческих специальностей в пользу внедрения более современных технологий. К сдерживанию развития искусственного интеллекта призывал и сооснователь OpenAI Илон Маск, что усиливает общественные опасения.

Цель работы: проанализировать степень влияния внедрения искусственного интеллекта на сферу умственного труда и смежные области.

Для достижения цели был поставлен ряд задач:

1. Рассмотреть направления использования ИИ в рекламе и стримингах.
2. Выявить экономические последствия внедрения ИИ для творческих профессий.
3. Сформулировать прогноз относительно дальнейшего влияния ИИ на рынок творческого труда.

Искусственный интеллект в маркетинговой деятельности

В сфере маркетинга можно выделить два основных направления применения технологий искусственного интеллекта: техническое и творческое.

Техническое направление предполагает использование ИИ для повышения эффективности распространения рекламных материалов в цифровой среде. Нейросети анализируют данные пользователей на основе их активности в сети, проводят глубинный анализ поведения, интересов и потребностей каждого пользователя. Это необходимо для точного определения целевой аудитории и создания персонализированных рекламных предложений.

Кроме того, искусственный интеллект помогает в оптимизации бюджета, анализируя различные рекламные площадки и форматы рекламы, для определения наиболее результативных вариантов размещения. Например, анализ может продемонстрировать, что реклама в одной соцсети, привлекает больше пользователей, чем объявления в другой. Нейросети также анализируют статистику по охвату, вовлечённости и конверсии на разных сайтах, чтобы предложить лучшие варианты для размещения рекламы [7].

Такое использование ИИ значительно упрощает и ускоряет распространение рекламы. Этот подход к интернет-маркетингу иногда может даже вывести бизнес из кризисной ситуации.

Показательным примером успешного использования ИИ является кейс культового бренда мотоциклов Harley-Davidson, столкнувшегося с падением спроса на продукцию среди молодой аудитории. Нейросеть анализировала эффективность рекламных кампаний и определяла перспективные сегменты аудитории, что значительно помогло маркетологам в планировании стратегии продвижения и помогло направить все усилия на создание качественной рекламы. В итоге количество клиентов в дилерском центре Нью-Йорка за три месяца возросло на 2930% [4].

В качестве негативного примера можно привести кейс американского гиганта в сфере недвижимости Zillow. Алгоритм автоматизировал покупку и перепродажу жилья. Первоначально система успешно справлялась с поставленными задачами, однако не выдержала испытания периодом пандемии. Модель, обученная на данных стабильного экономического периода, не справилась с турбулентностью на рынке недвижимости, начав массово скупать недвижимость по завышенным ценам, что привело к убыткам в размере приблизительно 420 млн $, закрытию проекта Zillow Offers и увольнению четверти сотрудников компании [2].

К недостаткам технического применения ИИ в маркетинге можно отнести следующие:

– Нейросетям необходимо как можно большее количество структурированных данных для успешной работы, иначе они могут выдавать ошибочные, неточные прогнозы

– Для использования таких технологий требуются большие вычислительные мощности, что не только дорого, но и требует постоянных инвестиций

– Этические проблемы: для работы ИИ собирает большое количество не только общих, но и персональных данных пользователей, включая сведения об их активности в сети. Это повышает риск утечки данных и

нарушения конфиденциальности. Так в 2021 году власти Южной Кореи оштрафовали социальную сеть Facebook за сбор личных данных пользователей на этапе регистрации без получения их согласия.

Творческое направление использования ИИ предполагает создание рекламных материалов – изображений, видеороликов или текстов, рекламирующих продукт.

Начиная с 2022–2023 годов компании начали использовать нейросети для генерации рекламного контента. Цель такого использования – сократить расходы бюджета на создание рекламы и затраченное время. Для создания текстовых или визуальных рекламных материалов достаточно сформулировать точное и подробное техническое задание нейросети, после чего алгоритм самостоятельно выполняет необходимую работу.

Однако такое направление использования ИИ в рекламе на современном этапе нельзя оценивать однозначно положительно.

Реклама, созданная искусственно может не привлечь, а наоборот отпугнуть потенциальных потребителей, нанася ущерб репутации компании. Ярким примером служит новогодний рекламный ролик компании Coca-Cola [5]. Новогодние рекламные ролики стали частью мировой массовой культуры, вызывая у миллионов людей ощущение приближающегося праздника. Опубликованный в 2024 году ролик, полностью сгенерированный нейросетью, вызвал негативную реакцию зрителей, которые охарактеризовали его как «бездушный», «холодный» и «вызывающий отвращение». Характерные комментарии пользователей: «ИИ украл душу Рождества», «Это выглядит пусто и мертво».

Генеративный контент, пытающийся транслировать эмоции, вызывает у аудитории чувство неприятия как самой рекламы, так и бренда в целом. К таким выводам пришли профессор Нью-Йоркского технологического института Коллин Кирк и преподаватель Университета Западной Вирджинии Джулиан [1]. Они провели серию экспериментов, в которых участникам предлагалось оценить некоторые рекламные сообщения. В одном эксперименте участникам предложили представить ситуацию, в которой они получили письмо от менеджера из магазина спорттоваров, который помог им выбрать набор гантелей. В тексте менеджер писал, что его вдохновила покупка клиента, а само письмо было написано в очень проникновенном стиле. Первой группе сказали, что продавец сам написал письмо, и участники положительно отреагировали на такой ход. Во второй группе люди считали, что текст сгенерировал искусственный интеллект. Они заявили, что такое письмо нарушает моральные принципы, они бы не рекомендовали этот магазин своим друзьями и с бóльшей вероятностью выбрали бы другой магазин

для будущих покупок. «Использование искусственного интеллекта для создания эмоционального контента может негативно повлиять на восприятие брендов и на отношения с потребителями, от которых зависит прибыль», – заключают учёные.

Технологии ИИ для создания рекламы активно интегрируются и в российский бизнес:

– В «Тинькофф-Журнал» начали с генерировать обложки статей на сайте. Результат принёс успех, и компания продолжила двигаться в этом направлении. Для собственного образовательного курса «Как быть взрослым» были сгенерированы 23 иллюстрации и отправлены на тестирование. В итоге желаемые показатели были достигнуты с первой интеграции и около трети баннеров дали нужное количество переходов, а конверсия оказалась в районе 25–30 %.

– Башкирский застройщик ГК «Третий Трест» вместе с агентством «Marten Marketing» запустили первую в России наружную рекламу, созданную нейросетью для экогорода «Яркий». Сгенерированные креативы были размещены на рекламных щитах Уфы.

– Сеть магазинов «Ашан» использует ИИ, чтобы создавать описания товаров, тексты для каталога и шаблоны сообщений для колл-центра [6].

Преимущества творческого применения ИИ в рекламе:

– Снижение стоимости, упрощение и ускорение производства рекламного контента – работа алгоритма обходится в разы дешевле работы профессионалов. Функции режиссера, актеров, съемочной группы, фотографов, копирайтеров и других участников творческого процесса потенциально может заменить совокупность генеративных моделей при условии грамотной постановки задач и подробного описания требуемого результата.

– Недостатки:

– С развитием технологий отличить сгенерированный контент от созданного специалистам становится всё труднее, но на данный момент это ещё возможно. В тех случаях, когда сгенерированная реклама пытается передать эмоции, или появляются артефакты, выдающие искусственную генерацию, реклама может и отпугнуть потенциального клиента

– Нейросети замещают собой труд реальных людей. На российском рынке труда в два раза снизился спрос на «пишущих специалистов» – копирайтеров и редакторов, а оплата труда этих профессий снизилась на 21% и 13% соответственно. На данный момент такая тенденция наблюдается в основном в малом бизнесе, но с развитием

больших языковых моделей спрос на человеческий труд может снизится ещё больше, положив начло конкуренции с SMM и PR менеджерами [3].

Использование ИИ на стриминговых площадках

Начиная с 2025 года музыка, созданная нейросетями, стала активно распространяться на стриминговых площадках. Это связано с тем, что технологии ИИ достигли уровня, позволяющего создавать музыкальные композиции, которые значительно сложнее отличить от созданных человеком. Исследования показывают, что 97% пользователей не способны различить трек, сгенерированный нейросетью, и произведение, написанное человеком. Также было установлено, что 40% пользователей избегают прослушивания искусственно созданных треков. Об этом сообщают аналитики Ipsos, изучив ответы 9000 человек из восьми стран. [8]

При этом по данным Национальной федерации музыкальной индустрии (НФМИ), которые приводит ее генеральный директор Никита Данилов, «более 50% новой музыки, загружаемой на сервисы, – это полностью генеративный контент». Руководитель НФМИ также отмечает, что иностранные сервисы – например, Deezer и Spotify – удаляют генеративный контент из каталогов, так как большинство прослушиваний таких треков накручены ботами.

На российских музыкальных площадках сгенерированная музыка никак не маркируется, существуя и публикуясь на одной платформе с музыкой, написанной человеком. В пресс-службе «Яндекс Музыки», в свою очередь, рассказали, что считают идею о маркировке нейросетевых треков нереалистичной: «Платформы не могут со стопроцентной вероятностью определять природу происхождения контента: ИИ может применяться артистами в разной степени и для разных задач – от создания текста трека или партии голоса до аранжировки, обложки или видеошота. Определить наличие или отсутствие использования ИИ в треке, а также долю этого использования может только сам артист и его команда. По данным исследования BandLink Research, уже 67% артистов в России используют инструменты на базе ИИ в разной степени и для разных задач». «VK Музыка»: «На данный момент в процентном соотношении заметных релизов доля ИИ-контента пока очень небольшая. Выделять ИИ-произведения среди всего музыкального контента «VK Музыка» в ближайшее время не планирует. Чтобы пользователи могли видеть и, при желании, слушать треки с использованием нейросетей, редакция обновляет плейлист «НовИИнки».

В России уже существуют успешные проекты по созданию музыки с помощью искусственного интеллекта.

Один из самых успешных – «Стих достойный песни» Кирилла Збродова. Автор создаёт в нейросети треки на основе стихов поэтов серебряного века, в основном Сергея Есенина, запущенный в конце 2025 года. Чарты VK и Яндекс музыки возглавил ИИ-трек этого исполнителя на стихи Есенина – «Сыпь, гармоника!». Автор в соцсетях заявил, что рассчитывает на миллион прослушиваний к концу 2026 года, но уже в декабре 2025 этот трек набрал 10 млн прослушиваний. «Артист», паразитирующий на чужом творчестве, на данный момент выпускается на одном из крупнейших музыкальных лейблов России Soyuz Music.

В ноябре 2025 года в Instagram[1] пользовательница Саша Комович опубликовала ИИ-клип «Расскажи, снегурочка» набравший 16 миллионов просмотров. Пользовательница стала активно развивать собственного ИИ-»артиста». Другие клипы Снегурочки также набирают миллионы просмотров в соцсетях. Комович в интервью РБК рассказала, что успела запатентовать образ и песни (несмотря на то, что снегурочка персонаж фольклора, а всё, что связано с искусственной «артисткой» создано генеративными моделями) снегурочка. Автору проекта поступают многочисленные предложения о рекламном сотрудничестве, в частности 3 миллиона рублей за три видеоролика. С персонажем также выпустил совместную композицию певец Дима Билан. На данный момент «артистка» работает с музыкальным лейблом Zion Music, на котором помимо реальных артистов есть ещё один не менее популярный ИИ-проект Jeny Vesna.

Также в сети активно обсуждали выступление Алены Тарасовой в шоу «Песни от всей души» на телеканале «Россия 1»: певица исполнила композицию «Ярмарка судеб», созданную с помощью нейросети Suno и получившую миллионы прослушиваний на стриминговых сервисах. Реакция аудитории была двойственной: с одной стороны – восторженные отзывы, с другой – подозрения, что в эфире звучала ИИ-фонограмма. Пользователи соцсетей отмечали, что голос Тарасовой на разных записях звучит непоследовательно (в одном из треков он даже казался мужским). Сама «артистка» в ответ на обвинения заявляет, что не использовала нейросети для создания песни, хотя ранее в одном из комментариев говорила обратное.

[1] Instagram входит в компанию Meta, чья деятельность признана экстремистской и запрещена на территории РФ

Такая ситуация не стимулирует музыкантов создавать новые произведения, признается участник группы Filatov & Karas Алексей Осокин: «Музыка, написанная человеком, – это время, опыт, ошибки, инвестиции и риск. Полностью нейросетевой трек не проходит этот путь. Когда такой контент получает те же выплаты и тот же доступ к рекомендациям, это напрямую бьет по доходам и мотивации живых музыкантов». И с этим нельзя не согласиться. За реальным артистом всегда стоит его путь к успеху, собственные переживания и трудности – жизненная история человека, которая вдохновляет и мотивирует других людей на создание чего-либо, а также делает творчество автора более объёмным, живым. Это позволяет слушателю глубже переживать искусство. За нейросетевыми проектами всегда стоит алчность предприимчивого человека и работа бездушного алгоритма.

А тем временем крупные мировые лейблы уже подают в суд на разработчиков ии-моделей за использование, защищённых авторским правом композиций для обучения. В конце января американские музыкальные издатели Concord Music Group и Universal Music Group подали в суд на компанию Anthropic – разработчика ИИ-модели Claude. Причиной иска стало незаконное использование защищенных авторским правом произведений для обучения нейросети. По версии истцов, с этой целью Anthropic загрузила более 20 000 песен, включая нотные записи, тексты и музыкальные композиции. Компенсация, которую запрашивают издатели, превышает 3 миллиардов долларов. Ранее, в октябре 2025 года, лейблы Universal Music Group, Sony Music и Warner Music Group уже подавали иски против ИИ-платформ (в том числе, Suno и Udio) с аналогичной претензией. [9]

В России на данный момент «творчество» искусственного интеллекта остается в серой зоне законодательства, что позволяет появляться на площадках многочисленным клонам ИИ-исполнителей. Создаются многочисленные копии ИИ-композиций, на которые искусственно накручиваются прослушивания с помощью ботов.

Такое использование искусственного интеллекта вновь обесценивает человеческий труд – это лишает работы музыкантов, работающих по заказу, пишущих музыку для рекламы и кино или джинглы для компаний, а также притесняет реальных артистов. Безусловно, музыканты тоже могут иногда использовать нейросети, но преимущественно для оптимизации рабочих процессов – например, для коррекции звуковых искажений или поиска сэмплов. И лейблы вместе с площадками уравнивают талантливых людей с людьми ушлыми, не вкладывающими никаких усилий в создание композиции, а лишь использующими генеративный алгоритм. При этом,

такие треки и исполнители не маркируются российскими стриминговыми сервисами, также этого они активно продвигаются встроенными алгоритмами (тоже основанными на нейросетях) и получают оплату за прослушивания по тем же расценкам.

Проведенное исследование подтверждает, что искусственный интеллект перестал быть исключительно вспомогательным инструментом и превратился в значимый фактор трансформации рынка творческого труда. На примере маркетинговой сферы и музыкальной индустрии прослеживается двойственный характер этого влияния.

С одной стороны, ИИ демонстрирует высокую эффективность в решении технических задач: анализе пользовательских данных, оптимизации рекламных бюджетов, персонализации контента. Успешные кейсы Harley-Davidson, «Тинькофф-Журнала» и других компаний доказывают, что грамотное использование нейросетей способно многократно увеличить эффективность бизнеса и даже вывести его из кризиса.

С другой стороны, творческое применение ИИ сопряжено с серьезными рисками. Эксперименты показывают, что сгенерированный контент, пытающийся транслировать эмоции, вызывает у потребителей отторжение и подрывает доверие к бренду. Еще более тревожная ситуация складывается на стриминговых платформах, где нейросетевая музыка, практически неотличимая от человеческой, заполонила сервисы, вытесняя реальных исполнителей. Отсутствие маркировки ИИ-контента и правового регулирования в России усугубляет проблему: искусственные проекты получают равные с живыми артистами выплаты и продвижение, что демотивирует музыкантов и обесценивает их труд.

Особую озабоченность вызывают вопросы авторского права. Многомиллардные иски крупнейших лейблов к разработчикам ИИ-моделей свидетельствуют о системном конфликте между технологическим прогрессом и правом авторов на вознаграждение за использование их произведений.

Таким образом, искусственный интеллект, открывая новые возможности для автоматизации и оптимизации, одновременно создает беспрецедентные вызовы для творческих профессий, требуя скорейшего правового регулирования и пересмотра этических норм взаимодействия человека и технологии.

Список источников

1. Kirk, Colleen P. & Givi, Julian, 2025. «The AI-authorship effect: Understanding authenticity, moral disgust, and consumer responses to AI-generated marketing communications,» Journal of Business Research, Elsevier, vol. 186(C).

2. Акции Zillow упали на 25 % до минимума с июля 2020 года после того, как компания отказалась от бизнеса по продаже жилья // CNBC. URL: https://clck.ru/3SYxKs

3. Как использовать искусственный интеллект в интернет-маркетинге // ProfitAds. URL: https://profitads.ru/blog/kak-ispolzovat-iskusstvennyjj-intellekt-v-internet-marketinge/

4. Как Harley Davidson использует искусственный интеллект и роботов для подготовки к четвертой промышленной революции // Forbes. URL: https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/07/03/how-harley-davidson-is-using-ai-and-robots-to-prepare-for-the-4th-industrial-revolution/

5. ИИ в рекламе: примеры использования // Allo.Tochka. URL: https://allo.tochka.com/news/ai-reklama

6. Искусственный интеллект в рекламе: как использовать // Unisender. URL: https://www.unisender.com/ru/blog/iskusstvennyj-intellekt-v-reklame-kak-ispolzovat/#anchor-2

7. Искусственный интеллект в маркетинге // Битрикс24. URL: https://www.bitrix24.ru/journal/iskusstvennyj-intellekt-v-marketinge/

8. Искусственный интеллект в 2025 году: главные тренды // Lenta.ru. URL: https://lenta.ru/articles/2025/01/15/ii/

9. Искусственно интеллектуальная эпидемия: как нейросети захватывают музыкальный рынок // Forbes. URL: https://www.forbes.ru/young/555302-iskusstvenno-intellektual-naa-epidemia-kak-nejroseti-zahvatyvaut-muzykal-nyj-rynok

Матвеев К. А.
Пермский гуманитарно-технологический колледж
3 курс, специальность «Информационные системы и программирование»
Научный руководитель: старший преподаватель кафедры математических и естественнонаучных дисциплин Н. С. Могильникова

ОБУЧАЮЩАЯ СИСТЕМА ПО ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ДЛЯ КОЛЛЕДЖА: СОЗДАНИЕ ИНТЕРАКТИВНОГО ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЯ (БАЗОВАЯ ВЕРСИЯ)

В современном мире информационные технологии проникают во все сферы жизни, делая интернет неотъемлемой частью учебного процесса и повседневной жизни студентов и преподавателей. Однако с ростом возможностей увеличиваются и риски – киберугрозы, мошенничество, утечка личных данных. В связи с этим важно формировать у молодежи и педагогов знания и навыки безопасной работы в сети. Студенты и преподаватели колледжей активно используют интернет и цифровые ресурсы для обучения, коммуникации и выполнения повседневных задач. Однако без соответствующих знаний и навыков они становятся уязвимы перед киберугрозами, мошенничеством и утечками конфиденциальной информации [1].

