Некоммерческое образовательное учреждение
«УЧЕБНО-НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ КОМПЛЕКС»
МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ КЫРГЫЗСТАНА

Сборник материалов и тезисов межвузовской научно-практической конференции студентов

ЦИФРОВОЙ УНИВЕРСИТЕТ В СТУДЕНЧЕСКОМ ИЗМЕРЕНИИ

4 марта 2025 года

БИШКЕК 2025

Некоммерческое образовательное учреждение
УЧЕБНО-НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ КОМПЛЕКС
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ КЫРГЫЗСТАНА»

Сборник материалов и тезисов
межвузовской научно-практической
конференции студентов

ЦИФРОВОЙ УНИВЕРСИТЕТ В СТУДЕНЧЕСКОМ ИЗМЕРЕНИИ

4 марта 2025 года

БИШКЕК 2026

УДК 378:004.9
ББК 32.81373
С 23

С–23 **Цифровой университет в студенческом измерении**: сб. материалов и тезисов межвузовской научно-практической конференции студентов, 4 марта 2025 года. Сер. «Цифровой интеллект и знание: междисциплинарный диалог» / отв. ред. Н. М. Наматбекова, Н. М. Мырзабаева // Некоммерческое образовательное учреждение Учебно-научно-производственный комплекс «Международный университет Кыргызстана». — Бишкек, 2026. — 180 с.

В сборнике представлены материалы, охватывающие широкий спектр тем: от разработок в области искусственного интеллекта и машинного обучения до анализа влияния цифровых технологий на маркетинг, экономику, международные отношения и лингвистику.

УДК 378:004.9
ББК 32.81373

© Некоммерческое образовательное учреждение
Учебно-научно-производственный комплекс
«Международный университет Кыргызстана», 2026.

СОДЕРЖАНИЕ

Вступительное слово 5

Зарылдыкова А., Аблабекова А. Влияние технологий машинного обучения на автоматизацию контент-маркетинга 6

Красиков А. Д. Маркетинговая психология инвесторов и ее влияние на принятие решений 11

Копылов А. Д., Абылаева Н. А. Применение блокчейн-технологий в программах лояльности и управлении взаимоотношениями с клиентами 16

Usenbaeva A., Cherikbaeva N. B. The Role of AI in Language Study and Analysis: Prospects for Linguistics Students 19

Айылчыева А. Туризм как основа развития экономики Кыргызской Республики 24

Аскаралиева М., Айтбаева А. Историческая трансформация influencer-маркетинга и влияние на потребителей 28

Лиховодов Д. Разработка кроссплатформенного мобильного приложения для контроля продаж постаматов 34

Дыйканбаева А. Р. Цифровой мир и международные отношения 38

Ataeva A. How Ai Is Changing Language Learning in Digital Universities 44

Тавалдиева А. Чат-боты и виртуальные ассистенты для оказания психологической помощи 46

Исагулова Б., Нусубалиева А., Султанбекова П. Цифровые технологии и экология: умные решения для защиты планеты 51

Сатыбалдиева З. Язык цифровой экономики: как новые технологии влияют на лексику и стиль? 58

Жакшылык уулу Мурат, Курмангалиева А. Эффективные презентации в обучении: как использовать beautiful.ai для создания визуальных материалов 61

Султанмурат кызы Роза Заманбап билим берүү мыйзамы жана жаңы технология 69

Апсалямов Ч. Р Создание информационного web-сайта для медицинской клиники 75

Ким Д. Р. Разработка web-системы для организации онлайн курсов 81

Курманбеков И. А. Проблемы, возникающие в судебной и нотариальной практике Кыргызской Республики 86

Айылчыева А. Историческое значение и наследие Курманжан Датки 90

Аскарбекова А. З. Роль цифровой дипломатии в современном мире: использование социальных сетей для дипломатических целей 95

Кубанычбекова А. К., Абдижалилова Д. Н. Использование нейросетей для создания персонализированного контента в маркетинге 101

Омургазиева Н. О. Интерактивные образовательные технологии: от умных досок до виртуальных классов на уроках в начальной школе 108

Пак М. Разработка web-системы учета грузоперевозок для логистической компании 116

Абдуллаева Н. Искусственный интеллект на службе лингводидактики 121

Уланбек кызы Алина, Тилекова Б. Ж. Роль искусственного интеллекта для создания программатик-рекламы 126

Алакаева К. А., Хорова С. Р. Основные инуструменты нейромаркетинга и их применение в современных организациях 133

Салмахунова С. А. Маркетинговый анализ деятельности предприятия 140

Содалиева С. Творческое мышление искусственного интеллекта — миф или реальность? 144

Узакбаев У. У. Разработка информационной системы поддержки управления бизнесом для сети общественного питания 150

Сулайманова А. Цифровая дипломатия в эпоху глобализации 155

Нурланова А. Н. Цифровая экономика и её влияние на традиционные экономические модели 161

Эрнис кызы Жанетта. Цифровая идентичность современной молодежи 169

Токтомбаева А. А. Использование современных информационных технологий для решения практических задач 173

Токтобаева С. З. Искусственный интеллект в развитии филологии 177

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО

Уважаемые участники
межвузовской научно-практической конференции студентов!

Мы рады приветствовать вас на страницах этого сборника, который объединил в себе самые яркие и актуальные идеи молодых исследователей. Сегодняшние реалии диктуют стремительные темпы цифровой трансформации, и наш сборник — это отражение того, как студенты осмысливают эти глобальные изменения, пробуют себя в роли активных творцов и исследователей в области цифровых технологий и их применения.

Конференция «Цифровой университет в студенческом измерении» стала площадкой, где студенты из ведущих вузов Кыргызстана смогли представить свои научные изыскания, обменяться опытом и получить ценные знания. Ваши работы — это не просто тезисы и статьи, это свидетельство интереса к развитию студенческой науки, стремления находить решения актуальных проблем и смотреть в будущее.

Мы выражаем благодарность всем студентам, чьи работы были представлены на конференции и включены в этот сборник. Отдельные слова благодарности — научным руководителям, которые направляли и поддерживали молодых талантов на пути к научным открытиям.

Пусть этот сборник станет стимулом для дальнейших исследований, новых научных свершений и плодотворного диалога между представителями вузовского сообщества.

ВЛИЯНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ НА АВТОМАТИЗАЦИЮ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГА

Зарылдыкова А., Аблабекова А.
студентки 1-курса
направление «Маркетинг»
научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Беспалов Д. А.

Актуальность исследования. Рост объема цифрового контента и необходимость его автоматизации. Согласно отчету Content Marketing Institute (2023), более 70% маркетологов отмечают рост затрат на создание контента, что делает автоматизацию одной из приоритетных задач. По данным исследования HubSpot (2023), 82% компаний уже используют искусственный интеллект (ИИ) и машинное обучение в маркетинговых процессах, включая автоматизированное создание и распространение контента.

Машинное обучение (МО) решает несколько ключевых задач:

- персонализация контента на основе анализа поведения пользователей.
- генерация текстов, изображений и видеоконтента с помощью моделей GPT и других нейросетей.
- автоматический анализ эффективности контента и SEO-оптимизация.
- улучшение пользовательского опыта с помощью чат-ботов и голосовых помощников.

Современные тенденции в области МО и контент-маркетинга:

- генеративный ИИ (например, ChatGPT, BERT, Midjourney) — создание текстового и визуального контента на основе запросов пользователей.
- интеллектуальные рекомендательные системы, которые учитывают предпочтения пользователей и предлагают персонализированные материалы.
- автоматизированное планирование контента с помощью ИИ (AI-driven content strategy).
- гиперперсонализация, где алгоритмы предсказывают, какой медиа-контент будет наиболее актуален для каждого пользователя в данный момент.

Цели и задачи исследования. Цель исследования: Оценить влияние технологий машинного обучения на автоматизацию контент-маркетинга и выявить основные преимущества их применения.

Задачи исследования:

- проанализировать современные технологии машинного обучения, применяемые в контент-маркетинге.
- оценить эффективность автоматизированных решений для создания и распространения контента.
- выявить основные проблемы и ограничения внедрения МО в маркетинговые стратегии.
- Оценить перспективы развития технологий МО в контент-маркетинге.

Описание исследования. Для достижения целей исследования использовались следующие методы:

- анализ литературы и статистических данных о современных технологиях машинного обучения.
- сравнительный анализ традиционных и автоматизированных подходов в контент-маркетинге.
- изучение реальных примеров применения МО в контент-маркетинге.

Основные технологии МО в контент-маркетинге:

- улучшение естественного языка (NLP):
- генерация текстов с помощью моделей GPT, BERT, T5.
- автоматическая адаптация текстов под различные целевые аудитории.
- создание высококонверсионных заголовков и текстов маркетинговых объявлений.

Рекомендательные системы:

- анализ пользовательского поведения и персонализированное продвижение контента.
- оптимизация email-рассылок с учетом предпочтений аудитории.

Аналитика и прогнозирование:

- оценка производительности контента с помощью предсказательной аналитики.
- выявление новых трендов в контенте и формирование прогнозов.

- автоматизированные инструменты SEO:
  - подбор ключевых слов и анализ конкурентоспособного контента.
  - автоматическая оптимизация метаданных и структуры страниц сайта.

Результаты исследования: Применение МО позволяет автоматизировать следующие процессы:

- Создание контента: Генеративные модели значительно ускоряют производство текстов, изображений и видео.
- Оптимизация и персонализация: Алгоритмы адаптируют контент под потребности каждого пользователя.
- Распространение контента: Автоматизированные системы выбирают наиболее подходящие каналы и время для публикации.
- Аналитика и прогнозирование: МО анализирует результаты кампаний и помогает принимать решения на основе данных.

Несмотря на преимущества, существуют и проблемы:

- Зависимость от качества данных: Алгоритмы требуют большого объема информации для обучения.
- Этические вопросы: Риски манипуляции контентом и проблемы авторского права.
- Необходимость человеческого контроля: ИИ пока не может полностью заменить креативность человека.

Выводы исследования: МО значительно повышает эффективность контент-маркетинга, снижая расходы и увеличивая персонализацию. Будущее связано с интеграцией ИИ и автоматизации, что приведет к дальнейшей адаптации контента под интересы пользователей. Внедрение ИИ и МО поможет компаниям создавать более гибкий и вовлекающий контент, улучшая результаты маркетинговых кампаний. Важно также соблюдать этические стандарты, включая прозрачность алгоритмов и защиту данных пользователей.

Перспективы развития:

- Формирование мультимодальных моделей, которые производят не только тексты, но и мультимедийный контент.
- Улучшение методов анализа пользовательских данных для более точного прогнозирования потребностей.

- Разработка автоматизированных систем, способных не только создавать, но и управлять контентом без участия человека.

Машинное обучение действительно является мощным инструментом для автоматизации контент-маркетинга и оптимизации маркетинговых стратегий. Как указывает И. Кацов в своей книге «Машинное обучение для бизнеса и маркетинга», алгоритмы МО обладают уникальными возможностями для анализа поведения пользователей, предсказания трендов и адаптации контента под индивидуальные предпочтения клиентов, что повышает эффективность контентных кампаний.

Чичулин А. подчеркивает важность алгоритмов МО для управления социальными сетями, включая создание персонализированного контента и взаимодействие с пользователями. Например, алгоритмы могут анализировать реакции аудитории на публикации, оптимизировать время публикации контента, а также автоматически генерировать ответы на комментарии и вопросы пользователей.

Кроме того, как отмечает Франк Хуттер в своей книге «Введение в автоматизированное машинное обучение (AutoML)», использование AutoML упрощает внедрение алгоритмов МО в маркетинг, позволяя компаниям минимизировать потребность в высококвалифицированных технических специалистах. Это, в свою очередь, делает технологии МО доступными для компаний любого размера и уровня ресурсов.

Согласно Маргарите Сургай в книге «Цифровой маркетинг: некоторые технологии», современные маркетинговые стратегии все больше зависят от искусственного интеллекта и аналитики больших данных. Это не только помогает создавать персонализированный контент, но и прогнозировать тренды, давая компаниям значительное конкурентное преимущество на рынке.

В заключение, использование МО действительно улучшает эффективность контент-маркетинга, делая его более персонализированным, адаптивным и предсказуемым.

Список использованной литературы

1. *Кацов И.* Машинное обучение для бизнеса и маркетинга / И. Кацов. — Москва : Альпина, 2023. — С. 56–78.

2. *Хуттер Ф.* Введение в автоматизированное машинное обучение (AutoML) / Ф. Хуттер, Л. Коттхофф, Х. Ваншорен. — Springer, 2022. — С. 102–118.
3. *Волков Д. Н.* Персонализация как ключевой фактор успеха программ лояльности / Д. Н. Волков // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2022. — № 4. — С. 28–35.

МАРКЕТИНГОВАЯ ПСИХОЛОГИЯ ИНВЕСТОРОВ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ

Красиков Андрей Дмитриевич
студент 1-курса
направление «Маркетинг: аналитика и креативные решения»
научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Беспалов Д. А.

Актуальность исследования. В современных условиях финансовые рынки характеризуются высокой волатильностью, быстрым потоком информации и доминированием цифровых технологий. Традиционные методы инвестирования, основанные исключительно на фундаментальном анализе, всё чаще дополняются поведенческими моделями, где ключевую роль играют когнитивные и эмоциональные факторы. Массовые обсуждения в социальных медиа, сторителлинг и информационная манипуляция способны существенно влиять на инвестиционные решения. Примером является феномен массовых инвестиций в акции компании GameStop в январе 2021 года, когда обсуждения на интернет-форумах привели к резкому отклонению котировок от их объективной стоимости [1]. Исторический опыт, такой как пузырь доткомов в конце 1990-х и финансовый кризис 2008 года, демонстрирует, что иррациональное поведение инвесторов, вызванное преувеличенными нарративами, способно как стимулировать стремительный рост рынка, так и приводить к его обвалу [1; 4]. Актуальность данного исследования определяется необходимостью глубокого анализа влияния маркетинговой психологии на принятие инвестиционных решений, что позволяет разработать практические рекомендации для повышения финансовой грамотности и минимизации рисков, связанных с эмоциональными инвестиционными решениями.

Цели и задачи исследования. Цель исследования состоит в анализе влияния маркетинговой психологии на процесс принятия инвестиционных решений, выявлении ключевых когнитивных и эмоциональных механизмов, а также оценке роли современных маркетинговых инструментов (например, сторителлинга и информационной манипуляции в соцсетях) в формировании иррациональных ожиданий инвесторов [2].

Для достижения поставленной цели сформулированы следующие задачи:

- Изучить теоретические основы поведенческих финансов и маркетинговой психологии, с акцентом на такие когнитивные искажения, как эффект привязки, эффект потерь и избыточная самоуверенность, а также эмоциональные реакции (страх, жадность, эйфория).
- Проанализировать влияние информационных стратегий и маркетинговых приёмов на формирование рыночных ожиданий.
- Провести кейс-анализ реальных примеров, охватывающих фондовый рынок, а также рынки недвижимости, сырьевых товаров и криптовалют.
- Расширить статистический анализ, представив конкретные данные о корреляции между эмоциональной тональностью новостных заголовков и изменениями котировок, а также привести примеры исследований с использованием машинного анализа эмоций, где негативные сигналы приводят к снижению цен на 5–10% за краткосрочный период.
- Разработать практическую модель принятия решений для инвесторов, основанную на критическом мышлении и диверсификации, что позволит минимизировать влияние эмоциональных «шумов».

Описание исследования. Для реализации поставленных целей в исследовании использован комплексный подход, объединяющий качественный и количественный анализ. Литературный обзор базировался на ключевых отечественных монографиях и статьях, опубликованных в период с 2019 по 2024 год. Среди источников — работа Р. Дж. Шиллера «Нарративная экономика: как истории влияют на экономические события» [1], издание П. С. Иванова «Психология инвестирования: теоретические и практические аспекты» [2] и труд А. В. Смирнова «Маркетинговые стратегии в условиях информационного перенасыщения» [1]. Дополнительно использованы статьи, посвящённые поведенческим финансам, например, работы В. А. Горецкой [4] и Е. Р. Гришиной [2].

Для анализа информационных потоков применялись современные алгоритмы машинного обучения, позволяющие вычислять индекс эмоциональной тональности новостных заголовков и постов в социальных медиа. Статистический анализ показал, что корреляция между эмоциональной тональностью и изменениями котировок достигает 0,65 ($p < 0,01$) [2; 3].

Эмпирическая база исследования включает кейс-анализ, в рамках которого изучались:

- Массовые обсуждения акций компании GameStop на форумах (например, Reddit), где объем торгов увеличивался до 300% по сравнению с обычными днями.
- Влияние публичных заявлений руководителей технологических компаний, сопровождаемых эмоционально окрашенными маркетинговыми сообщениями, приводящих к скачкам котировок до 15–20%.
- Динамика криптовалютного рынка, где эмоциональные нарративы вызывали колебания курсов в пределах 10–30%. Аналогичные эффекты наблюдаются и на рынках недвижимости и сырьевых товаров, где информационные нарративы влияют на циклические изменения цен [1; 4].
- На основе полученных данных разработана практическая модель принятия решений для инвесторов. Модель включает следующие этапы: сбор и анализ информации с использованием машинного анализа для оценки эмоциональной тональности, интеграцию полученных данных с фундаментальным анализом, применение диверсификации для снижения рисков и постоянный мониторинг рынка с обратной связью для корректировки стратегии [3; 5].

Результаты исследования. Анализ проведённого исследования выявил несколько ключевых аспектов. Во-первых, инвесторы подвержены когнитивным искажениям. Так, эффект привязки вынуждает их опираться на первоначальные цены или ранние прогнозы, даже если фундаментальные показатели меняются, что замедляет корректировку их инвестиционных стратегий [1]. Эффект потерь проявляется в нежелании фиксировать убытки, что приводит к длительному удержанию убыточных позиций, а избыточная самоуверенность способствует принятию чрезмерно рискованных решений [2; 7].

Во-вторых, статистический анализ показал, что эмоциональная тональность новостных заголовков и сообщений в социальных медиа имеет значимую корреляцию с изменениями рыночных котировок. Значение корреляции до 0,65 ($p < 0,01$) означает следующее: если эмоциональная окраска новостей становится более негативной или позитивной, на рынке наблюдаются соответствующие изменения в ценах. Это можно объяснить так, что чем сильнее

эмоциональный настрой в заголовках (например, страх или эйфория), тем заметнее изменения котировок акций. При этом значение $p < 0{,}01$ говорит о том, что вероятность получения такой связи случайным образом составляет менее 1%. Иными словами, этот результат статистически надежный и показывает, что эмоциональные сигналы действительно влияют на поведение рынка [2; 3].

В-третьих, кейс-анализ выявил, что в периоды массовых обсуждений, например, на форумах типа Reddit, объем торгов акциями компании GameStop увеличивался до 300% по сравнению с обычными днями, а регрессионный анализ выявлял значимую связь между эмоциональной тональностью сообщений и изменениями котировок [1; 9]. Аналогичные эффекты наблюдаются и на других рынках — в области недвижимости, сырьевых товаров и криптовалют, где эмоциональные нарративы способствуют циклическим изменениям цен [2].

Выводы исследования. На основании проведённого анализа можно сделать следующие выводы. Во-первых, влияние маркетинговой психологии, выражающееся через когнитивные искажения (эффект привязки, эффект потерь, избыточная самоуверенность) и эмоциональные нарративы, существенно влияет на принятие инвестиционных решений, приводя к иррациональному поведению инвесторов [1; 4]. Во-вторых, современные информационные стратегии, использующие сторителлинг и манипуляцию информацией в социальных медиа, формируют коллективное эмоциональное состояние, что приводит к значительным колебаниям рыночных котировок [2; 3]. В-третьих, статистический анализ подтверждает высокую корреляцию между эмоциональной тональностью информационных потоков и изменениями котировок, что демонстрирует практическую значимость методов машинного анализа для оценки рыночных рисков [2; 3]. Наконец, разработанная практическая модель принятия решений, основанная на интеграции объективного фундаментального анализа с оценкой эмоциональной тональности и диверсификацией, позволяет инвесторам минимизировать влияние эмоциональных «шумов» и принимать более обоснованные решения [2; 5].

Список использованной литературы

1. *Горецкая В. А.* Поведенческие финансы: использование теории перспектив в процессе принятия инвестиционных решений /

В. А. Горецкая // Российское предпринимательство. — 2023. — Т. 24, № 13. — С. 104–110.

2. *Гришина Е. Р.* Теория поведенческих финансов как существенный фактор оценки инвестиционных условий для принятия решений на рынке ценных бумаг / Е. Р. Гришина // Финансовый журнал. — 2022. — № 5. — С. 45–56.

ПРИМЕНЕНИЕ БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОГРАММАХ ЛОЯЛЬНОСТИ И УПРАВЛЕНИИ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ

Копылов Андрей Дмитриевич, Абылаева Назик Алмазбековна
студенты 1 курса
направления «Маркетинг»
научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Беспалов Д. А.

В условиях цифровой трансформации компаний управление взаимоотношениями с клиентами (CRM) и программы лояльности становятся ключевыми инструментами для удержания аудитории и повышения прибыли. Однако традиционные системы управления клиентскими программами часто сталкиваются с рядом проблем: недостаточная прозрачность, сложности в администрировании, мошенничество и неэффективное управление бонусами.

Одним из перспективных решений этих проблем является использование блокчейн-технологий. Блокчейн представляет собой децентрализованную базу данных, в которой информация записывается в неизменяемые блоки. Это обеспечивает высокий уровень доверия, автоматизацию процессов и гибкость в интеграции различных программ.

Актуальность темы. Традиционные программы лояльности часто имеют низкую вовлеченность пользователей из-за сложных условий начисления бонусов и ограниченных возможностей их использования. Клиенты сталкиваются с проблемами, такими как:

- неудобство обмена баллов между разными программами и партнёрами.
- высокая вероятность мошенничества, связанная с подделкой бонусов или несанкционированным доступом.
- ограниченная прозрачность, из-за чего пользователи не всегда уверены в корректности начислений.

Аналогичные проблемы наблюдаются и в сфере CRM. Компании часто используют централизованные базы данных, которые подвержены утечкам и взлому. Кроме того, клиенты имеют ограниченный контроль над своими персональными данными, что снижает уровень доверия.

Цели и задачи исследования. Цель исследования — изучить применение блокчейн-технологий в программах лояльности и управ-

лении клиентскими отношениями, а также оценить их влияние на прозрачность, безопасность и эффективность этих систем.

Для достижения цели мы можем поставить следующие задачи:

- проанализировать недостатки традиционных программ лояльности и CRM и выявить ключевые проблемы.
- изучить принципы работы блокчейна и его основные преимущества в контексте управления клиентскими данными.
- рассмотреть практические примеры использования блокчейна в сфере лояльности и CRM.
- выявить перспективы и вызовы внедрения блокчейн-технологий в маркетинговые стратегии компаний.

Блокчейн в программах лояльности и практические примеры внедрения: Применение блокчейна в программах лояльности решает ряд важных проблем:

- ***Прозрачность и доверие.*** Все транзакции записываются в блокчейн-реестр, исключая возможность подделки данных и необоснованных изменений. Клиенты могут в реальном времени проверять историю начислений и трат бонусов.
- ***Безопасность.*** Децентрализованное хранение защищает данные от взломов и мошеннических схем, так как изменение записей в блокчейне невозможно без общего консенсуса участников сети.
- ***Токенизация вознаграждений.*** Бонусные баллы можно превратить в токены, которые можно использовать в разных программах, объединяя несколько компаний в единую экосистему лояльности.
- ***Автоматизация начисления и использования бонусов.*** Смарт-контракты позволяют мгновенно выполнять транзакции, исключая необходимость посредников.
- ***Снижение операционных затрат.*** Исключение банков и третьих лиц из процесса обработки транзакций сокращает затраты на администрирование программы лояльности.

Некоторые компании уже активно применяют блокчейн в своих программах лояльности: **Singapore Airlines** внедрила платформу KrisFlyer, основанную на блокчейне, которая позволяет клиентам безопасно обменивать бонусные мили на покупки у партнёров. **American Express** использует блокчейн для контроля за бонусными начислениями и предотвращения мошенничества. **Loyyal** предлагает мультибрендовые программы лояльности

с возможностью кросс-применения бонусов между различными компаниями.

Использование блокчейна в работе с персональными данными требует соответствия нормативным требованиям, таким как GDPR. Однако развитие технологий Layer 2 и частных блокчейнов делает эти проблемы решаемыми, что способствует дальнейшему распространению технологии в сфере маркетинга и CRM.

Выводы исследования. Анализ применения блокчейн-технологий в программах лояльности и CRM показал, что эта технология имеет значительный потенциал для улучшения взаимодействия между бизнесом и клиентами. Выявлены ключевые преимущества, успешные примеры внедрения, а также основные вызовы, с которыми сталкиваются компании при использовании блокчейна в данных сферах

Заключение. Применение блокчейн-технологий в программах лояльности и управлении клиентскими данными обладает огромным потенциалом. Оно повышает безопасность, прозрачность и эффективность этих процессов, снижает затраты и улучшает взаимодействие с клиентами.

Несмотря на существующие вызовы, растущий интерес со стороны бизнеса и развитие технологий делают блокчейн перспективным инструментом для будущего маркетинга.

Список исследованной литературы:

1. Как ИИ используют в программатик-рекламе сейчас и чего ждать от него в будущем? // Skillbox Media. — 2024. — 14 июня. — URL: https://skillbox.ru/media/marketing/kak-ii-ispolzuyut-v-programmatikreklame-seychas-i-chego-zhdat-ot-nego-v-budushchem/
2. *Казьмина Н.* Искусственный интеллект в маркетинге и рекламе: как работают технологии // Retail Rocket Group. — 2025. — 24 января. — URL: https://retailrocket.ru/blog/iskusstvennyj-intellekt-v-marketinge-i-reklame

THE ROLE OF AI IN LANGUAGE STUDY AND ANALYSIS: PROSPECTS FOR LINGUISTICS STUDENTS

Usenbaeva Aibike , Cherikbaeva Nargiza Bekturovna
Ala-Too International University

AI has become an integral part not only of modern technology, but also of people's lives in general. People are becoming more and more accustomed to using AI when they have questions of various kinds, whether it's healthcare, finance, or everyday life. With the rapid development of technology, AI and its influence have spread to the field of education, opening up new opportunities for students and teachers not only to teach, but also to study.

One of the fields where AI has been actively integrated is Linguistics. In linguistics, AI is used to simplify the learning and data processing process, which is why traditional language learning methods are undergoing changes. AI simplifies and speeds up the learning process for students. Now, they no longer need to spend hours analyzing extensive textual materials [2].