Почему важно обучать информационной безопасности?

1) Защита личных данных и конфиденциальной информации

Студенты и преподаватели регулярно обрабатывают личную информацию, такую как имена, номера телефонов, адреса, данные банковских карт. Без знаний о безопасных методах хранения и передачи данных риск их утечки значительно возрастает.

2) Предотвращение кибератак и мошенничества

Фишинг, вредоносное ПО, атаки на аккаунты – все эти угрозы могут привести к потере доступа к важной информации, финансовым убыткам или даже к вреду репутации. Обучение помогает распознавать признаки угроз и избегать их.

3) Формирование цифровой грамотности и ответственности

Знания о безопасности помогают формировать ответственное поведение в сети, учат критически оценивать информацию и избегать распространения ложных данных или участия в мошеннических схемах.

4) Обеспечение безопасности образовательной среды [2].

В условиях дистанционного обучения и использования онлайн-платформ важно, чтобы все участники понимали правила безопасной работы и могли защищать свои аккаунты и устройства.

Почему обучение информационной безопасности важно для преподавателей?

Педагоги не только используют интернет для подготовки и проведения занятий, но и оказывают влияние на формирование у студентов правильных привычек. Их знания позволяют создать безопасную учебную среду, внедрять современные стандарты защиты информации и своевременно реагировать на угрозы.

Обучение информационной безопасности – это не только защита личных данных, но и вклад в создание безопасного цифрового пространства, которое способствует развитию критического мышления, ответственности и уверенности в использовании технологий. В условиях растущих угроз важно, чтобы как студенты, так и преподаватели обладали необходимыми знаниями и навыками, чтобы безопасно и эффективно использовать возможности интернета [3].

В связи с этим было принято решение разработать прототип веб-приложения для обучения студентов и преподавателей основам информационной безопасности.

Проект – это пример простого, но функционального учебного веб-приложения, которое помогает обучающимся ознакомиться с основами информационной безопасности, понять потенциальные угрозы и научиться предотвращать их.

Цели проекта

– Создать интерактивную платформу для обучения безопасной работе в интернете

– Предоставить теоретические материалы и практические советы

– Включить тесты для проверки знаний

– Сделать интерфейс простым и понятным для пользователей всех возрастов

Навигация и разделы

В приложении реализованы основные разделы:

1) Обучающие материалы – с теоретическими знаниями и практическими советами

2) Предостережения – с подробной информацией о потенциальных угрозах и рекомендациями

3) Тесты – интерактивные вопросы для проверки усвоенных знаний

4) Дополнительные ресурсы – ссылки на внешние источники и материалы

На рисунке 1 представлена главная страница прототипа приложения:

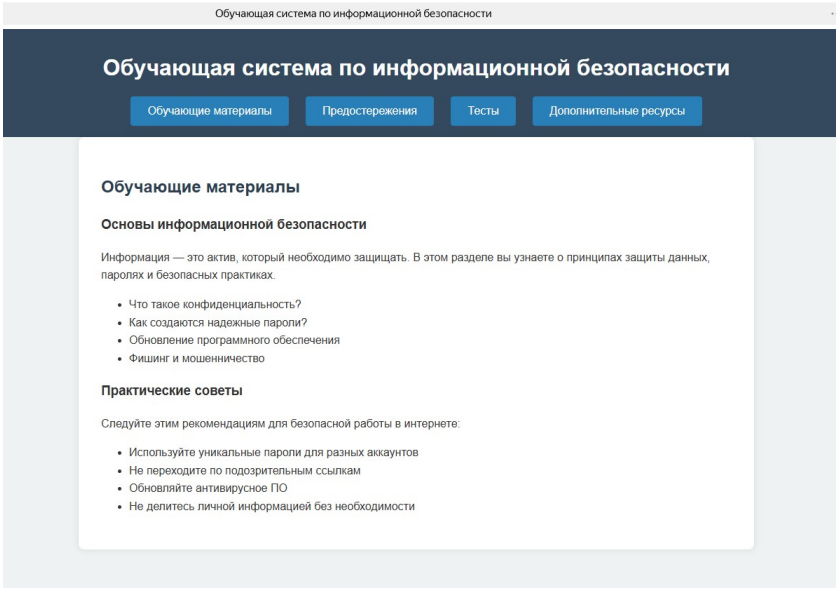


Рисунок 1 – Главная страница приложения,
обучающего основам информационной безопасности

Обучающие материалы

Раздел содержит описание основ информационной безопасности, рекомендации по созданию надежных паролей, обновлению программного обеспечения, безопасному поведению в соцсетях.

Предостережения

Раздел с предостережениями включает подробные советы по избеганию фишинга, созданию сложных паролей, использованию HTTPS, защите устройств и личных данных [4].

Тестирование

Интерактивные тесты состоят из нескольких вопросов, позволяющих проверить знания пользователя. После прохождения показывается результат и рекомендации.

Итоги и перспективы

Созданное веб-приложение – это базовая, но расширяемая платформа для обучения информационной безопасности. В будущем можно добавить:

Регистрацию и авторизацию пользователей

Систему хранения результатов прохождения тестов

Мультимедийные материалы: видео, презентации

Интерактивные задания и кейсы

Мобильную адаптацию и интеграцию с учебными системами

Заключение

Данный проект демонстрирует, как с помощью простых технологий можно создать полезный учебный инструмент для повышения уровня информационной грамотности среди молодежи и педагогов. Обучение безопасности – важный аспект современного образования, и такие системы помогают сделать его доступным, интересным и практическим.

Список источников

1. МАККИНЗИ. Будущее разработки программного обеспечения: автоматизация и искусственный интеллект// McKinsey & Company. URL: https://www.mckinsey.com/ (Дата обращения: 04.03.2026).

2. ГАРТНЕР. Тренды автоматизации и ИИ в информационных технологиях // Gartner Inc. URL: https://www.gartner.com/ (дата обращения: 04.03.2026).

3. Cybersecurity Magazine. Тенденции и вызовы информационной безопасности 2025. URL: https://cybersecurity-magazine.com/ (дата обращения: 04.03.2026).

4. CSO Online. Тренды и рекомендации по информационной безопасности в 2025 году. URL: https://www.csoonline.com/ (дата обращения: 04.03.2026).

Миличенко М. С.
Чусовской индустриальный техникум
1 курс, группа ПЖТ-25
Научный руководитель: А. А. Заплатин

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ЛИЧНОСТИ: КАК СТУДЕНТУ НЕ СТАТЬ ЖЕРТВОЙ КИБЕРУГРОЗ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Современный мир невозможно представить без цифровых технологий. Для студентов интернет – это не только источник знаний и способ общения, но и пространство для учебы, работы и развлечений. Мы проводим в сети значительную часть времени: общаемся в мессенджерах, храним фотографии в облаках, оплачиваем покупки и сдаем учебные работы. По данным различных исследований, молодежь в возрасте от 18 до 24 лет проводит в интернете в среднем более 6 часов в день. Однако, погружаясь в этот цифровой мир, многие забывают о его оборотной стороне – киберугрозах. Актуальность темы информационной безопасности продиктована тем, что именно молодые пользователи, в силу своей активности, доверчивости и не всегда критичного отношения к информации, часто становятся основной целью злоумышленников. Вирусные атаки, кража паролей, финансовое мошенничество – это не просто абстрактные понятия из новостей, а реальные риски, с которыми может столкнуться каждый.

Информационная безопасность личности – это состояние защищенности человека от негативных информационных воздействий, которые могут нарушить его психологическое спокойствие, нанести материальный ущерб или скомпрометировать его в глазах окружающих [1, с. 120]. Для студента, который только начинает самостоятельную жизнь, последствия могут быть особенно болезненными. Потеря доступа к аккаунту на портале «Госуслуги» способна заблокировать возможность оформить льготный проездной или получить документы. Взлом страницы в социальных сетях грозит не только утратой ценных фотографий, но и репутационными потерями, если от вашего имени начнут рассылать спам или оскорбительные сообщения. Кража денег с банковской карты, на которой лежит стипендия или подработка, может поставить студента в очень сложное финансовое положение. Все это делает тему информационной безопасности не просто важной, а критически необходимой для современного молодого человека.

Основные угрозы, с которыми сталкиваются студенты, можно разделить на несколько категорий. Во-первых, это **технические угрозы**: вирусы, трояны и другое вредоносное программное обеспечение (ПО). Они могут попасть на телефон или компьютер при скачивании «бесплатных» программ с сомнительных сайтов, при переходе по вредоносным ссылкам или даже при подключении зараженных флешнакопителей. Особую опасность представляют программы-шифровальщики, которые блокируют доступ ко всем файлам на устройстве и требуют выкуп за их расшифровку. Для студента, чьи курсовые и дипломные работы хранятся только на жестком диске, это может стать катастрофой.

Во-вторых, это **социальная инженерия** – метод управления действиями человека без использования технических средств, основанный на использовании психологических уловок и доверчивости. Самый яркий пример – фишинговые письма и сообщения. Злоумышленник может написать в мессенджере от имени друга с просьбой срочно одолжить денег (предварительно взломав его аккаунт). Или прислать ссылку на «крутое фото с вечеринки», ведущую на поддельную страницу входа в социальную сеть. Еще один распространенный сценарий – звонок «сотрудника банка» или «представителя правоохранительных органов», который под разными предлогами выведывает данные карты, CVV-код или убеждает перевести деньги на «безопасный счет». Важно понимать, что злоумышленники постоянно совершенствуют свои методы, используя актуальные информационные поводы, например, фейковые розыгрыши призов или сообщения о проблемах с учебой в электронном журнале.

В-третьих, это **угроза репутационным рискам**. Цифровая среда обладает эффектом «долгой памяти». Опубликованные когда-то в открытом доступе личные фотографии, необдуманные комментарии или участие в сомнительных онлайн-дискуссиях могут всплыть спустя годы. По данным рекрутинговых агентств, многие работодатели проверяют социальные сети кандидатов перед приемом на работу. Компрометирующий контент может стать причиной отказа в приеме на работу или учебу, даже если кандидат обладает блестящими профессиональными качествами.

Для того чтобы защитить себя в цифровом мире, студенту необходимо соблюдать несколько простых, но эффективных правил кибергигиены, которые должны стать такими же привычными, как чистка зубов.

Главное правило – это использование сложных и уникальных паролей. Категорически нельзя использовать один и тот же пароль для почты, соцсетей и онлайн-банка. Представьте: если злоумышленники взломают малоизвестный форум, где вы зарегистрированы с тем же паролем, они автоматически получат доступ ко всем вашим аккаунтам. Желательно, чтобы пароль содержал не менее 8-12 символов, включал буквы разного регистра, цифры и специальные символы. Не стоит использовать очевидные комбинации вроде «qwerty», «123456» или даты своего рождения, которые легко найти на вашей же странице в соцсети. Запомнить десятки сложных паролей невозможно, поэтому для их безопасного хранения стоит использовать специальные программы – менеджеры паролей (например, бесплатные версии Bitwarden или Kaspersky Password Manager). Они хранят все пароли в зашифрованном виде под одним мастер-паролем, который нужно запомнить особенно надежно.

Второе важное правило – обязательное подключение двухфакторной аутентификации (2FA). Эта функция требует подтверждения входа не только паролем (то, что мы знаем), но и одноразовым кодом из СМС, push-уведомления или специального приложения-аутентификатора (то, что мы имеем). Даже если злоумышленник каким-то образом узнает или подберет ваш пароль, войти в аккаунт без доступа к вашему телефону он не сможет. Эта функция есть практически во всех социальных сетях (ВКонтакте, Telegram), на портале «Госуслуги», в банковских приложениях и почтовых сервисах. Пренебрегать её активацией – значит оставлять вход в свою цифровую жизнь открытым для посторонних.

Третье правило касается общения и финансовой грамотности. Необходимо усвоить незыблемое правило: **никому и никогда нельзя сообщать конфиденциальную информацию**. К ней относятся:

1. CVV-код банковской карты (три цифры на обороте).
2. Пароли из СМС и push-уведомлений для подтверждения операций.
3. Полные данные банковской карты, особенно срок действия.
4. Пароли от аккаунтов.

Сотрудники банков, технической поддержки или государственных органов никогда не спрашивают эти данные по телефону или в сообщениях. Если вам звонят и представляются кем-либо с запросом такой информации – это мошенники. Лучший способ защиты – немедленно прекратить разговор. При получении подозрительных сообщений от знакомых с просьбами о деньгах или ссылками, лучше не отвечать в мессенджере, а перезвонить этому человеку по телефону и уточнить,

действительно ли он просит о помощи. Часто аккаунты друзей оказываются взломанными. Не менее важно проявлять осторожность при онлайн-покупках. Совершать их стоит только на проверенных сайтах, обращая внимание на наличие замка в адресной строке (протокол https) и избегая предоплаты на подозрительных ресурсах.

Наконец, необходимо внимательно относиться к той информации, которую мы публикуем о себе в открытом доступе. Настройки приватности в социальных сетях созданы не просто так. Стоит потратить несколько минут, чтобы ограничить круг лиц, которые могут видеть ваши личные фотографии, посты и список друзей. Рекомендуется сделать закрытыми альбомы с личными снимками и запретить публикацию записей на стене для всех, кроме друзей. Прежде чем опубликовать фотографию документа, авиабилета (QR-код на который может быть считан), банковской карты или просто указать геолокацию своего дома, стоит задуматься: как эта информация может быть использована злоумышленниками? Например, фото билета может позволить узнать номер бронирования и испортить поездку, а регулярное указание геолокации дома и школы – отследить ваш маршрут.

Таким образом, информационная безопасность для студента – это не просто набор технических терминов, а необходимое условие комфортной и безопасной жизни. В эпоху цифровой трансформации способность защитить свой цифровой периметр становится таким же важным навыком, как умение читать и писать. Соблюдение базовых правил цифровой гигиены, критическое восприятие любой информации из сети, знание основ финансовой грамотности и разумная осторожность позволяют свести риски к минимуму. Помните: ваша безопасность в цифровом мире на 90% зависит от ваших собственных действий и осознанного подхода к использованию технологий. Будьте бдительны, защищайте свои данные и учитесь распознавать угрозы – это инвестиция в ваше спокойное и успешное будущее.

Список источников

1. Петросянц В. Р. Психологическая безопасность образовательной среды в субъективных оценках старшеклассников // Вестник Прикамского социального института. 2021. № 2. С. 119–124.

2. Основы кибербезопасности для всех: как защитить свои данные в сети // Официальный сайт Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. URL: https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/876/ (дата обращения: 10.03.2026).

Погудина О. С.
Пермский гуманитарно-технологический колледж
2 курс, специальность «Дизайн (по отраслям)»
Научный руководитель: старший преподаватель кафедры дизайна
Ю. М. Пономарева

КАК ИИ МЕНЯЕТ ДИЗАЙН ОТ ИДЕЙ ДО РЕАЛИЗАЦИИ. ЭТИКА И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

В последние годы искусственный интеллект стремительно проникает в творческие профессии, и дизайн – один из самых заметных фронтов этого процесса. Современные генеративные модели учатся на огромных массивах визуальных и текстовых данных, анализируют стили, композиции и принципы и на их основе создают новые изображения, макеты и концепты. Это меняет не только инструментарий дизайнеров, но и саму природу проектного цикла: от зарождения идеи и брифа до прототипа и финальной реализации. Вместе с технологическими возможностями растут вопросы этики, ответственности и правовой охраны – кто автор, на чьей базе училась модель, и как избежать эксплуатацию трудов живых создателей.

Целью статьи является выяснить, как лучше выстраивать взаимодействие человека и ИИ в дизайне – чтобы сохранить творческую ценность, соблюсти этические нормы и обеспечить справедливое распределение ответственности.

Искусственный интеллект – это не инструмент или программа, а отдельное направление компьютерной науки. ИИ использует алгоритмы, которые позволяют компьютеру обрабатывать большие объемы данных и находить в них закономерности. На основе этих закономерностей он может делать выводы, предсказывать события, принимать решения и так далее.

Очень часто ИИ путают с Нейросетью, но справедливо только отчасти.

Нейросеть – это одно из ответвлений сознаний ИИ, который вдохновлен системой нейронов в мозге. Вместо того чтобы писать сложные алгоритмы для решения задач, Нейросети обучаются на основе большого количества данных и находят в них закономерности.

Нейросети часто используют в генерации изображений, текстах, музыки, видео и во многих творческих сферах. ИИ – это сбор данных и фильтрация, а затем вывод прогноза и любой возможной закономерности. ИИ используют в наше время везде: защита против спама, перево-

дчик, программы анти-плагиата и так далее. Нейросеть уже используют в более бытовых задачах, в отличии от старшего брата, который выполняет сложные алгоритмические задачи.[1]

Сейчас в наше время среди дизайна и многих других творческих деятельностях пытаются использовать нейросети. Нейросети легки в использовании и быстро выдают результат, а при правильном использовании могут заменить даже человеческий труд в индустрии творчества. К примеру, с помощью нейросетей и ИИ интеллекта в компании HoYoverse**,** хотели заменить английские голоса актеров озвучки, забрав авторское право на голоса, также было замечено, что в сценарии, часто использовались Нейросети и ИИ, но в скором времени они отказались и вовсе опровергли такие слухи [3;4]. В 2023 году игроки обвинили студию Rayark, известную по ритм-играм Deemo и Cetus, в увольнении художников и замене их нейросетями. ИИ-скандал коснулся Frontier Developments, готовившую к релизу Jurassic World Evolution 3. Студия в одном из анонсов сообщила, что портреты ученых в игре создаются с помощью нейросетей и получила массу негатива. После этого Frontier заявила, что учла критику и не будет использовать ИИ в процессе разработки [2].

Многие игровые студии смогли дать объяснения, объяснившись тем, что ИИ и Нейросети использовались для разработки патчей, версии, новой игры. Прося у алгоритмов идеи, критику и советы. Но на случаях этих скандалов, можно сделать выводы, что человеческий труд уже пытаются заменить. Очень часто критика основывается на том, что Нейросети и ИИ делают проект бездушным и пустым, со стороны сюжета и визуализации, а со стороны проработки деталей ландшафта, персонажей, игрового оформления – слишком вычеркнутым и лишения индивидуальности, потому что алгоритм делает все под общие стандарты.

От частых потоков информации и запросов, Нейросети расширяют свой круг знаний различных стилистик выполнения работ – литературных текстов, музыки, рисования, разработки дизайнерских моделей и работ. От чего сейчас мы часто можем встретить на просторах интернета одинаковые работы. Из этого ставится вопросы: Кому должно принадлежать авторское право в дизайнерских работах, созданных в Нейросетях? Могул ли предприятия использовать Нейросети в создании творческих работ, основывая на существующих дизайнерских работах от других авторов? Можно ли считать Нейросетную и ИИ работы за дизайн?

Основываясь на том, что Нейросеть и ИИ учатся на уже существующих работах, а не создают новые работы, им всегда нужна поставленная задача и полностью продуманная идея. Если разработчик не предоставляет Нейросети нужную информацию, то ее алгоритмы начинают путаться и она уходит поставленной темы. Сгенерированный продукт от Нейросети часто требует большого количества доработок, от чего продукт может затянуться на долгий срок, пока разработчик и нейросеть борются с поиском золотой середины, в то время, когда профессионалы уже находятся на середине полноценно продуманного проекта.