Relevance of the Study

For students of linguistics, the introduction of AI into the learning process is becoming especially relevant, since through the tools provided by AI, they can gain access to expanded information and the subsequent correct use of the data obtained. Automated systems can help analyze data and adapt the learning process to the individual needs of the student.

However, despite the many advantages of AI, students should be careful about accessing information obtained through the use of AI, as cases of providing false information have been repeatedly identified. From this, we can conclude that students should be more aware of the capabilities of artificial intelligence and its disadvantages in order to avoid mistakes in their works and in the learning process. With the rapid development of technology, it is important to study not only the possibilities, but also the limitations of AI in order to effectively integrate it into the educational process.

Objective

The purpose of this research paper is to identify the main ways students can use AI technology in linguistics, and their impact on the learning process and scientific research.

Tasks

- Identify the main AI technologies used for language learning.
- To evaluate the advantages and limitations of using AI in linguistics
- Analyze the impact of AI on the education of linguistic students.

Description of the Study

Modern AI technologies have significantly changed the methods of language learning. People no longer sit with paper dictionaries to translate words unknown to them, and they don't go unanswered if they come across phraseological units or colloquial expressions that aren't in such dictionaries. People also have the opportunity to communicate and practice their conversational skills without the constant presence of a native speaker nearby, and much more. The integration of AI into learning a foreign language has contributed to this. Among the most common technologies used in linguistics are the following:

1. Automatic translation. At the moment, AI has been introduced into translation applications, which helps to recognize, analyze and translate the desired text with higher accuracy. Examples of such systems are Google Translate, DeepL, and Yandex Translate [2]. The introduction of AI in such technologies has made it possible to improve the quality of translation, transmitting not only direct text, but also taking into account the context and sometimes emotional coloring, choosing phrases and expressions that are suitable for a particular case.

2. Language learning apps. Such language learning applications are common not only among students of the Faculty of Linguistics, but also everywhere among everyone who wants to learn a foreign language. Programs such as Duolingo, EWA English Language Learning, Babbel and many others are able to create an individual learning plan based on the student's current knowledge, allowing him to develop his skills from the level from which he is most comfortable [2]

3. Chatbots. Nowadays, chatbots are equipped with many applications, especially those that help people learn the language. Such bots

can adjust to a person's mood, maintain a dialogue, teach, correct mistakes, if necessary, and much more [2]. Some of them even have speech recognition built into them, which allows people to practice speaking as well, allowing them to build full-fledged dialogues. Examples of such applications: ChatGPT, ChatSpeaking: AI English Tutor, TalkTalk.

4. Language exchange applications. And for those who prefer to communicate with real people, there are communication applications equipped with an AI assistant that can not only help translate the text message of the interlocutor, but also evaluate, analyze and correct their mistakes in the dialogue. The most popular examples of such applications are: HelloTalk, Tandem and BabelChat.

5. Text generation. Another useful function for student linguists is provided by applications such as ChatGPT, Perplexity, Merlin, which can help you compose a text or even generate it for you, taking into account the style and complexity of the language used[1].

Using AI helps you learn various aspects of the language and gain additional knowledge in the field you are interested in. For example, students can use these technologies to advance their studies faster and better understand the material they receive. They will also be able to sort out their mistakes without asking the teacher personally for help each time, which makes the work easier not only for the student, but also for the teacher himself. And compared to how fast the work is progressing in such conditions, we can conclude that using AI in training can significantly speed up the research process. Students of linguistics can use AI to automatically parse or translate text. Also studying in detail the aspects they are interested in. However, do not forget that sometimes the AI is still wrong. Regardless of whether it is scientific work or a minor daily search or chat communication, do not forget about the critical assessment of the results and data obtained.

Research Results

As a result of reviewing and analyzing the effectiveness of AI tools used in language learning and teaching students of linguistics, several key positive aspects can be identified.:

1. Efficiency. AI programs are able to quickly process large amounts of data provided. This makes it easier for students who need to get to the bottom of the text quickly. AI tools also help you

easily and quickly translate entire pages of text, which makes the translator's work easier and saves time.
2. Quality. AI systems that help people learn a language are aimed at establishing a student's current level and advancing their skills from a certain level. In this way, AI technologies help to save a student's time by determining his level without the involvement of third-party organizations. Many of the educational AI applications, after determining the level, build an individual learning system and retain the student's interest for a long time.

Despite the positive aspects of using AI systems in education and student learning, it is impossible not to highlight the reasons why you should not fully rely on AI.

1. Translation difficulties. The AI system translates large amounts of text in a short time, but the main problem of machine translation is the inaccuracy of some contextual nuances [2]. AI cannot always correctly recognize emotions and feelings and convey them. Therefore, despite the effectiveness of this work, it is worth rechecking the data obtained.
2. Decreased critical thinking. Getting into the habit of using AI in problematic situations can reduce a person's critical thinking [2]. This is due to the fact that when a person encounters a problem, he does not try to solve it himself, but immediately turns to AI, which usually provides several ways to solve the problem at once. And students, with easy access to translation, text generation, and error correction, can stop paying attention to what they write and how. All this can lead to a decrease in critical thinking skills, the ability to solve problems independently, and a decrease in analysis skills and superficial assimilation of the material.

Conclusions of the study

AI, like new technologies, has been rapidly introduced into the daily life of society. Linguistics and students of linguistics are no exception to this. Artificial intelligence systems facilitate data processing and simplify research processes. But despite all the positive aspects, do not forget to be careful. Just as people have gotten used to the fact that not all information on the Internet is true, so it's worth getting used to the fact that AI can sometimes make mistakes.

When receiving any data from the AI, it is worth double-checking the accuracy of the information received. Developing critical thinking skills will help you quickly check and sort reliable information. AI cannot fully replace the principles of learning, traditional information analysis and live communication, and much more. Therefore, AI should be used as an auxiliary tool rather than the main one.

References:

1. Is artificial general intelligence (AGI) possible? // Encyclopaedia Britannica. — URL: https://www.britannica.com/technology/artificial-intelligence/Is-artificial-general-intelligence-AGI-possible (дата обращения: 19.02.2025).
2. *Сабиржанов Р. А.* Использование искусственного интеллекта при обучении лингвистов / Р. А. Сабиржанов // Экономика и социум. — 2024. — № 4-2 (119). — С. 888–891.

ТУРИЗМ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Айылчыева Асема
студент 2 курса
направление «Философия экономики и управления бизнеса»
научный руководитель: старший преподаватель Исраилова А. А.

Введение. Туризм в последние десятилетия становится важной составляющей мировой экономики. Кыргызстан, обладая уникальными природными ресурсами, культурным наследием и стратегически удобным расположением в Центральной Азии, имеет все шансы стать одним из крупнейших туристических направлений региона. В этом контексте туризм может стать основой для устойчивого развития экономики Кыргызской Республики (КР), способствуя росту занятости, увеличению внешних инвестиций и развитию инфраструктуры. В этом докладе рассматривается текущее состояние туристической отрасли КР, её экономический потенциал и возможности для дальнейшего развития.

Туризм как сектор экономики Кыргызстана Туризм представляет собой важную часть экономики Кыргызстана, оказывающую влияние на множество смежных отраслей. Сектор туризма в Кыргызстане включает не только традиционный отдых и экскурсионный туризм, но и активный туризм, экологический туризм, культурный и гастрономический туризм, что в совокупности представляет собой обширный рынок. По данным Всемирной туристической организации, туризм в Кыргызстане демонстрирует рост, но до сих пор существует значительный потенциал для расширения этого сектора.

Экономический вклад туризма Туризм является источником существенных поступлений в экономику Кыргызстана, создавая рабочие места и стимулируя развитие смежных отраслей, таких как транспорт, гостиничный бизнес, ресторанный сектор, сельское хозяйство и строительная отрасль. Исследования показывают, что туризм занимает около 5–7% от общего валового внутреннего продукта (ВВП) страны, но с увеличением туристического потока этот показатель может значительно возрасти.

Основные направления туризма в Кыргызстане Туризм в Кыргызстане имеет несколько направлений, которые привлекают как

местных, так и международных туристов. Кыргызстан славится своими горами, озёрами и природными ландшафтами. Самыми известными природными объектами являются озеро Сары-Челек, Иссык-Куль — одно из крупнейших горных озёр мира, горные массивы Тянь-Шаня и Памир. Туристы со всего мира посещают эти природные чудеса для активного отдыха, туризма, кемпинга и альпинизма. Кыргызстан имеет богатое историческое и культурное наследие. Среди популярных туристических объектов — Бурана (культурный и археологический памятник на территории древнего города), Манас Ордо (комплекс, посвящённый легендарному эпосу о Манасе), а также традиционные кыргызские юрты и исторические памятники. • Экологический туризм. В связи с ростом экологической осведомлённости среди туристов, Кыргызстан развивает экологический туризм. Это связано с сохранением природных ресурсов и защитой уникальной флоры и фауны. Развитие агротуризма позволяет туристам знакомиться с традиционным сельским образом жизни, ремёслами, а также попробовать местную кухню.

Преимущества туризма для экономики Кыргызстана Туризм оказывает прямое и косвенное влияние на экономику. Рассмотрим основные преимущества развития туризма для Кыргызстана.

Создание рабочих мест Одним из важнейших аспектов экономического влияния туризма является создание рабочих мест. Туризм способствует созданию новых рабочих мест в гостиничном бизнесе, сфере общественного питания, транспортных услугах, в туристических агентствах и многих других областях. Например, только в одном Иссык-Кульском регионе открываются десятки новых гостиниц, кафе и сувенирных магазинов, которые создают рабочие места для местного населения.

Привлечение иностранных инвестиций Туризм способствует привлечению иностранных инвестиций в различные сектора экономики, включая гостиничный бизнес, транспортную инфраструктуру, а также в малый и средний бизнес, который обслуживает туристов. Существуют примеры успешных частных инвестиций в гостиничный сектор, строительство новых курортных зон, а также улучшение инфраструктуры (дороги, аэропорты).

Развитие инфраструктуры Туризм является катализатором для улучшения инфраструктуры. В последние годы в Кыргызстане наблюдается развитие транспортной инфраструктуры, таких как строительство и модернизация международных аэропортов

в Бишкеке и Ош, улучшение качества дорог, что делает страну более доступной для туристов. К примеру, улучшение дорог на Иссык-Куле привело к увеличению числа туристов в этом регионе, что также влияет на другие отрасли экономики.

Устойчивое развитие регионов Туризм позволяет развивать малые и удалённые регионы, создавая новые источники дохода для местных жителей. Учитывая, что Кыргызстан имеет много удалённых горных и сельских районов, развитие туризма помогает создавать новые возможности для экономики в этих регионах, улучшая социально-экономическую ситуацию на местах.

Проблемы и вызовы для туристической отрасли Кыргызстана. Несмотря на перспективы, туризм в Кыргызстане сталкивается с рядом проблем, которые препятствуют его полноценному развитию.

Недостаточная инфраструктура. Одна из главных проблем — это недостаточно развитая инфраструктура в туристических регионах. Несмотря на улучшения, дороги, гостиничные комплексы и другие объекты инфраструктуры всё ещё остаются на недостаточном уровне для привлечения большего потока туристов. Особенно это касается удалённых горных районов, куда часто сложно добраться.

Отсутствие маркетинга и брендинга. Отсутствие эффективной маркетинговой стратегии и международного бренда для Кыргызстана как туристической страны также является одной из проблем. Во многих случаях туристы не знают о возможностях, которые предоставляет Кыргызстан, из-за недостатка информации на международной арене.

Правовые и административные барьеры. Сложности в визовой политике и бюрократические преграды часто становятся препятствием для иностранных туристов. Упрощение визового режима и создание более благоприятных условий для бизнеса в туристической отрасли могут способствовать росту сектора.

Проблемы экологии. С увеличением туристического потока существует угроза загрязнения природных объектов и ухудшения экологической ситуации, особенно в таких районах, как Иссык-Куль. Необходимо разрабатывать экологически безопасные маршруты и усиливать защиту природных территорий.

Заключение. Развитие туризма в Кыргызстане имеет огромный потенциал и может стать ключевым фактором экономического

роста. При комплексном подходе к развитию инфраструктуры, маркетинга, экологии и подготовки кадров Кыргызстан сможет занять достойное место на мировом туристическом рынке, обеспечивая устойчивое развитие страны.

Список использованной литературы

1. Всемирная туристская организация (UNWTO). — URL: https://www.unwto.org.
2. Национальный статистический комитет Кыргызской Республики. — URL: https://www.stat.gov.kg.

ИСТОРИЧЕСКАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ INFLUENCER-МАРКЕТИНГА И ВЛИЯНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Аскаралиева Милана, Айтбаева Амина
студентки 1-курса
направление: «Маркетинговые коммуникации: Аналитика и креативные решения»
научный руководитель: старший преподаватель Байматов И. Р.

Вместе с ростом цифровизации в нашем мире, цифровые документы, безналичные расчеты, мессенджеры, приложения, корпоративные сайты и многие другие новации стали обыденностью в нашей повседневной жизни, упрощая трудовую деятельность. На фоне этого, социальные сети перестали быть просто приложениями для общения и стали платформами для рекламы, которые распространяются с каждым днем, а компании вынуждены подстраиваться под новые стандарты и условия продвижения и размещения рекламы. В мире, где социальные сети и блоги, составляют большую часть нашего привычного дня, все большую популярность набирает influencer-маркетинг (маркетинг-влияния) и с развитием технологий, данное направление маркетинга будет эволюционировать и рости [1].

Целью исследования является — определение понятия и функции influencer-маркетинга, их влияние на потребителей, выделение ключевых этапов трансформации маркетинга-влияния и факторов, сыгравших роль в его развитии.

Задачами исследования являются — анализирование существующих подходов к определению понятия influencer-маркетинга и его функций. Изучение влияния influencer-маркетинга на потребительское поведение и принятие решений.

Инфлюенсер-маркетинг (influencer-marketing) — с английского языка influence это «влияние», то есть маркетинг с блогерами, которые влияют на аудиторию, посредством рекламы, размещаемой в социальных сетях, таких как: Instagram, Facebook, YouTube, TikTok и т. д.

Этот раздел маркетинга обрел свою популярность благодаря блогерам, также известным, как «Лидеры мнений». Лидеры мнений — это популярные авторы и пользователи социальных сетей или медийные личности со своей лояльной аудиторией. Они могут

на прямую воздействовать на свою аудиторию и компании активно этим пользуются. Другими словами, бизнесы покупают у медийных личностей размещение рекламы в их социальных сетях. Компании сотрудничают с блогерами, а те в свою очередь рассказывают своей аудитории о преимуществах объектов, предоставляемых компанией для рекламы перед потенциальными покупателями для увеличения и стимуляции продаж, повышения узнаваемости компании. Инфлюенсеры, -это одна из эффективных стратегий для продвижения, так как посредством этого, можно быстро привлечь внимание к своему продукту.

Подписчики привыкли доверять продукту, который исходит из личного опыта их любимого блогера, знаменитости или просто авторитетной персоны, чем обычная рекламе в телевизоре или в информационном пространстве. Так как они имеют большой охват аудитории, то и обладают высокой вовлеченностью в разных сферах. Касаемо нынешнего поколения-Z, (зуммеры), распространено подражание своим любимым блогерам, что приводит к готовности приобретать любой товар, Преследуя цель быть похожими на них. Потенциальные покупатели в основном впечатлены маркетингом влияния.

Это привело к радикальному изменению маркетинговых методов, т. е. изменение маркетинга для клиентов к маркетингу с людьми, хорошо известному как маркетинг, ориентированный на потребителя. «Маркетинг, ориентированный на потребителя, — это философия прогрессивного маркетинга, которая подразумевает, что компания должна рассматривать и организовывать свою маркетинговую деятельность с точки зрения потребителей» [1].

На основе потребителей продукта, компания должна выбирать наиболее подходящие маркетинговые сообщения вместе с наиболее подходящим каналом для продвижения этого сообщения. Компания должна распознавать и понимать свою целевую группу, для подходит понимание маркетинга, ориентированного на потребителя. Людей можно разделить на типы последователей на основе их стремления пробовать новые продукты, услуги и бренды.

Существует пять типов последователей, которые имеют разные ценности. Новаторы — это те, кто более предприимчивы и пробуют новый продукт с некоторой долей риска, ранние последователи — это те, кто руководствуется уважением; их главная характеристика в том, что они являются лидерами мнений в своем

кругу и очень осторожно адаптируются к новым продуктам. Далее следует раннее большинство — это сознательные люди, они принимают новые продукты раньше, чем это сделает обычный человек, но они не являются лидерами в своем кругу. Затем следует позднее большинство, которое сомневается, они принимают новый продукт только и только после того, как большая группа людей купила и попробовала продукт.

Наконец, идут отстающие, которые привязаны к привычке и имеют свойство негибкости к изменениям, и они покупают новый продукт только тогда, когда это само по себе стало практикой. Влиятельные лица в основном попадают в тип либо новаторов, либо ранних последователей, и, как правило, они влияют на намерения покупки других категорий. Потребительские установки и намерения покупки когнитивно зависят от поста в социальных сетях, который содержит как визуальный, так и вербальный контент Основные характеристики как визуального, так и вербального контента могут быть жизненно важным компонентом при разработке влияющих маркетинговых сообщений. Поэтому клиенты, которые следят за инфлюенсерами в социальных сетях и принимают решения о будущих покупках на основе их постов, называются социальными покупателями. Эти типы потребителей — это те, кто регулярно ищет новые продукты, просматривая социальные сети [2].

Теория когнитивного диссонанса предполагает, что, когда у людей возникают два противоречащих мнения или они выполняют действие, противоречащее их знаниям, они ощущают психологический дискомфорт. Это дискомфортное ощущение вызывает напряжение, чтобы справиться с ситуацией, будь то изменение одного из их несоответствующих знаний (убеждений или установок) или изменение их поведения.

Они способны достичь этого, изменив одно или несколько из своих представлений, позиций или действий; получив новую информацию, которая стимулирует изменение представлений или позиций; либо же, найдя способы уменьшить значимость, приписываемую противоречащим представлениям или позициям [3]. То есть, в долгосрочной перспективе взгляды, отношения и действия потребителей нуждаются в стабильности и последовательности, так как психологический дискомфорт из-за отсутствия согласованности и последующие негативные последствия для

благополучия настолько значимы, что люди не в состоянии сохранять несоответствия со временем и вынуждены пересматривать свои убеждения или поведение.

Задача состоит в том, чтобы сбалансировать свою точку зрения и добиться состояния, при котором убеждения и действия будут совпадать. В соответствии с теорией баланса, люди хотят достичь когнитивной согласованности, что проявляется в психическом равновесии [2]. Например, когда согласие отмечается одним человеком и другим (то есть, референтным лицом), которое также воспринимается как согласующее новое воздействие (например, объект или действие), фокусируемое лицо воспримет эту модель и адаптирует новый стимул как согласованный с собой. Следовательно, отношения стремятся к равновесию. В простом примере, который касается взаимодействий трех сущностей A, B и C, теория баланса предполагает, что если A имеет положительные отношения с B и с C, то у B также должны быть положительные отношения с C. В противном случае возникнет аналогичная противоположная ситуация [2]. Таким образом, пытаясь достичь психологического равновесия, индивид оценивает новый стимул на основе анализа, предложенного референтным лицом, который он считает для себя значимым. Недостаток равновесия приводит к психологическому стрессу, поэтому люди избегают рисков, связанных с несогласием с мнением референта.

Теория соответсвования, ориентированная больше на контексты коммуникации и убеждения, также утверждает, что люди предпочитают элементы, которые когнитивно последовательны. Источник сообщения может сделать утверждение о конкретной концепции (объекте), которое является положительным (ассоциативным) или отрицательным (диссоциативным). У аудитории уже есть некоторые установки по отношению к концепции и источнику, которые определяют, возникает ли состояние соответсвования или последовательности. Изменения в установках аудитории смещаются в сторону создания большей идентичности, поскольку аудитория мотивирована изменять свои установки и достигать конгруэнтных ситуаций [2]. Таким образом, можно предсказать направление и величину изменения установок.

Эти теории применимы не только к межличностным отношениям, но и к отношениям, которые развиваются между человеком и другим объектом, например, продуктом. Если человек владеет продуктом,

это подразумевает симпатию к этому продукту; если владелец сталкивается с противоречивой информацией, он прилагает больше усилий, чтобы ему понравился продукт, как только он им владеет, по сравнению с тем, если бы он им не владел. Такие усилия помогают людям сохранять психологическую стабильность и формировать отношения, которые уравновешивают их симпатии и антипатии. Таким образом, теория баланса может предсказывать поведение потребителей и предлагать новые маркетинговые стратегии.

Аналогичным образом, теория когнитивного диссонанса дает представление о принятии решений потребителями, поскольку она предсказывает, что люди хотят чувствовать себя комфортно в отношении своих убеждений [3]. Кроме того, теория соответствия служит для объяснения изменений в отношении из-за процессов убеждения и поиска соответствия. Если потребителю нравится определенный влиятельный человек, а этому влиятельному человеку нравится определенный продукт, психологическая теория предсказывает, что потребитель также чувствует себя обязанным полюбить продукт. Доказательства в поддержку такого влияния получены в ходе исследований других маркетинговых каналов, таких как отношения между зрителем, знаменитостью и рекламируемым событием (например, игрой, концертом). Маркетинг влияния может закончиться неудачей, если маркетологи и бренды смогут принять следующие меры предосторожности: компания должна знать свой целевой рынок и его качества. Когда бренд работает с влиятельным лицом, он использует аудиторию влиятельного лица. Следовательно, если аудитория влиятельного лица не связана с целевым рынком компании, все попытки будут тщетны. Компания часто сталкивается с проблемами при поиске подходящего влиятельного лица для лица своей компании или бренда. Решение о выборе идеального влиятельного лица зависит от трех вещей, а именно маркетинговой объективизации бренда, целей бренда и типа сегмента отрасли, в котором работает бренд. (L. Schiffman, A. O'Cass, A. Paladino, J. Carlson 2013, Consumer behavior).

Для компаний важно разрешить влиятельным лицам создавать контент бренда в руководстве компании. Наиболее важной частью является то, что влиятельным лицам должно быть разрешено представлять свой оригинальный контент, потому что от подписчиков больше ожидается связь с продуктом или брендом. Более того, если компания позволяет инфлюенсерам создавать собственный

контент, компании всегда должны проверять и перепроверять, является ли это значимым для целей и культуры компании.

Некоторые другие аспекты кампании инфлюенс-маркетинга могут быть такими, как посты с гендерной предвзятостью, расистские концепции, вещи, которые не являются реальными. Все это может иметь негативные последствия для подписчиков не только по отношению к инфлюенсерам, но и к брендам, которые инфлюенсер поддерживает.

Метод инфлюенс-маркетинга, заключающийся в подключении тесно связанной аудитории и создании аутентичного контента, является самым модным маркетинговым методом. В одном из исследований было обнаружено, что инфлюенс-маркетинг способен генерировать в 11 раз больше прибыли по сравнению с техникой цифрового маркетинга. Но поскольку это новая концепция, доступные источники информации ограничены. Следовательно, существует больше возможностей для исследований в этой области, таких как изучение восприятия потребителями инфлюенс-маркетинга, определение того, может ли инфлюенс-маркетинг помочь или навредить восприятию потребителями бренда. [3].

Большее соответствие потребитель-продукт генерирует более благоприятное отношение к спонсируемому продукту, а также более высокие намерения купить и рекомендовать его.

Список использованной литературы

3. *Мишагин А. В.* Влияние лидеров мнений в социальных сетях на потребительские предпочтения / А. В. Мишагин // Universum: психология и образование. — 2025. — № 1 (127). — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-liderov-mneniy-v-sotsialnyh-setyah-na-potrebitelskie-predpochteniya/viewer.
4. *Стрыгина М. А.* Управление молодежной аудиторией с помощью инфлюенсеров / М. А. Стрыгина, С. А. Мельникова // Вестник науки. — 2024. — Т. 3, № 12 (81). — С. 401–414. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-molodezhnoy-auditoriey-s-pomoschyu-inflyuenserov/viewer.
5. *Жигулев П. А.* Новые инструменты influence-маркетинга и их применение в деятельности бизнеса / П. А. Жигулев // Практический маркетинг. — 2024. — № 3 (321). — С. 21–26. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/novye-instrumenty-influence-marketinga-i-ih-primenenie-v-deyatelnosti-biznesa/viewer.

РАЗРАБОТКА КРОССПЛАТФОРМЕННОГО МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ПРОДАЖ ПОСТАМАТОВ

Лиховодов Даниил
студент 4-курса
направление «Информационные системы и технологии»
научный руководитель: старший преподаватель Байрахтарова А. Т.

Введение. В последние годы автоматизированные пункты выдачи заказов, известные как постаматы, приобрели огромную популярность по всему миру. Их удобство заключается в возможности круглосуточного получения и отправки товаров без необходимости взаимодействия с сотрудниками службы доставки. Постаматы активно используются в розничной торговле, логистических компаниях и маркетплейсах, что делает их важным элементом современной электронной коммерции. Развитие таких сервисов способствует сокращению времени ожидания заказов, снижению операционных затрат и увеличению удобства для конечных пользователей.

Несмотря на широкое распространение, эффективное управление постаматами требует постоянного мониторинга продаж, анализа спроса и оптимизации логистических процессов. Традиционные системы контроля зачастую недостаточно оперативны, что приводит к проблемам с доступностью ячеек, задержкам в обслуживании и неоптимальному распределению заказов. В данной работе рассматривается концепция кроссплатформенного мобильного приложения, оснащенного ИИ-чат-ботом, способным выполнять аналитику продаж, прогнозирование и взаимодействие с пользователями. Целью разработки является создание интеллектуальной системы, позволяющей автоматизировать управление постаматами, повышая их эффективность и удобство использования. Современные условия рынка требуют инновационных подходов к управлению продажами, особенно в сфере автоматизированной логистики, такой как постаматы. Эффективное использование этих устройств невозможно без оперативного анализа данных и инструментов управления в режиме реального времени. В данной работе рассматривается концепция кроссплатформенного мобильного приложения, оснащенного ИИ-чат-ботом, способным выполнять аналитику продаж, прогнозирование и взаимодействие с пользователями.

Основной целью создания мобильного приложения является автоматизация контроля и управления продажами постаматов, улучшение пользовательского опыта и повышение эффективности логистических процессов. Приложение должно обеспечить удобный и оперативный доступ к информации о заказах, а также интеграцию с системами аналитики для прогнозирования спроса и оптимизации ресурсов.