Нейросеть хорошо справляется с типовыми задачами, где уже существует решение и вариант генерации продукта, которые можно найти в данных информационной сети. Но стоит поставить перед ИИ и Нейросетью задачу, где нужны нестандартные решения, творческий подход и воображение на максимум, то оно начинает затрудняться в выводе продукта. Искусственный интеллект может только воспроизводить информацию и продукт, которые он уже видел и на которых он уже обучался, но не может создавать новое.

К примеру, может пойти 3D проект «Аркейн» (англ. Arcane, название в заставке – «Arcane: League of Legends») – мультсериал в жанре приключенческого фэнтези по мотивам игры League of Legends от компании Riot Games. Над этим проектом работало большое количество художников и дизайнеров, которые прорабатывали не только внешний вид персонажей и архитектуры, но и разрабатывали индивидуальные визуальные спецэффекты и стилистику рисовки. Там использовались не только 3D модели, но и точечная работа художников. От чего за свою индивидуальность проект набрал большую фанбазу и аудиторию. А может ли подобное сгенерировать ИИ? Сейчас да, когда проект имеется в общем доступе, но до этого уже нет.

Следующий известный проект, где нельзя заменить человека ИИ и Нейросетью, это Быть героем X. Китайский анимационный проект с интересной графикой и художественным стилем. Смесь азиатской анимации, 3D графики и комикса, очень поразили сердца любителей анимационных проектов. Проект также набрал большие обхваты по всему миру.

Но Нейросети также используют и в компьютерной графике в фильмах, к примеру, в фильмах Marvel и Аватар. Там используется компьютерная графика, которая дорабатывалась через Нейросети и ИИ, чтобы визуальные эффекты смотрелись реалистично, а не как мультик.

Этические проблемы также играют важную роль в вопросе замены разработчиков нейросетями. Множество знаменитых авторов, которые когда-то разработали новый дизайн и продукт, могут заменить ИИ и Нейросетями испортив продукт.

Если ИИ и Нейросеть поставить разрабатывать чертежи для зданий и планов жилых районов, одна ошибка и продукт может стать не пригодным для дальнейшего использования. Неправильный расчет, оценка местности и рельефа, могут привести к дальнейшему сносу. Дизайнеры, проектировщики и архитекторы ездят на места будущих построек, оценивают рельеф, почву и климат местности, то алгоритм такого не может, а человек, что вносил в запрос данные об местности, может не учесть многие факторы. От чего в дальнейшей жизнедеятельности, на том месте может образоваться пустующий аварийный объект, а компаниям придётся в лучшем случае возмещать ущерб. Точно тоже самое относится к интерьерам и ремонтным работам в жилых зданиях.

Среди опрошенных людей, мы смогли выяснить, что много кто не разделяет мнение по использованию ИИ и Нейросетей в творческой деятельности. Было опрошено 53 человека и 58,5% опрошенных использовали Нейросети в своей работе. Большей часть из опрошенных были молодые люди, которые по меркам нашего времени, на оборот должны быть за использование этих программ и алгоритмов, ради упрощения своей работы.

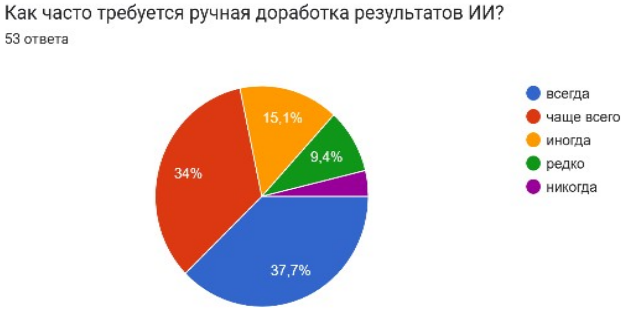
Из дальнейших результатов мы выяснили, что пользователям постоянно приходилось дорабатывать работу, изменять свои запросы, а соответствие с поставленной задачей было маленьким. 32,7% было средним соответствием, 26,9% чуть выше полного несоответствия, 19,2% было неполным соответствием. А 37,7% стало вечное внесение правок в работу ИИ.

Когда у участников опроса спросили про плюсы работы с ИИ, большая часть отвечала, что программа больше помогает зародить идею и помочь в разработке, а также скорость выполнения задач – «генерация идей; фантазия; быстро придумывает основную концепцию; создание эскизов или основы; определить, что не хватает и подойдёт ли дизайн; скорость, основной концепт; помощь в поиске гармоничных сочетаний цветов»

Но даже не смотря на с одной стороны положительные отзывы и плюсы в работе, многие из опрошенных ответили на вопрос – Какие основные ограничения или проблемы вы замечаете? – что основными ограничениями является анатомия, не четкость деталей, тяжесть понимания контекста, неестественность, ошибки в генерации (лишние

пальцы, глаза, носы и рты), косяки с моделями объектов, к примеру их слияние. Из-за большой обширной базы обучения многие изображения сливаются, частая цензура и пустота в креативности.





Спросив у участников опроса, как они считают, что в использовании нейросетей возникают проблемы с авторскими правами, большинство ответило, что да проблемы имеются. Большинство считает, что им важно чтобы указывали, что использовалось ИИ и Нейросеть в создании проекта.

А когда у участников спросили, что должно регулироваться законом, все поголовно ответили, что должно регулироваться авторское право и разрешение создателя стиля и проекта, для дальнейшего обучения ИИ. А также было добавлено, чтобы было ограничение продажи ИИ проектов, частое его использование в промышленных целях.



От результатов опроса можно сделать вывод, что ИИ и Нейросеть в данный период времени, хороши только в помощи и рекомендации, а не в полноценной работе с творчеством. Что прекрасно подтверждают даже интервью с создателями и разработчиками крупных компаний, что на начальных этапах их можно использовать и брать идеи для проектов, но не пускать их полноценно в деятельность, иначе рискуете столкнуться с осуждением общества.

Люди попросту не хотят платить деньги и потреблять продукты, которые были разработаны ИИ и Нейросетью. Большинство людей не понимают, за что платить деньги тем компаниям, которые производят плагиат и тратят в разы меньше, не прикладывая усилий и потом ставят большие ценники за свой продукт.

Искусственный интеллект никогда не заменит человеческий труд. Даже если ИИ полностью вольется в индустрию творчества, то оно никогда не передаст эмоций и эстетику. Сейчас пошло то время, когда людям не хватает души и креативности в различных проектах. ИИ делает все по шаблонам, которые очень сильно приелись людям, от чего спрос на однотипность падает и все бегут за новыми продуктами, в которые вложили душу и креатив.

Список источников

1. Александра Патрушева «Второй разум: как развивается искусственный интеллект и что его ждёт в будущем». URL: https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-iskusstvennyi-intellekt/?

2. HankM «Как искусственный интеллект используется в играх – за и против». URL: https://club.dns-shop.ru/blog/t-415-neiroseti-i-ai/162823-kak-iskusstvennyii-intellekt-ispolzuetsya-v-igrah-za-i-protiv/

3. BeteFidele «HoYoverse подписали контракт с новой студией озвучки». URL: https://wotpack.ru/hoyoverse-podpisali-kontrakt-s-novoy-studiey-ozvuchki

4. Катя Васильченко «Разборки в Genshin Impact: почему актеры озвучки затравили нового Кинича». URL: https://thegirl.ru/articles/razborki-v-genshin-impact-pochemu-aktery-ozvuchki-zatravili-novogo-kinicha/#:~:text=%D0%9D%D0%B0%D1%87%D0%BD%D0%B5%D0%BC%20%D1%81%20%D0%B1%D0%B0%D0%B7%D1%8B,%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B5%20%D1%81%20HoYo.

Семенова Е. М.
Финансово-экономический колледж
5 курс, специальность 42.02.01 «Реклама»

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В РЕКЛАМЕ

Современная рекламная индустрия претерпевает кардинальные изменения благодаря внедрению технологий искусственного интеллекта (ИИ). По данным Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), в 2024 году 97 % российских агентств уже применяли ИИ и нейросети для разработки рекламы [2]. Это свидетельствует о высокой степени проникновения технологий, повышающих эффективность коммуникаций, но одновременно порождающих вопросы о приватности данных, алгоритмической предвзятости и этических нормах.

Объект исследования – рекламная деятельность в цифровой среде. Предмет исследования – применение технологий ИИ в маркетинге, создании контента и оптимизации кампаний.

Цель работы – изучить возможности ИИ в современной рекламе, выявить связанные с ними риски и рассмотреть этические проблемы.

Задачи исследования:

1. Проанализировать основные способы использования ИИ в рекламе.
2. Оценить преимущества и ограничения технологий на примерах российских компаний.
3. Описать ключевые риски: защита данных, алгоритмическая предвзятость, манипуляция.
4. Предложить подходы к этичному применению ИИ.

Актуальность темы обусловлена динамичным ростом рынка цифровой рекламы в России и реализацией Национальной стратегии развития искусственного интеллекта до 2030 года, которая подчеркивает необходимость баланса между инновациями и безопасностью [10].

Теоретические основы использования ИИ в рекламе

Искусственный интеллект (ИИ) представляет собой компьютерные системы, способные выполнять задачи, требующие человеческого интеллекта, такие как обучение на данных, распознавание образов и принятие решений [5]. Формально история ИИ как научной дисциплины началась в 1956 году, когда американский ученый Джон Маккарти на Дартмутской конференции впервые ввел сам термин «искусственный интеллект» и выдвинул гипотезу о том, что всякий аспект обучения или любое другое свойство интеллекта может, в принципе, быть столь

точно описано, что машина сможет его имитировать [4; 9]. В отличие от традиционной рекламы, основанной на ручном анализе и креативном подходе, ИИ использует машинное обучение[1] и нейронные сети[2] для автоматизации и оптимизации процессов, что позволяет обрабатывать большие объемы данных в реальном времени [8].

В России развитие ИИ регулируется Национальной стратегией развития искусственного интеллекта до 2030 года, утвержденной указом Президента РФ от 10 октября 2019 г. № 490 [10]. Стратегия ставит цель вывести Россию в число лидеров по уровню развития ИИ к 2030 году и предусматривает создание инфраструктуры, обучение специалистов и внедрение технологий в экономику, включая маркетинг и рекламу.

Возможности применения ИИ в рекламной деятельности

1. Персонализация и таргетинг. ИИ анализирует поведение пользователей (поисковые запросы, просмотры, активность в соцсетях), создавая детальные психологические профили. Алгоритмы предсказывают реакцию на рекламу с высокой точностью. Например, эффективность такого метода подтверждается исследованием McKinsey: компании, грамотно использующие персонализацию, получают на 10-30 % больше выручки [1].

2. Создание и оптимизация рекламного контента. Генеративные нейросети (ChatGPT, Midjourney, YandexGPT) сокращают время на производство креативов с дней до часов, а затраты - на 40-60 %. Пример: сеть «Пятерочка» использовала дипфейк-технологии с актрисой Ольгой Медынич, что позволило сэкономить на съемках при охвате 23,5 млн человек [6].

3. Автоматизация и аналитика. AI-платформы автоматизируют бюджетирование, прогнозируют результаты, оптимизируют медиапланы. Системы моделируют тысячи сценариев, чтобы определить наиболее эффективное сочетание каналов и сегментов аудитории для достижения таких KPI, как охват и рост продаж.

---

[1] Машинное обучение как раздел ИИ позволяет компьютерным системам самостоятельно улучшать свою производительность путём анализа данных без явного программирования всех правил // Ultralytics. URL: https://www.ultralytics.com/ru/glossary/machine-learning-ml (дата обращения: 01.02.2026).

[2] Нейронные сети – это математическая модель, имитирующая работу мозга: они состоят из множества взаимосвязанных элементов (нейронов), которые параллельно обрабатывают информацию и обучаются на примерах / Е. Романова // SecretMag. 2023. 3 ноября. URL: https://secretmag.ru/enciklopediya/chto-takoe-neiroset-obyasnyaem-prostymi-slovami.htm (дата обращения: 01.02.2026).

Риски и этические проблемы

1. Конфиденциальность данных. ИИ-таргетинг требует сбора огромного массива персональных данных. Многие из агентств получали жалобы на «слишком точную» рекламу, нарушающую приватность, несмотря на то, что в России федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» ограничивает такой сбор, но нарушения остаются распространенными [7; 11].

2. Алгоритмическая дискриминация. ИИ может воспроизводить предвзятость обучающих данных. Как отмечается в «Коммерсанте», алгоритмы, такие как в случае Amazon, занижают оценки женщин-кандидатов из-за преобладания мужских резюме в выборке, усиливая системные перекосы [3].

3. Манипуляция поведением. Гиперперсонализация позволяет воздействовать на эмоциональные уязвимости, например, предлагая кредиты в моменты финансовых трудностей.

4. Прозрачность решений. Большинство маркетологов не могут объяснить логику алгоритмов, что делает ИИ «черным ящиком».

Заключение

ИИ кардинально меняет рекламную индустрию, повышая эффективность кампаний. Однако внедрение технологий сопровождается серьезными рисками: нарушением конфиденциальности, дискриминацией, непрозрачностью решений.

Рекомендации для рекламодателей:

– Внедрять прозрачные алгоритмы с пояснением логики выбора аудитории. Маркировать ИИ-контент пометкой «Создано с помощью ИИ».

– Регулярно проводить аудит систем на предмет дискриминации.

– Разрабатывать внутренние этические кодексы.

Перспективы дальнейших исследований:

1. Влияние маркировки ИИ-контента на доверие потребителей.
2. Сравнение регуляторных подходов в России и ЕС.

Список источников

1. Гаврилова А. Персонализация рекламы: как повысить эффективность // Carrot quest. 2025. 27 февр. URL: https://www.carrotquest.io/blog/advertising-personalization/ (дата обращения: 06.02.2026).

2. Горшкова А. АКАР: 97 % российских рекламных агентств применяют ИИ в своей работе // Adpass. 2024. URL: https://adpass.ru/97-protsentov-rossijskih-reklamnyh-agentstv-primenyayut-ii-v-svoej-rabote/ (дата обращения: 27.01.2026).

3. ДискримИИнация по ошибке // Коммерсантъ. 2025. 17 янв. URL: https://www.kommersant.ru/doc/7940246 (дата обращения: 06.02.2026).

4. Дартмутский семинар // Википедия. 2025. 10 мая. URL:https://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%94%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%BC%D1%83%D1%82%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%81%D0%B5%D0%BC%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D1%80&oldid=149843936 (дата обращения: 28.01.2026).

5. Искусственный интеллект // Большая российская энциклопедия. URL: https://bigenc.ru/c/iskusstvennyi-intellekt-ac9fb0 (дата обращения: 05.02.2026).

6. Казьмина Н. 12 кейсов применения нейросетей для рекламы: где ИИ реально работает // Retail Rocket. 2025. 13 марта. URL: https://retailrocket.ru/blog/nejroseti-dlya-reklamy/ (дата обращения: 27.01.2026).

7. Кряжевских К. А. Проблемы защиты персональных данных в процессе использования таргетированной рекламы // Умная цифровая экономика. 2022. Т. 2. № 3. С. 25–29.

8. Нейросети и ИИ: предназначение, особенности и различия // 4brain.ru. URL: https://4brain.ru/blog/neiroseti-i-ii-prednaznachenie-osobennosti-i-razlichiya/ (дата обращения: 27.01.2026).

9. Рычковский В. А. Развитие ИИ : реферат. URL: https://studfile.net/preview/15900443/ (дата обращения: 28.01.2026).

10. Указ Президента Российской Федерации от 10.10.2019 г. № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации»// Официальный интернет-портал правовой информации. URL: http://kremlin.ru/acts/bank/44731 (дата обращения: 27.01.2026).

11. Федеральный закон от 27.07.2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных» // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: http://kremlin.ru/acts/bank/24154 (дата обращения: 06.02.2026).

Сторожев Е. А.
Пермский гуманитарно-технологический колледж
3 курс, специальность «Информационные системы
и программирование»,
Научный руководитель: зав. кафедрой общеобразовательных,
гуманитарных и социально-экономических дисциплин,
старший преподаватель Семенова А. В.

УПРАВЛЕНИЕ ЭТАПАМИ ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОЕКТИРОВАНИЯ КОМПЬЮТЕРНОЙ ИГРЫ В ЖАНРЕ ВИЗУАЛЬНАЯ НОВЕЛЛА (НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА «COLLEGE TIME STOP?»)

Сегодня игры жанра «визуальная новелла» становятся всё более популярными. Однако из-за блокировок привычных платформ (YouTube, Discord) и низкого качества многих зарубежных игр, российские игроки нуждаются в качественном отечественном контенте.

Целью работы является создание плана разработки игры «College time stop?». В рамках проекта проработаны не только сюжет и идея, но и управленческая часть: сроки, бюджет и команда.

1. Анализ ситуации и характеристика проекта

1.1. Описание проблемы

Главная проблема сейчас – это засилье однообразных зарубежных игр с плохим сюжетом. Часто они не интересны игрокам, так как в них нет глубокой истории и колорита. Наш проект «College time stop?» должен стать «свежим глотком» для жанра, предлагая качественную историю от российских разработчиков.

Текущее состояние рынка характеризуется перенасыщением продуктами низкого качества от зарубежных студий, зачастую имеющих сомнительное содержание и примитивный геймплей. Это приводит к стагнации жанра и снижению интереса аудитории. Проект «College time stop?» призван решить проблему дефицита качественного отечественного нарративного контента.

1.2. Целевая аудитория

Игра рассчитана на несколько групп:

1. Любители жанра: те, кто постоянно играет в новеллы и ждет качественные новинки.
2. Обычные геймеры: им важна интересная история и возможность поиграть бесплатно в демо-версию.

3. Аниме-сообщество: для них на первом месте стоит красивая картинка и стиль персонажей.

2. Устав и план реализации проекта

Цели и задачи

Основная цель – разработать игру, которая будет работать и на ПК, и на смартфонах.

В рамках структурной декомпозиции выделено пять ключевых функциональных блоков:

1. Проектирование БД и серверной части.
2. Написание сценария, отрисовка спрайтов и фонов.
3. Реализация игровых механик.
4. Продвижение в RU-сегменте.
5. Разработка и внедрение системы монетизации.

3. Сроки и этапы работы

Для оптимизации временных ресурсов был построен сетевой график. Методом критического пути определена минимальная продолжительность реализации проекта – 51 календарный день.

Критическая цепь задач включает:

– Разработка программного кода игры;
– Проектирование и развертывание БД;
– Настройка серверного оборудования;
– Создание графического контента и сценария).

Любая задержка в данных блоках приведет к пропорциональному сдвигу сроков релиза.

4. Анализ рисков

4.1. Для изучения рисков проекта был проведен SWOT-анализ:

– Strengths: Высокая востребованность жанра, четкая концепция.
– Weaknesses: Ограниченность ресурсов на этапе стартапа.
– Opportunities: Масштабирование на рынок СНГ, создание франшизы.
– Threats: Высокая конкуренция, возможные технические сбои БД при нагрузке, Блокировка ключевых площадок маркетинга (YouTube/X).