В ходе разработки приложения были **поставлены следующие задачи**:

- разработка удобного пользовательского интерфейса для оформления и отслеживания заказов.
- внедрение системы онлайн-оплаты и бесконтактного получения товаров.
- создание алгоритмов прогнозирования загруженности постаматов с использованием машинного обучения.
- разработка и интеграция ИИ-чат-бота для анализа данных и взаимодействия с пользователями.
- автоматизация уведомлений о статусах заказов и управлении сроками хранения.
- реализация механизма поиска ближайших постаматов с учетом геолокации и фильтрации по параметрам.
- интеграция с различными интернет-магазинами для получения актуальной информации о товарах, сроках и условиях доставки.

Разрабатываемое мобильное приложение предоставляет пользователям широкий спектр возможностей, ориентированных на удобство и эффективность взаимодействия с постаматами. Оно позволяет оформлять и отслеживать заказы в режиме реального времени, а также осуществлять их оплату с помощью банковской карты непосредственно в приложении. Система автоматически уведомляет пользователей о текущем статусе доставки, изменениях сроков хранения и доступности посылки. Полный перечень всех заказов, оформленных на указанный номер телефона, всегда доступен в личном кабинете.

Приложение также поддерживает отправку посылок через постаматы, обеспечивая удобный способ передачи отправлений. Для предоплаченных заказов реализована возможность бесконтактного получения, что повышает уровень безопасности и комфорта пользователей. Кроме того, предлагается детальная информация

о каждом пункте выдачи, включая его точное местоположение, график работы, варианты оплаты и фотоматериалы, позволяющие легче ориентироваться на месте.

Пользователь может продлить срок хранения заказа при необходимости, а также активировать push-уведомления, чтобы своевременно получать информацию об изменениях статусов доставки. Интеллектуальная система фильтрации позволяет легко находить ближайший пункт выдачи, используя «умные» параметры поиска. В разделе «Мои заказы» можно настраивать персональный профиль, управлять подписками на уведомления и получать аналитику по своим покупкам.

Дополнительно реализована функция поиска интернет-магазинов с возможностью фильтрации по категориям товаров и ключевым словам. Пользователи могут заранее ознакомиться с условиями доставки, сроками и периодами хранения посылок, что упрощает процесс планирования покупок и получения товаров.

Архитектура и технологии разработки. Разработка приложения базируется на современных кроссплатформенных технологиях:

- Flutter — для создания мобильного интерфейса, работающего на iOS, Android и Web.
- Dart + Shelf — для бэкенд-логики и API.
- Firebase / PostgreSQL — для хранения данных о продажах и аналитике.
- ИИ-чат-бот — для автоматизированного анализа и взаимодействия с пользователями.
- Big Data и машинное обучение — для прогнозирования спроса и выявления закономерностей.

Интеграция ИИ-чат-бота для анализа данных. Ключевой компонент системы — интеллектуальный чат-бот, выполняющий:

- анализ продаж в режиме реального времени — обработка данных о транзакциях, выявление тенденций и аномалий (например, резкое снижение продаж).
- прогнозирование спроса — расчет вероятной загруженности ячеек на основе исторических данных.
- генерация отчетности — формирование визуализированных отчетов по запросу пользователя.
- персонализация взаимодействия — анализ покупательского поведения и рекомендация предложений клиентам.

Преимущества внедрения системы. Использование предложенного решения позволяет:

- автоматизировать обработку данных и ускорить анализ ключевых метрик.
- повысить точность прогнозов, сократив потери из-за перегрузки или нехватки товаров.
- оптимизировать управление запасами, минимизируя простои и избыточные поставки.
- улучшить пользовательский опыт, персонализируя взаимодействие с клиентами.
- снизить операционные расходы, за счет автоматизации рутинных процессов.

Практическая реализация и тестирование. Для проверки эффективности решения был разработан прототип мобильного приложения и проведено тестирование среди пользователей. Результаты показали, что внедрение ИИ-аналитики позволяет повысить эффективность контроля продаж на 25–30% и снизить число незаполненных или перегруженных постаматов.

Заключение. Разработка кроссплатформенного мобильного приложения с интеграцией ИИ-чат-бота для контроля продаж постаматов является перспективным направлением в области автоматизации торговли. Внедрение современных технологий повышает качество управления, оперативность анализа и уровень персонализации сервисов. В дальнейшем планируется расширение функционала, включая интеграцию с IoT-устройствами и дополнительными алгоритмами машинного обучения для повышения точности прогнозирования спроса.

ЦИФРОВОЙ МИР И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

Дыйканбаева Алия Руслановна
студентка 3-курса
направление «Международные отношения»
научный руководитель: старший преподаватель Эркебуланова Н. Ш.

Актуальность исследования. В современном мире цифровизация оказывает глубокое влияние на все сферы человеческой деятельности, включая международные отношения. Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) трансформируют традиционные дипломатические практики, изменяют природу взаимодействия между государствами и влияют на глобальную безопасность. Понимание этих изменений становится критически важным для эффективного участия в международной политике и разработки стратегий, соответствующих вызовам цифровой эпохи. Цифровая дипломатия, как правительственный механизм влияния на пользователей социальных сетей, начала активно развиваться с 2009–2010 годов. Она прошла несколько этапов эволюции, меняя концептуальные основы и подходы к взаимодействию с интернет-аудиторией. Это подчеркивает необходимость изучения новых методов и стратегий в дипломатической практике, адаптированных к цифровой среде. Кроме того, стремительная цифровизация оказывает масштабное влияние на международные отношения и геополитический ландшафт, создавая как новые возможности для сотрудничества, так и потенциальные вызовы и угрозы. Это требует пристального внимания мирового сообщества и разработки соответствующих политических и дипломатических ответов. В условиях глобального перехода от «индустриального общества» к «информационному» традиционные дипломатические практики трансформируются под воздействием цифровых технологий. Это приводит к необходимости переосмысления существующих подходов и разработки новых методологий в области международных отношений. В книге “Digital Diplomacy: U.S. Foreign Policy in the Information Age” авторы Robert K. McMahon и Cyrus R. Vance утверждают, что с развитием интернета и социальных сетей, государства получили возможность вести переговоры и обмениваться информацией в реальном времени, что кардинально меняет традиционные методы дипломатии Таким образом, исследование влияния цифрового мира на

международные отношения является актуальным и своевременным, поскольку оно позволяет выявить ключевые тенденции, риски и возможности, связанные с цифровизацией в этой сфере, и способствует формированию эффективных стратегий взаимодействия на глобальной арене.

Цель исследования. Анализ влияния цифровых технологий на международные отношения, выявление ключевых вызовов и возможностей, которые цифровая трансформация создает для глобальной политики, дипломатии и международного сотрудничества.

Задачи исследования:

- определить роль цифровых технологий в современной системе международных отношений. исследовать влияние цифровизации на дипломатические процессы и взаимодействие между государствами.
- оценить риски и угрозы, связанные с кибербезопасностью, информационными войнами и цифровым суверенитетом.
- проанализировать, как цифровая экономика и технологии (искусственный интеллект, блокчейн, большие данные) влияют на мировую торговлю и глобальное управление. рассмотреть роль международных организаций в регулировании цифрового пространства и создании норм цифрового взаимодействия.
- выявить перспективы развития международных отношений в условиях цифровизации и предложить возможные пути адаптации к новым вызовам.

Описание исследования. Цифровизация мира оказывает влияние на политические, экономические и социальные аспекты международных отношений. Стремительное развитие цифровых технологий приводит к появлению новых форм дипломатии, расширяет возможности международного сотрудничества и создает угрозы для традиционной безопасности. Цифровая дипломатия, или е-дипломатия, представляет собой использование цифровых технологий и интернет-ресурсов для ведения международной политики. С помощью социальных сетей, блогов, веб-сайтов и видеоконференций государства могут оперативно обмениваться информацией, проводить переговоры и продвигать свои интересы на международной арене. «Цифровая дипломатия: концепция и практика», новые технологии дают возможность быстрее реагировать на изменения в международной политике и эффективно

работать с общественным мнением как внутри стран, так и за их пределами. С помощью цифровых инструментов дипломатические миссии могут создавать прямые каналы общения с населением других стран, проводить разъяснительную работу и формировать позитивный имидж государства.

Однако, наряду с преимуществами, цифровая дипломатия также порождает риски, такие как распространение фейковых новостей, вмешательство в выборы и манипуляция общественным мнением. Цифровое правительство и международное сотрудничество. В последние годы многие страны начали внедрять электронное правительство (e-government) — систему, в которой использованные цифровые технологии позволяют улучшить качество и доступность государственных услуг для граждан. Это также стало важным элементом в межгосударственном взаимодействии. Цифровое правительство способствует ускоренному обмену информацией между государственными органами и международными организациями, помогает оптимизировать процессы правового взаимодействия. Организации, такие как Всемирный банк и ООН, активно работают над поддержкой стран, стремящихся к внедрению электронного правительства, что способствует улучшению международных связей и повышению уровня глобальной кооперации в области прав человека и международного законодательства.

Цифровизация экономики значительно меняет экономический ландшафт, предоставляя новые возможности для международной торговли, инвестиций и финансовых операций. Страны и корпорации активно используют цифровые технологии для выхода на международные рынки, что оказывает существенное влияние на глобальную экономику. Одним из ключевых факторов, ускоряющих процесс глобализации, является развитие электронной коммерции (e-commerce). По данным Всемирной торговой организации, цифровая торговля открывает новые горизонты для малого и среднего бизнеса, позволяя им выходить на международные рынки без необходимости в физическом присутствии. Это создает новые возможности для международных сделок, расширяет географию торговли и способствует улучшению финансовых потоков. Вместе с тем, электронная торговля вызывает вопросы регулирования, особенно в области защиты интеллектуальной собственности, защиты прав потребителей и налогообложения. Проблемы правового регулирования электронной торговли требуют выработки

международных стандартов и соглашений, чтобы минимизировать риски и укрепить доверие между странами.

Цифровая экономика также стала двигателем развития новых финансовых технологий, таких как криптовалюты и блокчейн. Криптовалюты, такие как биткойн, эфириум и другие, могут использоваться для трансграничных расчетов, минуя традиционные финансовые системы. Это открывает новые возможности для ускорения международных транзакций и снижает зависимость от национальных валют. Технология блокчейн, лежащая в основе криптовалют, также имеет огромный потенциал для использования в международных финансовых операциях. Блокчейн позволяет повысить безопасность транзакций и снизить риски мошенничества. Однако проблемы регулирования криптовалют и вопросов безопасности остаются актуальными для международного сообщества. Киберпространство стало новым фронтом, где происходят гибридные войны, включая кибератаки, направленные на политическую дестабилизацию, краже государственных данных и информационные манипуляции. Вмешательство в выборы, кибератаки на инфраструктуру, а также распространение фейковых новостей стали важной частью геополитических стратегий многих государств. Цифровизация не только открывает новые возможности, но и создает угрозы для международной безопасности.

В условиях глобализации и межсетевого взаимодействия увеличивается количество кибератак и других угроз, способных подорвать политическую, экономическую и социальную стабильность стран. Кибератаки становятся важной частью гибридных войн, при которых государственные и частные акторы используют киберпространство для ведения политических и экономических операций. Вмешательство в выборы, взломы государственных и частных баз данных, кража интеллектуальной собственности и данные для шантажа — все эти угрозы могут серьезно нарушить стабильность в международных отношениях. Как утверждает Головин, современное государство должно развивать киберзащиту и готовиться к возможным угрозам в киберпространстве. Для противодействия киберугрозам необходимо международное сотрудничество. В 2018 году ООН приняла ряд рекомендаций по кибербезопасности, направленных на защиту мировых сетевых инфраструктур. Также важным шагом является разработка международных соглашений по борьбе с киберпреступностью, созданию единых стандартов

безопасности и совместных усилий по ликвидации угроз в цифровом пространстве. Цифровизация мира также ведет к появлению нового типа неравенства — цифрового разрыва. Это проблема, заключающаяся в неравном доступе к современным цифровым технологиям и интернет-ресурсам, особенно между развитыми и развивающимися странами.

Цифровое неравенство усиливает существующие экономические и социальные различия между странами. Страны, не имеющие доступа к современным технологиям, оказываются в невыгодном положении на международной арене. Это ограничивает их возможности для экономического роста, образования и научных исследований, а также снижает способность эффективно взаимодействовать с другими государствами. Цифровизация усиливает социальные различия и создает «цифровые пропасти», которые могут привести к углублению неравенства в доступе к информации и технологиям. Международное сообщество активно работает над устранением цифрового неравенства. Всемирный банк и ООН поддерживают различные проекты по развитию инфраструктуры в развивающихся странах, направленные на улучшение доступа к интернету и цифровым технологиям. Эти усилия способствуют интеграции развивающихся стран в мировую экономику и укреплению глобального сотрудничества.

Результаты исследования. Рост влияния цифровых технологий на международные отношения. Цифровизация меняет традиционные механизмы дипломатии, торговли и безопасности, создавая новые формы взаимодействия между государствами. Онлайн-коммуникация, цифровая дипломатия и международные киберсоглашения становятся важными инструментами глобального управления. Кибербезопасность как ключевой вызов. Угроза кибератак, распространение дезинформации и информационные войны усложняют международные отношения, требуя от государств разработки стратегий кибербезопасности и международного сотрудничества в этой сфере.

Цифровой суверенитет и геополитическая конкуренция. Развитие технологий усиливает борьбу за цифровой суверенитет: страны стремятся контролировать национальные интернет-пространства, разрабатывают собственные технологические платформы и регулируют доступ к данным. Это приводит к фрагментации цифрового мира и росту напряженности в международных отношениях.

Изменение мировой экономики под влиянием цифровизации. Распространение цифровых валют, блокчейна, искусственного интеллекта и автоматизированных систем влияет на глобальные рынки, изменяя структуру торговли, финансовых отношений и трудовой миграции.

Роль международных организаций в цифровом регулировании ООН, ЕС, ВТО и другие международные организации принимают активное участие в формировании цифровых норм, однако отсутствие единой глобальной стратегии затрудняет эффективное регулирование.

Выводы исследования. Цифровая трансформация становится неотъемлемой частью международных отношений, создавая как новые возможности для сотрудничества, так и вызовы, связанные с безопасностью и конкуренцией. Киберугрозы и информационные войны требуют создания международных соглашений по цифровой безопасности. Политика цифрового суверенитета ведет к разделению мирового цифрового пространства, что может повлиять на глобальную стабильность. Цифровые технологии продолжают менять экономику и структуру международных отношений, требуя адаптации традиционных институтов к новым реалиям. Будущее международных отношений зависит от способности государств выработать баланс между цифровой конкуренцией и сотрудничеством, чтобы обеспечить устойчивое развитие глобального цифрового мира. Цифровизация мира оказывает глубокое влияние на международные отношения, создавая как новые возможности для сотрудничества, так и новые вызовы. Цифровая дипломатия, развитие электронной торговли и финансов, проблемы кибербезопасности и цифрового неравенства — все это требует активных усилий на международной арене для разработки эффективных норм и стандартов, которые смогут справиться с вызовами цифрового мира. Важно, чтобы государства и международные организации продолжали сотрудничать для создания устойчивой и безопасной цифровой среды, что станет основой для будущих отношений в глобализированном мире.

HOW AI IS CHANGING LANGUAGE LEARNING IN DIGITAL UNIVERSITIES

Ataeva Albina
1st-year student
Program: "Philosophy of Business Strategies and Coaching"
Scientific Advisor: Senior Lecturer Asel Medilkanovna Syrgabaeva

Research Relevance. In the 21st century, knowledge of foreign languages has become a crucial element of personal and professional growth. In the context of globalization and digitalization, traditional language learning methods no longer meet the needs of modern students. With the emergence of artificial intelligence (AI) technologies, educational processes, including language learning, are undergoing significant transformations.

The relevance of this study is determined by the need for an in-depth analysis of AI's impact on language learning, an assessment of its effectiveness, identification of its advantages and potential risks, and an exploration of its future applications in educational institutions.

Research Objectives. The aim of this study is to analyze the impact of artificial intelligence on the process of language learning in digital universities and to assess its effectiveness.

Research tasks:

- Examine existing AI technologies used in language education.
- Conduct a comparative analysis of traditional teaching methods and AI-based solutions.
- Evaluate AI's impact on students' academic performance and motivation.
- Identify the benefits and limitations of AI in educational processes.
- Develop recommendations for the optimal use of AI in language learning.

Research Description. This study involved a survey of 150 students from three digital universities (International University of Kyrgyzstan, Siberian Federal University, and Khakass State University) to assess their experiences with AI in language learning. The survey focused on students' use of AI-powered platforms such as Duolingo, Babbel, and ChatGPT. Additionally, interviews were conducted with

15 faculty members from the International University of Kyrgyzstan to understand their perspectives on AI tools and the challenges associated with their implementation.

Research Findings. The use of AI-powered platforms has contributed to improved academic performance. Students reported enhanced grammar skills, significant vocabulary expansion, and progress in listening and pronunciation due to speech recognition features.

Gamification elements and adaptive exercises made the learning process more engaging and motivating, while regular reminders and reward systems increased student engagement and study frequency.

However, some students faced issues with the accuracy of chatbot and voice assistant responses, which occasionally hindered comprehension. Faculty members also noted that AI cannot fully replace real-life communication, particularly in mastering complex aspects of language such as idioms and cultural nuances.

Research Conclusions.The study results indicate that artificial intelligence has a significant positive impact on the process of language learning in digital universities. AI enables the creation of personalized learning programs tailored to each student's proficiency level, making education more flexible and adaptive.

Despite its advantages, AI has not yet reached the level where it can fully replace human instructors, especially in areas such as intercultural communication and conversational skills development.

ЧАТ-БОТЫ И ВИРТУАЛЬНЫЕ АССИСТЕНТЫ ДЛЯ ОКАЗАНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ПОМОЩИ

Тавалдиева Айген
студентка 1 курса
направление «Социальная психология»
научный руководитель: старший преподаватель Токобаев Д. Э.

Актуальность темы. Сейчас многие сталкиваются с психологическими трудностями — постоянный стресс, поток информации, нестабильность в экономике, чувство одиночества. Все это влияет на самочувствие, а получить помощь не всегда просто: специалистов не хватает, услуги дорогие, да и не каждый решается обратиться к психологу. Но технологии развиваются, и это открывает новые возможности. Искусственный интеллект и цифровые инструменты помогают сделать поддержку доступнее. Некоторые исследователи ИИ уже дают конкретные даты окончательного прорыва этих технология в нашу жизнь «В 2041 году ИИ будет не просто инструментом, а партнером, коллегой, даже другом. Он будет повсюду, и мы будем взаимодействовать с ним так же естественно, как с другими людьми» [1]. Например, чат-боты и виртуальные помощники могут стать первым шагом: они помогают отслеживать эмоции и дают советы по самопомощи. Конечно, это не заменит живого общения со специалистом, но может быть хорошей поддержкой. Цель моего доклада — разобраться, как чат-боты и виртуальные помощники могут помочь в психологической поддержке, какие у них есть преимущества и недостатки, и что ждет эту технологию в будущем. Хотя, с другой стороны, сверхинтеллект может стать последним изобретением, которое когда-либо сделает человечество [2] и об этом не нужно забывать.

Для этого я рассмотрю следующие вопросы:

- Что такое чат-боты и виртуальные помощники.
- Как они могут помочь в психологической поддержке.
- Сравнение их с традиционными методами психотерапии.
- Как эти технологии могут развиваться дальше.

Основные понятия и классификация. Чат-боты — это программы, которые можно встретить в мессенджерах, на сайтах или в приложениях. Они отвечают на вопросы с помощью текста или голоса, используя искусственный интеллект и технологии обработки языка.

Например, можно спросить у бота расписание занятий или попросить совет, и он быстро выдаст ответ. Виртуальные помощники — это более «умные» версии чат-ботов. Они запоминают предпочтения пользователя, анализируют запросы и делают общение удобнее. Такие помощники могут работать вместе с голосовыми ассистентами, например, Siri, Alexa или Google Assistant, помогая в учебе и повседневных делах. ***Чем отличаются чат-боты от виртуальных помощников?*** Главное отличие в том, насколько они могут подстраиваться под нас. Чат-боты работают по заранее заданным правилам, а виртуальные помощники могут учиться и создавать более индивидуальный опыт. Сегодня существует множество чат-ботов и помощников, которые помогают нам с психологическими проблемами, например, Zigmund, Lea, Спокойный бот, Faino. А еще можно использовать «обычные» нейросети, такие как GPT Chat и Gemini, для простого общения.

Возможности чат-ботов и виртуальных ассистентов в психологической помощи. Первое это анализ настроения. Чат-боты могут «читать» наши сообщения и замечать признаки стресса, тревожности или депрессии. Конечно, это не заменит врача, но, если бот заметит что-то тревожное, он может посоветовать обратить на это внимание и, при необходимости, обратиться к специалисту. Чат боты могут дать полезные советы и упражнения. Многие чат-боты используют техники когнитивно-поведенческой терапии (КПТ), предлагая упражнения для снижения тревожности, контроля мыслей и управления эмоциями. Например, можно получить советы, как справиться с паникой перед экзаменом. Также они могут отслеживать настроения, как например фитнесс часы могут анализировать физическую активность день, за днем. Некоторые виртуальные помощники напоминают вести дневник эмоций, следят за изменениями настроения и дают рекомендации. Это помогает лучше понимать свои переживания и справляться с ними. Также они могут оказать помощь в сложных ситуациях. Если чат-бот замечает, что человек находится в серьезном кризисе (например, пишет о суицидальных мыслях), он может посоветовать обратиться к психологу или в экстренные службы. Что для студентов, то такие технологии особенно полезны, ведь учеба, дедлайны и социальное давление часто вызывают стресс. Чат-бот может стать первым шагом к тому, чтобы разобраться в своих эмоциях и найти поддержку. В дополнение к этому они могут также: помогать управлять

стрессом с помощью дыхательных упражнений и техник расслабления. Давать советы по продуктивности и управлению временем. Помогать в преодолении одиночества путем создания безопасного пространства для общения. Предоставлять мотивацию и поддержку в сложные учебные периоды. Рекомендовать полезные привычки для ментального здоровья, такие как ведение дневника благодарности, медитация и физическая активность.

Мы провели экспериментальную практику общения с чат-ботами, во время подготовки данного доклада. Все используемые чат боты были бесплатными, язык общения русский. Вот мой небольшой рассказ. Мы провели беседы с четырьмя разными чат-ботами, задавая им один и тот же вопрос, чтобы сравнить их ответы. В вопросе мы поднимали актуальную тему у подростков для того, чтобы наглядно был виден уровень информированности чат-ботов и их возможность давать полезные и точные ответы. Дословная формулировка вопроса: *«Я испытываю сложности в отношениях с партнером. Мы часто ссоримся, и я не понимаю, в чем причина. Иногда мне кажется, что наши чувства угасают, или что я не могу выразить свои потребности. Как мне научиться лучше понимать себя и своего партнера? Что я могу изменить, чтобы отношения стали гармоничнее?»*

Чат-бот 1 (Zigmund.GPT). Этот бот дал подробный и структурированный ответ. Он использовал примеры, пояснял детали и привел полезные ссылки. Его ответ оказался максимально полезным и в добавок дал рекомендаций по запросу.

Чат-бот 2 (Faino). Ответа на запрос бот не дал, кроме напоминания, что бот был создан психологами, но работает без участия человека и также рекомендаций, что стоит обратиться в экстренные службы, горячие линии и службы кризисной помощи.

Чат-бот 3 (Бот-психолог Лея). Этот бот дал ответ, который оказался бесполезным. Он либо не понял вопрос, либо ответил слишком общими фразами, которые не дали никакой новой информации. Бот прислал план психотерапевтических сессий, который оказался на платной основе.

Наши выводы. В целом, некоторые чат-боты оказались полезными, особенно если давали развернутые и аргументированные ответы. Однако точность и полезность ответов зависят от конкретного бота и формулировки вопроса. Лучше всего работают те, которые учитывают контекст и предлагают дополнительные

материалы. Учитывая свой опыт с живым психологом, могу добавить, что эффективность данных чат-ботов уступает им практически по всем пунктам. Предполагаю, что ИИ (искусственный интеллект) пока не способен полностью заменить живого специалиста, так как ему не хватает эмоционального интеллекта, гибкости в диалоге и индивидуального подхода к каждому человеку, а также способности тонко улавливать невербальные сигналы, глубже понимать контекст и предлагать действительно эмпатичные и персонализированные решения.

Преимущества и ограничения использования

Преимущества:

- доступность — такие сервисы работают 24/7, позволяя получить помощь в любое время.
- анонимность — пользователи чувствуют себя комфортнее, делясь своими проблемами.
- масштабируемость — один чат-бот может одновременно поддерживать тысячи пользователей.
- экономичность — бесплатные или дешевые альтернативы традиционной терапии.

Ограничения:

- отсутствие эмпатии — чат-бот не может полностью заменить живого специалиста.
- ошибки в интерпретации сообщений — алгоритмы могут неправильно понять контекст запроса.
- проблемы с конфиденциальностью — важно обеспечить защиту персональных данных пользователей.

Перспективы развития. Развитие технологий NLP для повышения точности диагностики. Совершенствование обработки естественного языка позволит чат-ботам лучше понимать контекст диалога и давать более точные рекомендации. Интеграция с носимыми устройствами и биометрическими датчиками. Будущие виртуальные ассистенты смогут анализировать физиологические показатели (пульс, уровень стресса), адаптируя рекомендации к текущему состоянию пользователя. Создание гибридных систем (ИИ + консультации специалистов). Комбинированные модели, где чат-боты будут выступать в роли первого уровня поддержки, а сложные случаи передаваться живым психологам, станут наиболее эффективным решением. Использование в образовательных средах.

Чат-боты могут применяться в университетах и школах для поддержки студентов, помогая им справляться с академической нагрузкой, стрессом и проблемами адаптации.

Заключение. Виртуальные ассистенты и чат-боты играют важную роль в сфере психологической помощи, делая ее более доступной и удобной. Особенно они полезны студентам и молодежи, помогая справляться со стрессом, тревожностью и одиночеством. Они работают круглосуточно, что важно для тех, кто стесняется обращаться к специалистам или просто не имеет возможности записаться на прием. Такие технологии помогают человеку лучше понимать свои эмоции, предлагают техники самопомощи и могут стать первым шагом к решению психологических проблем. Однако, несмотря на все их преимущества, чат-боты и виртуальные ассистенты не могут полностью заменить живого психолога. Искусственный интеллект все еще не обладает способностью глубоко анализировать индивидуальный жизненный контекст человека, а в сложных ситуациях, таких как депрессия или кризисные состояния, профессиональная помощь незаменима. Будущее чат-ботов в сфере психологии связано с развитием алгоритмов обработки естественного языка, что позволит им точнее понимать эмоции пользователей. Также перспективным направлением является интеграция с биометрическими системами, например, носимыми устройствами, которые отслеживают уровень стресса, частоту сердечных сокращений или изменения в голосе. Еще одно важное направление — создание гибридных решений, где чат-боты будут работать в связке с профессиональными консультантами, помогая направлять пользователей к специалистам при необходимости. Развитие этих технологий сделает психологическую поддержку более персонализированной, эффективной и доступной для широкого круга людей, особенно студентов, которые часто сталкиваются с высоким уровнем стресса и эмоциональным выгоранием.

Список литературы

1. *Анненков П.* «ИИ-2041. Десять образов нашего будущего», Кай-Фу Ли и Чэнь Цюфань / П. Анненков // Эксперт. — 2024. — 25 мая. — URL: https://expert.ru/trendy/knigi/ii-2041-desyat-obrazov-nashego-budushchego-kay-fu-li-i-chen-tsyufan/.

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ЭКОЛОГИЯ: УМНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ЗАЩИТЫ ПЛАНЕТЫ

Исагулова Бурулсун, Нусубалиева Айнура, Султанбекова Перизат
студентки 2-курса
направление «Программное обеспечение вычислительной техники и автоматизированных систем»
научный руководитель: PhD, и. о. доцента Махмут Вурал

Актуальность исследования. В условиях нарастающего экологического кризиса цифровые технологии становятся важным инструментом для мониторинга, предотвращения и смягчения негативного воздействия на окружающую среду. В данной статье рассматривается роль искусственного интеллекта (ИИ), больших данных (Big Data), дронов, спутниковых систем и умных решений в области переработки отходов в решении глобальных экологических проблем.

Особое внимание уделяется применению ИИ и Big Data в прогнозировании климатических изменений, что позволяет разрабатывать эффективные стратегии борьбы с изменением климата и предотвращать природные катастрофы. Анализируются умные системы переработки отходов, направленные на снижение объемов мусора и рациональное использование ресурсов. Рассматривается использование дронов и спутниковых технологий для мониторинга состояния экосистем, выявления загрязнений и реагирования на экологические угрозы.

Отдельный раздел посвящен перспективам внедрения цифровых технологий в Кыргызстане, с учетом локальных экологических вызовов. Оценивается их потенциал для повышения уровня экологической безопасности, устойчивого развития и создания новых рабочих мест.

Полученные результаты подтверждают, что цифровые технологии способны существенно повысить эффективность экологических инициатив, ускоряя переход к более устойчивым моделям взаимодействия общества с природой.

Цель исследования — проанализировать применение цифровых технологий в экологии и оценить их эффективность в решении глобальных экологических проблем.

Задачи исследования:

- ***анализ применения искусственного интеллекта (ИИ) и Big Data в борьбе с изменением климата*** — изучить, как эти технологии помогают прогнозировать климатические изменения и предотвращать природные катастрофы.
- ***оценка эффективности умных систем переработки отходов*** — исследовать технологии, которые улучшают сортировку и переработку мусора, способствуют сокращению отходов на свалках.
- ***изучение роли дронов и спутников в мониторинге экологической ситуации*** — проанализировать их применение для контроля загрязнения воздуха, воды и почвы, а также для предотвращения экологических катастроф.
- ***анализ возможностей внедрения цифровых технологий в Кыргызстане*** — исследовать, как цифровые решения, включая умные системы сортировки отходов и дроновые технологии, могут быть адаптированы для решения экологических проблем в стране.
- ***оценка влияния цифровых технологий на устойчивое развитие*** — изучить, как внедрение этих технологий может способствовать улучшению экологической ситуации, повышению качества жизни населения и созданию новых рабочих мест.

Описание исследования. Исследование основано на комплексном подходе, включающем анализ научных данных, сравнение опыта разных стран и изучение успешных кейсов внедрения цифровых технологий в экологию. Основные сферы применения:

ИИ и Big Data в климатологии. Эти технологии используются для прогнозирования климатических изменений, мониторинга природных катастроф и оптимизации использования ресурсов.

Умные системы переработки отходов. Роботизированные системы и алгоритмы машинного обучения улучшают сортировку и переработку мусора, сокращая объемы отходов на свалках.

Дроны и спутники для мониторинга экосистем. Эти технологии позволяют отслеживать загрязнение воздуха, воды и почвы, а также оперативно реагировать на экологические катастрофы.

Экологическая ситуация в Кыргызстане. Внедрение цифровых технологий может помочь решить проблемы загрязнения водоемов, утилизации отходов и деградации земель.

Результаты исследования. Проведенный анализ цифровых технологий в экологии позволил выявить их ключевые преимущества и эффективность в решении глобальных экологических проблем. Рассмотрены различные направления применения инноваций, включая искусственный интеллект (ИИ) и Big Data в климатологии, умные системы переработки отходов, а также дроновые и спутниковые технологии для мониторинга окружающей среды.

Искусственный интеллект (ИИ) в борьбе с загрязнением воздуха. ИИ активно используется для анализа данных о качестве воздуха, в том числе для регулирования транспортных потоков и работы предприятий с целью снижения загрязнения. Примеры технологий:

- IBM Watson AI for Environmental Monitoring — система мониторинга загрязнения, использующая ИИ для анализа и прогнозирования качества воздуха.
- BreezoMeter — ИИ-алгоритмы для предсказания качества воздуха в реальном времени, используемые в таких странах, как США и Великобритания.
- AI-powered Air Purifiers — интеллектуальные очистители воздуха с сенсорами, которые регулируют уровень фильтрации в зависимости от загрязненности.

В Китае ИИ используется в рамках национальных программ по борьбе с загрязнением воздуха, например, в крупных городах, таких как Пекин, где уровень загрязнения превышает нормы. В США системы ИИ на базе данных с датчиков в реальном времени помогают корректировать трафик и уровень выбросов, что позволило сократить загрязнение в нескольких крупных мегаполисах на 20-30%.

Big Data и предсказание климатических изменений. Использование Big Data для анализа климатических данных позволяет точно прогнозировать изменения в экосистемах. Примеры технологий:

- Google Earth Engine — платформа для анализа больших объемов климатических данных.
- Copernicus Climate Change Service (C3S) — система предсказания изменений климата, которая анализирует данные спутников и метеостанций.
- IBM Deep Thunder — система предсказания метеорологических изменений, основанная на Big Data и алгоритмах машинного обучения.

Программы, использующие Big Data, позволили NASA и NOAA сделать точные прогнозы о воздействии климатических изменений на сельское хозяйство в США, что помогло предотвратить миллиардные убытки от засух и ураганов. В странах ЕС Big Data используется для оценки рисков климатических катастроф и разработки адаптивных стратегий.

Дроны для мониторинга незаконной вырубки лесов. Дроны с LiDAR-сканерами и тепловизорами активно используются для борьбы с незаконной вырубкой лесов. Примеры технологий:

- DJI Phantom 4 RTK — дрон с высоким разрешением, предназначенный для съемки в сложных условиях.
- OpenForests Explorer — платформа для мониторинга лесов, которая использует дронов и спутниковые снимки.
- Rainforest Connection — система аудиоконтроля для мониторинга и выявления незаконных вырубок лесов.

В Бразилии с помощью дронов удалось за два года сократить незаконную вырубку лесов в Амазонии на 15%. В Юго-Восточной Азии дроновые технологии помогли снизить незаконные рубки в таких странах, как Индонезия и Малайзия, на 10-20%.

ИИ и Big Data в управлении отходами и переработке мусора. ИИ и Big Data активно используются для оптимизации процессов переработки мусора и улучшения сортировки отходов. Примеры технологий:

- AMP Robotics — ИИ для автоматической сортировки мусора, использующий камеры и алгоритмы машинного обучения.
- ZenRobotics — роботизированные системы переработки отходов, применяемые на различных этапах сортировки.
- Waste Management Smart Systems — системы анализа и оптимизации сбора отходов с использованием данных в реальном времени.

В Швеции около 99% отходов перерабатываются, благодаря использованию интеллектуальных систем сортировки. В США и Канаде в ряде городов внедрены системы с ИИ для переработки мусора, что позволило сократить затраты на утилизацию на 25–30% и повысить эффективность переработки.

На основе проведенного исследования можно сказать, что эти технологии могут сыграть ключевую роль в улучшении экологической ситуации не только в странах с развитыми рынками, но и в Кыргызстане.

Краткое описание выбранных технологий для примера:

- BreezoMeter — система мониторинга качества воздуха в реальном времени.
- Google Earth Engine — платформа для анализа геопространственных данных.
- DJI Phantom 4 RTK — дрон для мониторинга лесов.
- Copernicus Climate Change Service (C3S) — спутниковая климатическая система.
- AMP Robotics — ИИ-роботы для сортировки отходов.

Сравнительный анализ разных технологий

Технология	Мощность	Актуальность	Эффект
BreezoMeter	**Высокая** — ИИ-аналитика в реальном времени	**Высокая** — интегрирована в приложения и умные города	**Средняя** — повышает осведомленность
Google Earth Engine	**Очень высокая** — обработка больших данных	**Очень высокая** — используется в исследованиях и правительственных структурах	**Высокая** — способствует климатическим исследованиям
DJI Phantom 4 RTK	**Средняя** — ограничена временем работы	**Высокая** — популярна в лесном хозяйстве и сельском хозяйстве	**Высокая** — выявляет незаконную вырубку лесов
Copernicus Climate Change Service	**Очень высокая** — спутниковое моделирование	**Очень высокая** — используется ЕС и мировыми климатическими агентствами	**Очень** высокая — важна для адаптации к изменениям климата
AMP Robotics	**Высокая** — распознавание отходов на основе ИИ	**Средняя** — внедряется в развитых странах	**Высокая** — снижает объем отходов и повышает переработку

Внедрение цифровых технологий в Кыргызстане. Исследование выявило следующие перспективные направления:

- ***Решение проблем с утилизацией отходов.*** Умные системы переработки помогут снизить объем отходов на свалках.
- ***Мониторинг состояния водоемов.*** Дроны и спутники позволят оперативно выявлять источники загрязнения рек и озер.
- ***Защита почвы и лесов.*** Дроновые технологии помогут контролировать эрозию почв и незаконную вырубку лесов.
- ***Создание новых рабочих мест.*** Внедрение технологий стимулирует развитие инновационного бизнеса и открывает новые возможности для трудоустройства.

Рекомендации по дальнейшему развитию. На основе проведенного исследования сформированы рекомендации для эффективного внедрения цифровых технологий в сферу экологии:

- ***Развитие ИИ для мониторинга воздуха:*** Внедрение систем, как BreezoMeter, для улучшения прогнозирования загрязнения и оперативного реагирования.
- ***Использование Big Data для климата:*** Разработка платформ, таких как Google Earth Engine, для предсказания климатических изменений и планирования устойчивости.
- ***Применение дронов для мониторинга лесов:*** Расширение использования дронов, как DJI Phantom 4 RTK, для выявления незаконной вырубки и экологических нарушений.
- ***Умные системы переработки отходов:*** Внедрение роботизированных систем сортировки мусора, таких как AMP Robotics, для повышения эффективности переработки.
- ***Мониторинг водоемов и почвы:*** Развитие технологий для мониторинга загрязнения рек и озер, а также защиты от эрозии почвы.
- ***Стимулирование инновационного бизнеса:*** Создание рабочих мест и поддержка стартапов в области экотехнологий.
- ***Обучение специалистов:*** Развитие образовательных программ по цифровым технологиям и экологии для подготовки квалифицированных кадров.

Проведенное исследование подтвердило важность цифровых технологий в решении экологических проблем. Искусственный интеллект и Big Data позволяют точнее прогнозировать климатические изменения, что помогает оценивать риски природных катастроф и разрабатывать стратегии их предотвращения. Умные системы переработки отходов эффективно сокращают объем мусора и оптимизируют утилизацию, уменьшая негативное воздействие на окружающую среду. Дроны и спутники позволяют быстро выявлять загрязнение, контролировать водоемы, почву и атмосферу, а также оперативно реагировать на экологические угрозы. В Кыргызстане внедрение этих технологий поможет улучшить ситуацию с отходами и экологическим мониторингом, создавая новые рабочие места и привлекая инвестиции в инновационный сектор. Перспективы дальнейших исследований включают анализ долгосрочного влияния технологий на экологию, разработку новых алгоритмов прогнозирования и исследование возможностей

интеграции цифровых решений в экономику разных стран. Важно продолжать международное сотрудничество и увеличивать инвестиции в экологические инновации.

Список использованной литературы

1. IPCC. Climate Change 2022: Mitigation of Climate Change : Contribution of Working Group III to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change / ed. P. R. Shukla, J. Skea, R. Slade [et al.]. — Cambridge ; New York : Cambridge University Press, 2022. — DOI: 10.1017/9781009157926. — URL: https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg3/.

ЯЗЫК ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: КАК НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВЛИЯЮТ НА ЛЕКСИКУ И СТИЛЬ?

Сатыбалдиева Залина
студентка 1курса
направление «Экономика»
научный руководитель: старший преподаватель Намазова А. Н.

Актуальность исследования. В современном мире цифровые технологии развиваются стремительно, затрагивая все сферы жизни, включая экономику и язык. В ходе моего исследования я изучила, как цифровая экономика влияет на лексику и стилистику общения. Я увидела, что появление новых терминов, англоязычные заимствования, сокращения и изменение стилистики коммуникации стало нормой как в деловой среде, так и в повседневном общении. Цифровая экономика привела к тому, что язык стал более динамичным, лаконичным и международным. Особенно заметно влияние социальных сетей, мессенджеров и новых технологий, таких как искусственный интеллект и автоматизированные переводчики. Важно понимать эти изменения, так как они формируют

Цели и задачи исследованияю. Исследуя данный вопрос, я поставила перед собой цель — изучить влияние цифровых технологий на лексику и стиль общения в современной экономике.

Для достижения этой цели я выделила несколько задач:

1. Определить основные изменения в языке под воздействием цифровой экономики.
2. Изучить процесс появления и заимствования новых терминов.
3. Проанализировать особенности цифровой коммуникации и их влияние на стилистику делового общения.
4. Рассмотреть, как социальные сети и мессенджеры формируют новые языковые нормы.
5. Исследовать перспективы дальнейшего развития языка в условиях цифровой трансформации.

Мы проанализировали множество источников, включая научные статьи, деловую документацию, публикации в СМИ и примеры общения в социальных сетях. Это помогло мне увидеть реальные тенденции и сделать выводы о будущем языка цифровой экономики.

Описание исследования. В ходе исследования мы изучили, какие изменения произошли в языке под влиянием цифровой экономики. Мы обратили внимание на несколько ключевых направлений:

1. Лексические изменения — появление новых терминов, заимствование англоязычных слов, сокращения и аббревиатуры.
2. Стилистические особенности — тенденции к упрощению языка, сокращению фраз, использованию эмодзи и других визуальных элементов.
3. Роль цифровой среды — как мессенджеры, социальные сети и автоматизированные переводчики меняют язык и формируют новые нормы общения.

Для изучения вопроса я анализировала тексты из различных сфер: деловая переписка, статьи, интернет-коммуникация, публикации в соцсетях. Мы обратила внимание, что язык становится более гибким и адаптивным.

Результаты исследования**.** Одним из важнейших изменений является возникновение новых понятий, которые вошли в деловой и повседневный язык. Я выявила, что цифровая экономика создала множество специализированных терминов:

1. Блокчейн — технология распределенного реестра.
2. Финтех (FinTech) — финансовые технологии.
3. Криптовалюта — цифровые деньги.
4. NFT (Non-Fungible Token) — невзаимозаменяемый токен.
5. Big Data — большие данные.
6. Краудсорсинг — привлечение идей и ресурсов от большого числа людей.
7. Гиг-экономика — рынок краткосрочных и временных работ.
8. Диджитализация — перевод процессов в цифровой формат.
9. Кибербезопасность — защита данных и систем от кибератак.
10. Виртуальная реальность — искусственная цифровая среда для взаимодействия.
11. Майнинг — процесс добычи криптовалюты с помощью вычислений.
12. Сторидж — облачное или локальное хранилище данных.

В процессе исследования я заметила, что большинство новых слов в цифровой экономике заимствованы из английского языка. Это связано с тем, что международные компании и цифровые технологии ориентированы на глобальный рынок.

1. UX/UI — пользовательский опыт и интерфейс.

2. AI — искусственный интеллект.
3. SEO — поисковая оптимизация.
4. SMM — маркетинг в социальных сетях.
5. P2P — одноранговая сеть.
6. DDoS — атака на сервер с множеством запросов.
7. API — интерфейс взаимодействия программных приложений.
8. CIO — директор по информационным технологиям.
9. VPN — виртуальная частная сеть для защиты данных.
10. CMS — система управления контентом на сайтах.
11. LMS — платформа для онлайн-обучения.
12. QR — матричный код для быстрой идентификации.

Этот процесс облегчает международное сотрудничество, но одновременно приводит к вытеснению русскоязычной терминологии.

Влияние цифровой экономики привело к трансформации не только лексики, но и стиля общения.

Выводы исследования. В результате исследования сделаны следующие выводы:

1. Язык цифровой экономики активно изменяется под влиянием новых технологий.
2. Появляются новые термины, многие из которых заимствованы из английского языка.
3. Стиль общения становится более лаконичным, неформальным и удобным для цифровой среды.
4. Социальные сети и мессенджеры играют ключевую роль в изменении языковых норм.
5. В будущем ожидается ещё большее влияние искусственного интеллекта и автоматизированных переводчиков на язык.

Список использованной литературы:

1. *Шмидт Э.* Новый цифровой мир. Как технологии меняют жизнь людей, модели бизнеса и понятие государств / Э. Шмидт, Д. Коэн ; пер. с англ. С. Филина. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 368 с. — ISBN 978-5-91657-824-9.
2. *Копусь Т. Л.* К вопросу об исследовании цифрового языка / Т. Л. Копусь // Сервис plus. — 2021. — Т. 15, № 2. — С. 13–20. — DOI: 10.24412/2413-693X-2021-2-13-20. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-ob-issledovanii-tsifrovogo-yazyka.

ЭФФЕКТИВНЫЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ В ОБУЧЕНИИ: КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ BEAUTIFUL.AI ДЛЯ СОЗДАНИЯ ВИЗУАЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Жакшылык уулу Мурат, Курмангалиева Айдана
студенты 1-курса
направление «Программное обеспечение вычислительной техники и автоматизированных систем»
научный руководитель: PhD, и.о. доцент Махмут Вурал

Современные технологии активно внедряются в сферу образования, изменяя методы подачи и восприятия учебного материала. Визуальные инструменты, такие как презентации, играют ключевую роль в образовательном процессе, помогая структурировать информацию, делать ее более доступной и понятной для студентов. Однако создание качественных и профессионально оформленных презентаций требует значительных временных затрат и определенных навыков работы с графическим дизайном.

С развитием искусственного интеллекта (ИИ) появились инструменты, способные автоматизировать процесс создания презентаций. Одним из таких решений является платформа Beautiful.ai, использующая алгоритмы ИИ для автоматического форматирования и улучшения визуального представления контента. Это открывает новые возможности для преподавателей и студентов, снижая барьеры, связанные с техническими сложностями оформления и дизайна.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью повышения эффективности образовательного процесса, внедрения инновационных методов обучения и улучшения визуального сопровождения учебных материалов. Использование ИИ в создании презентаций не только упрощает подготовку к занятиям, но и повышает качество передаваемой информации, делая ее более наглядной и структурированной.

Кроме того, автоматизированные инструменты способствуют развитию цифровой грамотности среди студентов, что является важным навыком в условиях стремительно развивающегося технологического мира. Beautiful.ai позволяет пользователям сосредоточиться на содержании презентаций, минимизируя затраты времени на технические аспекты их оформления. Это особенно

актуально для студентов, которые готовят курсовые работы, проекты и научные доклады, а также для преподавателей, создающих учебные материалы.

Цели и задачи исследования. Целью данного исследования является анализ эффективности использования платформы Beautiful.ai в образовательном процессе, а также определение преимуществ автоматизированного создания презентаций с применением технологий искусственного интеллекта.

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

1. Изучить современные тенденции в области использования визуальных материалов в образовании и определить роль ИИ в этом процессе.
2. Проанализировать функциональные возможности Beautiful.ai**,** определить его ключевые особенности и принципы работы.
3. Сравнить Beautiful.ai с традиционными инструментами создания презентаций (PowerPoint, Canva и др.), выявить их различия и преимущества.
4. Оценить влияние автоматизации презентационного процесса на качество образовательных материалов и восприятие информации студентами.
5. Определить, насколько использование Beautiful.ai способствует повышению продуктивности преподавателей и студентов, а также облегчает процесс подготовки и представления учебного контента.
6. Разработать рекомендации по эффективному использованию Beautiful.ai в образовательной среде.

Данное исследование поможет определить, насколько актуально и полезно внедрение ИИ-инструментов для создания презентаций в учебный процесс, а также предложит возможные способы их интеграции в образовательные программы. Внедрение подобных технологий позволит повысить качество преподавания, сделать лекции и доклады более динамичными и доступными для понимания, а также облегчит процесс подготовки презентаций для всех участников образовательного процесса.

Описание исследования. За последние годы значимость визуального контента в образовательном процессе значительно возросла.

Презентации стали неотъемлемой частью лекций, семинаров и научных исследований, помогая преподавателям эффективно передавать сложные концепции, а студентам — упорядочивать и наглядно представлять свои идеи. Однако создание качественных презентаций традиционно требует значительных временных затрат и навыков работы с дизайном. Благодаря современным технологиям, таким как искусственный интеллект, этот процесс стал гораздо проще.

Beautiful.ai — это передовая платформа для создания презентаций, использующая алгоритмы искусственного интеллекта для автоматической оптимизации дизайна слайдов. Благодаря этому преподаватели и студенты могут сосредоточиться на содержании, не беспокоясь о визуальном оформлении. Система автоматически подбирает шрифты, цветовые схемы и макеты, обеспечивая профессиональный и гармоничный внешний вид презентаций.

Для преподавателей Beautiful.ai — это удобный инструмент, позволяющий повысить наглядность учебного материала. Платформа автоматически адаптирует графики, диаграммы и инфографику к структуре слайдов, упрощая объяснение сложных тем. Кроме того, возможность мгновенного обмена презентациями делает совместную работу более удобной.

Студенты могут использовать Beautiful.ai для подготовки презентаций к курсовым работам, исследовательским проектам и конференциям. Этот инструмент позволяет быстро создавать профессионально оформленные слайды, не требуя углубленных знаний в области дизайна, что значительно повышает уверенность при выступлении и помогает эффективнее донести свои идеи до аудитории.

Результаты исследования. В рамках исследования был проведен анализ функциональных возможностей Beautiful.ai, а также изучено влияние автоматизированного создания презентаций на образовательный процесс. Использовались методы сравнительного анализа с традиционными инструментами создания презентаций, а также проведены интервью с преподавателями и студентами для оценки удобства и эффективности платформы.

Были рассмотрены ключевые аспекты работы Beautiful.ai, включая автоматическое форматирование, адаптацию контента, встроенные шаблоны и механизмы интеллектуального дизайна.

В ходе исследования анализировалась скорость создания презентаций, уровень визуального восприятия и удобство совместной работы в группе.

Инструмент	Доля пользователей	Причины использования / Особенности
PowerPoint AI	35%	Широкая доступность, интеллектуальные рекомендации, интеграция с Microsoft.
Beautiful.ai	25%	Автоматический дизайн, удобство в образовательном процессе.
Canva AI	20%	Простота использования, большое количество шаблонов.
Tome	15%	Генерация слайдов на основе текста, но ограниченная функциональность.
Другие инструменты	5%	Используются в узких специализированных задачах.

Кроме того, были проведены тестовые презентации, подготовленные как вручную, так и с использованием Beautiful.ai**,** с последующей оценкой аудитории. Анализ результатов позволил выявить преимущества и возможные ограничения использования данного инструмента в образовательной среде.

Результаты исследования показали, что использование Beautiful.ai значительно сокращает время на создание презентаций, упрощает работу с визуальными материалами и делает презентации более профессиональными и привлекательными.

Шаг 1: Регистрация и вход

1. Перейдите на сайт Beautiful.ai.
2. Нажмите на кнопку «Sign Up» (Зарегистрироваться), чтобы создать аккаунт. Вы можете зарегистрироваться через электронную почту или с использованием Google-аккаунта.
3. Если у вас уже есть аккаунт, просто нажмите «Log In» и введите свои данные.

Шаг 2: Создание новой презентации

1. После входа в систему нажмите «Create New Presentation» (Создать новую презентацию).

2. Вам будет предложено выбрать шаблон или начать с пустой презентации. Шаблоны в Beautiful.ai автоматически подбираются в зависимости от содержания презентации, что позволяет сэкономить время.
3. Выберите «Start with a Template» (Начать с шаблона) или «Start from Scratch» (Начать с нуля), если хотите создать презентацию с самого начала.

Шаг 3: Работа с слайдами

1. Добавление слайдов:
   - Чтобы добавить новый слайд, нажмите на кнопку «Add Slide» в верхнем меню.
   - Beautiful.ai предложит различные виды слайдов: заголовок, текст, графики, диаграммы и т. д. Выберите нужный тип в зависимости от того, что вы хотите отобразить на слайде.
2. Автоматическое оформление:
   - Один из ключевых аспектов Beautiful.ai — это использование ИИ для автоматического оформления слайдов. Когда вы добавляете текст, изображения или другие элементы, ИИ автоматически выравнивает их и подбирает оптимальный дизайн. Вы можете легко настраивать оформление, но все элементы будут гармонично выглядеть благодаря встроенным алгоритмам.
3. Редактирование слайдов:
   - Чтобы редактировать слайд, просто нажмите на нужный элемент (текст, изображение, график и т. д.).
   - Текст: Нажмите на текст, чтобы отредактировать его, изменив шрифт, размер, цвет или форматирование.
   - Графики и диаграммы: Для добавления диаграмм и графиков выберите соответствующий слайд в меню и заполните его данными. Beautiful.ai автоматически подстроит графику в зависимости от данных.
   - Изображения: Для добавления изображений перетащите их с компьютера или выберите их из встроенной библиотеки.
4. Использование шаблонов слайдов:
   - Каждый слайд в Beautiful.ai имеет шаблон, который автоматически подстраивает контент в зависимости от введенных данных. Например, если вы вводите текст с точками, шаблон автоматически отформатирует его как список.