4.2. Матрица рисков

В ходе исследования выявлены критические риски:

1. Технический: Снижение производительности БД при росте числа пользователей (вероятность: высокая / значимость: высокая). Мера: оптимизация запросов на раннем этапе.

2. Ограничение платежных систем вероятность: высокая / значимость: высокая). Мера: Интеграция с российскими сервисами приема платежей и выход на площадку VK Play

3. Блокировка ключевых площадок маркетинга (YouTube/X) (вероятность: высокая / значимость: высокая). Мера: фокус на альтернативные площадки (VK Видео, RuTube, локальные игровые СМИ), работа с инфлюенсерами.

4. Информационный: Утечка персональных данных (Вероятность: Низкая / Значимость: Высокая). Мера: Внедрение протоколов шифрования.

5. Формирование и управление командой

5.1. Организационная структура и матрица RACI

Команда проекта организована по функциональному принципу во главе с Владельцем продукта (Product Owner). В команду входят 5 человек:

1. Владелец продукта – руководит процессом.
2. Full-stack разработчик – пишет код и сценарий.
3. Дизайнер – рисует графику и анимации.
4. Тестировщик – отвечает за верификацию функционала и поиск багов.
5. Маркетолог – занимается продвижением игры.

Распределение ответственности закреплено матрицей RACI:

План развития команды включает этапы адаптации, регулярные спринты и систему оценки KPI на основе скорости закрытия задач

Заключение

В ходе работы над проектом «College time stop?» были применены современные инструменты проектного менеджмента, позволившие структурировать процесс разработки концепции визуальной новеллы. Сформированная документация доказывает техническую и экономическую реализуемость проекта. Создание подобных игр способствует укреплению

Список источников

1. Зуб А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для среднего профессионального образования. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Юрайт, 2026. 397 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/584835 (дата обращения: 18.12.2025).

2. Как определить правильную стратегию развития команды // WEEEK. URL: https://weeek.net/ru/blog/team-building-strategies (дата обращения: 18.12.2025).

3. Круглый стол – что собой представляет рынок визуальных новелл // App2top.ru. URL: https://app2top.ru/round_table/krugly-j-stol-chto-soboj-predstavlyaet-ry-nok-vizual-ny-h-novell-217885.html (дата обращения: 18.12.2025).

4. Матрица ответственности RACI: что это и как с ее помощью управлять проектом // Аспро.cloud. URL: https://aspro.cloud/pm/docs/matritsa-otvetstvennosti-raci (дата обращения: 18.12.2025).

5. Стадии развития команды в организации – модель Такмана // Ispring. URL: https://www.ispring.ru/elearning-insights/model-takmana-razvitie-komandy (дата обращения: 18.12.2025).

6. Управление проектами : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко; под общей редакцией Е. М. Роговой. М. : Юрайт, 2026. 302 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/583542 (дата обращения: 18.12.2025).

7. Управление проектами: что это такое и как работает проектный менеджмент в IT // Яндекс Практикум. URL: https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-upravlenie-proektami/(дата обращения: 18.12.2025).

8. Visual Novel Market Size, Analysis, Trends, Growth And Forecast // Verifiedmarketresearch. URL: https://www.verifiedmarketresearch.com/product/visual-novel-market/ (дата обращения: 18.12.2025).

Таиров С. А.
Пермский гуманитарно-технологический колледж
3 курс, специальность «Информационные системы
и программирование»,
Научный руководитель: зав. кафедрой общеобразовательных,
гуманитарных и социально-экономических дисциплин,
старший преподаватель Семенова А. В.

ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОЕКТИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ЛИЦЕНЗИРОВАНИЯ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

В современных условиях цифровизации разработка программного обеспечения (ПО) стала доступной не только крупным корпорациям, но и малым командам, а также независимым разработчикам. Однако вместе с доступностью инструментов разработки растет и доступность средств несанкционированного копирования и взлома программ.

Актуальность данного проекта обусловлена необходимостью защиты интеллектуальной собственности и обеспечения стабильной монетизации платных ИТ-продуктов. Основная проблема заключается в том, что полностью исключить риск взлома невозможно, но можно и нужно повысить стойкость защиты до такого уровня, при котором стоимость обхода системы станет экономически нецелесообразной для злоумышленника.

2. Общая концепция и цели проекта

Целью проекта «Лицензирование и защита ПО» является создание комплексного решения, которое предотвращает несанкционированный доступ к программному коду и его модификацию.

Основные задачи проекта:

– Исследование уязвимостей современных платформ (Windows, Android, iOS).

– Проектирование архитектуры системы валидации лицензий.

– Разработка механизмов мониторинга целостности программной среды.

– Тестирование производительности защищенного ПО.

Особенностью проекта является фокус на «гибкое лицензирование» – возможность внедрения различных бизнес-моделей (подписки, разовые покупки, триал-периоды) без изменения основного кода приложения.

3. Этапы реализации проекта (Календарный план)

Реализация проекта рассчитана на 4 месяца и включает четыре ключевые фазы:

1. Изучение рынка ОС и ПО (30 дней.
2. Исследование среды (22 дня): Анализ векторов атак, которые могут быть использованы против защищаемого ПО на выбранной платформе.
3. Разработка решения (30 дней): Непосредственное написание кода защитного модуля и серверной части для проверки ключей.
4. Тестирование (14 дней): Проверка системы на «ложные срабатывания» и оценка влияния защиты на быстродействие системы.

4. Организационная структура и команда

Для успеха проекта в сфере ИТ недостаточно одних программистов. В разрабатываемом проекте предусмотрено четкое разделение ролей:

– Директор и ИТ-директор: Стратегическое управление и контроль соблюдения сроков по методике SMART.

– Программисты (4 человека): Основная производственная сила. Разделение на фронтенд (интерфейс лицензирования) и бэкенд (серверная валидация).

– Юрист: Обеспечение легитимности методов защиты, так как некоторые способы контроля могут конфликтовать с законодательством о защите персональных данных.

– Бухгалтер: Контроль сметы и налоговых отчислений (рис. 1).

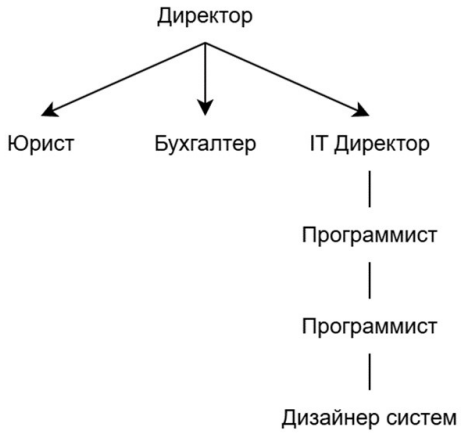


Рисунок 1 – Организационная структура проекта

5. SWOT-анализ и управление рисками

оценки устойчивости проекта был применен метод SWOT-анализа. Это позволило выявить критическую зависимость между технической сложностью защиты и пользовательским опытом.

– Сильные стороны: Автоматизация управления лицензиями и повышенная защита дохода.

– Слабые стороны: Возможное замедление работы ПО из-за процессов шифрования.

Ключевым этапом исследования является идентификация и ранжирование рисков. В проекте выделены три категории вероятности и три степени тяжести последствий. Основным риском проекта является «Замедление работы ПО». Для его нейтрализации на этапе тестирования планируется оптимизация алгоритмов проверки, чтобы нагрузка на процессор пользователя не превышала 3–5% от общей мощности.

В отличие от него, риск «Полного обхода защиты» классифицируется как маловероятный, но критический (тяжелые последствия).

Таблица 1 – Матрица ранжирования рисков

Высокая вероятность	Замедление работы ПО	Конкуренция	Полный обход защитных решений
Средняя вероятность	Ложное срабатывание защиты	Юридические проблемы	Негативная реакция общества
Низкая вероятность	Недостаточное количество возможных векторов защиты, Изменение поведения среды	Тотальный отказ серверов лицензирования	Взлом серверов, хранящих данные мониторинга
	Лёгкие последствия	**Средние последствия**	**Тяжёлые последствия**

Стратегия реагирования:

1. Для технических рисков: Внедрение итерационного тестирования на каждом этапе разработки.

2. Для управленческих рисков: Применение методики SMART для постановки задач, что обеспечивает прозрачность контроля сроков и ресурсов.

Заключение

Разрабатываемая система позволит разработчикам программного обеспечения сосредоточиться на создании качественного контента, доверив вопросы безопасности и монетизации автоматизированному модулю. Итоговый продукт не только защищает код, но и создает доверительную среду между разработчиком и пользователем через прозрачную систему лицензирования.

Список источников

1. Зарплата программиста в России в 2025 году // Я знаю. URL: https://www.kp.ru/edu/rabota/zarplata-programmista-v-rossii/ (дата обращения: 20.11.2025).
2. Как определить правильную стратегию развития команды // WEEEK. URL: https://weeek.net/ru/blog/team-building-strategies (дата обращения: 20.11.2025).
3. Метод SMART в управлении проектами: примеры использования // NAUMEN. URL: https://www.naumen.ru/products/project_ruler/smart_system/ (дата обращения: 20.11.2025).
4. Методологии управления проектами: 12 популярных подходов // Asana. URL: https://asana.com/ru/resources/project-management-methodologies (дата обращения: 20.11.2025).
5. Основы управления проектами для предпринимателя // 101. URL: https://101-app.com/blog/osnovy-upravleniya-proektami-dlya-predprinimatelya (дата обращения: 20.11.2025).
6. Секреты SMART-управления проектами: эффективные методы и инструменты // Вышка Онлайн. URL: https://studyonline.hse.ru/blog/statyi/management/sekrety-smart-upravleniya-proektami (дата обращения: 20.11.2025).
7. Смета: что это, как рассчитать, образцы и шаблоны // Бизнес.ру. URL: https://www.business.ru/article/3363-smeta-kak-rasschitat-obraztsy-shablony-i-primery (дата обращения: 20.11.2025).
8. Статистика рынка труда в России – «Юрист» // ГородРабот.Ру. URL: https://russia.gorodrabot.ru/salaries/yurist (дата обращения: 20.11.2025).
9. Управление проектами : учебник // IPR SMART. URL: https://www.iprbookshop.ru/156622.html (дата обращения: 20.11.2025).
10. Управление проектами: учебник для вузов // IPR SMART. URL: https://www.iprbookshop.ru/136539.html (дата обращения: 20.11.2025).

11. Управление проектами: что это такое и как работает проектный менеджмент в IT // Яндекс Практикум. URL: https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-upravlenie-proektami/ (дата обращения: 20.11.2025).

12. Что такое управление проектами и как освоить ключевые методологии // Product Lab. URL: https://productlab.ru/blog/upravlenie-proektami (дата обращения: 20.11.2025).

13. Стадии развития команды в организации – модель Такмана // Ispring. URL: https://www.ispring.ru/elearning-insights/model-takmana-razvitie-komandy (дата обращения: 20.11.2025).

14. Матрица ответственности RACI: что это и как с ее помощью управлять проектом // Аспро.cloud. URL: https://aspro.cloud/pm/docs/matritsa-otvetstvennosti-raci/ (дата обращения: 20.11.2025).

Хорунжин М. Д.
Соликамский автодорожно-промышленный колледж
1 курс, специальность «Сварщик (ручной и частично механизированной сварки (наплавки)»
Научный руководитель: преподаватель физики Х. С. Ветчанинова

ЭНЕРГИЯ, ХАОС И ДАННЫЕ: ПОЧЕМУ ФИЗИКА УПРАВЛЯЕТ МИРОМ ИНФОРМАЦИИ

Мы привыкли думать, что информация – это что-то абстрактное. Байты, гигабайты, «облака» в интернете. Кажется, что данные живут своей отдельной жизнью в виртуальном пространстве, где правят программисты и алгоритмы.

Но на самом деле любая информация всегда «привязана» к чему-то материальному: электричеству в медном проводе, радиоволне в воздухе или бликам света в оптоволокне. Как подчеркивал один из основоположников теории информации, «информация является физической» [6]. Информация не существует сама по себе – ей всегда нужен физический носитель.

Получается, что движение данных подчиняется тем же фундаментальным законам физики, что и движение планет или работа электростанций. И если мы хотим научиться управлять информацией – быстро передавать, надежно хранить и превращать в верные решения – нам нужно понимать физику процессов.

1. Информация как порядок: битва с хаосом

Представьте письменный стол. Если бумаги разбросаны – это хаос. Если разложены по папкам и подписаны – это порядок, или информация.

В физике степень хаоса измеряется энтропией. Чем больше беспорядка, тем выше энтропия. Связь между информацией и термодинамикой была установлена еще Клодом Шенноном, чья математическая теория информации показала глубокие параллели со статистической механикой [6]. Информация выступает как мера организованности системы – то, что физик Леон Бриллюэн называл «негэнтропией» [1].

Здесь важнейший вывод: наведение порядка всегда требует энергии. Компьютер тратит электричество, чтобы обработать фото. Серверы по всему миру потребляют мегаватты, чтобы хранить наши данные. Это прямое следствие принципа Ландауэра, установившего фундаментальную связь между обработкой информации и энергетическими затратами [6]. Тепло, которое выделяет ваш ноутбук – это прямое доказательство борьбы с хаосом.

Датчик температуры фиксирует случайные колебания воздуха – это чистый хаос. Но когда мы записываем показания и анализируем их, мы превращаем хаос в знание. Исследования показывают, что точность измерения неразрывно связана с диссипацией (рассеянием) энергии [1]. Информация всегда имеет «энергетическую цену».

2. Что на самом деле происходит в проводах

Когда мы смотрим фильм онлайн, данные бегут по проводам. Нам кажется это мгновенным, но физически это сложный процесс, похожий на движение машин по шоссе в час пик.

У этого шоссе есть ограничения. При передаче высокочастотного сигнала (гигабайты информации) возникает скин-эффект (поверхностный эффект): электроны вытесняются на поверхность провода [7]. Внутренняя часть кабеля перестает работать. Широкая трасса превращается в одну полосу – возникают «пробки». Исследования коаксиальных кабелей подтверждают, что скин-эффект является основной причиной потерь энергии и искажения формы сигналов при передаче [2].

Поэтому инженеры переходят на оптоволокно. Там вместо электричества бежит свет, и скин-эффекта нет. Но появляется дисперсия: разные длины волн движутся с разной скоростью, сигнал расплывается. Требуются сложные лазеры и приемники.

Еще проблема – помехи. Провода работают как антенны и ловят всё вокруг: двигатели троллейбусов, линии электропередач, грозу. Полезный сигнал смешивается с шумом. Защита – экранирование, как в коаксиальном кабеле, где внешняя оплетка принимает помехи на себя [2].

Вывод: Скорость интернета упирается не только в тариф, но и в законы физики. Природа ставит жесткие ограничения на передачу данных.

3. Как распознать сигнал среди шума

Любой сигнал всегда идет с шумом. Электроны в датчике находятся в хаотическом тепловом движении, создавая тепловой шум. Это неизбежно. Как показывают исследования, тепловые шумы существуют в любом проводнике – с током и без него, и распределены равномерно во всем диапазоне частот [8].

Если слепо верить каждому числу, можно принять катастрофическое решение. Представьте систему управления реактором: один датчик из-за скачка напряжения показал критическую температуру – система остановит реактор, хотя всё в порядке. Ложная тревога стоит миллионов.

Современные системы используют фильтры. Самый известный – фильтр Калмана (в навигации и беспилотниках). Он сравнивает показания с математической моделью движения. Теоретические основы

отношения сигнал/шума были заложены еще в 1960-х годах, когда исследователи формализовали понятие аддитивного теплового шума с учетом квантовомеханических эффектов [3].

Это физически обоснованная фильтрация. Система использует знание законов природы, чтобы отсеять невозможное. Если датчик в Якутии в январе показал +100°C, умная система отбросит это значение – так не бывает.

В квантовой физике есть принцип неопределенности: измерение меняет систему. В мире данных аналогия: подключив вольтметр, мы чуть меняем ток. Обычно это ничтожно, но в микромире с этим приходится считаться.

4. Когда физика и нейросети работают в паре

Долгое время ИИ развивался по пути «скорми нейросети миллион примеров – научится». Это работает, но не везде. В авиации или строительстве мостов такой метод опасен. Если нейросеть не видела аварию, она не сможет ее предсказать.

Появилось новое направление – физически-информированное машинное обучение. Идея: при обучении мы штрафуем нейросеть не только за ошибку в предсказании, но и за нарушение законов физики [4].

Нейросеть учится предсказывать температуру в двигателе. Если она предлагает вариант, где тепло перетекает от холодного к горячему (против второго закона термодинамики), мы говорим: «Ошибка!» – и заставляем переучиваться. Современные обзоры методов машинного обучения для моделирования физических процессов подтверждают эффективность такого подхода, особенно когда данных недостаточно для чистого моделирования [4].

Вершина этого подхода – цифровые двойники. Это виртуальные копии реальных объектов (турбин, газопроводов), в которые «зашиты» законы физики. На реальный объект повешены датчики, их данные в реальном времени поступают в модель [5][10].

Инженеры могут «нагрузить» виртуальную трубу ураганом и посмотреть, что будет – без риска для реальных людей и денег. Но главное – предсказание будущего. Как отмечается в учебных пособиях по цифровым двойникам, ключевое отличие ЦД от обычных моделей – наличие двусторонней связи с физическим объектом и возможность прогнозирования его состояний [5][10].

Модель замечает: вибрация чуть выше нормы. Просчитывает варианты и выдает: «Через месяц разрушение металла, остановите агрегат 15 мая для замены».

Это и есть переход «от данных к решениям». Цифры с датчиков превратились в знание, а знание – в точное управленческое решение.

Делаем вывод, что информационные технологии – не волшебство, а прикладная физика.

Так что в следующий раз, когда будете смотреть видео или читать прогноз погоды, вспомните: это не просто код. Это миллионы физических процессов, которые научились работать на нас. Информация – ценный ресурс, но она всегда остается частью большого физического мира.