- Вы можете изменить стиль или структуру слайда, просто выбрав другой шаблон из предложенных вариантов.

Шаг 4: Настройка дизайна

1. Выбор темы:
   - Beautiful.ai позволяет выбрать общий стиль или тему презентации. Вы можете выбрать стиль оформления слайдов, шрифт и цветовую палитру в зависимости от ваших предпочтений или корпоративного стиля.
   - В верхней части экрана есть меню «Themes» (Темы), где можно выбрать заранее подготовленные шаблоны или настроить тему вручную.
2. Изменение фона:
   - Чтобы изменить фон слайда, перейдите в раздел «Background» и выберите цвет, градиент или изображение для фона.
   - Beautiful.ai также позволяет добавлять текстуры и изображения на фон для улучшения визуальной привлекательности.

Шаг 5: Совместная работа

1. Совместный доступ:
   - Beautiful.ai позволяет работать над презентацией вместе с коллегами или студентами. Чтобы поделиться проектом, нажмите на кнопку «Share» в верхнем правом углу.
   - Вы можете пригласить других пользователей для редактирования презентации или предоставить им только доступ для просмотра.
2. Комментирование:
   - Beautiful.ai поддерживает возможность комментирования. Вы можете оставлять комментарии непосредственно на слайде, что удобно для групповой работы или при необходимости обсуждения изменений.

Шаг 6: Завершение и скачивание

1. После того как презентация будет готова, нажмите на кнопку «Download» в верхнем правом углу.
2. Вы можете скачать презентацию в формате PPTX, чтобы открыть и редактировать её в Microsoft PowerPoint, или

выбрать PDF, если вам нужно просто распечатать или поделиться презентацией.
3. Также есть возможность «Share Link» для создания ссылки для просмотра вашей презентации онлайн.

Шаг 7: Просмотр и презентация

1. Если вы хотите провести презентацию прямо через Beautiful.ai, можно использовать режим «Present», который позволяет показывать слайды в полноэкранном режиме.
2. Для этого нажмите на «Present» в верхней части экрана, и система будет показывать ваши слайды, как в режиме слайд-шоу.

Советы по использованию Beautiful.ai:

- Используйте предустановленные шаблоны для ускорения работы. Это сэкономит время на поиске правильного дизайна и оформление.
- Работайте поэтапно, начиная с основного контента и переходя к улучшению дизайна с помощью встроенных инструментов.
- Используйте графику и диаграммы, чтобы визуализировать сложные данные, это сделает презентацию более понятной.

Beautiful.ai — это мощный инструмент для создания презентаций, который упрощает весь процесс и помогает создавать стильные и визуально привлекательные материалы с минимальными усилиями.

ИИ — это не просто тренд, а реальный помощник в создании образовательного контента. Он не только облегчает преподавательскую работу, но и открывает новые возможности для студентов, помогая им освоить современные цифровые навыки. Важно понимать, что ИИ не заменяет преподавателя, а становится его союзником, улучшая качество презентаций и повышая эффективность образовательного процесса.

Таким образом, Beautiful.ai становится незаменимым инструментом как для преподавателей, так и для студентов. Он не только упрощает процесс создания презентаций, но и помогает сделать образовательный процесс более ярким, интересным и доступным для восприятия.

Список использованной литературы:

1. *Панда П.* ChatGPT. Мастер подсказок, или Как создавать сильные промты для нейросети / П. Панда, А. Сычева. — Санкт-Петербург : Питер, 2024. — 224 с.
2. *Bartsch R. A.* Effectiveness of PowerPoint presentations in lectures / R. A. Bartsch, K. M. Cobern // Computers & Education. — 2003. — Vol. 41, № 1. — P. 77–86. — DOI: 10.1016/S0360-1315(03)00027-7.

ЗАМАНБАП БИЛИМ БЕРҮҮ МЫЙЗАМЫ ЖАНА ЖАҢЫ ТЕХНОЛОГИЯ

Султанмурат кызы Роза
1-курстун студенти
багыты «Экономика и бухгалтерский учет»
илимий жетекчиси: ага окутуучу Алиева Н. Б.

Заманбап билим берүү коомдун өнүгүүсүнүн негизги фактору болуп саналат. Билим берүү тармагы технологиялык прогресске жараша өзгөрүп, жаңы ыкмалар менен байытылууда. Бул доклад билим берүү мыйзамдарынын заманбап принциптерин, жаңы технологиялардын билим берүүгө тийгизген таасирин жана алардын өз ара байланышын талдоого арналат. Ошондой эле, билим берүү системасын реформалоо жана санариптештирүү жаатындагы актуалдуу маселелер каралат.

Заманбап билим берүү мыйзамынын негизги принциптери

Билим берүүнүн демократиялаштырылышы. Билим алуу ар бир адамдын укугу болуп саналат. Демократиялык коомдо билим берүү жеткиликтүү жана тең укуктуу болушу шарт. Мисалы, Кыргызстанда билим берүү акысыз жана бардык балдарга башталгыч жана орто билим алуу мүмкүнчүлүгү берилген. Билим берүү системасында ар бир жарандын билимге жеткиликтүүлүгүн камсыз кылуу үчүн мамлекет атайын программаларды ишке ашырууда. Мындан тышкары, мугалимдердин квалификациясын жогорулатуу боюнча тренингдер уюштурулуп, билим берүү стандарттары жакшыртылып жатат. Ата-энелер жана коомчулук билим берүүгө активдүү катышуу үчүн түрдүү механизмдер иштелип чыгууда.

Инклюзивдүү билим берүү. Бардык балдар, анын ичинде мүмкүнчүлүгү чектелген адамдар да билим алуу мүмкүнчүлүгүнө ээ болушу керек. Инклюзивдүү билим берүү коомдун ар бир мүчөсүнүн билим алуусуна шарт түзөт. Кыргызстанда инклюзивдүү билим берүүнү өнүктүрүү максатында атайын мыйзамдар жана программалар ишке ашырылууда. Мектептерде мүмкүнчүлүгү чектелген балдар үчүн ыңгайлуу шарттар түзүлүп, аларга ылайыкташтырылган окуу материалдары жана методикалары иштелип чыгууда. Мындан тышкары, атайын педагогдор жана психологдор даярдалып,

инклюзивдик билим берүүнүн сапатын жогорулатуу боюнча аракеттер көрүлүүдө. Ошондой эле, билим берүү мекемелеринде инклюзивдүү билим берүү маданиятын калыптандыруу үчүн атайын окутуулар өткөрүлүүдө.

Өмүр бою билим алуунун мааниси. Заманбап дүйнөдө билим алуу бир гана жаш кезинде эмес, өмүр бою улантылуусу керек. Кыргызстанда чоңдор үчүн кесиптик жана техникалык билим берүү борборлору иштеп, калктын ар кандай катмарлары үчүн окуу курстарын сунуштайт. Өмүр бою билим алуу концепциясы квалификацияны жогорулатуу жана эмгек рыногунда атаандаштыкка жөндөмдүүлүктү сактоо үчүн маанилүү. Кыргызстанда онлайн жана офлайн курстар аркылуу ар кандай багыттар боюнча квалификациялык программалар ишке ашырылууда. Айрыкча, IT жана санариптик адистиктер боюнча курстарга суроо-талап өсүүдө. Алдыңкы технологияларды өздөштүрүү үчүн мамлекеттик жана жеке окуу жайлары менен биргеликте атайын программанын ишке ашырылышы да маанилүү.

Билим берүүдө сапаттын көтөрүлүүсү. Сапаттуу билим берүү экономикалык жана социалдык өнүгүүнүн негизги фактору болуп эсептелет. Кыргызстанда билим берүү сапатын жогорулатуу максатында санариптик технологиялар киргизилип, мугалимдердин квалификациясын жогорулатуу программалары жүргүзүлүүдө. Ошондой эле, эл аралык стандарттарга шайкеш келген билим берүү программалары иштелип чыгууда. Университеттерде жана мектептерде заманбап лабораториялар, китепканалар, интерактивдүү доскалар жана компьютердик класстар көбөйтүлүүдө. Кошумча, эл аралык тажрыйбаларды эске алуу менен окуу программалары жаңыланып, заманбап окутуу методикалары колдонулууда.

Дижиталдык технологиялардын пайда болушу. Дижиталдык технологиялар билим берүү тармагында кеңири колдонулуп, билим алуучулардын үйрөнүү процессин оптималдаштырып, ачыктык жана мүмкүнчүлүктөрдү кеңейтти. Интернет, мобилдик түзмөктөр жана программалык камсыздоо билим берүүдө жаңы форма жана мүмкүндүктөрдү сунуштоодо. Мисалы, онлайн билим берүү платформалары жана дижиталдык окутуу материалдары бүткүл дүйнө жүзү боюнча билим алуу мүмкүнчүлүктөрүн жеткиликтүү кылды.

Онлайн билим берүү платформалары, ошону менен бирге, ар түрдүү билим берүү ресурстарын жана курстарды интернет аркылуу жеткиликтүү кылып, билим алуу тармагын глобалдаштырды.

Coursera, edX, Udemy сыяктуу платформалар дүйнө жүзү боюнча студенттерге, кесипкөй жана адистерге билим алууну иш жүзүндө сунуштайт. Бул платформалар менен студенттер өздөрүнүн каалаган убактысында жана ордунда окутуу курстарынан өтүп, алектенишет.

Виртуалдык жана кеңейтилген чындыктын колдонулушу Виртуалдык чындык (VR) жана кеңейтилген чындык (AR) технологиялары билим берүүдө кызыктуу жана жаңы мүмкүнчүлүктөрдү ачты. Студенттер виртуалдык лабораторияларда эксперименттерди жүргүзүп, AR аркылуу өздөрүнүн билимдерин визуалдык жана интерактивдүү түрдө тереңирээк түшүнүшөт. Мисалы, биологиялык объекттерди AR технологиясы аркылуу терең изилдеп, адамдын денесин 3D үлгүсүндө көрүү мүмкүнчүлүгү пайда болду.

Жасанды интеллект (AI) жана адаптивдүү окуу системалары билим берүүдө жаңы багыттарды ачууда. AI технологиялары студенттин үйрөнүү темпин, стилдерин жана кызыкчылыктарын анализдеп, жеке окуу пландарын түзүүгө мүмкүнчүлүк берет. Адаптивдүү окуу системалары, өз кезегинде, ар бир студентке жекече окутуу ыкмаларын сунуштайт, алардын билимин оптималдаштырып, үзгүлтүксүз жакшыртууга мүмкүндүк берет. Жыйынтыгында Жаңы технологиялар билим берүүнүн маанисин кеңейтүүдө жана студенттерге жаңы билим алуу мүмкүнчүлүктөрүн берүүдө чоң роль ойнойт. Дижиталдык технологиялар, онлайн платформалар, VR, AR, AI жана адаптивдүү системалар билим берүү процесстеринин сапатын жакшыртып, глобалдык деңгээлде билим алуу мүмкүнчүлүктөрүн жеткиликтүү кылат. Ошондой эле, бул технологиялар билим берүү тармагындагы теңчилик маселелерин жана маалымат коопсуздугу маселелерин көтөрөт, бул чөйрөдө да жаңы демилгелерди жана чечимдерди талап кылат.

Билим берүү системасын реформалоо өлкөнүн экономикалык жана социалдык өнүгүүсүнө түздөн-түз таасирин тийгизет. Кыргызстанда акыркы жылдары билим берүү тармагында бир катар реформалар жүргүзүлүп, заманбап окутуу стандарттарын киргизүү аракеттери көрүлүүдө. Мисалы, мектептерде жана университеттерде жаңы окуу программалары иштелип чыгып, эл аралык стандарттарга шайкеш билим берүү методикалары колдонулууда.

Билим берүү реформаларынын негизги багыттары төмөнкүлөр:

- Окутуу программаларын жаңылоо жана практикалык билим берүүгө басым жасоо;

- Мугалимдердин квалификациясын жогорулатуу жана заманбап технологияларды колдонууга үйрөтүү;
- Санариптик билим берүү элементтерин киргизүү;
- Студенттердин жана окуучулардын билим жетишкендиктерин объективдүү баалоо тутумун жакшыртуу;
- Жогорку билим берүүнүн эл аралык деңгээлде атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн жогорулатуу.

Санариптештирүү билим берүү процессин жеңилдетип, заманбап окутуу ыкмаларын колдонууну мүмкүн кылууда. Кыргызстанда акыркы жылдары билим берүү тармагында санариптик технологиялар кеңири колдонулуп, электрондук окуу куралдары, интерактивдүү платформалар жана онлайн курстар кеңири жайылууда.

Санариптештирүүнүн негизги артыкчылыктары төмөнкүлөр:

- Окуу материалдарына онлайн жеткиликтүүлүктүн кеңейиши (электрондук китептер, видеосабактар, интерактивдүү курстар);
- Окуучулардын жана студенттердин билим деңгээлин анализдөөнүн натыйжалуулугун жогорулатуу (мисалы, автоматташтырылган тесттер жана мониторинг системалары);
- Дистанциялык окутуу мүмкүнчүлүгүнүн кеңейиши, айрыкча алыскы аймактар үчүн;
- Санариптик көндүмдөрдү өнүктүрүү жана жаңы технологияларды өздөштүрүү.

Электрондук билим берүү бүгүнкү күндө эң популярдуу багыттардын бири болуп саналат. Кыргызстанда «Санарип мектеп» жана «BilimBulak» сыяктуу билим берүү платформалары ишке киргизилип, окуучулар жана студенттер үчүн онлайн билим алуу мүмкүнчүлүктөрү түзүлүүдө.

Онлайн билим берүү платформаларынын негизги артыкчылыктары:

- Географиялык чектөөлөрдү жоюп, каалаган жерде жана каалаган убакта билим алууга шарт түзөт; Билим алуу процессин өз алдынча башкарууга жана индивидуалдык окуу планын түзүүгө мүмкүнчүлүк берет;
- Көп тилдүү жана интерактивдүү материалдардын жеткиликтүүлүгүн камсыз кылат. Кыргызстанда айрым университеттер жана мектептер өздөрүнүн онлайн билим берүү платформаларын өнүктүрүүдө.

Мындан тышкары, дүйнөлүк деңгээлдеги Coursera, Udemy жана Khan Academy сыяктуу платформалар аркылуу студенттер кошумча билим алууда.

Заманбап билим берүүдө традициялык окутуу методдорун жаңылоо жана инновацияларды колдонуу маанилүү. Кыргызстанда STEM (илим, технология, инженерия жана математика) билим берүүнү өнүктүрүүгө көңүл бурулуп, практикалык көндүмдөргө басым жасалып жатат.

Кыргызстанда жаңы окутуу ыкмаларын ишке ашырууда мугалимдердин квалификациясын жогорулатуу чоң роль ойнойт. Бул үчүн атайын семинарлар, тренингдер жана эл аралык тажрыйбаларды үйрөнүү программалары уюштурулууда.

Билим берүү системасын реформалоо жана санариптештирүү Кыргызстанда билим берүүнүн сапатын жогорулатууга жана студенттерди заманбап технологияларга ылайык окутууга шарт түзүүдө. Электрондук билим берүү, онлайн платформалар жана жаңы окутуу методикалары билим берүү процессин натыйжалуу жана жеткиликтүү кылууда. Бирок бул реформалар ийгиликтүү болушу үчүн технологиялык инфратүзүмдү жакшыртуу, мугалимдердин квалификациясын жогорулатуу жана билим берүү стандарттарын эл аралык деңгээлге жеткирүү боюнча туруктуу иштер жүргүзүлүшү керек.

Жаңы технологиялар билим берүүнү эл аралык деңгээлге алып чыгып, студенттерге дүйнөлүк билим берүү мүмкүнчүлүктөрүн ачууда. Кыргызстанда да эл аралык онлайн курстарга жеткиликтүүлүк кеңейүүдө. Мисалы, Coursera, edX, Khan Academy сыяктуу платформалар аркылуу студенттер дүйнөлүк университеттердин курстарын акысыз же арзан баада өтүү мүмкүнчүлүгүнө ээ болууда. Бул адистердин билимин өркүндөтүүгө жана эл аралык стандарттарга жооп берүүгө мүмкүнчүлүк берет. Кыргызстандын билим берүү системасында глобалдаштыруунун мааниси өсүп, эл аралык университеттер менен кызматташтык кеңейип жатат. Эл аралык гранттар жана стипендиялар аркылуу студенттер чет өлкөлөрдө окуу мүмкүнчүлүгүнө ээ болууда. Ошондой эле, Кыргызстандын университеттери эл аралык аккредитацияга умтулуп, билим берүүнүн сапатын жогорулатууга аракет кылууда.

IT, киберкоопсуздук, маалымат аналитикасы, блокчейн, искусственный интеллект жана робототехника сыяктуу адистиктер

Кыргызстанда барган сайын популярдуулукка ээ болууда. Бул кесиптер экономиканын өнүгүшүнө жана жаңы иш орундарынын пайда болушуна шарт түзүүдө. Кыргызстандын билим берүү системасы жаңы кесиптерге даярдоо боюнча программаларды иштеп чыгууда. Мисалы, IT-университеттер жана техникалык окуу жайлары жаңы технологиялар боюнча адистерди даярдоо үчүн атайын программаларды киргизүүдө. Ошондой эле, стартаптарды колдоо жана инновациялык долбооорлорду ишке ашыруу үчүн инкубаторлор түзүлүүдө.

Мугалимдердин ролу билимди берүүчүдөн багыттоочу жана жардам берүүчүгө айланып жатат. Кыргызстанда мугалимдер жаңы технологияларды өздөштүрүүгө басым жасоодо. Мугалимдердин квалификациясын жогорулатуу үчүн атайын курстар жана семинарлар уюштурулуп, аларга заманбап окутуу методдорун колдонуу боюнча кеңештер берилүүдө.

Мугалимдердин ролу өзгөрүп, алар студенттердин жеке мактаждыктарын эске алып, окутуу процессин жекечелөөгө жардам берүүдө. Ошондой эле, мугалимдер студенттердин креативдүү жана сынчыл ой жүгүртүүсүн өнүктүрүүгө багыт берип, аларды өз алдынча билим алууга үйрөтүүдө.

Аймактык мектептерде интернет жана технологиялар жетишсиз. Өкмөт бул маселени чечүү үчүн инфратүзүмдү жакшыртуу аракеттерин көрүүдө. Мисалы, «Санарип Кыргызстан» программасынын алкагында айыл жерлерине интернеттин жеткиликтүүлүгүн жакшыртуу жана мектептерге компьютердик техника менен камсыздоо иштери жүргүзүлүшү керек.

Технологияларды натыйжалуу пайдалануу үчүн мугалимдер менен студенттерге окутуу программалары керек. Кыргызстанда дижиталдык сабаттуулукту өркүндөтүү үчүн атайын программалар иштелип чыгууда. Мисалы, мугалимдерге заманбап технологияларды колдонуу боюнча курстар уюштурулуп, студенттерге дижиталдык көндүмдөрдү өркүндөтүү үчүн окуу материалдары түзүлүшү керек.

Заманбап окутуу стандарттарын сактоо үчүн көзөмөл механизмдери өркүндөтүлүшү зарыл. Кыргызстанда билим берүүнүн сапатын жогорулатуу үчүн стандарттардын реформасы жүргүзүлүп, окутуунун натыйжалуулугун баалоо системасы өркүндөтүлүүшү керек.

СОЗДАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО WEB-САЙТА ДЛЯ МЕДИЦИНСКОЙ КЛИНИКИ

Апсалямов Чингиз Равитович
студент 4-курса
направление «Информатика и вычислительная техника»
научный руководитель: старший преподаватель Айдралиев А. О.

Актуальность разработки веб-сайта для медицинских клиник заключается в необходимости обеспечения удобного и доступного режима общения пациентов с фасадными преобразованиями. В условиях цифровизации здравоохранения веб-ресурсы позволяют оптимизировать процедуры приема, управления графиками врачей и хранения медицинских данных. Это особенно важно для специализированных клиник, таких как неврологические, где требуется точность в организации приема пациентов.

Создание веб-сайта обеспечивает удобство для пользователей, связанных с возможностью онлайн-записей, просмотра информации о врачах и оставлений отзывов. Кроме того, внедрение системы авторизации и разграничения прав доступа обеспечивает безопасность данных пациентов, что соответствует современным требованиям к обработке медицинской информации.

Таким образом, разработка такого веб-сайта не только повышает качество обслуживания пациентов, но и повышает эффективность работы медицинского персонала, минимизируя административную нагрузку и упрощающую управление клиникой.

Целью работы является разработка удобного стандартного web-сайта для неврологической медицинской клиники.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- Проектирование и создание структуры web-сайта.
- Разработка панели администратора.
- Реализация системы авторизации и разграничения прав доступа.
- Реализация системы записи на прием.
- Разработка базы данных для хранения информации.
- Обеспечение безопасности и защиты данных.

В процессе выполнения поставленных задач были определены следующие функциональные возможности системы

- Регистрация и авторизация врачей/пациентов /Админов.

- Запись на прием к врачу.
- Просмотр информации о врачах и самой клинике.
- Личный кабинет пациента/врача/Администратора.
- Оставление отзывов о врачах и клинике, в частности.

На *рисунке 1* определена структурная схема сайта, на которой показаны основные разделы сата, такие как: информация о клинике, возможность записи к врачу и авторизация для получения дополнительных прав.

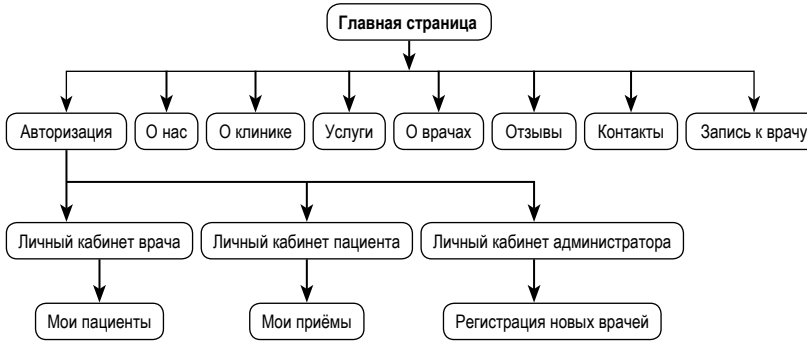


Рисунок 1. Структурная схема сайта

После авторизации на сайте можно получить одну из следующих ролей в системе:

- **Пациент – Авторизация**, просмотр информации о клинике, запись на прием, оставлять отзывы.
- **Врач – Авторизация**, управление своим расписанием приема пациентов, просмотр отзывов.
- **Администратор – Авторизация**, контроль контента. управление статусом пользователей.

При написании данной системы использовались следующие программные инструменты:

Языки программирования: JavaScript, Python (Django/Flask). JavaScript был выбран для клиентской части системы благодаря его высокой интерактивности и широким возможностям работы с пользовательским интерфейсом. Python в связке с Django/Flask использовался для серверной части, так как он обеспечивает удобную разработку веб-приложений, быструю обработку запросов и хорошую интеграцию с базами данных.

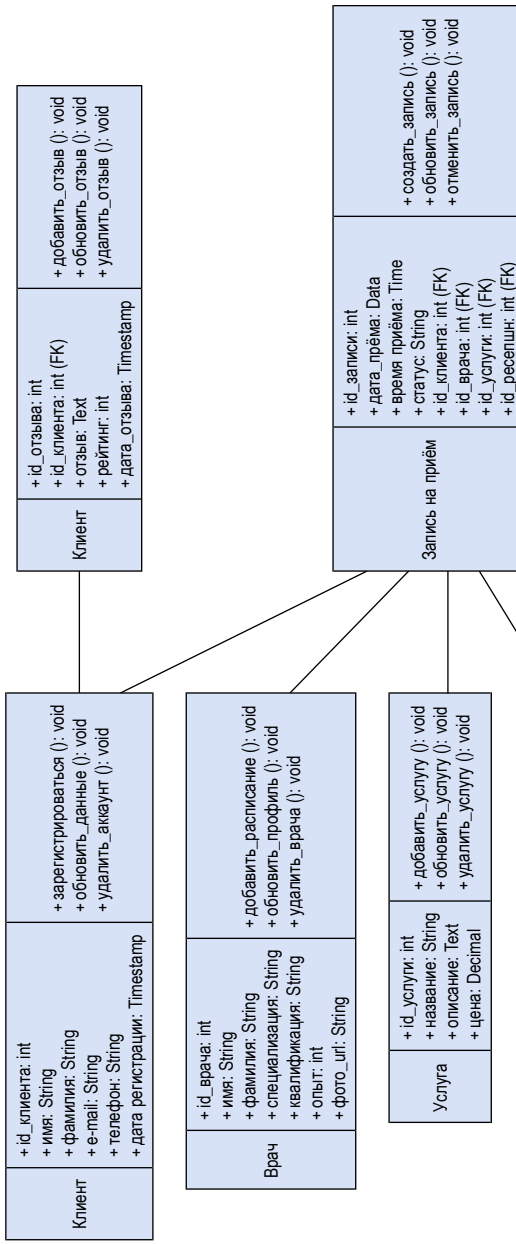


Рисунок 2. Структура Базы данных

СУБД: PostgreSQL. PostgreSQL был выбран в качестве системы управления базами данных благодаря его надежности, высокой производительности и поддержке сложных запросов. Кроме того, эта СУБД хорошо масштабируется и обеспечивает безопасность данных, что важно для устойчивой работы системы.

Среда разработки: VS Code. Visual Studio Code был использован из-за его удобного интерфейса, множества расширений и встроенной поддержки различных языков программирования. Он обеспечивает комфортную работу с кодом, отладку и интеграцию с системами контроля версий.

Языки технологии разметки: HTML, CSS. HTML был использован для структуры веб-страниц, а CSS — для их стилизации и создания удобного интерфейса. Эти технологии позволяют сделать систему доступной, визуально привлекательной и адаптивной под разные устройства.

На *рисунке 2* отображена структура базы данных, реализованная в PostgreSQL.

Разработана главная страница сайта, определен дизайн, и название клиники. Скриншот главной страницы представлен на *рисунке 3*.