Список источников

1. Розоноэр Л. И. О диссипации энергии при классическом измерении и о связи между информацией и энтропией // Проблемы передачи информации. 1998. Т. 34. № 2. С. 62–64.
2. Фридман Б. Э., Медведев М. В. Поверхностный эффект в коаксиальных кабелях импульсных установок // Известия РАН. Энергетика. 2019. № 5. С. 66–79.
3. Стефанюк В. Л. Об отношении сигнал/шум для канала с аддитивным тепловым шумом // Проблемы передачи информации. 1966. Т. 2. № 1. С. 58–67.
4. Залогин Н. Е. Обзор методов машинного обучения для моделирования физических процессов // Молодежь и современные информационные технологии: сборник трудов XXII Международной научно-практической конференции. Томск: Изд-во ТПУ, 2025. С. 586–590.
5. Гембух Л., Дмитриев В. М., Сахабутдинов А. Е. Цифровые двойники: Учебное пособие. Томск : ТУСУР, 2024. 88 с. https://edu.tusur.ru/publications/11055
6. Lairez D. On the Supposed Mass of Entropy and That of Information // Entropy. 2024. Vol. 26. No. 4. P. 337. https://ouci.dntb.gov.ua/en/works/7Bodrxg4/
7. Скин-эффект // Википедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Скин-эффект (дата обращения: 11.03.2026).
8. Влияние шумов на энергетическое разрешение // Лекция по радиометрии. StudFiles. URL: https://studfile.net/preview/12928088/page:24/ (дата обращения: 11.03.2026).
9. Banerjee C., Nguyen K., Fookes C., Raissi M. A survey on physics informed reinforcement learning: Review and open problems // Expert Systems with Applications. 2025. Vol. 287.
10. Шукирова А., Кульниязова К., Ускенбаева Г., Тасанбаев С., Оспанов Е. Цифровые двойники в промышленности как основа индустрии 4.0 // Вестник КазАТК. 2024. Т. 134. № 5. С. 176-187. https://vestnik.alt.edu.kz/index.php/journal/article/view/2236

СЕКЦИЯ 4. МОЛОДЕЖЬ И ОБЩЕСТВО. КУЛЬТУРНЫЕ ЛАНДШАФТЫ И ЦЕННОСТНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЁЖИ

Балуева П. А.
Пермский гуманитарно-технологический колледж
3 курс, специальность «Реклама»
Научный руководитель: преподаватель кафедры дизайна
В. И. Гисматуллин

МЕМЫ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ВАЛЮТА ОБЩЕСТВА

В 1976 году Ричард Докинз, придумывая термин «мем», сравнивал единицы культуры с генами: они так же размножаются, мутируют и борются за выживание[6, с. 60–61]. Докинз был биологом, но если бы он писал свою книгу сегодня, он вполне мог бы быть экономистом. Потому что интернет – мемы в XXI веке – это не просто единицы культуры, это универсальная валюта глобального цифрового пространства, стирающая культурные границы быстрее, чем евро стирал границы европейские.

У этой валюты есть все признаки настоящих денег. Она обладает ликвидностью (мем можно «обменять» на лайки, репосты, одобрение сообщества). Она имеет курс (один мем сегодня популярен, завтра – обесценился). Она требует эмиссионного центра (чтобы понять чужую культуру, нужно было потратить годы на изучение языка, истории, обычаев). В мире цифровом у нас нет на это времени. Мы живем в режиме информационного цунами. Мемы становятся идеальным инструментом быстрой верификации: увидел мем – понял контекст – свой/чужой. Это как купюра с водяным знаком: подлинность культурного сообщения проверяется за секунду.

Ярче всего природа мема как валюты проявляется в его способности к мгновенной конвертации. Например, мем «Distracted Boyfriend» (парень, оборачивающийся на другую девушку) понятен без перевода в любой точке мира: достаточно подписать три элемента, и шутка сработает и в Чили, и в Японии. Точно так же «Crying Jordan» (плачущий Майкл Джордан) стал универсальным способом выразить разочарование – неважно, проиграла ли команда или сгорел ужин. Эмиссионный центр здесь действительно не нужен: эмоция первична, язык вторичен.

Более того, у мемов, как у настоящей валюты, есть своя «учетная ставка» и даже «ключевая ставка» – внимание. Чем выше внимание аудитории, тем дороже мем. Платформы вроде TikTok выступают в роли центробанков, алгоритмами регулируя эмиссию: один мем они «печатают» миллионными тиражами, другой оставляют в локальном обращении. И как в экономике, здесь случаются пузыри: хайп вокруг мема может взлететь до небес, а затем лопнуть за сутки, оставляя держателей обесцененными.

Процесс стирания границ через мемы можно описать как глобальный культурный арбитраж. Финансисты зарабатывают на разнице курсов валют. Пользователи интернета зарабатывают социальный капитал на разнице культурных контекстов. Кто первый заметит, что японский комикс про странного кота можно «применить» к европейской офисной рутине, тот и получает все лайки. Так формируется новый тип культурного брокера – человека, способного переводить смыслы с языка одной традиции на язык другой, используя мем как универсальный конвертер.

Классический случай такого арбитража – японский кот-маляр Shironeko. В оригинале кот просто играл с краской, но западные пользователи увидели в нём идеальную метафору имитации бурной деятельности на работе. «Когда босс просит показать активность» – и видео разлетелось по миру. Другой пример – российский «Ждун» проделал обратный путь: локальный арт-объект из голландской клиники, переосмысленный в России, вернулся в мир как символ всеобщего терпения. Так культурные брокеры работают на обе стороны.

Интересно, что сегодня появляются даже профессиональные «мем-трейдеры» – админы пабликов и SMM-специалисты, которые отслеживают зарождающиеся тренды на ранних стадиях, чтобы «купить дешево, продать дорого», то есть первыми вбросить мем в свою аудиторию и собрать максимальный охват. Это уже не шутка, а реальная индустрия с бюджетом и стратегиями.

Особенно ярко эта «валютная» природа проявляется в феномене региональных мем-бирж. В каждой стране есть свои «площадки» (пикабу, двач), где котируются свои активы. Но глобальные игроки следят за всеми биржами сразу. Вчерашний локальный мем из Бразилии сегодня может взлететь на мировой арене, если его заметит правильный трейдер. Так стирание границ работает как бесконечный арбитраж: ни одна локальная шутка не остается локальной надолго, если в ней есть хоть капля универсальности.

Взять хотя бы китайский мем «Grass Mud Horse». Придуманный для обхода цензуры (название звучало как нецензурная фраза, но фор-

мально было безобидным), он был замечен на Reddit и стал глобальным символом интернет-сопротивления. Польский «Polandball» родился на немецком форуме, но сегодня это международный комикс о национальных стереотипах, понятный каждому: Россия там всегда «внезапно», США – с хот-догами, Германия – с педантичностью. А российская «Буханка» (УАЗ) из локальной шутки превратилась в международный мем о старых, но неубиваемых машинах – теперь западные фанаты офф-роуда называют «Loaf» любую подобную технику.

Однако у этой всеобщей конвертируемости есть темная сторона – инфляция. Когда мемы становятся глобальной валютой, они неизбежно дешевеют. Универсальность требует упрощения. Чтобы быть понятым в Таиланде, Аргентине и Норвегии, мем должен потерять все сложные смыслы, всю иронию второго уровня, все культурные нюансы. Остается только мемный скелет – базовая эмоция, примитивная ситуация. Это приводит к тому, что глобальное мем-пространство заполняется однотипным контентом, где главными героями выступают коты, собаки и удивленные люди, потому что только они проходят проверку на универсальность.

Самый драматичный пример инфляции – Pepe the Frog. Начав как безобидный персонаж комикса, он оброс множеством значений: «Feels Good Man», «Sad Frog», «Rare Pepe». Но когда его присвоили политические группы, мем стал токсичным, потерял первоначальный смысл и обесценился для огромной части аудитории. Trollface сегодня – клише, которое уже не смешит: убили его ценность. Инфляция смыслов привела к тому, что сложные культурные отсылки остаются в локальных нишах, а на глобальный рынок выходят только котики.

Парадокс в том, что стирание границ через универсальную мем-валюту одновременно создает новые границы – цифровые классы. В любой стране мира есть те, кто «владеет» языком мемов (владельцы валюты), и те, кто не владеет. Это новое расслоение часто оказывается важнее национальности. Подросток из бразильской фавелы, разбирающийся в глобальных мем-трендах, может быть ближе к тинейджеру из Москвы, чем к собственному дедушке. Так мемы перекраивают карту солидарностей: вместо национальных государств возникают транснациональные сообщества «посвященных».

Пример – сабреддит «2meirl4meirl», где люди шутят о депрессии и тревоге. Бразильский и российский подростки, понимающие эти мемы, оказываются в одном цифровом классе, а их родители, даже с высшим образованием, – в другом. Discord-серверы фанатов K-pop или аниме: входной билет туда – знание мемов (что такое «bias wrecker» или «Stan

Loona»), а не национальность. Феномен «бумеров» (в интернет-смысле) высмеивает тех, кто не понимает цифровой юмор, и эта граница проходит не между странами, а между поколениями и цифровыми компетенциями. Возникает новая иерархия: владеющие валютой мемов становятся элитой, не владеющие – аутсайдерами, независимо от их реального социального статуса.

Особенно интересно наблюдать за тем, как глобальная мем-валюта взаимодействует с локальными экономиками смыслов. Иногда происходит девальвация – мощный локальный образ, выходя на мировой рынок, теряет свою ударную силу. Например, советские плакаты или африканские ритуальные маски становятся просто «странными картинками» в глобальной ленте, лишенными исторической глубины. А иногда случается ревальвация – локальный образ неожиданно находит отклик в мире и возвращается домой обогащенный новыми смыслами.

Советские плакаты 20-х годов с их пафосом и идеологией на Западе превратились в эстетику для ироничных мемов про понедельничное утро. Исторический контекст стерся, осталась только визуальная форма. Африканские маски на Pinterest стали частью «dank memes» – странные изображения используются для сюрреалистического юмора, их сакральный смысл утрачен. Но бывает и обратное: индонезийский танец «Tuku Tuku» стал вирусным и вернулся на родину в виде международного тренда, обогащенный новыми интерпретациями. Или советские плакаты, побывав в западных мемах, вернулись в Россию уже не как история, а как часть глобальной поп-культуры, получив второе дыхание. Этот кругооборот смыслов напоминает экономический цикл: экспорт, потеря стоимости, реимпорт с добавленной стоимостью.

В конечном счете, мемы как глобальная валюта выполняют важнейшую функцию – они создают общее платежное пространство. Мы можем не знать языков друг друга, не понимать религий, не разделять политических взглядов, но мы можем обменяться мемами про усталость на работе или радость от маленьких побед. Это минимальный культурный консенсус, на котором можно строить что-то большее.

Мем «This is fine» (собака в горящей комнате) понятен любому офисному работнику в любой стране: все проходили через ситуацию, когда всё рушится, а ты делаешь вид, что всё в порядке. Мемы про усталость от работы («Me on Monday morning») работают как универсальный язык для всех, кто хоть раз сталкивался с дедлайнами. Даже мемы про еду – сравнение бургера из рекламы и реального – создают глобальное сообщество «разочарованных едоков». Это действительно минимальный консенсус, но он реален: мы можем посмеяться вместе, не зная языка друг друга.

Критики скажут, что это консенсус на минималках, что это культура для бедных. Но история знает примеры, когда именно универсальные валюты – от римских денариев до доллара – становились основой для экономического и культурного расцвета. Возможно, мы присутствуем при рождении не просто новой валюты, а нового способа договариваться. И где границы исчезают не потому, что их стерли политики, а потому, что их просто стало невыгодно сохранять в условиях единого рынка эмоций.

Конечно, у этого рынка есть свои издержки. Он упрощает культуру, порождает инфляцию и новые формы неравенства. Но он же дает голос тем, кто раньше был исключен из глобального диалога. Подросток из фавелы может стать законодателем мемных трендов, если его шутка окажется достаточно универсальной. Мемы выполняют ту же функцию, что и фольклор в традиционных обществах: они создают общее символическое пространство, в котором сообщество узнает себя. Только теперь это сообщество – всё человечество, подключенное к сети. И вопрос не в том, хороша или плоха эта новая валюта, а в том, сумеем ли мы использовать её для чего-то большего, чем обмен картинками с котами. Или так и останемся в положении собаки из мема «This is fine» – в горящей комнате, с чашкой кофе, надеясь, что всё рассосется само. Мемы не дают ответов, но они фиксируют состояние. А фиксация – первый шаг к изменению.

Возможно, именно здесь кроется главный культурный сдвиг: мемы учат нас мыслить категориями, искать общее в разном, переводить сложное в простое, не теряя сути. Это навык, который может пригодиться не только в интернете, но и в реальной политике, экономике, дипломатии. И если мы научимся договариваться мемами, может быть, научимся договариваться и чем-то более серьезным? Или это просто утопия? Мемы оставят этот вопрос открытым – как и подобает хорошему фольклору.

Список источников

1. История мема с плачущим Джорданом – одного из главных мемов десятилетия // gol.ru URL: https://gol.ru/materials/2229-istoria-mema-s-placusim-dzordanom-odnogo-iz-glavnyh-memov-desatiletia (дата обращения: 10.03.2026).

2. Как появился мем «троллфейс» // yandex.ru URL: https://yandex.ru/q/question/kakim_obrazom_poiavilsia_mem_trollfeis_75137539/ (дата обращения: 10.03.2026).

3. Как советские плакаты, ставшие мемами, выглядят в оригинале // maximonline.ru URL: https://www.maximonline.ru/entertainment/kak-

sovetskie-plakaty-stavshie-memami-vyglyadyat-v-originale-kak-samye-memnye-sovetskie-plakaty-vyglyadyat-v-originale-id5653054/ (дата обращения: 10.03.2026).

4. Как Ждун превратился в мем // life.ru URL: https://life.ru/p/968405 (дата обращения: 10.03.2026).

5. Китайские Интернет-пользователи с помощью игры слов борются против цензоров // epochtimes.ru URL: https://www.epochtimes.ru/content/view/40357/4/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F (дата обращения: 10.03.2026).

6. Коваленко В. А., Болезни разума, СПб. : «Издательство ЛЭТИ», 2010 г. С. 60–61. (дата обращения: 10.03.2026).

7. Лягушонок Пепе // ru.ruwiki.ru URL: https://ru.ruwiki.ru/wiki/Лягушонок_Пепе (дата обращения: 10.03.2026).

8. Неверный парень // web.archive.org URL: https://web.archive.org/web/20220407083926/https://memepedia.ru/nevernyj-paren-disloyal-man/ (дата обращения: 10.03.2026).

9. Пес с нами: мем про нашу жизнь «This is fine» популярен уже 10 лет. Вот его история // daily.afisha.ru URL: https://daily.afisha.ru/infoporn/26423-pes-s-nami-glavnyy-mem-pro-nashu-zhizn-this-is-fine-zhiv-uzhe-10-let-vot-ego-istoriya/ (дата обращения: 10.03.2026).

10. Самый ленивый в мире кот-Shironeko // kot-de-azur.livejournal.com URL: https://kot-de-azur.livejournal.com/149881.html (дата обращения: 10.03.2026).

11. Tuku Tuku Trek // tripadvisor.com URL: https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g15232746-d27485729-Reviews-Tuku_Tuku_Trek-Bhatbhateni_Kathmandu_Kathmandu_Valley_Bagmati_Zone_Central_Reg.html (дата обращения: 10.03.2026).

Белоглазова А. В.
Пермский Гуманитарно-Технологический колледж
2 курс, специальность «Реклама»
Научный руководитель: преподаватель кафедры дизайна
В. И. Гисматуллин

ОПЫТ РЕШЕНИЯ ГОРОДСКИХ ПРОБЛЕМ Г. ПЕРМИ НА DIGITAL-ПЛОЩАДКАХ

В условиях современного урбанистического развития города Перми наблюдается необходимость решения различных городских проблем, что требует внедрения новых подходов и технологий.

Цель данной работы заключается в исследовании опыта применения digital-площадок для решения этих проблем, а также в оценке их эффективности и уровня взаимодействия между администрацией и жителями.

Проблема, рассматриваемая в данном исследовании, заключается в недостаточной вовлеченности населения и администрации в процесс обсуждения и решения городских вопросов через цифровые каналы, что может приводить к снижению качества жизни горожан.

Изучить эффективность digital-площадок в решении городских проблем Перми и разработать рекомендации по их оптимизации для повышения вовлеченности населения и ускорения реакции властей.

В ходе работы будет проведен анализ кейсов, иллюстрирующих эффективность решения проблем, таких как транспортная инфраструктура, через разные электронные платформы. Также будет рассмотрена скорость реакции администрации на обращения, что позволит оценить уровень их интеграции в систему городского управления.

В современном городском управлении digital-площадки становятся важным инструментом для решения множества проблем, с которыми сталкиваются города.

Эти платформы обеспечивают более эффективное взаимодействие между гражданами, властями и бизнесом, позволяя собирать и анализировать данные, а также оперативно реагировать на запросы и потребности жителей. Важным аспектом их использования является возможность интеграции различных сервисов и приложений, что способствует созданию единой экосистемы для решения городских задач.

В Пермском крае есть специальный портал «Управляем вместе» для взаимодействия жителей края с органами власти, подачи обращений, участия в голосованиях и проектах. Интерактивный портал работает в регионе с 2017 года.

В 2025 году через портал было решено более 90 тысяч проблем в Пермском крае, включая Пермь. Среди них: очистка участков дорог от снега и крыш от сосулек, ликвидация несанкционированных свалок, устранение ям и выбоин на дорогах, приведение в нормативное состояние дорожных знаков. Также через портал можно сообщить о незаконных изображениях или надписях на мемориальных объектах, стенах подземных и надземных переходов, мостах, в тоннелях, на фонтанах, зданиях, столбах, остановочных павильонах или дорожных знаках.

В январе 2024 года через портал поступила заявка о необходимости установить урны на придомовой территории по ул. Боровая, 30. Специалисты администрации провели проверку, факт отсутствия урн подтвердился. Вопрос оборудования урн собственники МКД должны были решить на общем собрании, направив решение в управляющую компанию. Администрация района направила в УК уведомление о принятии мер.

Это показывает, что поступающие жалобы решают.

Однако на поступающие жалобы и сообщения администрация реагирует примерно в течение недели, если смотреть по датам ответов на этом сервисе.

По мнению автора статьи, срок решения проблемы достаточно быстрый, особенно если учитывать, что согласно Федеральному закону от 2 мая 2006 года № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации», представители власти должны ответить в течение 30 дней со дня регистрации обращения.

Но некоторые жалобы требуют более быстрого решения, например быстрое убирание гололеда во избежание травм граждан.

Также работа портала не всегда прозрачна: в 2022 году глава Осинского городского округа Алексей Григорьев на совете глав муниципальных образований высказывал недовольство работой модераторов портала «Управляем вместе». Он утверждал, что модераторы просили «врать» о сроках реализации проектов.

Ситуация касалась берегоукрепления в Осе. Житель направил сообщение на портал ещё в июне 2020 года. Администрация муниципалитета дважды переносила срок решения проблемы, ссылаясь на поиск финансирования. В августе 2022 года в ответе на портале было указано, что капитальный ремонт запланирован на 2023–2024 годы, а статус сообщения администрация Осы обозначила как «проблема устранена», хотя работы ещё не начинались.

Министерство связи пояснило, что модераторы просили администрацию последовательно информировать жителя о ходе рассмотрения заявки, а не закрывать историю переписки лишь поданной заявкой без принятого по ней решения и обозначенных сроков работ.

Этот эпизод демонстрирует сложности в коммуникации и контроле за исполнением обязательств.

Другой пример использования интернет-платформ для решения городских проблем – использование социальных сетей для жалоб и сообщения о проблемах. Например, в социальной сети «ВКонтакте» много тематических сообществ про Пермские новости, пропажи вещей, мероприятия. Самыми крупными по количеству подписчиков являются «ПОДУСЛУШАНО ПЕРМЬ», «Реальный край | Пермь и Пермский край». На стене или в комментариях люди часто обращают внимание на какую-либо проблему, но так как большинство этих сообществ неофициальные, то они не доходят до управления.

В таких группах обычно сами комментаторы пытаются помочь решить проблему.

Также если пост становится популярным и о ситуации начинают говорить в других медиа, то тогда на него может обратить внимание администрация и проблему решат.