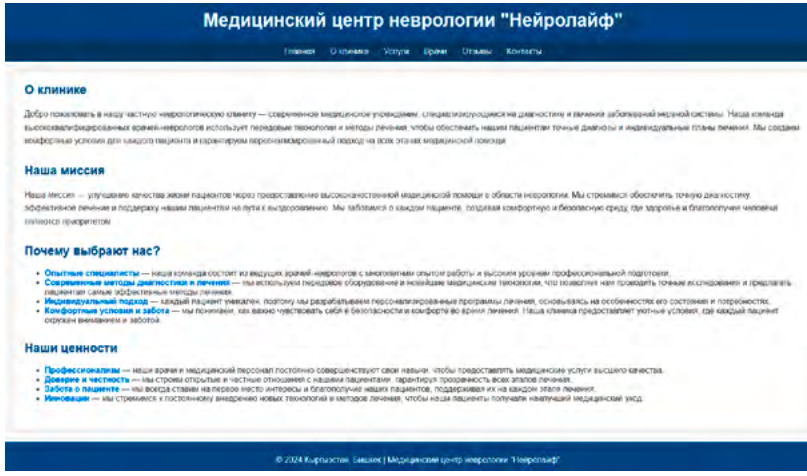


Рисунок 3. Главная страница сайта

По результатам выполненной работы, можно сделать следующие основные выводы:

- Разработана структура веб-сайта, включая основные разделы и навигацию. В ходе разработки определена логическая организация веб-сайта, выделены основные разделы и страницы, обеспечивающие удобную и интуитивно понятную навигацию для пользователей. Структура создана с учетом удобства работы и доступности информации.
- Определены функциональные возможности системы в соответствии с требованиями. Проведён анализ требований к системе, на основе которого сформирован перечень ключевых функциональных возможностей. Определены основные сценарии использования системы, разработаны механизмы взаимодействия пользователей с сайтом, включая регистрацию, авторизацию, управление контентом и выполнение необходимых операций.
- Выбраны инструментальные средства разработки, обеспечивающие эффективную реализацию системы. Проведён анализ доступных технологий, фреймворков и языков программирования. Выбраны наиболее подходящие инструментальные средства для клиентской и серверной части системы, а также для работы с базой данных, обеспечивающие оптимальное функционирование и масштабируемость проекта.
- Реализован дизайн веб-сайта с учётом удобства пользовательского интерфейса. Разработан и внедрён дизайн, ориентированный на удобство пользователей (UI/UX). Определены цветовая схема, шрифты, расположение элементов интерфейса и интерактивные компоненты, улучшающие восприятие информации и удобство работы с системой.
- Разработана структура базы данных для хранения и обработки информации. Спроектирована модель базы данных, определены сущности, их атрибуты и связи между ними. Разработана схема хранения данных, обеспечивающая эффективное выполнение запросов и обработку информации. Реализованы механизмы обеспечения целостности и безопасности данных.
- Определены роли пользователей и их права доступа в системе. Разработана система разграничения прав доступа пользователей. Определены основные роли (например, администратор,

модератор, зарегистрированный пользователь, гость), назначены соответствующие права для каждой роли, что обеспечивает безопасность работы с данными и контроль за функциональностью системы.

Список использованной литературы

1. *Гринберг М.* Flask Web Development: Developing Web Applications with Python / М. Гринберг. — 2nd ed. — Sebastopol, CA : O'Reilly Media, 2018. — 316 p.
2. *Дакетт Д.* HTML и CSS. Разработка и дизайн веб-сайтов / Д. Дакетт ; пер. с англ. — Москва : Эксмо, 2019. — 480 с. — ISBN 978-5-04-101286-1.

РАЗРАБОТКА WEB-СИСТЕМЫ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОНЛАЙН КУРСОВ

Ким Даниил Русланович
студент 4-курса
направление «Информационные системы и технологии»
научный руководитель: канд.тех.наук, доцент Мусакулова Ж. А.

Актуальность. Внедрение систем управления обучением (LMS), таких как сайты онлайн-курсов, становится стратегически важным шагом для обучающих заведений, стремящихся повысить качество образования, его доступность и конкурентоспособность.

Эти платформы позволяют студентам учиться в удобное для них время и из любой точки мира, что особенно ценно для тех, кто совмещает учебу с работой или другими обязанностями, обеспечивая гибкость и доступность.

Помимо образовательных учреждений, внедрение LMS может значительно повысить эффективность работы консалтинговых компаний. С помощью онлайн-обучения компании могут централизованно проводить тренинги, семинары и курсы для сотрудников, а также для своих клиентов, независимо от их местоположения. Это не только упрощает процесс передачи знаний и навыков, но и существенно снижает расходы на командировки, аренду помещений и организацию мероприятий. Кроме того, LMS позволяет консалтинговым компаниям быстро масштабировать свои обучающие продукты, оперативно реагируя на изменения рынка и запросы клиентов. В результате повышается удовлетворённость клиентов, улучшается качество консультационных услуг и усиливается конкурентоспособность компании на рынке.

Целью работы является разработка удобной стандартной системы управления обучением (LMS) для образовательного учреждения.

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

- Проектирование и создание структуры онлайн-платформы.
- Разработка удобной панели администратора для управления курсами и пользователями.
- Реализация системы авторизации, регистрации и разграничения прав доступа.

- Разработка функционала для создания и размещения учебных материалов (видеолекций, презентаций, тестов).
- Реализация системы мониторинга успеваемости и аналитики.
- Разработка базы данных для хранения учебных материалов, пользовательских данных и результатов обучения.
- Обеспечение безопасности данных и защиты персональной информации пользователей.

В процессе выполнения поставленных задач были определены следующие функциональные возможности системы:

- Регистрация и авторизация студентов, преподавателей и администраторов.
- Возможность создания и публикации онлайн-курсов и обучающих программ.
- Доступ студентов к учебным материалам (видео, презентации, задания, тесты) в удобное для них время.
- Личный кабинет студента, преподавателя и администратора с различными уровнями доступа.
- Система обратной связи и коммуникации между преподавателями и студентами.
- Возможность оценивания знаний с помощью тестов и заданий.
- Отслеживание прогресса обучения и аналитика успеваемости пользователей.
- Возможность оставления отзывов и оценок к курсам и преподавателям.

На *рисунке 1* определена структурная схема сайта, на которой показаны основные разделы системы.

После авторизации на сайте можно получить одну из следующих ролей в системе:

- **Студент – Авторизация**, запись на курсы, прохождение тестов и получение обратной связи от преподавателя.
- **Преподаватель – Авторизация**, управление своими курсами, просмотр пройденных тестов у учеников.
- **Администратор – Авторизация**, контроль курсов. управление статусом пользователей, регистрация и удаление пользователей.

При написании данной системы использовались следующие программные инструменты:



Рисунок 1. Структурная схема сайта

JavaScript и PHP (Laravel) были выбраны в качестве основных языков программирования для разработки системы. JavaScript используется на клиентской стороне благодаря его интерактивности, богатым возможностям создания динамичного пользовательского интерфейса и удобству работы в браузере. PHP с фреймворком Laravel применяется на сервере, так как позволяет быстро и удобно разрабатывать веб-приложения, эффективно обрабатывать запросы и легко интегрироваться с базами данных.

В качестве системы управления базами данных была выбрана MySQL, отличающаяся простотой использования, высокой скоростью обработки данных и возможностью выполнения сложных запросов. MySQL также обеспечивает хорошую масштабируемость и высокий уровень защиты информации, что является важным фактором для надежности работы системы.

Для разметки и оформления веб-страниц используются языки HTML и CSS. HTML обеспечивает правильную структуру страниц, а CSS отвечает за их визуальное оформление и создание удобного и привлекательного интерфейса. Совместное использование этих технологий позволяет сделать систему доступной, адаптивной для различных устройств и удобной в использовании.

По результатам выполненной работы, можно сделать следующие основные выводы:

- Разработана структура системы, включая основные разделы и навигацию. В ходе разработки была спроектирована логическая организация платформы, выделены ключевые разделы и страницы, обеспечивающие удобную и интуитивно понятную навигацию для студентов, преподавателей и администраторов. Структура разработана с учетом удобства работы и быстрого доступа к учебным материалам и ресурсам.
- Определены функциональные возможности LMS в соответствии с требованиями. Проведён подробный анализ требований пользователей и образовательного процесса, на основе которого был сформирован перечень ключевых функциональных возможностей системы. Определены основные сценарии использования платформы, включая регистрацию, авторизацию, создание и прохождение курсов, оценивание знаний, коммуникацию пользователей и мониторинг результатов обучения.
- Выбраны инструментальные средства разработки, обеспечивающие эффективную реализацию LMS. Проведён сравнительный анализ доступных технологий, фреймворков и языков программирования. Подобраны наиболее подходящие инструменты и технологии для реализации клиентской и серверной частей системы, а также эффективной работы с базой данных, обеспечивающие высокую производительность, безопасность и удобство поддержки платформы.
- Реализован дизайн LMS с учётом удобства пользовательского интерфейса. Разработан и внедрён пользовательский интерфейс, ориентированный на комфорт и простоту использования (UI/UX). Определены цветовая палитра, шрифты, расположение элементов управления, интерактивные компоненты и навигационные элементы, способствующие эффективному обучению, улучшению восприятия учебного материала и удобству взаимодействия с системой.
- Разработана структура базы данных для хранения и обработки информации. Спроектирована и реализована модель базы данных, включающая необходимые сущности, такие как курсы, модули, уроки, тесты, пользователи и их результаты обучения. Определены связи между сущностями, разработана оптимальная схема хранения данных, обеспечивающая эффективную

обработку и быстрый доступ к информации. Также реализованы механизмы защиты, обеспечения целостности и безопасности хранимых данных.

- Определены роли пользователей и их права доступа в LMS-системе. Реализована система разграничения прав доступа, предусматривающая различные роли (администратор, преподаватель, студент, гость). Для каждой роли назначены соответствующие права и ограничения, обеспечивающие контроль доступа к функциональным возможностям системы и защиту данных пользователей.

Список использованной литературы

1. *Кузнецов М. В.* PHP на примерах / М. В. Кузнецов, И. В. Симдянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Санкт-Петербург : БХВ-Петербург, 2012. — 400 с. — ISBN 978-5-9775-0445-4.
2. *Локхарт Дж.* Современный PHP. Новые возможности и передовой опыт / Дж. Локхарт ; пер. с англ. Р. Н. Рагимова. — Москва : ДМК Пресс, 2016. — 304 с. — ISBN 978-5-97060-184-6.
3. *Никсон Р.* Создаем динамические веб-сайты с помощью PHP, MySQL, JavaScript, CSS и HTML5 / Р. Никсон. — 4-е изд. — Санкт-Петербург : Питер, 2016. — 768 с. — ISBN 978-5-496-02146-3.
4. *Роббинс Дж.* Веб-дизайн для начинающих. HTML, CSS, JavaScript и веб-графика / Дж. Роббинс ; пер. с англ. — 5-е изд. — Санкт-Петербург : БХВ-Петербург, 2021. — 956 с. — ISBN 978-5-9775-4050-6.

ПРОБЛЕМЫ, ВОЗНИКАЮЩИЕ В СУДЕБНОЙ И НОТАРИАЛЬНОЙ ПРАКТИКЕ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Курманбеков Исламбек Азатбекович
студент 2 курса
направление «Юриспруденция»
научный руководитель: канд. юрид. наук, доцент Семенов Н. С.

Современная правовая система Кыргызской Республики развивается в условиях реформирования и интеграции с международными правовыми стандартами. Однако как в судебной, так и в нотариальной практике наблюдается ряд устойчивых проблем, затрудняющих реализацию основных прав и свобод граждан. В первую очередь, стоит отметить недостаточную разработанность отдельных положений законодательства, вызывающую сложности в интерпретации и правоприменении. В судебной практике по-прежнему актуальны вопросы длительности рассмотрения дел, сложности с исполнением решений, а также наличие коррупционных рисков. Судебная нагрузка остается высокой, особенно в городских судах, что снижает качество рассмотрения дел. Также наблюдается нехватка квалифицированных кадров, особенно в регионах, где молодые специалисты неохотно идут на работу из-за невысоких заработных плат и отсутствия карьерных перспектив. Проблемой является и отсутствие единых подходов к вынесению решений по схожим делам, что подрывает принцип правовой определенности. Нотариальная практика сталкивается с проблемами иного рода. Одна из них — ограниченность цифровых инструментов, которая затрудняет эффективную работу с документами и базами данных. Отсутствие единой информационной платформы приводит к дублированию данных и усложняет проверку юридической чистоты сделок. Кроме того, в сельских и отдаленных районах по-прежнему наблюдается нехватка нотариусов, что ограничивает доступ граждан к необходимым юридическим услугам. Существует также проблема правовых коллизий между положениями нотариального законодательства и другими нормативными актами, что создает препятствия для однозначного применения закона. Еще одной важной проблемой является слабая координация между судебной и нотариальной системами. В ряде случаев действия нотариуса могут быть оспорены в суде, при этом отсутствует четкий механизм

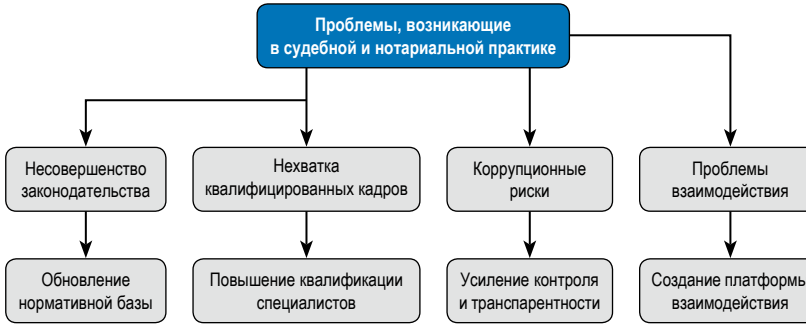
взаимодействия между этими органами. Нотариус, по сути, является важным элементом досудебного регулирования споров, однако его роль недостаточно раскрыта в законе. В результате суды зачастую рассматривают дела, которые могли бы быть урегулированы на стадии нотариального оформления. Для решения обозначенных проблем необходим комплексный подход. В первую очередь, требуется обновление законодательной базы с учетом современных реалий и международных стандартов. Не менее важно — проведение систематического повышения квалификации судей и нотариусов, в том числе с использованием онлайн-курсов и стажировок. Внедрение цифровых решений, таких как электронный нотариат и дистанционные судебные заседания, также должно стать приоритетом. Кроме того, следует наладить взаимодействие между всеми участниками правовой системы для обеспечения согласованности действий и устранения дублирующих процедур.

Таким образом, судебная и нотариальная практика в Кыргызской Республике сталкиваются с рядом серьезных вызовов, требующих системного реагирования. Их решение возможно только при условии политической воли, достаточного финансирования и поддержки со стороны профессионального сообщества. Нельзя также забывать о важности просвещения населения относительно правовых процедур. Многие правонарушения, а также обращения в суды могли бы быть предотвращены при наличии у граждан элементарных знаний о своих правах и обязанностях. В этой связи целесообразно развивать программы правового просвещения, проводить тренинги и семинары, а также внедрять модули по правовой грамотности в образовательные учреждения. В условиях развития электронного государства важным элементом является цифровизация нотариальной деятельности и функционирование судов. Электронный документооборот, возможность подачи заявлений через интернет-порталы, удалённое участие в судебных заседаниях — всё это способствует сокращению временных и материальных издержек для граждан и бизнеса. Внедрение таких решений требует инвестиций и подготовки специалистов, но в долгосрочной перспективе они обеспечат более прозрачную и эффективную работу всей правовой системы. Одним из наиболее острых вызовов остаётся коррупция в судебной системе. Даже единичные случаи вмешательства в деятельность судов подрывают доверие к правосудию. Для преодоления данной проблемы необходимы

не только меры по ужесточению ответственности, но и усиление независимости судебной власти, обеспечение прозрачности при назначении судей, их ротации и аттестации.

Следует отметить, что нотариат также должен развиваться как институт публичного доверия. Деятельность нотариусов требует строжайшего соблюдения профессиональной этики, а сама профессия должна иметь высокий общественный статус. Необходима разработка этического кодекса нотариуса с закреплением механизмов ответственности за недобросовестные действия.

Таким образом, решение существующих проблем требует комплексной, межведомственной стратегии, направленной на устойчивое развитие правовой системы Кыргызской Республики. В основе этих изменений должно лежать уважение к праву, приоритет интересов граждан и обеспечение справедливости.



Дополнительные направления реформ

Нельзя также забывать о важности просвещения населения относительно правовых процедур. Многие правонарушения, а также обращения в суды могли бы быть предотвращены при наличии у граждан элементарных знаний о своих правах и обязанностях. В этой связи целесообразно развивать программы правового просвещения, проводить тренинги и семинары, а также внедрять модули по правовой грамотности в образовательные учреждения.

В условиях развития электронного государства важным элементом является цифровизация нотариальной деятельности и функционирование судов. Электронный документооборот, возможность подачи заявлений через интернет-порталы, удалённое участие в судебных заседаниях — всё это способствует сокращению времен-

ных и материальных издержек для граждан и бизнеса. Внедрение таких решений требует инвестиций и подготовки специалистов, но в долгосрочной перспективе они обеспечат более прозрачную и эффективную работу всей правовой системы.

Одним из наиболее острых вызовов остаётся коррупция в судебной системе. Даже единичные случаи вмешательства в деятельность судов подрывают доверие к правосудию. Для преодоления данной проблемы необходимы не только меры по ужесточению ответственности, но и усиление независимости судебной власти, обеспечение прозрачности при назначении судей, их ротации и аттестации.

Следует отметить, что нотариат также должен развиваться как институт публичного доверия. Деятельность нотариусов требует строжайшего соблюдения профессиональной этики, а сама профессия должна иметь высокий общественный статус. Необходима разработка этического кодекса нотариуса с закреплением механизмов ответственности за недобросовестные действия.

Таким образом, решение существующих проблем требует комплексной, межведомственной стратегии, направленной на устойчивое развитие правовой системы Кыргызской Республики. В основе этих изменений должно лежать уважение к праву, приоритет интересов граждан и обеспечение справедливости. Проблемы судебной и нотариальной практики Кыргызской Республики остаются актуальными и требуют незамедлительного внимания со стороны законодателей, юристов и государственных структур. Устранение выявленных недостатков будет способствовать укреплению правового государства, обеспечению доступа населения к справедливому правосудию и юридической помощи, а также формированию доверия к институтам власти.

Список использованной литературы

1. Конституция Кыргызской Республики : принята референдумом (всенародным голосованием) 11 апреля 2021 года. — 2021. — 5 мая. — URL: https://cbd.minjust.gov.kg/1-2/edition/1202952/ru.
2. Верховный суд Кыргызской Республики : официальный портал «Цифровое правосудие». — URL: https://portal.sot.kg/ru.

ИСТОРИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ И НАСЛЕДИЕ КУРМАНЖАН ДАТКИ

Айылчыева Асема
студент 2 курса
направление «Философия экономики и управления бизнеса»
научный руководитель: канд. ист. наук, доцент Акеров Т. А.

Курманжан Датка (1811–1907) — выдающаяся личность в истории Кыргызстана и Центральной Азии. Её жизнь и деятельность представляют собой важный объект для исследования, поскольку она олицетворяет собой стойкость и решимость кыргызского народа в условиях колониального гнёта и социальных изменений. Актуальность данного исследования заключается в нескольких аспектах.

Во-первых, в современном обществе, где происходят глобальные изменения и пересмотры исторических процессов, изучение таких фигур, как Курманжан Датка, становится важным для восстановления исторической памяти. Она была одним из первых женщин-политиков, выступавших за права своего народа, и её пример может служить вдохновением для новых поколений. В условиях, когда вопросы гендерного равенства и прав человека выходят на передний план, её наследие становится особенно актуальным.

Во-вторых, исследование Курманжан Датки помогает осветить роль женщин в истории Кыргызстана и их вклад в национальное движение. В традиционном обществе, где доминировали патриархальные нормы, её деятельность бросает вызов стереотипам и демонстрирует, что женщины могут быть активными участниками политических процессов. Это важный аспект для формирования нового взгляда на роль женщин в истории, который находит отклик в современных дискуссиях о равенстве и правах.

В-третьих, наследие Курманжан Датки играет ключевую роль в формировании кыргызского национального самосознания. В условиях нарастающей глобализации и угрозы потери культурной идентичности, изучение её жизни и борьбы помогает укрепить чувство гордости за свою историю и культуру. Курманжан Датка может служить символом независимости и сопротивления, что актуально для современных кыргызстанцев, стремящихся сохранить свои традиции и самобытность.

Таким образом, актуальность исследования Курманжан Датки не ограничивается лишь историческим контекстом. Она охватывает современные социальные, культурные и политические аспекты, что делает её наследие значимым как для историков, так и для широкой общественности. Важно помнить о таких личностях, как Курманжан Датка, которые вдохновляют и формируют наше понимание исторического прошлого и будущего.

Целью данного исследования является глубокий анализ исторического значения Курманжан Датки и оценка её наследия в контексте современности. Это исследование направлено на выявление ключевых аспектов её жизни и деятельности, которые оказали влияние на формирование кыргызского национального самосознания и борьбу за права женщин.

Для достижения этой цели ставятся следующие задачи:

1. **Исследовать биографию Курманжан Датки.** Анализ её жизненного пути, включая семейное окружение, образование и влияние на формирование её взглядов, позволит понять, как обстоятельства её жизни способствовали её активной позиции в обществе.
2. **Оценить её политическую деятельность.** Изучение участия Курманжан Датки в политических событиях своего времени, включая её роль в национально-освободительных движениях, поможет проанализировать её вклад в борьбу за права кыргызского народа и противодействие колониальному гнёту.
3. **Изучить влияние на права женщин.** Анализ её усилий по продвижению прав женщин и образованию девушек позволит оценить, каким образом её деятельность способствовала изменению общественного восприятия роли женщин в обществе и укреплению их позиций.
4. **Рассмотреть культурное наследие.** Изучение культурных мероприятий, посвящённых Курманжан Датке, и её места в современной кыргызской культуре поможет понять, как её наследие продолжается и интерпретируется в текущем обществе.
5. **Оценить современное восприятие.** Исследование мнений и оценок современных кыргызстанцев о наследии Курманжан Датки и её роли в истории страны позволит выявить, как её жизнь и достижения влияют на формирование патриотических ценностей и идентичности в условиях глобализации.

6. **Выявить актуальность её наследия.** Анализ того, как наследие Курманжан Датки может быть использовано в образовательных программах и культурных инициативах, направленных на вдохновение будущих поколений, поможет определить её значимость в современном контексте.

Это исследование стремится создать комплексный и многогранный портрет Курманжан Датки, учитывающий её влияние на исторические и социальные процессы в Кыргызстане. Оно направлено на то, чтобы подчеркнуть важность изучения её жизни как способа понимания и оценки текущих реалий, связанных с гендерным равенством и национальной идентичностью. В ходе исследования использовались разнообразные источники, включая книги, научные статьи, архивные документы, мемуары и устные свидетельства. Это позволяет создать многогранный портрет Курманжан Датки и оценить её влияние на исторические процессы в Кыргызстане и Центральной Азии.

Первоначальный этап исследования включает изучение биографических данных Курманжан Датки, её семьи и воспитания. Курманжан родилась в семье, принадлежащей к знатному роду, что способствовало её образованию и расширению кругозора. В этом контексте важно отметить, что её образование в традиционном обществе было исключением, что подчеркивает её уникальность как личности. В дальнейшем исследование уделяет внимание тому, как её ранние годы и жизненные обстоятельства формировали её характер и взгляды. Следующим этапом анализа является изучение политической активности Курманжан Датки в XIX веке, когда Кыргызстан находился под давлением Российской империи. Она активно участвовала в организации сопротивления колониальной политике, что делает её одной из ключевых фигур в национально-освободительном движении. Исследование затрагивает важные события, такие как восстания и мирные протесты, в которых она принимала участие. Здесь особое внимание уделяется её роли как посредника между различными группами и вождями, что подтверждает её авторитет и влияние в обществе. Курманжан Датка также была известна своим активным участием в жизни женщин в Кыргызстане. Она продвигала идеи образования для девушек, что было необычно для её времени. Исследование включает анализ её усилий по повышению статуса женщин и расширению их прав в традиционном обществе. Курманжан выступала за то,

чтобы женщины занимали активные позиции в обществе, и её деятельность стала основой для будущих изменений в области гендерного равенства.

Кроме того, исследование рассматривает, как наследие Курманжан Датки воспринимается в современном обществе. Это включает в себя анализ культурных мероприятий, посвящённых её памяти, а также изучение её роли в образовательных программах. Общественное сознание, в котором фигура Курманжан Датки занимает важное место, отражает её влияние на формирование кыргызского национального самосознания и патриотизма. Исследование завершится формированием выводов о значении Курманжан Датки для истории Кыргызстана и её роли в современном обществе. Оно будет опираться на собранные данные и анализировать, каким образом её наследие может быть использовано для вдохновения будущих поколений.

Результаты исследования показывают, что Курманжан Датка стала символом борьбы за права кыргызского народа в XIX веке. Её деятельность была связана с активным противостоянием колониальной политике Российской империи. Она участвовала в национально-освободительных движениях, организовывала восстания и старалась защитить интересы своего народа. Курманжан Датка также внесла значительный вклад в развитие кыргызского общества. Она выступала за права женщин, обучала их и способствовала их участию в общественной жизни. Это было важным шагом в контексте традиционного общества, где роль женщин часто была ограничена. Её имя стало символом стойкости и мужества, а её наследие живёт в культурной памяти кыргызского народа. В современных исследованиях подчеркивается, что фигура Курманжан Датки вдохновляет новые поколения, особенно женщин, на активное участие в общественной и политической жизни страны. Изучение жизни и наследия Курманжан Датки демонстрирует, что она оставила глубокий след в истории Кыргызстана. Её активная позиция, борьба за права своего народа и стремление к справедливости делают её выдающейся личностью, примером для будущих поколений.

Курманжан Датка стала символом национального самосознания и сопротивления внешнему давлению. Она проявила выдающиеся лидерские качества в условиях политической нестабильности и социальной несправедливости, что подтверждает её важность как

исторической фигуры. Её вклад в национально-освободительное движение и борьбу против колониального гнёта не может быть переоценён; она объединяла людей вокруг общих целей и была примером мужества и настойчивости.

Кроме того, её деятельность по продвижению прав женщин и образованию девушек имеет значительное значение в контексте истории Кыргызстана. Курманжан Датка бросила вызов традиционным стереотипам о роли женщин в обществе, демонстрируя, что женщины могут и должны занимать активные позиции в политике и общественной жизни. Это наследие продолжает жить и вдохновляет современных женщин на борьбу за свои права и равенство. Влияние Курманжан Датки также проявляется в культурной памяти кыргызского народа. Её имя стало символом стойкости и преданности своему народу, и её жизнь служит образцом для подражания в условиях современных вызовов. Курманжан Датка представлена не только в исторических исследованиях, но и в литературе, искусстве и культурных мероприятиях, что свидетельствует о её актуальности для современных кыргызстанцев. В современных условиях, когда кыргызское общество сталкивается с вызовами глобализации и потери культурной идентичности, наследие Курманжан Датки становится важным фактором в формировании патриотизма и культурной гордости. Изучение её жизни и достижений может служить основой для развития образовательных программ и культурных инициатив, направленных на укрепление национальной идентичности.