Но освещение проблемы в СМИ тоже не всегда может помочь. В январе 2026 года жители Перми пожаловались на отсутствие освещения на проспекте Парковом – от улицы Желябова до микрорайона Парковый. Проблема была озвучена в СМИ, но конкретных действий по её устранению в открытых источниках не упоминается.

С другой стороны, граждане могут обращаться в личные сообщения к официальной публичной странице края в соц. сетях со своими проблемами. В 2020 году на нее поступило более тысячи просьб устранить какую-либо проблему. Большинство запросов было оперативно выполнено.

Также для связи с властью граждане могут использовать личную страницу губернатора. Например, в марте 2021 года внучка сообщила губернатору Пермского края в соцсетях о том, что медики стационара по неясным причинам не принимают её бабушку – труженицу тыла с готовым пакетом документов (заключением врача, справками, результатами анализов). По поручению губернатора минздрав разобрался в ситуации, и пожилая женщина была госпитализирована.

Другой пример, в декабре женщина в Перми подписала соглашение о передаче земельного участка и дома в собственность муниципалитета. Выкуп объектов недвижимости под строительство дороги админи-

страция должна была осуществить в течение 60 дней, но деньги не поступили. После обращения к губернатору в соцсетях администрация Перми провела проверку, и средства были перечислены.

Это показывает, что при несправедливом обращении в какой-либо можно обратиться напрямую к главе края.

Но даже так проблему не всегда можно своевременно решить. В феврале 2026 года пермяки активно высказывались в комментариях на официальной странице губернатора Пермского края Дмитрия Махонина о плохой работе общественного транспорта. Жители жаловались на задержки рейсов, переполненные автобусы и невозможность дождаться нужный маршрут. В мэрии объясняли задержки снегом и дорожными заторами, но горожане приводили конкретные примеры сбоев в работе транспорта.

Некоторые ситуации сложнее и дольше решить, особенно если одним из ее источников является погода. Однако обращение напрямую всё еще остается одним из самых эффективных способов решения проблемы.

В ныне заблокированном приложении «TikTok» (нарушает российское законодательство) люди продолжают делиться позитивными и негативными новостями о городе, зная, что это не повлияет на ситуацию.

Достаточно ярким примером является сообщество автобусов, которое есть у каждого города. Его участники высмеивают различные ситуации, связанные с общественным транспортом, такие как опоздания, проезд мимо остановки, внутренние неисправности.

Здесь люди просто выливают негативные эмоции от своего опыта с помощью шуток и даже аниматиков с транспортом. Это не решает проблему с общественным транспортом, но помогает населению выговориться.

Таким образом, цифровые приложения не только помогают больше эффективному управлению городскими ресурсами, но и становятся важным инструментом для формирования активного гражданского общества.

По моему мнению, наиболее эффективные интернет-каналы для решения проблем оказались прямое обращение к губернатору через личные сообщения на его страницу, обращение в личные сообщения официальной группы администрации города и через портал «Управляем вместе».

Они открывают новые возможности для участия граждан в жизни города, что, в свою очередь, способствует более устойчивому и гармоничному развитию городской-среды.

Список источников

1. «Если тебя нет в соцсетях – тебя нет в повестке» // URL: https://www.newsko.ru/articles/nk-7051215.html (дата обращения: 16.03.2026).

2. «Настоящий коллапс»: пермяки негодуют в связи с плохой работой общественного транспорта // URL: https://dzen.ru/a/aZRuGrQyR0fE_aFR (дата обращения: 17.03.2026).

3. «Проблема – соцсети – решение». В Прикамье жители взаимодействуют с властями в онлайн-режиме // URL: https://www.perm.kp.ru/daily/27140/4232799/ (дата обращения: 16.03.2026).

4. В 2025 году через портал «Управляем вместе» в Пермском крае решили более 91 тыс. проблем // URL: https://dzen.ru/a/aWMZ5BD7VhuwPbcj (дата обращения: 17.03.2026).

5. В октябре жители Прикамья обратились за помощью к местным властям через соцсети более 3,7 тыс. раз // URL: https://permkrai.ru/news/v-oktyabre-zhiteli-prikamya-obratilis-za-pomoshchyu-k-mestnym-vlastyam-cherez-sotsseti-bolee-3-7-tys/ (дата обращения: 16.03.2026).

6. Жители Прикамья активно используют возможности социальных сетей для решения острых проблем // URL: https://perm.mk.ru/social/2021/03/25/zhiteli-prikamya-aktivno-ispolzuyut-vozmozhnosti-socialnykh-setey-dlya-resheniya-ostrykh-problem.html (дата обращения: 17.03.2026).

7. МОЙ ГОРОД – ПЕРМЬ! // URL: https://vk.com/vikiperm (дата обращения: 16.03.2026).

8. Пермяки пожаловались на отсутствие освещения на проспекте Парковом // URL: https://perm.aif.ru/incidents/permyaki-pozhalovalis-na-otsutstvie-osveshcheniya-na-prospekte-parkovom (дата обращения: 17.03.2026).

9. Руководство к действию. В Прикамье с помощью портала «Управляем вместе» уже решено 27 тысяч вопросов жителей в 2025 году // URL: https://mediakub.net/article/rukovodstvo-k-deystviyu-v-prikame-s-pomoshchyu-portala-upravlyaem-vmeste-uzhe-resheno-27-tysyach-voprosov-zhiteley-v-2025-godu (дата обращения: 17.03.2026).

10. Управляем вместе // URL: https://vmeste.permkrai.ru/ (дата обращения: 16.03.2026).

11. Федеральный закон «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» от 02.05.2006 N 59-ФЗ (последняя редакция) // URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_59999/ (дата обращения: 16.03.2026).

Брайт Ч. Д.
Финансово-экономический колледж
1 курс, специальность «Реклама»

КОНТРФОРМА В ДИЗАЙНЕ ЛОГОТИПОВ

Современный графический дизайн немыслим без глубокого понимания визуального восприятия и законов композиции [5]. Одним из ключевых, но часто недооценённых инструментов в арсенале дизайнера является контрформа – пространство, которое образуется между и внутри графических элементов. Особенно важную роль контрформа играет в дизайне логотипов, где каждая линия, каждый просвет и каждая форма работают на узнаваемость, выразительность и функциональность знака.

Логотип – это не просто декоративный элемент, а мощный стратегический инструмент брендинга, лицо компании и ключевой фактор узнаваемости, который передает ценности, миссию и характер её целевой аудитории, формируя эмоциональную связь и первое впечатление. Он служит уникальным визуальным идентификатором, отличает бренд от конкурентов и закрепляется в сознании потребителей. Он должен быть легко читаемым, масштабируемым, запоминающимся и универсальным для использования в различных средах: от визитной карточки до билборда и цифровых интерфейсов. В условиях такой высокой функциональной нагрузки контрформа становится мощным средством оптимизации визуального образа, позволяя создавать лаконичные, выразительные и интеллектуально насыщенные решения [7].

Цель данного исследования – рассмотреть понятие контрформы, её теоретические основы, историю применения в графическом дизайне и, в частности, в дизайне логотипов, а также проанализировать её практическое значение и влияние на восприятие визуальной идентичности бренда.

Понятие формы и контрформы

Для понимания сущности контрформы необходимо сначала обратиться к базовым понятиям формы и пространства в визуальном искусстве. Форма в графическом дизайне – это любой объект, обладающий очертаниями, размером и визуальной массой. Формы могут быть геометрическими, органическими, абстрактными, плоскими или объёмными [1; 2].

Контрформа (или негативное пространство) – это пространство, которое окружает форму или находится внутри неё. В типографике, на-

пример, контрформами являются внутренние просветы букв «О», «Р», «А», «В». В более широком смысле контрформа – это не просто «пустота», а активный элемент композиции, равноправный форме [8].

Визуальное восприятие устроено таким образом, что человеческий мозг склонен организовывать информацию в целостные образы, различая фигуру и фон. Этот принцип лежит в основе взаимодействия формы и контрформы. В удачных дизайнерских решениях контрформа не воспринимается как случайный побочный продукт, а становится осмысленной частью визуального сообщения.

Теоретические основы: гештальт-психология

Значительный вклад в понимание роли контрформы внесла гештальт-психология, сформировавшаяся в начале XX века. Согласно гештальт-теории, человек воспринимает визуальные объекты не как сумму отдельных элементов, а как целостные структуры. Одним из ключевых принципов является принцип «фигура–фон».

Фигура – это объект, на который направлено внимание зрителя, тогда как фон служит контекстом. Однако в ряде случаев фигура и фон могут меняться местами, создавая визуальную неоднозначность. Именно на этом эффекте часто строятся логотипы с активной контрформой.

Другие принципы гештальта, такие как замыкание, близость и сходство, также тесно связаны с контрформой. Например, принцип замыкания позволяет зрителю «достраивать» недостающие элементы формы, опираясь на контуры контрформы. Это активно используется в минималистичных логотипах, где форма намеренно упрощена [4].

Историческое развитие использования контрформы

Хотя сам термин «контрформа» получил широкое распространение сравнительно недавно, её использование можно проследить на протяжении всей истории визуального искусства. Уже в древних орнаментах и каллиграфии можно найти примеры осознанной работы с пустотой и просветами.

В восточной философии и искусстве, особенно в японской и китайской традиции, пустота рассматривалась как активное и значимое начало. Принцип «ма» в японской культуре обозначает осмысленное пространство между объектами, которое придаёт композиции ритм и гармонию. Эти идеи впоследствии оказали влияние и на западный дизайн.

В европейском искусстве активное использование негативного пространства стало особенно заметно в эпоху модернизма. Художники и дизайнеры Баухауза, такие как Ласло Мохой-Надь и Герберт Байер, уделяли большое внимание взаимодействию формы и пространства, стремясь к функциональной и визуальной чистоте.

С развитием графического дизайна и корпоративной идентичности в XX веке контрформа стала важным инструментом в создании логотипов, плакатов и типографических композиций.

Контрформа в типографике

Типографика является одной из областей, где роль контрформы особенно очевидна. Читаемость текста во многом зависит не только от формы букв, но и от внутреннего и внешнего пространства между ними/ Внутренние контрформы определяют характер шрифта: открытые или закрытые, округлые или угловатые [3; 6].

В логотипах, основанных на шрифтовых решениях, работа с контрформой становится критически важной. Неправильно сбалансированные просветы могут ухудшить читаемость, особенно при уменьшении логотипа. Напротив, грамотно выстроенная контрформа делает знак устойчивым и чётким в любом масштабе.

Известные дизайнеры шрифтов уделяют особое внимание именно негативному пространству, считая его «скелетом» шрифта. Как отмечал Ян Чихольд, белое пространство в типографике не менее важно, чем чёрные штрихи [9].

Контрформа как смыслообразующий элемент логотипа



Рисунок 1– Логотип FedEx

Одной из наиболее интересных функций контрформы в логотипах является её способность нести дополнительный смысл. В таких случаях негативное пространство используется для формирования скрытых образов или символов, которые не сразу заметны, но усиливают запоминаемость знака.

Классическим примером является логотип FedEx, в котором между буквами «E» и «x» образуется стрелка, символизирующая скорость и направление (Рисунок 1).



Рисунок 2 – Логотип Всемирного фонда дикой природы

Другой известный пример – логотип Всемирного фонда дикой природы (WWF), где благодаря контрасту формы и фона создаётся узнаваемый силуэт панды (Рисунок 2).

Подобные решения работают на уровне подсознательного восприятия. Зритель может не сразу осознать наличие скрытого элемента, но он всё равно влияет на общее впечатление от логотипа, создавая ощущение продуманности и интеллектуальной глубины [8].

Функциональные преимущества использования контрформы

Использование контрформы в дизайне логотипов даёт ряд практических преимуществ. Во-первых, это повышение читаемости и визуальной ясности. Логотипы с хорошо проработанным негативным пространством легче воспринимаются и быстрее распознаются.

Во-вторых, контрформа способствует упрощению формы без потери смысловой нагрузки. В условиях современного визуального шума минимализм становится всё более востребованным, а контрформа позволяет создавать выразительные образы с минимальным количеством элементов.

В-третьих, такие логотипы лучше адаптируются к различным носителям и форматам. Они одинаково хорошо работают как в цвете, так и в монохромном исполнении, в печати и на экране.

Контрформа и брендинг

В контексте брендинга контрформа может рассматриваться как инструмент построения уникального визуального языка. Бренд, использующий продуманные решения с негативным пространством, часто воспринимается как более современный, интеллектуальный и профессиональный.

Кроме того, контрформа может отражать ценности бренда: открытость, прозрачность, динамичность или, наоборот, надёжность и устойчивость. Всё это достигается за счёт тонкой работы с пропорциями, ритмом и взаимодействием формы и фона.

Важно отметить, что использование контрформы требует высокого уровня дизайнерского мастерства. Ошибки в работе с негативным пространством могут привести к визуальной путанице или двусмысленности, особенно в межкультурном контексте.

В рамках моего исследования я создала брендбук для компании Cup by Cup[1], используя принципы контрформы как основополагающий элемент визуальной идентичности. Контрформа в данном проекте выступала не как вторичный приём, а как ключевая концептуальная основа, определявшая логику построения логотипа, графических паттернов, типографики и композиционных решений.

Выбор контрформы был обусловлен философией бренда Cup by Cup, ориентированной на осознанное потребление, внимание к процессу и ценность паузы. Визуальный язык бренда транслирует идею замедления и концентрации через минималистичные формы, в которых значимую роль играет пространство между элементами. Таким образом, негативное пространство становится носителем смысла, а не просто фоном.

В разработанном брендбуке контрформа реализуется на нескольких уровнях: в логотипе чашка формируется за счёт выреза внутри основной формы; в паттернах ритм создаётся благодаря повторению и паузам между элементами; в типографике акцент сделан на внутренние просветы букв и увеличенное воздушное пространство. Такой подход позволяет выстроить целостную и узнаваемую визуальную систему, устойчивую к масштабированию и адаптации под различные носители.

Результатом исследования стало формирование визуальной идентичности, в которой форма и пустота находятся в равновесии, а каждый элемент подчинён общей идее бренда. Использование контрформы позволило подчеркнуть характер Cup by Cup как современного, интеллектуального и тактильного бренда, ориентированного не на визуальный шум, а на точность и смысл.

Заключение

Контрформа в дизайне логотипов – это не второстепенный элемент, а полноценный инструмент визуального мышления. Она влияет на читаемость, выразительность, смысловую насыщенность и функцио-

[1] Cup by Cup – это пермская компания и сеть кофеен, которая развивает кофейную культуру и собственное обжарочное производство с 2012 года.

нальность логотипа. Грамотная работа с негативным пространством позволяет создавать лаконичные, запоминающиеся и интеллектуально выверенные визуальные решения.

Понимание роли контрформы требует от дизайнера не только технических навыков, но и развитого визуального восприятия, знания психологии и истории дизайна. В условиях растущей конкуренции и визуального перенасыщения именно такие тонкие и продуманные приёмы становятся ключом к созданию сильной и устойчивой визуальной идентичности бренда.

Таким образом, контрформа является одним из фундаментальных понятий в дизайне логотипов и заслуживает пристального внимания как со стороны начинающих дизайнеров, так и со стороны профессионалов, стремящихся к осознанному и качественному визуальному языку.

Список источников

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие М. : Прогресс, 1984.
2. Иттен И. Искусство формы. М. : Изд-во Д. Аронов, 2001.
3. Лаптон Э. Шрифтовое мышление. М. : Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2023.
4. Психология форм в логотипе: круги, квадраты, треугольники // Энциклопедия брендинга. URL: https://gromovbranding.ru/enciklopediya/aydentika/psikhologiya-form-v-logotipe-krugi-kvadraty-treugolniki (дата обращения: 10.03.2026).
5. Рэнд П. Искусство дизайнера. М. : Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2023.
6. Самара Т. Создавая и ломая сетку. Мастерская графического дизайна М. : РИП-холдинг, 2005.
7. Хеллер С. Дизайн логотипов. Практическое руководство. М. : РИП-холдинг, 2015.
8. Цехмистерова Д. Контрформа в графическом дизайне: как пустота стала главным героем // HSEdesign.ru. URL: https://lms.hsedesign.com/project/aa94b5b989a9425b9a2dd5fade64417d (дата обращения: 10.03.2026).
9. Чихольд Я. Новая типографика. М. : Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2011.

Ермакова А. А.
Коми-Пермяцкий профессионально-педагогический колледж
ордена «Знак Почета»
3 курс, профессия «Повар, кондитер»
Научный руководитель: преподаватель И. С. Баяндина

МЕЖДУ МИРОМ И РОДИНОЙ: МОЛОДЁЖЬ ВЫБИРАЕТ БУДУЩЕЕ ЧЕРЕЗ НАЦИОНАЛЬНУЮ КУХНЮ

Современная российская молодёжь живёт в условиях стремительно меняющегося мира, где границы стираются, а информация распространяется мгновенно. Этот процесс оказывает значительное влияние на формирование культурных предпочтений и ценностных ориентиров нового поколения россиян. Они активно потребляют продукты массовой культуры, такие как фильмы, музыка, одежда. Одной из важных сфер проявления влияния глобализации стала сфера питания, которая традиционно отражает глубокую связь поколений и сохраняет уникальный национальный характер.

В этой статье мы рассмотрим, каким образом русская национальная кухня воспринимается молодыми людьми в XXI веке, какую роль играет этот аспект в формировании самосознания современного россиянина и какое влияние оказывают мировые гастрономические тренды на отношение молодёжи к традиционным блюдам и способам приготовления пищи.

Русская кухня обладает богатой историей и разнообразием региональных особенностей. От сибирских деликатесов до южнорусских специалитетов – каждая территория нашей огромной страны имеет свою уникальную палитру вкуса и аромата. Сегодняшняя молодёжь всё чаще оказывается перед выбором: следовать международным гастрономическим стандартам или сохранять верность отечественным рецептам?

Например, такое известное блюдо, как щи, долгое время считалось символом российского стола. Оно передавалось из поколения в поколение вместе с семейными историями и легендами. Однако в последние десятилетия многие российские подростки стали предпочитать иностранные блюда, такие как пицца или суши, считая их более удобными и быстрыми. И хотя доступность зарубежных продуктов существенно выросла, стремление к сохранению корней и пониманию исторического значения родного стола постепенно возвращается.

Одним из ярких примеров возвращения интереса к отечественной кухне стало появление ресторанов, предлагающих обновлённую версию классических русских блюд. Повара создают новые комбинации знакомых вкусов, используют древние рецепты и редкие продукты, сохраняя при этом их аутентичность. Такие заведения привлекают внимание молодёжи, которая стремится испытать новое, но одновременно почувствовать связь с прошлым.

Сегодня молодые люди – *представители поколения Z* (родившиеся после 1996 года) отличаются высокой степенью мобильности и открытостью к новым впечатлениям. Они путешествуют по миру, пробуют разные кухни и впитывают чужеземные кулинарные традиции. Но параллельно этому процессу растёт интерес к своим корням, к аутентичным местным рецептам и уникальным вкусам, присущим региону проживания.

Один из любопытных феноменов последних лет – рост популярности блогеров, снимающих ролики о приготовлении российских блюд. Юные кулинары демонстрируют, как легко и вкусно можно приготовить блины, котлеты, борщ или варенье. Эти видеоблогеры показывают простым языком и наглядным примером, что национальная кухня может быть доступной и привлекательной даже для занятых городских жителей.