Таким образом, наследие Курманжан Датки должно стать основой для дальнейшего изучения истории Кыргызстана и формирования патриотических ценностей у молодежи. Её жизнь и достижения вдохновляют на активное участие в общественной и политической жизни, подчеркивая значимость женского голоса в современном мире.

РОЛЬ ЦИФРОВОЙ ДИПЛОМАТИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ ДИПЛОМАТИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ

Аскарбекова Акмарал Замирбековна
студентка 3-курса
направление «Международные отношения и мировая политика»
научный руководитель: старший преподаватель Усупова М. С.

В современном мире цифровая дипломатия становится важным инструментом международных отношений, трансформируя традиционные дипломатические методы. В основе цифровой дипломатии лежит использование цифровых технологий и социальных сетей для продвижения национальных интересов, публичной дипломатии и межгосударственного взаимодействия. Государства, международные организации и дипломаты активно используют онлайн-платформы для налаживания контактов, распространения информации и реагирования на глобальные вызовы. Одним из ключевых аспектов цифровой дипломатии является использование социальных сетей, таких как Twitter, Facebook, Instagram, TikTok, YouTube и LinkedIn. Они позволяют дипломатическим ведомствам вести оперативную коммуникацию с гражданами, партнёрами и иностранной аудиторией, а также продвигать свою внешнеполитическую повестку. Социальные сети играют важную роль в кризисных ситуациях, предоставляя официальные заявления, опровергая дезинформацию и создавая открытые каналы для международного диалога. Несмотря на очевидные преимущества, цифровая дипломатия сталкивается с рядом вызовов. К ним относятся распространение фейковых новостей, кибератаки, вопросы цифрового суверенитета и сложности в урегулировании интернет-пространства. В этом контексте государствам важно разрабатывать стратегии кибербезопасности и эффективно управлять цифровыми рисками. Будущее цифровой дипломатии связано с развитием новых технологий, таких как искусственный интеллект и блокчейн, которые могут повысить прозрачность и эффективность дипломатической деятельности. В условиях быстроменяющегося цифрового ландшафта страны, способные адаптироваться к новым реалиям и активно использовать

цифровые инструменты, получат значительные преимущества в международных отношениях.

Цифровая дипломатия — одно из направлений публичной дипломатии, ориентированное на вовлечение в международный диалог широких слоев населения.

Главные цели цифровой дипломатии — продвижение внешнеполитических интересов и информационная пропаганда, направленная как на массовое сознание, так и на политические элиты.

Впервые о «цифровой дипломатии» заговорили в 1994 году, когда премьер-министр Швеции К. Бильдт отправил электронное письмо дипломатического характера президенту США У. Клинтону.

США первыми создали институты цифровой дипломатии внутри государственного аппарата, привлекли технологические компании, активно поддерживали создание сети оппозиционных движений на Ближнем Востоке, России, Китае, Иране и странах Латинской Америки. Институты цифровой дипломатии США начали создаваться начиная с 2002 г., когда Дж. Холмсом была основана целевая группа по электронной дипломатии, которая в 2003 г. была реорганизована в Управление электронной дипломатии. В 2006 г. в Государственном департаменте США появился первый специальный отдел — Команда цифрового взаимодействия (Digital Outreach Team) [3].

Современная цифровая дипломатия зародилась в 2009 — 2010 гг. В этот период государственные структуры России, КНР, США, Франции и Германии приступили к созданию официальных учетных профилей в социальных сетях, а также на видеохостингах; международные медиакомпании приступили к запуску цифровых каналов вещания.

В своем развитии цифровая дипломатия преодолела два этапа:

- специфика первого этапа (2009 — 2012 гг.) — использование инструментов цифровой дипломатии преимущественно для продвижения позитивного образа государства в социальных сетях;
- на втором этапе, начавшемся в 2013 году, в работу начали внедряться новые методы анализа поведения рядовых пользователей, что сделало цифровую дипломатию эффективным средством проведения политических кампаний, влияния на внутриполитические настроения в зарубежных странах.

Цифровая дипломатия продолжает развиваться. Если в 2010-е годы она работала преимущественно по принципу линейного распределения информации в социальных сетях, то в 2020-е годы ее использование предполагает применение алгоритмов фильтрации цифровой аудитории, построения информационных кампаний, а также поиска источников недружественной информации. Цифровая дипломатия открывает возможности взаимодействия с представителями различных политических взглядов в зарубежных странах. В дополнение к этому, продвижение хэштега (#) обеспечивает легкий поиск информационных сообщений схожей тематики. Инструменты цифровой дипломатии позволяют осуществлять быстрое информирование граждан по политическим вопросам. Одним из направлений развития цифровой дипломатии выступает использование разговорных ботов и систем искусственного интеллекта как средств, позволяющих усовершенствовать взаимодействие с иностранными гражданами в социальных сетях и оперативно реагировать на негативные комментарии под публикациями.

Иностранные внешнеполитические ведомства и международные организации используют потенциал цифровой дипломатии. Правительства, министерства иностранных дел, международные организации и субъекты гражданского общества используют платформы социальных сетей в самых разных дипломатических условиях — от геополитического соперничества до краудсорсинга (возможности воспользоваться талантами широкого круга лиц («сетевой толпы») в своих целях, привлекая миллионы людей к работе над разнообразными задачами) [1].

Информационное воздействие в современном мире рассматривается в качестве «мягкой силы» в международном контексте. «Мягкая сила» использует методы, построенные на коммуникативных возможностях. «Мягкая сила» противопоставляется «жесткой силе», которая задействует военную или же экономическую мощь. Стратегия «мягкой силы» заключается в воздействии с помощью, например, ресурсов сети «Интернет».

Цифровая дипломатия активно использует «мягкую силу» с помощью социальных сетей как мощного инструмента для общения с целевой аудиторией. Социальная сеть в данном случае выступает как платформа, на которой происходит построение социальных отношений.

Современный человек, активно использующий различные гаджеты (смартфоны, планшеты и т. п.), с трудом может представить свою жизнь без социальных сетей. Они оказывают большое влияние на развитие глобального сообщества, формируя вкусы и приоритеты. Цифровая дипломатия должна реализовать свой потенциал «мягкой силы», корректным образом воздействуя на общественные интересы в пользу национальной стратегии. Дипломатия в качестве сферы деятельности относительно недавно перешла на открытый формат коммуникации. Ранее дипломатические отношения были частью закрытой системы для простых граждан. У многих ведомственных представительств официально присутствуют официальные аккаунты и сети в Интернете, в том числе на известных площадках — «Facebook», «Twitter», «vk.com» и др. Среди коммуникативных площадок заведомо выбирают самые популярные, чтобы получить как можно более широкий охват пользователей.

На «YouTube» — как главном видеохостинге мирового масштаба — размещают видеоматериалы с конференций, отчетных сессий и выступлений, посвященных дипломатическим отношениям.

Таким образом, новый формат цифровой дипломатии позволяет предоставлять свежие новостные данные. Зарубежные министерства иностранных дел, особенно в развитых странах, также используют свои собственные страницы в социальных сетях, где делятся с подписчиками информационными сводками. Такая тенденция, во-первых, позволяет реализовывать открытую коммуникацию с гражданами страны, во-вторых, препятствует появлению фейковых (подставных, ложных) страниц, авторы которых выдавали бы себя за представителей ведомственных служб. В консульской деятельности средства цифровой дипломатии используются, чтобы упрощать общение с гражданами, особенно находящимися за рубежом.

Создание собственного аккаунта МИД практически всеми странами было связано с развитием такой информационной политики, которая позволяет всем заинтересованным гражданам страны воспользоваться полезной информацией министерства. В цифровой дипломатии «Facebook» и «Twitter» используются часто. Такой выбор сделан неслучайно, потому что они адаптированы под блог, что делает их привлекательными для пользователей. Тексты, публикуемые в приведенных выше социальных сетях, снабжаются

фотоматериалами и мультимедиа. Адаптированность социальных сетей под мобильные приложения позволяют им быть доступными для смартфонов, планшетов и иных гаджетов. Если рассматривать публичную дипломатию в качестве коммуникативной стратегии, то в современном обществе возможно установление диалога между конкретными политиками и влиятельными блогерами. Особенно молодое поколение сейчас активно «подписывается» на популярных блогеров, ведущих свои социальные страницы.

Например, в США политики пользуются популярностью на социальных платформах не меньше известных актеров, певцов и музыкантов. Здесь важна правильная стратегия коммуникации с целевой аудиторией. Грамотная, продуманно выстроенная и познавательная информация будет привлекать аудиторию любых возрастов. Главное заключается в повышении интереса публики с помощью психологических приемов — использование медиаконтента (фотографий, видеоматериалов), нейтрального юмора и позитивного контента. Многие дипломаты в социальных сетях позиционируют себя не только в деловом свете, но и семейном кругу, что повышает общественное доверие к ним как профессионалам, а также к семейным, благопристойным людям.

Таким образом, использование цифровых технологий в дипломатической повестке дня приравнено к стратегиям «мягкой силы», которая нацелена на поддержание устойчивого развития международных отношений для снижения социальной напряженности как внутри страны, так и для внешних субъектов. В данном случае важно не допускать падения политической культуры при взаимодействии в социальных сетях [2]. Цифровая дипломатия стала неотъемлемой частью международных отношений, изменяя традиционные методы взаимодействия между государствами. Использование социальных сетей в дипломатических целях открывает новые возможности для публичной дипломатии, кризисных коммуникаций и продвижения национальных интересов на глобальной арене. Современные дипломатические ведомства и лидеры активно используют Twitter/X, Facebook, Instagram, TikTok, YouTube и другие платформы для прямого общения с международной аудиторией, оперативного реагирования на кризисы и формирования позитивного имиджа страны. Важнейшим преимуществом цифровой дипломатии является её доступность и широкий охват аудитории. Если раньше

дипломатические сообщения распространялись через официальные заявления и закрытые переговоры, то сегодня социальные сети позволяют мгновенно донести позицию государства до миллионов пользователей. Это особенно ценно в кризисных ситуациях, когда оперативность и прозрачность информации могут повлиять на восприятие событий. Однако открытость цифровой дипломатии также несёт риски — кибератаки, манипуляции общественным мнением, распространение дезинформации и нарушение цифрового суверенитета требуют тщательной стратегической проработки. Несмотря на существующие вызовы, цифровая дипломатия будет продолжать развиваться. Внедрение искусственного интеллекта, анализа больших данных и блокчейн-технологий позволит усилить контроль за информационными потоками, повысить уровень кибербезопасности и сделать дипломатические процессы более прозрачными. Важно, чтобы государства не только использовали цифровые инструменты для продвижения своих интересов, но и вырабатывали механизмы регулирования и защиты от угроз, связанных с цифровым пространством. В условиях глобальной взаимозависимости эффективное использование цифровой дипломатии становится конкурентным преимуществом. Государства, которые сумеют адаптироваться к быстро меняющимся реалиям и грамотно использовать потенциал цифровых технологий, укрепят свои позиции на международной арене. Таким образом, цифровая дипломатия не только расширяет возможности традиционной дипломатии, но и задаёт новые правила взаимодействия в мировой политике, делая её более динамичной, открытой и доступной для широкой аудитории.

Список использованной литературы:

1. *Синчук Ю. В.* Цифровая дипломатия как инструмент внешней политики / Ю. В. Синчук, Б. Е. Власов, А. Е. Огурцов // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. — 2022. — Вып. 4 (849). — С. 52–61. — DOI: 10.52070/2500-347X_2022_4_849_52.
2. *Лебедева М. М.* «Мягкая сила»: понятие и подходы / М. М. Лебедева // Вестник МГИМО-Университета. — 2017. — № 3 (54). — С. 212–223. — DOI: 10.24833/2071-8160-2017-3-54-212-223. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/myagkaya-sila-ponyatie-i-podhody (дата обращения: 02.12.2024).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕЙРОСЕТЕЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННОГО КОНТЕНТА В МАРКЕТИНГЕ

Кубанычбекова Айжамал Кубанычбековна,
Абдижалилова Диана Нажмидиновна
студенты 1 курса
направление «Маркетинг: аналитика и креативные решения»
научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Беспалов Д. А.

В современном цифровом мире, насыщенном информацией и конкурирующими брендами, персонализированный маркетинг стал не просто преимуществом, а необходимым условием для выживания. Развитие социальных сетей и повсеместное распространение цифровых технологий привели к тому, что потребитель ожидает индивидуального подхода, а не массовых рассылок, нерелевантных его интересам. Именно здесь на первый план выходит искусственный интеллект (ИИ), а точнее — нейронные сети, которые позволяют компаниям создавать по-настоящему персонализированный пользовательский опыт.

Нейронные сети, работающие на основе сложных алгоритмов машинного обучения, способны анализировать огромные массивы данных о пользователях: историю их покупок, поведение на сайте, активность в социальных сетях, демографические данные и многое другое. На основе этого анализа ИИ формирует детальный профиль каждого пользователя, предсказывая его будущие потребности и предпочтения с удивительной точностью. Это позволяет компаниям создавать не просто рекламу, а индивидуальные предложения, идеально подходящие конкретному человеку. Например, если пользователь просматривал товары для активного отдыха, нейросеть может предложить ему скидку на соответствующую продукцию, рекомендовать похожие товары или показать видеоролик о новом снаряжении.

Более того, возможности ИИ выходят далеко за рамки простого таргетинга. Нейронные сети способны генерировать персонализированный контент, включая рекламные тексты, изображения и даже видео. Система может автоматически адаптировать месседжи под язык, стиль и предпочтения каждого пользователя, что значительно повышает вовлеченность и эффективность рекламной

кампании. Представьте, рекламный баннер, который не просто показывает товар, но и адаптирует свой дизайн и текст под индивидуальные параметры пользователя, учитывая его возраст, пол, местоположение и даже эмоциональное состояние (определяемое по его активности в социальных сетях).

Автоматизация — еще одна ключевая область, где ИИ революционизирует маркетинг. Чат-боты, основанные на нейронных сетях, могут предоставлять круглосуточную поддержку клиентам, отвечать на их вопросы, решать проблемы и даже формировать заказы. Это позволяет компаниям существенно сэкономить на персонале и улучшить качество обслуживания. Более того, ИИ может анализировать данные из чат-ботов, идентифицируя потенциальные проблемы в продукте или сервисе, что позволяет своевременно внести необходимые изменения.

Однако, использование ИИ в маркетинге сопряжено и с определенными вызовами. Важно обеспечить защиту личных данных пользователей, соблюдая все необходимые регулятивные нормы. Кроме того, необходимо тщательно проверять точность и беспристрастность алгоритмов, чтобы избежать дискриминации или неправильных предсказаний. Этическая сторона применения ИИ в маркетинге также требует внимательного подхода. Переизбыток персонализации может привести к эффекту «слежки» и вызвать негативную реакцию у пользователей.

Исследования показывают, что использование нейросетей в маркетинге уже приносит ощутимые результаты, особенно в таких областях, как создание персонализированных рекомендаций и автоматизация взаимодействия с клиентами через ат-ботов [1, с. 88–92], [2, с. 15–20]. Важно, что ИИ также помогает ускорить процессы создания контента и рекламы, значительно снижая затраты и улучшая взаимодействие с целевой аудиторией. Поэтому тема является актуальной для исследования.

Цель исследования. Определить, как нейросети помогают в создании персонализированного контента в маркетинге и насколько это влияет на эффективность маркетинговых кампаний.

Задачи исследования:

1. Проанализировать теоретические и практические основы нейросетей.

2. Изучить методы и подходы, применяемые в маркетинге для создания персонализированного контента.
3. Оценить влияние нейросетей на результаты маркетинговых кампаний, включая вовлеченность и конверсию.
4. Разработать рекомендации для использования нейросетей в разработке маркетинговых стратегий.
5. Оценить вызовы и ограничения, связанные с применением нейросетей в маркетинге.

Нейросети представляют собой алгоритмические структуры, вдохновленные человеческим мозгом, которые могут обучаться на больших объёмах данных и принимать решения или делать прогнозы. Основной особенностью нейросетей является их способность обучаться на основе ошибок, что делает их чрезвычайно гибкими и универсальными. В отличие от традиционных алгоритмов, нейросети могут обрабатывать огромные массивы данных, выявлять скрытые паттерны и принимать решения, что идеально подходит для маркетинга. В рамках данного исследования был проведён анализ применения нейросетей для создания персонализированного контента в маркетинге. Нейросети, являясь одним из наиболее развитых направлений искусственного интеллекта, предоставляют огромные возможности для анализа данных и оптимизации маркетинговых стратегий. В отличие от традиционных алгоритмов, нейросети способны обучаться на больших объемах данных и адаптироваться к изменениям, что делает их уникальными инструментами для создания персонализированного контента.

Основным методом работы нейросетей является их способность выявлять закономерности и создавать собственные правила обработки информации. Это происходит за счет обучения на основе данных, что позволяет моделям ИИ адаптироваться и улучшаться с каждым циклом. В отличие от более простых алгоритмов, нейросети могут работать с многомерными данными и выявлять скрытые взаимосвязи, которые часто остаются незамеченными при традиционном подходе.

Для обучения нейросетей применяются различные алгоритмы оптимизации, такие как градиентный спуск, которые помогают нейросетям корректировать свои параметры и минимизировать ошибку предсказаний. Эти нейросети могут классифицировать данные, распознавать изображения и текст, а также прогнозировать

поведение пользователей и предлагать персонализированные решения [3, с. 15–20][4, с. 105–113].

Особое внимание стоит уделить различным типам нейросетей:

- Сверточные нейронные сети (CNN) эффективно обрабатывают изображения, что делает их незаменимыми в анализе визуального контента для маркетинговых нужд, таких как создание рекламных баннеров и креативов.
- Рекуррентные нейронные сети (RNN) же идеально подходят для работы с последовательными данными, такими как текст или поведение пользователей в онлайн-магазинах.

Совмещение этих технологий позволяет создавать контент, который максимально соответствует запросам аудитории, тем самым повышая его эффективность.

Нейросети позволяют значительно повысить эффективность маркетинговых стратегий за счет персонализации контента. Например, интернет-магазины используют нейросети для анализа поведения посетителей на сайте. На основе этих данных создаются персонализированные предложения, которые увеличивают вероятность покупки. Исследования показывают, что использование персонализированных рекомендаций способствует значительному росту конверсии [5, с. 50–57].

Нейросети также играют важную роль в процессе создания контента. С их помощью можно генерировать текстовые описания товаров, создавать визуальные креативы и даже автоматически адаптировать сайты и интерфейсы под предпочтения пользователей.

Важным аспектом является также создание чат-ботов, которые с помощью нейросетей могут вести персонализированные разговоры с пользователями, отвечать на их запросы и направлять их к нужному продукту или услуге [6, с. 366–369].

Одним из ключевых направлений использования нейросетей в маркетинге является персонализация контента. Это включает не только таргетированную рекламу, но и адаптацию контента под различные сегменты аудитории. Например, с помощью нейросетей можно анализировать эмоции пользователей на основе их реакций на контент и на этой основе корректировать рекламные кампании [6, с. 74–81]. Такие подходы позволяют компаниям более точно и эффективно взаимодействовать с клиентами, повышая их лояльность и вовлечённость.

Таблица 1

Применение нейросетей в маркетинге

Аспект использования нейросетей	Применение	Влияние на маркетинг
Персонализация контента	Генерация индивидуальных рекомендаций и предложений	Повышение вовлеченности и конверсии
Таргетированная реклама	Анализ поведения пользователей для показа релевантных объявлений	Увеличение CTR и ROI рекламных кампаний
Генерация контента	Автоматическое создание текстов, изображений, видео	Уменьшение затрат на производство контента
Чат-боты и голосовые ассистенты	Автоматизация общения с клиентами	Улучшение клиентского сервиса и снижение нагрузки на персонал
Анализ настроений пользователей	Оценка эмоционального состояния по данным соцсетей	Оптимизация тональности рекламных сообщений
Прогнозирование спроса	Анализ данных для предсказания будущих потребностей клиентов	Снижение издержек и увеличение продаж

Этапы исследования

1. ***Сбор и анализ данных.*** В исследовании были собраны и проанализированы данные, полученные с помощью нейросетей для создания персонализированных рекомендаций, контента и рекламы. Данные включают информацию о предпочтениях пользователей, поведении на сайте, а также результаты взаимодействия с рекламными кампаниями.
2. ***Обучение нейросетей.*** Для создания персонализированного контента было использовано обучение нейросетей на основе собранных данных. Алгоритмы нейросетей адаптировались к особенностям целевой аудитории, что позволило улучшить точность прогнозов и повысить релевантность рекомендаций.
3. ***Применение полученных данных в маркетинговых кампаниях.*** После обучения нейросетей на данных, были проведены маркетинговые кампании, основанные на персонализированном контенте. Оценивались результаты таких кампаний, включая вовлечённость пользователей, конверсии и отклики на рекламу. Особое внимание уделялось тому, как использование ИИ и персонализированного контента влияет на поведение потребителей.

С помощью ИИ компании могут не только создать более эффективную рекламу, но и быстрее реагировать на изменения в поведении пользователей, предлагая им релевантный контент в режиме реального времени. Например, алгоритмы могут анализировать, что пользователи ищут на сайте, и моментально предложить подходящие товары или услуги. Это позволяет сократить время реакции на запросы клиентов и повысить вероятность совершения покупки.

Результаты исследования показали, что использование нейросетей в маркетинге позволяет значительно улучшить персонализацию контента и повысить вовлечённость пользователей. Применение ИИ ускоряет процессы создания контента и рекламы, а также повышает их точность. Компании, которые активно внедряют нейросети, могут эффективно взаимодействовать с целевой аудиторией, повышая конверсию и снижая затраты на рекламные кампании.

В заключение, искусственный интеллект и нейронные сети открывают невероятные возможности для персонализации маркетингового контента. Это не просто новый инструмент, а фундаментальное изменение подхода к взаимодействию с клиентами. Однако, для эффективного использования этих технологий необходимо учитывать этические аспекты и обеспечивать защиту личной информации пользователей. Только в этом случае ИИ сможет полностью раскрыть свой потенциал и помочь компаниям достигнуть новых высот в маркетинге. Дальнейшие исследования в области ИИ и его применения в маркетинге сосредоточатся на развитии более сложных и точных алгоритмов, способных учитывать еще более широкий спектр данных и предсказывать поведение пользователей с еще более высокой степенью точности. Это приведет к созданию еще более индивидуализированного и эффективного маркетинга, который будет ориентирован на удовлетворение индивидуальных потребностей и желаний каждого потребителя.

Нейросети являются мощным инструментом для персонализации маркетинга, который позволяет компаниям создавать более точный, релевантный и вовлекающий контент. Эффективность их использования зависит от правильной настройки нейросетей, качества данных и регулярного обновления контента. Использование ИИ в маркетинговых стратегиях даёт компаниям конкурентное преимущество, помогая им быстро адаптироваться к изменениям на рынке и предсказать потребности своей аудитории [6, с. 21–29].

Список использованной литературы:

1. *Игнашин А. А.* Феномен информационного шума / А. А. Игнашин, В. В. Котлярова // Форум молодых ученых. — 2019. — № 6 (34). — С. 521–524.
2. *Тройнина В. В.* Нейросети в SMM / В. В. Тройнина // Молодой ученый. — 2024. — № 21 (520). — С. 366–369. — URL: https://moluch.ru/archive/520/114745.

ИНТЕРАКТИВНЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ: ОТ УМНЫХ ДОСОК ДО ВИРТУАЛЬНЫХ КЛАССОВ НА УРОКАХ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ

Омургазиева Нурзат Омургазиевна
студентка 2 курса
направление «Дошкольное образование» Кыргызско-Турецкий университет «Манас»
научный руководитель: старший преподаватель Абдралиева Г. Ш.

Мир стремительно меняется с каждым днём. То, что 20 лет назад казалось лишь плодом воображения, сегодня стало реальностью. Технологии развиваются с невероятной скоростью, изменяя привычный уклад жизни, а вместе с этим меняются и люди. Каждое поколение отличается от предыдущего: миллениалы, зумеры, альфа, бета — у всех свои ценности, взгляды, способы восприятия информации. Меняются и подходы к обучению, ведь каждое поколение учится по-своему. Именно поэтому важно учитывать индивидуальные особенности каждого ученика и адаптировать образовательный процесс к современным требованиям. Современный мир предъявляет новые требования к профессиям. Если раньше механик просто ремонтировал машины, то теперь он должен обладать, гораздо большими компетенциями. Современные автомобили оснащены цифровыми системами, и механик должен разбираться в цифровых технологиях, владеть техническими и языковыми навыками. Это касается и многих других сфер. Сегодня наиболее востребованы профессии, связанные со STEM-направлениями: технологии, архитектура, инженерия, программирование и медицина. В условиях глобальных климатических изменений и дефицита ресурсов особую важность приобретают специалисты, работающие с возобновляемыми источниками энергии и управлением водными ресурсами [1, 2].

Пандемия COVID-19 в 2020 году стала мощным толчком к цифровизации. Она ускорила развитие онлайн-обучения, удалённой работы и цифровых сервисов, приближая нас к технологически продвинутому обществу. Однако этот переход не был безболезненным. Мы все увидели, как во всём мире снизилось качество образования, и наша страна не стала исключением. Дистанционный формат выявил множество проблем: нехватку живого общения,

недостаток практических навыков и неравный доступ к образовательным ресурсам. Но вместе с этим пандемия дала важный импульс для перемен. Развитие цифровых технологий сделало образование более доступным, расширило возможности для самообразования и позволило внедрить инновационные методы преподавания. Этот период показал, насколько важно быть гибкими, адаптироваться к новым условиям и постоянно совершенствовать систему образования в стремительно меняющемся мире.

Внедрение современных информационных и коммуникационных технологий в образовательный процесс привносит существенные изменения в способы изучения и требует от учителей адаптироваться к новым условиям. Для учителя это означает не только освоение новых технологий, но и их грамотное применение в учебном процессе [3, с. 9].

Цифровые образовательные ресурсы (ЦОР) — это представленные в цифровой форме фотографии, видеофрагменты, статистические и динамические модели объекты виртуальной реальности и интерактивного моделирования, картографические материалы, звукозаписи, символьные объекты и графика, текстовые документы и иные учебные материалы, необходимые для организации учебного процесса [4, с. 251].