Кроме того, появляются проекты, объединяющие современную городскую жизнь и традиции. Так, в разных уголках России проводятся тематические мероприятия, посвящённые региональной кухне. Подобные события помогают молодым людям ощутить принадлежность к своему народу, расширить знания о национальном наследии и поддержать любовь к родине.

Важную роль в выборе молодёжной аудитории играют международные гастрономические тенденции. Россия входит в мировую сеть обмена кулинарными идеями, становясь участником глобального рынка продуктов и идей. Несмотря на это, остаётся необходимость находить баланс между заимствованиями и сохранением собственных традиций.

Так, крупные города России переняли западные практики вроде street food и быстрого обслуживания, однако именно здесь рождаются собственные версии подобной еды. Яркий пример – московские рестораны, предлагая концепцию национальной уличной еды («пирожки», «блины»), успешно конкурируют с иностранными аналогами.

Тем не менее, именно сочетание традиций и инновационных подходов привлекает внимание новой волны ресторанных посетителей. Благодаря использованию свежих продуктов местного производства,

возрождению забытых блюд и применению новейших технологических решений российские повара предлагают гостям уникальный гастрономический опыт, позволяющий почувствовать дух нации.

Понимая, насколько важна русская кухня для сохранения идентичности, многие образовательные учреждения начали включать изучение отечественных кулинарных традиций в учебные программы. Специальные курсы, мастер-классы и конкурсы готовят специалистов, умеющих творчески интерпретировать классические рецепты и привлекать новую аудиторию.

Кроме того, крупнейшие корпорации пищевой промышленности внедряют экологичные методы выращивания продуктов, возрождают исконные сорта растений и животных, поддерживая тем самым идею возврата к истокам. Всё это создаёт благоприятные условия для дальнейшего развития интереса к собственной национальной кухне.

Подводя итог, можно сказать, что сегодняшнее молодое поколение россиян переживает важный этап осмысления своего места в мире. Национальная кухня выступает одним из инструментов самоидентификации, позволяя чувствовать себя частью большого целого. Именно она даёт возможность передать ценности, накопленные веками, будущим поколениям и построить крепкое общество, основанное на уважении к собственным корням и любви к Родине.

Список источников

1. Зобнин Ю. В. Национальная кухня как фактор культурной идентификации молодежи // Молодежь и культура: опыт прошлого и взгляд в будущее : сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции / отв. ред. А. А. Красильников. Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2018. С. 112–119.

2. Козлова О. В. Образовательные проекты по развитию интереса молодежи к национальной кухне // Педагогическое образование в России. 2021. № 6. С. 103–110.

3. Петрова Е. И., Ястребова О. Б. Социальные практики современной молодежи в контексте этнокультурного развития региона // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. 2020. № 2. С. 35–46.

4. Шелухина Т. Н. Этнокулинарные предпочтения студентов как индикатор социокультурной адаптации молодежи // Науковедение. 2021. Том 13, № 2. С. 35–46.

Москотин И. А.
Пермский гуманитарно-технологический колледж
3 курс, специальность «Реклама»
Научный руководитель: преподаватель кафедры дизайна
В. И. Гисматуллин

НОВОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК ИНСТРУМЕНТ МАНИПУЛЯЦИИ АУДИТОРЕЙ

За последние два десятилетия социальные сети стали одним из ключевых источников новостей. Миллионы пользователей получают информацию не из традиционных средств массовой информации, а из новостных лент социальных платформ. Такой формат потребления информации значительно ускоряет распространение новостей, но одновременно делает аудиторию более уязвимой к манипуляциям.

Особенность социальных сетей заключается в том, что любой пользователь может распространять информацию независимо от её достоверности. В отличие от традиционных СМИ, где информация проходит редакционную проверку, в социальных сетях публикации распространяются практически мгновенно. В результате пользователи часто сталкиваются с недостоверными или искажёнными новостями.

По моему мнению, проблема заключается не только в существовании фейковых новостей, но и в том, что сами механизмы социальных сетей способствуют манипуляции аудиторией. Алгоритмы рекомендаций, показатели популярности и эмоциональная подача информации формируют у пользователей определённую картину реальности.

Цель данной статьи – это ознакомление с основными механизмами манипуляции через новости в социальных сетях и анализ конкретных примеров такого воздействия.

Социальные сети постепенно вытеснили традиционные медиа как источник новостей для значительной части аудитории. Согласно исследованию «Reuters Institute», более половины пользователей интернета получают новости через социальные сети.

Одной из причин популярности социальных платформ является удобство. Пользователь получает новости в той же среде, где общается с друзьями и потребляет развлекательный контент. Однако такая модель приводит к смешению информационных потоков: серьёзные новости соседствуют с мемами, рекламой и личными публикациями.

Другой важной особенностью является алгоритмическая фильтрация информации. Социальные сети используют алгоритмы, которые формируют новостную ленту на основе интересов пользователя. С одной стороны, это повышает релевантность контента, но с другой, создаёт ситуации, при которой пользователь видит в основном только ту информацию, которая совпадает с его взглядами.

В результате пользователь чаще сталкивается с информацией, подтверждающей его взгляды, и реже с альтернативным мнением.

По моему мнению, именно эта особенность социальных сетей делает их особенно эффективным инструментом манипуляции. Если человек постоянно видит новости, соответствующие его убеждениям, он начинает воспринимать их как объективную реальность.

Одним из наиболее распространённых способов манипуляции является распространение фейковых новостей. Такие сообщения могут содержать полностью ложную информацию или намеренно искажённые факты.

Исследование Массачусетского технологического института показало, что ложные новости распространяются в социальных сетях быстрее и шире, чем достоверные. Особенно быстро распространяется информация, вызывающая сильные эмоции: страх, возмущение или удивление.

В пример можно привести, как во время пандемии COVID-19 в социальных сетях активно распространялась ложная информация о происхождении вируса, способах лечения и мерах профилактики.

В различных социальных сетях распространялись сообщения о том, что употребление чеснока или алкоголя может защитить от коронавируса. Всемирная организация здравоохранения официально опровергла эти утверждения, указав, что они не имеют научного подтверждения.

Несмотря на опровержения, подобные сообщения продолжали распространяться, поскольку они вызывали сильный эмоциональный отклик и активно репостились пользователями.

Данный пример хорошо показывает, что фейковые новости могут оказывать реальное влияние на поведение людей.

Другим важным инструментом манипуляции являются боты – автоматизированные аккаунты, которые имитируют активность реальных пользователей.

Боты могут массово распространять определённые сообщения, увеличивать количество лайков и репостов, а также участвовать в дискуссиях. Это создаёт иллюзию общественной поддержки определённой точки зрения.

Например, исследование Университета Южной Калифорнии показало, что во время президентских выборов в США 2016 года значительная часть политического контента в социальной сети «Twitter» распространялась автоматизированными аккаунтами.

По оценкам исследователей, боты публиковали миллионы сообщений, поддерживающих определённых кандидатов и распространяющих политическую пропаганду.

Этот пример демонстрирует, что социальные сети могут использоваться для масштабных информационных кампаний, направленных на формирование общественного мнения.

Важную роль в распространении новостей играет форма подачи информации. Многие публикации используют так называемые кликбейт-заголовки – формулировки, специально созданные для привлечения внимания.

Такие заголовки часто преувеличивают значение события или создают интригу, заставляя пользователя открыть публикацию.

Исследование Оксфордского института интернета показало, что эмоционально окрашенные и сенсационные заголовки значительно увеличивают вероятность распространения новости в социальных сетях.

Например, заголовок «Учёные сделали неожиданное открытие» может не содержать конкретной информации, но вызывает у пользователя любопытство и желание перейти по ссылке.

По моему мнению, проблема заключается в том, что пользователи часто читают только заголовки и формируют мнение о событии, не знакомясь с полным текстом.

Социальные сети активно используют показатели вовлечённости – лайки, комментарии и репосты. Эти метрики создают впечатление популярности контента.

Психологические исследования показывают, что люди склонны доверять информации, которая уже получила поддержку других пользователей.

В одном из экспериментов исследователи показали пользователям новостные публикации с разным количеством лайков. Результаты показали, что публикации с большим количеством лайков воспринимались как более достоверные, даже если они содержали недостоверную информацию.

Этот эффект называется «социальным доказательством» – люди склонны ориентироваться на поведение других при оценке информации.

Манипулятивные новости могут существенно влиять на общественное мнение и поведение пользователей.

Одним из последствий является усиление поляризации общества. Когда пользователи получают информацию только из определённых источников, они начинают воспринимать альтернативные точки зрения как недостоверные или враждебные.

Исследования показывают, что социальные сети активно используются для распространения политической пропаганды и дезинформации.

Например, анализ публикаций в социальной сети «Facebook» во время различных политических кампаний показал, что пользователи часто сталкиваются с недостоверными новостями, распространяемыми через страницы и группы с большим количеством подписчиков.

Такие публикации могут формировать негативное отношение к политическим оппонентам или усиливать существующие социальные конфликты.

Именно эмоциональная реакция делает такие новости особенно эффективными. Люди чаще делятся информацией, которая вызывает сильные чувства.

Алгоритмы социальных сетей играют важную роль в том, какие новости видит пользователь. Они анализируют поведение аудитории – лайки, комментарии, просмотры и репосты, на основе этих данных формируют персонализированную новостную ленту.

С одной стороны, такая система позволяет показывать пользователю контент, который соответствует его интересам. Однако, с другой стороны, алгоритмы часто продвигают публикации, вызывающие сильную эмоциональную реакцию. Такие новости получают больше взаимодействий и поэтому распространяются быстрее.

Кроме того, алгоритмы могут создавать так называемые «информационные пузыри». Это ситуация, когда пользователь в основном видит информацию, которая соответствует его взглядам, а альтернативные точки зрения практически не появляются в его ленте. В результате человек получает ограниченную картину происходящих событий.

По моему мнению, алгоритмы социальных сетей не только распространяют новости, но и в определённой степени формируют информационную повестку для пользователей.

Существует несколько способов уменьшить влияние манипулятивных новостей.

Прежде всего, важную роль играет медиаграмотность. Пользователи должны уметь проверять источники информации, анализировать новости и отличать факты от мнений.

Также необходимо развивать системы фактчекинга. Многие медиаорганизации и независимые проекты занимаются проверкой достоверности новостей и публикацией опровержений.

Социальные сети также начали внедрять механизмы борьбы с дезинформацией. Например, некоторые платформы помечают публикации, содержащие недостоверную информацию, или ограничивают распространение фейковых новостей.

По моему мнению, полностью устранить манипуляции невозможно. Социальные сети являются открытой информационной средой, и любые технологии могут использоваться как для распространения достоверной информации, так и для манипуляции.

Социальные сети стали важнейшим каналом распространения новостей и значительно изменили структуру информационного пространства.

Однако особенности социальных платформ – высокая скорость распространения информации, алгоритмическая фильтрация контента и система социальных метрик – делают их эффективным инструментом манипуляции аудиторией.

Фейковые новости, боты, манипулятивные заголовки и эффект социального доказательства могут формировать у пользователей искажённое представление о реальности.

На мой взгляд, главной проблемой является не только существование манипуляций, но и недостаточная критичность аудитории. Многие пользователи распространяют информацию, не проверяя её достоверность.

Поэтому развитие медиаграмотности и критического мышления становится необходимым условием для сохранения устойчивости современного информационного общества.

Список источников

1. Влияние показателей вовлечённости на восприимчивость к дезинформации // Cornell University URL: https://arxiv.org/abs/2005.04682 (дата обращения: 11.03.2026).

2. Институт изучения журналистики Reuters. Digital News Report 2023. // digitalnewsreport URL: https://www.digitalnewsreport.org/ (дата обращения: 11.03.2026).

3. Мифы и факты о COVID-19 // Mythbusters URL: https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters (дата обращения: 11.03.2026).

4. Паризер Э. Фильтр-пузырь: что интернет скрывает от вас. Нью-Йорк: Penguin Press, 2011. // penguinrandomhouse URL: https://www.penguinrandomhouse.com/books/30714/the-filter-bubble-by-eli-pariser/ (дата обращения: 11.03.2026).

5. Проект исследования вычислительной пропаганды // Oxford internet institute URL: https://comprop.oii.ox.ac.uk/ (дата обращения: 11.03.2026).

6. Распространение правдивых и ложных новостей в интернете // science URL: https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9559 (дата обращения: 11.03.2026).

7. Рост использования социальных ботов // Communication of the ACM URL: https://cacm.acm.org/research/the-rise-of-social-bots/ (дата обращения: 11.03.2026).

8. Социальные сети и фейковые новости на выборах 2016 года // American Economic Association URL: https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211 (дата обращения: 11.03.2026).

9. Фильтр-пузырь: что интернет скрывает от вас // Penguin Press URL: https://www.penguinrandomhouse.com/books/30714/the-filter-bubble-by-eli-pariser/ (дата обращения: 11.03.2026).

Семёнова В. В.
Кунгурский колледж агротехнологий и управления
2 курс, специальность «Правоохранительная деятельность»
Научный руководитель: преподаватель Л. А. Домрачева

МЕНТАЛЬНОЕ ЗДОРОВЬЕ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ ДЛЯ САМОРАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Постановка проблемы: Цифровая среда стала нашей повседневностью, но её влияние на психику двойственно. С одной стороны, она порождает стресс, тревожность и усталость от перегрузки информацией. С другой – предлагает инструменты для развития осознанности и самопознания. Важно понять, как превратить цифровое пространство из источника проблем в ресурс для личностного роста, особенно для поколения, живущего в условиях стирания границ между онлайн и офлайн.

Степень изученности проблемы в современной науке: Влияние цифровых технологий на психику исследуется в рамках цифровой и киберпсихологии. Классические работы (Ш. Тёркл, Н. Карр) рассматривают изменения в общении и мышлении. Современные исследования (Дж. Твенге) подтверждают связь активного использования гаджетов с ростом тревожности у молодёжи. Параллельно развивается направление «позитивной цифровой психологии» (G. Montag, J. D. Elhai), изучающее технологии как инструмент для благополучия. Однако комплексный анализ, объединяющий риски и возможности цифровой среды для саморазвития студентов, представлен недостаточно.

Цель: Исследовать, как цифровое пространство одновременно вредит и помогает ментальному здоровью и личностному росту современного студента.

Задачи:

1. Систематизировать основные психологические риски цифровой среды для ментального здоровья молодёжи.

2. Выявить и классифицировать цифровые инструменты и практики, способствующие психологическому благополучию и саморазвитию.

3. Обосновать и структурировать ключевые принципы «цифровой диеты» (по Д. Сибергу).

Объект: саморазвитие личности в цифровую эпоху

Предмет: психологические риски и ресурсы цифровой среды для ментального здоровья и личностного роста студентов

Анализ психологических рисков цифровой среды.

Люди, живущие на рубеже XX–XXI вв., стали свидетелями уникального исторического процесса – информационной революции. Возрастающие объемы производимой и потребляемой информации также приводят к возникновению так называемого информационного шума и мусора, который создают уже не только люди, но и боты. В этой связи у ребенка с раннего детства должны формироваться навыки критического мышления и цифровой грамотности, которые позволяют отфильтровывать информацию из этого непрерывного потока.

Проблемное использование социальных медиа определяется как модель поведения, характеризующаяся симптомами зависимости. К таким симптомам относится неспособность контролировать использование социальных медиа, абстинентный синдром при прекращении их использования, отказ от других занятий в пользу социальных медиа и негативные последствия их чрезмерного использования для повседневной жизни. Рост проблемного использования социальных медиа среди подростков вызывает серьезную обеспокоенность по поводу его потенциальных последствий для молодых людей. По данным проведенных ранее исследований, проблемное использование социальных медиа сопровождается снижением психологического и социального благополучия и более высокими показателями употребления психоактивных веществ по сравнению с людьми, которые ответственно пользуются социальными медиа или же не используют их в принципе. Эта тенденция способна привести к далеко идущим последствиям для развития подростков и их здоровья в долгосрочной перспективе. Более того, проблемное использование социальных медиа ассоциирует со снижением продолжительности сна и более поздним отходом ко сну, что может влиять на общее состояние здоровья подростков и их академическую успеваемость.

Систематизируя основные психологические риски цифровой среды для ментального здоровья молодёжи можно сделать вывод, что необходимо принять меры по профилактике проблемного использования социальных медиа, они должны соответствовать возрасту целевых групп, на которые направлены, и учитывать гендерные аспекты и культурные особенности. Они прежде всего должны помогать молодым людям повысить уровень цифровой грамотности, пропагандировать здоровое поведение в интернете и обеспечивать поддержку для тех, кому угрожает риск формирования проблемного поведения в отношении социальных медиа.

Классификация цифровых ресурсов для саморазвития.

Цифровые ресурсы для саморазвития. В противовес рискам, цифровая среда предлагает мощные инструменты:

– **Для проведения видеоконференций и уроков онлайн**: Zoom, Skype, Proficonf, Google hangouts, Join.me, Discord.

– **Для создания презентаций:** PowToon, iSpring Suite Prezi, Mentimeter, Google Презентации, Visme.

– **Для обработки изображений:** Photoshop Express, Pixlr, Google Plus Фоторедактор, Photopea, Fotor, Редактор Онлайн.ру.

– **Для монтажа видео:** Animoto, Magisto, Online Video Cutter, YouTube Editor, Live2Film, Movavi.

– **Для создания интерактивного видео:** Learnis, Vizia, PlayPosit, EdPuzzle, H5P, Vibby.

– **Для создания интерактивного контента:** Thinglink, Formative, Genially, Liveworksheets, Dribbble, Wizer.me.

– **Для создания тестов и викторин:** Quizlet, LearningApps, Quizmaker, Google Forms, Мастер-тест, Kahoot!

– **Для создания инфографики:** Canva, Crello, Piktochart, Infogram, Easelly, Freepik.

– **Для создания диаграмм:** Gliffy, Visio Online, Draw.io, Grapholite, Google Drawings, SmartDraw.

– **Для совместной работы:** Miro, Padlet, Kami, Google Документы, Google Jamboard, Trello.

Эти инструменты позволяют обучаться в собственном темпе, структурировать информацию, визуализировать идеи и прокачивать навыки свои навыки.

Вывод по второй задаче: Таким образом, критический анализ существующих цифровых инструментов показывает, что их роль принципиально меняется в зависимости от характера использования. Пассивное, реактивное потребление контента превращает технологическую среду в источник стресса и фрагментации внимания. Однако при сознательном, целенаправленном и избирательном подходе те же самые технологии становятся мощным каналом для целенаправленного саморазвития. Через специализированные приложения и платформы можно систематически развивать эмоциональный интеллект и навыки саморегуляции, осваивать новые профессиональные компетенции, а также находить или создавать сообщества единомышленников, обеспечивающие социальную поддержку и обмен опытом. Следовательно, потенциал цифровых технологий как ресурса для личностного роста раскрывается не автоматически,

а только в результате сформированной у пользователя осознанной стратегии взаимодействия с цифровой средой.

Принципы «цифровой диеты» как стратегия саморегуляции.

Цифровая гигиена – это набор ежедневных привычек, которые помогают безопасно, комфортно и осознанно пользоваться гаджетами, интернетом и информацией. Она работает как профилактика: формирует навыки, которые защищают не только данные, но и психическое здоровье, концентрацию, сон и эмоциональное состояние. Современная цифровая среда влияет на эмоции не меньше, чем реальные события вокруг. Сообщения, уведомления, соцсети, игры, видео – все это создает непрерывный поток стимулов, с которым сложно справиться и взрослым, и детям.

Принципы цифровой гигиены по методу Д. Сиберга

Американский психолог Д. Сиберг предлагает системный подход – цифровую диету, состоящую из четырех этапов.

1. Оценка: Осознать, как технологии влияют на жизнь (здоровье, финансы, общение). Попробовать провести день без гаджетов, чтобы почувствовать разницу.

2. Перезагрузка: Определить самые проблемные цифровые привычки и сознательно сократить их. Задавать себе вопрос «Зачем я сейчас это делаю?» перед тем, как взять телефон. Чаще выбирать офлайн-альтернативы: бумажные записи, прогулки, живое общение.

3. Подключение: Осознанно вернуть в жизнь только полезные и необходимые технологии. Заменять переписку на встречи, критически оценивать необходимость новых устройств.

4. Оживление: Постоянно совершенствовать свою «диету», выбирая качество цифрового взаимодействия, а не количество.

Вывод по третьей задаче: Таким образом, метод Д. Сиберга предлагает конкретный путь к осознанному взаимодействию с технологиями: от признания проблемы и «детокса» до выбора только полезных инструментов. Ключевой принцип – перейти от количества к качеству цифрового потребления, сделав технологии управляемым инструментом для реальной жизни, а не её заменой.

Общее заключение: Цифровая среда создаёт как риски для ментального здоровья, так и возможности для роста. Новизна работы – в объединении этих двух аспектов в концепцию осознанного саморазвития. Практически это означает необходимость развивать у студентов цифровую зрелость – навык управления технологиями, а не зависимости от них. Это ключевая компетенция для успеха и благополучия в современном мире.

Список источников

1. Для чего нужна цифровая диета? URL: https://www.b17.ru/article/399991/ (дата обращения: 02.02.2026)

2. Полезные образовательные ресурсы, или Как пережить цифровизацию? | Блог 4brain URL: https://4brain.ru/blog/poleznye-obrazovatelnye-resursy-ili-kak-perezhit-cifrovizaciyu/ (дата обращения: 02.02.2026)

3. «Риски в цифровой среде»: фрагмент учебно-методического пособия // Психологическая газета. URL: https://psy.su/feed/12901/ (дата обращения: 02.02.2026)

4. Цифровая гигиена: как сохранить психологическое здоровье в online-среде. URL: https://ukids.ru/blog/poleznaya-informaciya/chto-takoe-czifrovaya-gigiena-i-zachem-ona-nuzhna-detyam-i-vzroslym/ (дата обращения: 02.02.2026)

5. Электронные устройства и психическое здоровье подростков. URL: https://www.who.int/europe/ru/news/item/25-09-2024-teens--screens-and-mental-health (дата обращения: 02.02.2026)

Шипицин Д. Е.
Коми-Пермяцкий профессионально-педагогический
колледж ордена «Знак Почета»
Научный руководитель: И. С. Баяндина

КУХНЯ РОДНОГО КРАЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ СТАНОВЛЕНИИ БУДУЩЕГО ПОВАРА, КОНДИТЕРА (НА ПРИМЕРЕ КОМИ-ПЕРМЯЦКОЙ КУХНИ)

Профессиональное становление студентов кулинарных специальностей неразрывно связано с изучением традиций национальной кухни своего региона. Каждый регион России обладает уникальной гастрономической культурой, отражающей историю, обычаи и природные условия местности. Именно знакомство с кухней родного края способствует формированию профессиональной компетентности будущих кулинаров, развивает вкусовые предпочтения и творческие способности.

На северо-западе Пермского края, там, где сливаются реки Кува и Иньва, стоит небольшой город Кудымкар – центр исторического, культурного наследия и традиций коми-пермяцкого народа.

Важную роль в сохранении идентичности коми-пермяков играет национальная кухня. Традиционные рецепты передаются из поколения в поколение как ценное наследие, хранящее историю территории.

Кухня коми-пермяков формировалась под влиянием сурового климата и богатой природы региона. Основные продукты – это дары леса и рек: грибы, ягоды, рыба, дичь. Широко используются в традиционной коми-пермяцкой кухне и крупы (перловка, овес), мука, картофель, репа, молочные продукты. Коми-пермяцкая кухня формируется по принципу сезонности, в зависимости от того, что произрастает на территории. Например, весной собирают пистики и пиканы, а летом – ягоды и грибы.

Традиционные коми-пермяцкие блюда отличаются простотой приготовления и сытностью. Они подходят для ежедневного рациона питания.

Одно из известных блюд – пельняни. Пельнянь в переводе с коми-пермяцкого языка означает «хлебное ухо». Это «ушки» из теста с грибной, овощной или мясной начинкой. Среди лидеров по востребованности также посикунчики, рыбный пирог – черинянь, шаньга картофельная и крупяная, каша из пистиков, паренка (густая фруктовая или ягодная масса, приготовленная в печи), юква (коми-пермяцкая уха из разных видов рыб) и юрма (суп из дичи и рыбы).

Специфические способы приготовления пищи включают томление в печи и варку. В основном блюда преобладают вареные, тушеные и печеные в русских печках. Практически отсутствуют жареные блюда. Говоря об особенностях, стоит сказать, что не используются никакие специи кроме самых основных: соли, сахара, иногда перца и дикорастущие травы.

Коми-пермяцкая кухня – это вкус северной природы. Простой, но питательный.

Кроме того, по мнению владельцев заведений, специализирующихся на приготовлении национальных блюд, популярность коми-пермяцкой кухни напрямую связана с развитием внутреннего туризма, который в последние годы набирает обороты.

Знание кулинарного наследия своего региона является важной частью культурного воспитания студентов. Это помогает формировать уважение к национальной кухне, сохранять культурные традиции и укреплять связь с родиной. Вот основные причины, почему студентам важно изучать кулинарное наследие родного края:

Формирование патриотизма и гордости за родину.

Изучение традиционных рецептов и способов приготовления пищи позволяет лучше понимать историю и культуру своей местности. Студенты начинают осознавать значимость местных продуктов и технологий, что способствует развитию чувства принадлежности и уважения к своему региону и способствует сохранению аутентичности блюд.

Развитие профессиональных компетенций.

Для будущих специалистов в области общественного питания знание региональной кухни становится неотъемлемой частью подготовки. В процессе обучения они осваивают не только современные технологии, но и традиционные рецепты, что делает их профессионализм более богатым и многогранным. Умение готовить местные блюда повышает конкурентоспособность на рынке труда и открывает возможности для карьерного роста.

Улучшение здоровья и качества жизни.

Традиционная кухня часто основана на натуральных продуктах и проверенных временем рецептах. Изучение этих рецептов помогает студентам научиться правильно питаться, выбирать качественные продукты и избегать вредных добавок.

Значение культурных традиций.

Национальные праздники и мероприятия позволяют будущим специалистам глубже погрузиться в культурные особенности своей родины. Участие в таких мероприятиях позволяет закрепить теоретические знания на практике, научиться работе в команде и адаптации рецептов под современные реалии ресторанного бизнеса.

Практическое применение полученных знаний.

Студентам предоставляется возможность реализовать полученные знания в реальных условиях работы ресторанов и кафе. Это способствует повышению уровня мастерства и конкурентоспособности выпускников на рынке труда. Регулярные стажировки и участие в профессиональных конкурсах способствуют закреплению практических навыков и выявляют талантливых молодых специалистов.

Возможность продвижения регионального бренда.

Студенты, обладающие глубокими знаниями о местной кухне, могут стать активными участниками процесса популяризации родного края. Они могут создавать туристические маршруты, организовывать гастрономические фестивали и мероприятия, способствующие привлечению туристов и развитию экономики региона.

Колледж г. Кудымкара активно внедряет изучение традиционной кухни в учебные программы. Проводит мастер-классы и профессиональные конкурсы по приготовлению национальных блюд. Изучая кулинарное наследие родного края, студенты получают уникальные знания и навыки, которые пригодятся им в будущей профессиональной деятельности.

Кроме того, понимание исторического и культурного контекста помогает студентам гордиться своим наследием и передавать его дальше, создавая новые шедевры, основанные на традициях. Это способствует развитию кулинарного искусства и укреплению связи между поколениями поваров.

Профессиональное наследие родного края становится для студента источником вдохновения, мотивации и гордости за свою профессию, помогая ему стать настоящим хранителем и продолжателем кулинарных традиций.

Список источников

1. Долдина А. Коми-пермяцкая кухня: 2-е изд. Кудымкар : Коми-Перм. кн. Изд-во, 1999. 512 с.

2. Пасько, О. В. Технология продукции общественного питания за рубежом : учебное пособие для среднего профессионального образования / О. В. Пасько, Н. В. Бураковская. М. : Издательство Юрайт, 2024. 179 с. (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-07847-3 // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: https://urait.ru/bcode/538642.

3. Похлебкин В. В. Национальные кухни наших народов. «Классики кулинарного искусства». М. : ЗАО Изд-во Центрполиграф, 2019. 639 с.

4. Сидорова Е. А. Профессиональное развитие кулинаров. Екатеринбург, 2020 г.

5. https://www.business-class.su/news/2025/07/04/pelnyani-pistiki-i-shangi-kakie-blyuda-stali-vizitnoi-kartochkoi-komi-permyackogo-okruga?ysclid=mgxt5h6y5j921373823

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. МОЛОДЕЖЬ В ПРОСТРАНСТВЕ ЗАКОНА И СПРАВЕДЛИВОСТИ..... 3

Бахарева С. А., Ярославская В. Д.

УКРАДЕННОЕ ДЕТСТВО: КАК КОРРУПЦИЯ ПРИ РАСПРЕДЕЛЕНИИ БЮДЖЕТА ЛИШАЕТ БУДУЩЕГО САМЫХ УЯЗВИМЫХ..... 3

Керносова В. В. Юнусова Д. Н.

СВОБОДА ТВОРЧЕСТВА И ЗАКОН: КОНФЛИКТ СТ. 44 КОНСТИТУЦИИ РФ И РЕАЛИЙ 2026 ГОДА..... 7

Ларионова А. Э.

НАРУШЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРАВ ЛИЦ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ УХОД ЗА ИНВАЛИДАМИ I ГРУППЫ И ГРАЖДАНАМИ СТАРШЕ 80 ЛЕТ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ..... 12

Нигматянова А. А.

ТРУДОВЫЕ ПРАВА МОЛОДЕЖИ: СТАЖИРОВКИ, ПЕРВЫЙ ТРУДОВОЙ ДОГОВОР, ЗАЩИТА ОТ НЕДОБРОСОВЕСТНЫХ РАБОТОДАТЕЛЕЙ..... 17

Сафиуллина Э. А.

ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ОНЛАЙН-ПОКУПКАХ..... 21

Черанёв Е. А.

ПРАВО НА КАЧЕСТВЕННОЕ ОЧНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В СИСТЕМЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ: ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ..... 24

Чертавских А. А.

ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ МОЛОДЕЖИ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ..... 31

Шкондин Р. М.

ЦИФРОВАЯ ИНКВИЗИЦИЯ: КАК НОВЫЙ ФЗ-281 СТАВИТ ВНЕ ЗАКОНА САМУ ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИВАТНОСТИ И СВОБОДНОГО ПОИСКА ИНФОРМАЦИИ В РОССИИ..... 36

СЕКЦИЯ 2. ЭКОНОМИКА ВОЗМОЖНОСТЕЙ: СТАРТАПЫ, КАРЬЕРА И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В ИССЛЕДОВАНИЯХ МОЛОДЕЖИ 40

Ворожцова О. А.

СТРАТЕГИИ ПРЕОДОЛЕНИЯ НИЗКОЙ МОТИВАЦИИ МОЛОДЫХ КАДРОВ ТЕХНИЧЕСКОЙ СФЕРЫ К ПОИСКУ РАБОТЫ 40

Ерпылева А. М.

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ОБЗОР И ОПЫТ ИНИЦИАТИВ ПЕРМСКОГО КРАЯ 49

Касьянов Д. А., Курочкин Д. Ю.

ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ МОЛОДЕЖИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И ПРАКТИЧЕСКИЕ РИСКИ 55

Мазунина П. А.

КАК НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ «ОБРАЗОВАНИЕ», В ГОРОДЕ СОЛИКАМСКЕ ОТКРЫВАЕТ ЭКОНОМИКУ ВОЗМОЖНОСТЕЙ 59

Политова Е. М.

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ TIKTOK НА ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ МОЛОДЕЖИ: ВОЗМОЖНОСТИ, РИСКИ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ 62

Рыбакова А. М.

ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ МОЛОДЕЖИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ: РЕГИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ БЮДЖЕТОМ, КРЕДИТОВАНИЯ И ИНВЕСТИРОВАНИЯ 68

Трушникова А. С.

ПОДДЕРЖКА МОЛОДЫХ СЕМЕЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 74

Устюгова В. Д.

ФИНАНСОВЫЙ СТАРТ МОЛОДОГО ПОКОЛЕНИЯ: БЮДЖЕТ, ИНВЕСТИЦИИ, КРЕДИТЫ – КАК РАЗОБРАТЬСЯ? 78

СЕКЦИЯ 3. ВЫЗОВЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ: ОТ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДО ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ 84

Карповский В. В.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В РЕКЛАМЕ И СТРИМИНГОВЫХ СЕРВИСАХ КАК ФАКТОР ИЗМЕНЕНИЯ РЫНКА ТВОРЧЕСКОГО ТРУДА 84

Матвеев К. А.

ОБУЧАЮЩАЯ СИСТЕМА ПО ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ДЛЯ КОЛЛЕДЖА: СОЗДАНИЕ ИНТЕРАКТИВНОГО ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЯ (БАЗОВАЯ ВЕРСИЯ) 94

Миличенко М. С.

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ЛИЧНОСТИ: КАК СТУДЕНТУ НЕ СТАТЬ ЖЕРТВОЙ КИБЕРУГРОЗ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ 98

Погудина О. С.

КАК ИИ МЕНЯЕТ ДИЗАЙН ОТ ИДЕЙ ДО РЕАЛИЗАЦИИ. ЭТИКА И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ 102

Семенова Е. М.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В РЕКЛАМЕ 109

Сторожев Е. А.

УПРАВЛЕНИЕ ЭТАПАМИ ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОЕКТИРОВАНИЯ КОМПЬЮТЕРНОЙ ИГРЫ В ЖАНРЕ ВИЗУАЛЬНАЯ НОВЕЛЛА (НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА «COLLEGE TIME STOP?») 113

Таиров С. А.

ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОЕКТИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ЛИЦЕНЗИРОВАНИЯ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ 117

Хорунжин М. Д.

ЭНЕРГИЯ, ХАОС И ДАННЫЕ: ПОЧЕМУ ФИЗИКА УПРАВЛЯЕТ МИРОМ ИНФОРМАЦИИ 122

СЕКЦИЯ 4. МОЛОДЕЖЬ И ОБЩЕСТВО. КУЛЬТУРНЫЕ ЛАНДШАФТЫ И ЦЕННОСТНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЁЖИ 126

Балуева П. А.

МЕМЫ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ВАЛЮТА ОБЩЕСТВА 126

Белоглазова А. В.

ОПЫТ РЕШЕНИЯ ГОРОДСКИХ ПРОБЛЕМ Г. ПЕРМИ НА DIGITAL-ПЛОЩАДКАХ 132

Брайт Ч. Д.

КОНТРФОРМА В ДИЗАЙНЕ ЛОГОТИПОВ 137

Ермакова А. А.

МЕЖДУ МИРОМ И РОДИНОЙ: МОЛОДЁЖЬ ВЫБИРАЕТ БУДУЩЕЕ ЧЕРЕЗ НАЦИОНАЛЬНУЮ КУХНЮ 143

Москотин И. А.

НОВОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК ИНСТРУМЕНТ МАНИПУЛЯЦИИ АУДИТОРЕЙ 146

Семёнова В. В.

МЕНТАЛЬНОЕ ЗДОРОВЬЕ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ ДЛЯ САМОРАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ 152

Шипицин Д. Е.

КУХНЯ РОДНОГО КРАЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ СТАНОВЛЕНИИ БУДУЩЕГО ПОВАРА, КОНДИТЕРА (НА ПРИМЕРЕ КОМИ-ПЕРМЯЦКОЙ КУХНИ) 157

МОЛОДЕЖЬ РОССИИ В ФОКУСЕ: ОТ ПРАВ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ К РЕАЛЬНЫМ ДЕЙСТВИЯМ

Материалы
Региональной научно-практической
конференции обучающихся
(Пермь, 19 марта 2026 г.)

Объем данных: 2,26 Мб
Подписано к использованию: 30.10.2026

АНО ВПО «ПСИ»; АНО ПО «ПГТК»
614002, Пермь, ул. Чернышевского, 28. Тел. (342) 214-31-61

Лицензия 90Л01 № 0010062 от 22.10.2020 г. выдана Федеральной службой по надзору в сфере образования и науки



Автономная некоммерческая организация высшего и профессионального образования

ПРИКАМСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ ПО НАПРАВЛЕНИЯМ ПОДГОТОВКИ (БАКАЛАВРИАТ):

- **Психология,**
- **Экономика,**
- **Менеджмент,**
- **Юриспруденция.**

ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ — **Очная, заочная, очно-заочная**

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ — Общеразвивающие программы для детей и взрослых.

ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ
ПЕРЕПОДГОТОВКА КАДРОВ — По всем реализуемым образовательным программам. Подробнее на сайте института.

ЮРИДИЧЕСКАЯ КЛИНИКА — Оказание бесплатной юридической помощи гражданам.

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ КЛИНИКА — Кризисный центр психологической помощи людям, попавшим в сложные жизненные ситуации.

e-mail: pkpsi@yandex.ru
сайт: www.psi.perm.ru

г. Пермь, ул. Чернышевского, 28
тел.: (342) 214 26 16

Автономная некоммерческая организация
профессионального образования

ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

Лицензия 59Л01 № 0004155 выдана 29.10.2018 г.
Министерством образования и науки Пермского края

Государственная аккредитация № 486 выдана 16.05.2019 г.
Министерством образования и науки Пермского края

Среднее профессиональное образование

Приём на базе 9 и 11 классов

Очная и заочная формы обучения

СПЕЦИАЛЬНОСТИ:

- ЮРИСПРУДЕНЦИЯ
- ПРАВООХРАНИТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
- ИНТЕГРАЦИЯ РЕШЕНИЙ С ПРИМЕНЕНИЕМ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА
- РАЗРАБОТКА И УПРАВЛЕНИЕ ПРОГРАММНЫМ ОБЕСПЕЧЕНИЕМ
- КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
- ЭКОНОМИКА И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ (по отраслям)
- ДИЗАЙН (по отраслям)
- РЕКЛАМА

г. Пермь,
ул. Чернышевского, 28
сайт: www.pgtk-perm.ru

Приёмная комиссия
тел.: (342) 214 26 16
e-mail: pkpsi@yandex.ru