Использование современных информационных технологий в младшем школьном возрасте способствует развитию когнитивных навыков, улучшая память, внимание, логическое и критическое мышление. Оно повышает мотивацию к обучению, делая процесс более интересным и увлекательным, а также развивает коммуникативные способности, помогая детям формулировать мысли и взаимодействовать с одноклассниками и учителем. Начало работы с интерактивной доской показало, что для детей не требуется специальных знаний, чтобы работать с этим устройством. Современные дети уже обладают навыками использования компьютеров и мобильных телефонов, что позволяет им быстро освоить основные приёмы работы с ИД, просто наблюдая за действиями учителя. В случае ошибки можно легко внести исправления с помощью электронной ручки или отменить действие. Очень удобно менять слайды или перемещать их в любом направлении. Интерактивная доска становится ценным и увлекательным инструментом в руках педагога [5].

Это показывает, что использование интерактивных досок даже младших классах легко, удобно, а главное интересно. Ещё одним преимуществом является то, что нет необходимости тратиться на мел, тряпки и другие расходные материалы, поскольку интерактивная доска позволяет полностью отказаться от традиционного оборудования, обеспечивая удобство и экономию.

Следующими являются образовательные платформы, сайты и генераторы, которые можно использовать с мобильного телефона и проводить игровые занятия в классе, если в классе есть проектор. Рассмотрим некоторые из них.

Renderforest (https://www.renderforest.com/home/main/for-you) — онлайн-платформа для создания видеоконтента, анимаций, логотипов и презентаций. Она предоставляет готовые шаблоны, которые легко настраиваются, позволяя создавать профессиональные материалы без опыта в видеоредактировании. Платформа идеально подходит для образовательных целей, позволяя создавать учебные видео и проекты, которые можно показывать через проектор. Также доступна мобильная версия для работы на ходу.

Chikipooki (https://chikipooki.com/ru) — это образовательная онлайн-платформа, ориентированная на детей дошкольного возраста и младшего класса. Она предлагает игры, интерактивные задания и другие материалы, которые помогают развивать навыки и знания в игровой форме. Платформа помогает сделать обучение увлекательным и доступным для детей, улучшая их внимание, логику и творчество через игровые элементы.

Babanin Okulu (https://www.babaninokulu.com/) — это образовательная платформа, предлагающая курсы и материалы для детей дошкольного возраста и младшеклассников, которые помогают развивать их умственные и личностные навыки.

Тарсия (https://www.tarsiamaker.co.uk/) — это образовательная платформа, которая предлагает разнообразные курсы и тренинги для развития личных и профессиональных навыков. Она ориентирована на людей, стремящихся к саморазвитию и улучшению своих знаний в различных областях, включая бизнес, психология и личностный рост. Прекрасно подходит для любого возраста особенно при изучении иностранного языка и новой темы для любого предмета.

Umaigra (https://www.umaigra.com/) — это онлайн-платформа, которая специализируется на создании образовательных игр. Она предоставляет инструменты для разработки различных видов игр, которые могут быть использованы в образовательных целях. Эта платформа позволяет создавать игры для обучения детей, которые мотивируют их к активному участию в учебном процессе. Umaigra, ориентирована, на развитие у детей критического мышления, логики, творческих способностей и умения работать в команде. Учителя начальных классов могут использовать Umaigra для создания интерактивных заданий, квестов и других форм игр, которые делают обучение более увлекательным и эффективным.

Платформа идеально подходит для применения в уроках, где важен элемент игры, например, при обучении математике, языкам или природоведению. Игры могут быть адаптированы под разные возрастные группы и образовательные задачи, что делает Umaigra универсальным инструментом для учителей начальной школы.

В 2016 году в Финляндии была разработана платформа «Minecraft Education Edition», которая используется для обучения и развития учеников, где они могут создавать и исследовать виртуальные миры, развивая творческое мышление и решение проблем [6, с. 237].

Minecraft Education Edition (https://education.minecraft.net/ru-ru/discover/what-is-minecraft) — это специальная версия игры Minecraft, которая предназначена для обучения в школах и других образовательных учреждениях. Она помогает изучать разные предметы, такие как математика, физика, история и даже программирование, с помощью игры. В этой версии есть много дополнительных функций, которые помогают преподавателям управлять классом и дают ученикам возможность работать вместе над проектами. Это отличный способ учить детей креативности и критическому мышлению через игровой процесс.

В Германии функционирует «SAP Young Thinkers» — инициатива компании «SAP», направленная на цифровое образование школьников и студентов, предоставляющая образовательные ресурсы и платформы для обучения цифровым навыкам [6, с. 238]. Например, они учат, как создавать программы, работать с роботами, разрабатывать мобильные приложения и использовать другие современные технологические решения.

Процесс обучения в SAP умение решать нестандартные задачи и работать в команде. Учащиеся также учат, как подходить к проблемам с разных сторон и находить решения, которые могут быть полезны в реальной жизни.

VR и AR для учителей начальных классов открывают новые возможности для обучения. Виртуальная реальность позволяет детям погружаться в различные учебные ситуации. Например, они могут «посетить» исторические места, путешествовать по космосу или исследовать природные явления, не выходя из класса. Это помогает лучше усваивать материал и делает учебу более захватывающей. Дополненная реальность добавляет виртуальные элементы к реальным объектам, создавая интересные эффекты. Например, учебники могут «оживать», показывая дополнительные изображения или анимации, которые помогают объяснить сложные темы. Также с помощью AR можно устраивать игры или квесты, где дети решают задачи, взаимодействуя с окружающей их реальностью. Эти технологии делают процесс обучения более увлекательным и интерактивным. Они помогают ученикам воспринимать материал легче и интереснее, а также развивают их креативность и критическое мышление.

Однако важно не только правильно выбирать цифровые ресурсы для использования на занятиях, но и обеспечить безопасность учеников в онлайн среде, а также постоянного контроля, за активностью учащихся при работе с интерактивными заданиями и коммуникацией через онлайн-платформы [2, с. 252].

Обеспечение безопасности детей в онлайн-среде — это важная задача, как для родителей, так и для учителей. Учителя должны быть внимательны при выборе игр, сайтов, платформ. При выборе контента для игр и платформ для обучения важно обратить внимание на несколько ключевых аспектов. Во-первых, стоит убедиться, что контент соответствует возрасту детей и подходит для их уровня развития. Также важно, чтобы игры и платформы были образовательными и способствовали развитию таких навыков, как критическое мышление, творчество и сотрудничество.

Не менее, важен, безопасность и конфиденциальность. Платформа должна соблюдать правила защиты данных и иметь соответствующие настройки для ограничения доступа к личной информации. Следует также убедиться, что в контенте нет недопустимого или насильственного материала.

Отсутствие подготовки учителей — ещё одна проблема. Многие преподаватели не имеют достаточно знаний и опыта для эффективного использования технологий в классе. Для этого требуется дополнительное обучение, что может занять время и ресурсы. Без этого учителя могут не использовать весь потенциал технологий или даже не уверены в их применении.

В одной статье было проведено анкетирование учителей начальных классов. В опросе приняли участие 10 педагогов. Результат анкетирования показал, что многие педагоги понимают важность внедрения интернет-педагогический процесс, но сталкиваются некоторыми проблемами. Например: недостаточное техническое оснащение учебных кабинетов в школе, быстрый темп развития технологий, за которыми не успевают учителя [3, с 249].

Внедрение технологий в обучение приносит много преимуществ, но также сталкивается с рядом проблем. Одна из основных — это нехватка ресурсов. Не все школы и учебные заведения имеют достаточно техники, например, компьютеров, планшетов или VR-оборудования, чтобы внедрить современные технологии в образовательный процесс. Это особенно актуально в регионах с ограниченным бюджетом.

Кыргызстане, обеспеченность школ компьютерами составляет 42,1 процента от минимальной потребности. Об этом говорится в Программе развития образования на 2021–2040 годы.

В документе перечислены актуальные проблемы на уровне школьного образования. Слабая обеспеченность компьютерным оборудованием, недостаточность программ обучения педагогов цифровым навыкам, цифровых материалов, платформ дистанционного обучения являются препятствием на пути к цифровизации процесса обучения.

Отмечается, что с начала 2012-го показатель из расчета «50 учеников на 1 компьютер» улучшился до 28 учеников на 1 компьютер в 2020 году [3].

По словам министра образования и науки Догдуркуль Кендирбаева в интервью АКИpress сказала: — Каждый год на систему образования выделяется около 65 млрд. сомов, из которых более 40 млрд. направляется на школьное образование. Однако 87% этих средств уходит на оплату труда учителей. Это значит, что практически не остается средств на развитие учебной инфраструктуры,

включая закупку учебников, оборудование для лабораторий и учебных пособий [1, 2].

К сожалению, невозможно одновременно оснастить все школы страны интернетом (Wi-Fi), компьютерами и телевизорами.

Но по Программе развития образование Кыргызской Республики на 2021–2040 годы планируется сократить недостаток.

В планах довести соотношение компьютер/учащийся в среднем по стране до 1/26 в 2023-м, 1/15 — в 2030-м и 1/13 в 2040-м [3].

Выводы исследования

В заключение, можно с уверенностью сказать, что внедрение интерактивных образовательных технологий в начальной школе — это не просто шаг в будущее, но и ключ к созданию нового подхода к обучению. Технологии, такие как умные доски и виртуальные классы, открывают перед учителями и учениками совершенно новые горизонты.

Однако, как и в любом процессе, важно помнить, что технологии — это лишь инструмент. Они не могут заменить настоящего учителя, который является проводником в мир знаний. Ключевую роль в успехе этих технологий играет подготовка педагогов, их способность использовать современные средства обучения для развития учеников. Как утверждал Карл Густав Юнг: «Образование — это не запоминание фактов, а обучение умению думать». Поэтому учителя должны обладать не только техническими навыками, но и умением передавать знания, вдохновлять детей на поиск и открытие нового.

Список использованной литературы

1. *Асачова Л. А.* Современные технологии обучения в условиях цифровой трансформации образования: перспективы / Л. А. Асачова // Цифровизация в системе образования: передовой опыт и практика внедрения : материалы V Всероссийской научно-практической конференции. — Краснодар, 2024. — С. 9–14. — URL: https://phsreda.com/e-publications/e-publication-10598.pdf.
2. *Микерова Г. Г.* Использование цифровых ресурсов на уроках в начальной школе / Г. Г. Микерова, А. Ю. Комардина // Цифровизация в системе образования: передовой опыт и практика внедрения : материалы V Всероссийской научно-практической

конференции. — Краснодар, 2024. — С. 251–255. — URL: https://phsreda.com/ru/article/110839/discussion_platform.

3. *Балакшиева Г. И.* Передовой опыт цифровизации и успешные практики повышения качества общего образования: применение цифрового портфолио / Г. И. Балакшиева // Цифровизация в системе образования: передовой опыт и практика внедрения : материалы V Всероссийской научно-практической конференции. — Краснодар, 2024. — С. 237–240. — URL: https://phsreda.com/ru/article/111004/discussion_platform.

РАЗРАБОТКА WEB-СИСТЕМЫ УЧЕТА ГРУЗОПЕРЕВОЗОК ДЛЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ

Пак Максим
студент 4 курса
направление «Информационные системы и технологии»
научный руководитель: канд. тех. наук, доцент Мусакулова Ж. А.

Логистика является одной из ключевых отраслей, обеспечивающих эффективное функционирование современных предприятий. Она охватывает не только транспортировку грузов, но и управление запасами, складирование, планирование маршрутов и контроль за выполнением поставок. В условиях глобализации и роста конкуренции логистические компании сталкиваются с необходимостью оптимизации своих процессов для снижения затрат и повышения качества обслуживания клиентов.

Традиционные методы управления перевозками, основанные на ручном учете и планировании, уже не справляются с объемами данных и сложностью современных логистических цепочек. Это приводит к задержкам в поставках, неэффективному использованию транспорта и увеличению операционных издержек. Внедрение цифровых технологий, таких как искусственный интеллект и машинное обучение, открывает новые возможности для автоматизации и оптимизации логистических процессов.

Данная статья посвящена разработке web-системы, которая позволяет автоматизировать учет грузоперевозок, оптимизировать маршруты и повысить общую эффективность работы логистической компании. Особое внимание уделено интеграции ИИ для анализа данных и принятия решений в реальном времени.

Актуальность разработки подобной системы обусловлена несколькими факторами:

1. Рост объемов перевозок: с увеличением спроса на доставку товаров растет и сложность управления логистическими процессами.
2. Конкуренция на рынке: компании вынуждены искать способы снижения затрат и повышения качества услуг.
3. Цифровизация бизнеса: переход на автоматизированные системы управления становится необходимым условием для успешного функционирования компании.

4. Требования клиентов: современные потребители ожидают быстрой и точной доставки, что невозможно без использования передовых технологий.

Целью работы является создание web-системы, которая обеспечивает:

- Автоматизацию учета грузоперевозок: от регистрации заявок до отслеживания статуса доставки.
- Оптимизацию маршрутов: выбор наиболее эффективных путей с учетом дорожной ситуации, погодных условий и загруженности транспорта.
- Прогнозирование сроков доставки: точное определение времени прибытия груза на основе анализа данных.
- Снижение операционных затрат: за счет минимизации пустых рейсов и эффективного использования ресурсов.
- Система предназначена для использования логистическими компаниями, которые стремятся повысить свою конкурентоспособность за счет внедрения современных технологий.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- Провести анализ существующих решений на рынке, таких как программы для построения маршрутов и управления транспортными задачами (например, описанные в статье Cleverence).
- Определить функциональные требования к системе, включая возможность интеграции с картографическими сервисами и IoT-устройствами.
- Разработать архитектуру системы, включая серверную часть, базу данных и пользовательский интерфейс.
- Интегрировать модуль искусственного интеллекта для анализа данных и оптимизации процессов.
- Провести тестирование системы в реальных условиях и оценить её эффективность.

Проектирование архитектуры:

- Выбор технологий (например, Python для ИИ, React для интерфейса, PostgreSQL для базы данных).
- Разработка структуры базы данных для хранения информации о заказах, транспорте и маршрутах.
- Создание API для интеграции с внешними сервисами (например, картографическими).

Разработка интерфейса:

- Создание удобного и интуитивно понятного интерфейса для диспетчеров и водителей.
- Визуализация маршрутов и статусов грузов в реальном времени.
- Интеграция искусственного интеллекта:
  - Использование алгоритмов машинного обучения для анализа данных.
  - Оптимизация маршрутов на основе исторических данных и текущей дорожной ситуации.
  - Прогнозирование сроков доставки с учетом множества факторов.
- Тестирование и внедрение:
  - Проведение тестов на реальных данных.
  - Устранение ошибок и оптимизация производительности.
  - Обучение сотрудников компании работе с системой.
  - Роль искусственного интеллекта

Искусственный интеллект играет ключевую роль в системе, выполняя следующие функции:

- Оптимизация маршрутов: анализ данных о пробках, погодных условиях и загруженности транспорта.
- Прогнозирование сроков доставки: использование моделей машинного обучения для точного расчета времени.
- Анализ загруженности транспорта: минимизация пустых рейсов и снижение затрат на топливо.
- Обнаружение аномалий: выявление задержек, отклонений от маршрута и других нештатных ситуаций.

Архитектура системы. Система состоит из следующих модулей:

1. Модуль управления заказами: регистрация заявок, отслеживание статуса грузов, генерация отчетов.
2. Геоинформационный модуль: интеграция с картографическими сервисами, визуализация маршрутов.
3. Аналитический модуль: обработка данных, построение прогнозов и рекомендаций.
4. Интерфейс администратора: управление пользователями, настройка системы, анализ эффективности.

Преимущества системы:

1. Снижение затрат на логистику за счет автоматизации.
2. Повышение точности прогнозирования сроков доставки.

3. Уменьшение числа ошибок благодаря автоматизированному учету.
4. Гибкость и масштабируемость системы.

Перспективы развития:

1. Использование более сложных алгоритмов ИИ для глубокой аналитики.
2. Интеграция с IoT-устройствами для мониторинга транспорта в реальном времени.
3. Разработка мобильного приложения для удобного управления процессами.

Разработка web-системы учета грузоперевозок с использованием искусственного интеллекта представляет собой важный шаг в эволюции логистической отрасли. Такие системы не только автоматизируют рутинные процессы, но и предоставляют инструменты для глубокого анализа данных, что позволяет компаниям принимать более обоснованные и своевременные решения. Одним из ключевых преимуществ внедрения подобных систем является снижение операционных затрат. За счет автоматизации процессов учета и планирования, а также оптимизации маршрутов, компании могут минимизировать расходы на топливо, сократить количество пустых рейсов и более эффективно использовать имеющиеся ресурсы. Например, система может анализировать загруженность транспорта и предлагать оптимальные варианты распределения грузов, что позволяет избежать простоя транспортных средств. Еще одним важным аспектом является повышение точности прогнозирования сроков доставки. Используя данные о дорожной ситуации, погодных условиях и исторических маршрутах, искусственный интеллект способен с высокой точностью рассчитать время прибытия груза. Это не только улучшает качество обслуживания клиентов, но и позволяет компаниям избежать штрафов за задержки поставок.

Кроме того, внедрение web-системы учета грузоперевозок способствует улучшению прозрачности и контроля над логистическими процессами. Руководители компании получают возможность в режиме реального времени отслеживать местоположение транспорта, статус заказов и выполнение плановых показателей. Это позволяет оперативно реагировать на возникающие проблемы, такие как задержки или отклонения от маршрута, и минимизировать их последствия.

Важно отметить, что такие системы обладают высокой гибкостью и масштабируемостью. Они могут быть адаптированы под потребности компаний различного масштаба — от небольших локальных перевозчиков до крупных международных логистических операторов. В будущем функционал системы может быть расширен за счет интеграции с IoT-устройствами, такими как датчики на транспорте, что позволит получать данные о состоянии груза и транспортного средства в реальном времени. Внедрение web-системы учета грузоперевозок с использованием искусственного интеллекта также способствует цифровизации бизнеса. Это не только повышает конкурентоспособность компании на рынке, но и создает основу для дальнейшего развития. Например, накопленные данные могут быть использованы для обучения более сложных моделей машинного обучения, что позволит еще больше повысить эффективность логистических процессов.

Таким образом, разработка и внедрение подобных систем являются важным шагом на пути к оптимизации бизнес-процессов и повышению качества обслуживания клиентов. В условиях растущей конкуренции и увеличения объемов перевозок, компании, которые внедряют современные технологии, получают значительное преимущество перед теми, кто продолжает использовать традиционные методы управления.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ НА СЛУЖБЕ ЛИНГВОДИДАКТИКИ

Абдуллаева Назифа
студентка 3-курса
направление «Искусственный интеллект в лингвистических исследованиях студентов: новые возможности и этические вызовы»
научный руководитель: канд. филол. наук, доцент Абдумапова З. З.

В современных условиях актуальным становится использование искусственного интеллекта (ИИ) в обучении инофонов русскому языку (далее — РКИ), поскольку указанная технология способна предоставить иностранному обучающемуся возможность общения на русском языке с учетом постоянно меняющейся языковой реальности и в отсутствии психологических барьеров в коммуникации. Особое значение, на наш взгляд, имеет применение ИИ в практике преподавания инофонам научного стиля речи и делового русского языка (русского языка для бизнеса), так как данная технология позволяет быстро организовать для обучающихся коммуникативные ситуации соответствующих сфер общения.

Целью исследования является определение роли искусственного интеллекта в овладении иностранными обучающимися научной и бизнес-коммуникации.

В соответствии с заданной целью были определены следующие задачи:

1. Найти способы использования технологии ии в обучении русскому языку как иностранному.
2. Внедрить в образовательный процесс технологию ии в рамках изучения научного стиля речи и делового русского языка.
3. Установить, насколько эффективным оказывается использование ИИ в обучении научному стилю речи и бизнес-коммуникации.

Обзор научной и научно-методической литературы показал, что в практике обучения РКИ используют следующие цифровые инструменты, созданные на основе технологий искусственного интеллекта:

- разработанные на основе автоматической обработки текста ИИ сервисы [2];
- готовые чат-боты, предназначенные для выполнения широкого спектра задач (Алиса, Mondly, MyRUSkey) [4; 5],

- специально разработанные под задачи РКИ чат-боты [1; 4].

Анализ внедрения указанных цифровых сервисов в обучение русскому языку как иностранному показал, что наиболее популярными инструментами из них оказываются чат-боты, которые используются в целом ряде случаев в качестве диалоговых тренажеров. Значимым оказывается и то, что чат-боты применяются как для отработки формульных конструкций, так и для тренировки коммуникативных навыков, причем на разных этапах овладения инофонами русским языком. Кроме того, есть единичные примеры использования чат-ботов в профессионально ориентированном обучении русскому языку. Вместе с тем нами было замечено, что представленный опыт работы с чат-ботами в практике преподавания РКИ не отражает новейшие тенденции в развитии технологии ИИ, такие как открытие широкой аудитории нейросети ChatGPT, появление возможности создания собственных чат-ботов и голосовых помощников на основе конструкторов чат-ботов без участия программистов. На основании вышеизложенного нами был проведен эксперимент по внедрению ChatGPT и разработанного на основе конструктора чат-ботов Aimylogic голосового помощника в образовательный процесс. Данные чат-боты использовались в обучении студентов 1 и 2 курса направления 45.03.02 «Лингвистика» (профиль «Русский язык и перевод», «Русский язык в бизнесе»), которые приехали в Россию из Китая и владеют русским языком на элементарном и базовом уровне. ChatGPT использовался для обучения иностранных студентов с элементарным уровнем владения русским языком научной коммуникации в рамках дисциплины «Научный стиль речи». ChatGPT применялся для отработки терминологической лексики и базовых грамматических конструкций и типовых моделей научного стиля речи (далее — НСР), формирования умений конструирования монологического высказывания на основе прочитанного текста, навыков компрессии текста и т. д. Также сгенерированный ChatGPT текст стал основой для игровых заданий в форматах «Научная конференция по фольклору», Speed dating «Детективы и известные писатели», образовательный хакатон «Нейросети и народные сказки», которые были направлены на формирование у инофонов коммуникативной компетенции в научной сфере. Внедрение ChatGPT в обучение студентов НСР позволило разнообразить учебный процесс. Опрос студентов показал, что им понравилось работать с нейросетью,

они считают, что ChatGPT помог им изучить НСР, в дальнейшем они готовы пользоваться нейросетью для подготовки ответа на простые вопросы, проверки своих ошибок, создания новых интересных историй и текстов. Некоторые респонденты ответили следующее: «Я думаю, что ChatGPT может вам помочь. Когда вы столкнетесь с трудностями, вы можете попросить его о помощи. Но домашнее задание каждого должно иметь свои особенности»; «Боюсь, что он заменит мне работу и жизнь, поэтому стараюсь его не использовать и другим не советую». Разработанный в конструкторе Aimylogic по авторскому сценарию чат-бот «Стив Мартинс» был использован в рамках изучения русского языка для бизнеса со студентами 2 курса и предназначался для обучения инофонов деловой коммуникации на русском языке. Данный чат бот был опубликован в качестве навыка голосового помощника «Алиса» и работал через сервис «Яндекс. Диалоги». Каждая часть сценария была посвящена определенной ситуации делового общения, которая соотносилась с тематикой учебного пособия Л.В. Котане «Русский язык для делового общения» [3]

(Знакомство, Беседа в гостях, Телефонный разговор, План продаж, Интервью с работником, Вопросы от клиентов, Назначение встречи, Корпоратив, Встреча с партнером, Презентация компании, Звонок конкуренту, Опрос от Стива) и содержала соответствующую лексику и грамматические конструкции бизнес-русского. При этом данный чат-бот предполагал живое общение со студентами и в качестве ответов на реплики, благодаря использованию интентов, мог распознавать не только заданное слово и выражение, но и реплику, которая может выражать, например, благодарность, согласие и т. п. Кроме того, студентам показывался не только текст, но и изображение. Посредством данного чат-бота также проводился опрос, а ответы записывались в гугл-таблицу. Данный диалог с чат-ботом был частью кейс-задания, опубликованного в сопроводительном курсе «Бизнес-русский» в Telegram. Студентам необходимо было поговорить с голосовым помощником, в конце диалога они получали ответ на задание. Например, Кейс № 3. Ситуация. Стив Мартинс: «Сегодня у меня очень важный день! Я буду звонить VIP-клиенту. Нужно, чтобы он согласился пользоваться нашей услугой. Ох, как страшно. Звоню».

Задание: Вы Стив Мартинс. Поговорите с Алисой (Тема 3) и в комментарии напишите адрес электронной почты директора

компании «Курс на Восток». Ответ напишите в качестве комментария к посту. Проведенный среди студентов опрос показал, что им понравился курс с использованием чат-бота, они готовы использовать бота при подготовке к зачету и позже для тренировки коммуникативных навыков. Респонденты ответили, что неоднократные беседы с голосовым помощником помогли им лучше усвоить информацию о бизнесе и в дальнейшем они будут «практиковать с ним разговор на русском языке», «говорить с ним каждый день, чтобы улучшить слух и речь». Анализ внедрения цифровых инструментов, разработанных на базе ИИ, в обучение РКИ показал, что использование чат-ботов в качестве диалоговых тренажеров для формирования навыков учебной и деловой (бизнес-)коммуникации имеет следующие достоинства: 1) создание ситуаций общения, которые сложно организовать в учебной среде; 2) отработка коммуникативных навыков у инофонов не через заучивание, а посредством игры; 3) автоматизированный контроль выполнения самостоятельной работы. Однако опыт работы студентов с чат-ботами показал, что не все студенты готовы работать с ИИ, они испытывают страх перед ним.

Подведем итоги. Таким образом, в соответствии с полученным педагогическим опытом можно утверждать, что ИИ можно эффективно использовать в обучении инофонов русскому языку, однако для этого необходимо, чтобы ИИ был внедрен в канву занятий органично и не вызывал страх у студентов.

Список использованной литературы

1. *Арцыменя Д. Ф.* Электронные технологии в обучении иностранным языкам / Д. Ф. Арцыменя, Н. Е. Петрова // Актуальные проблемы романо-германской филологии и методики преподавания иностранных языков : материалы XII Международной научной конференции, Гомель, 21 октября 2022 г. — Гомель : Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины, 2022. — С. 3–8.
2. *Петрова Н. Е.* Использование цифровых технологий при обучении русскому языку как иностранному китайской аудитории / Н. Е. Петрова, Е. С. Сычёва // Международный научный

конгресс «Русский язык в странах СНГ: положение, функционирование, коммуникация» : сборник материалов конгресса : в 3 ч. / отв. ред. С. Ю. Камышева. — Москва : Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2022. — Ч. 1. — С. 136–138.

РОЛЬ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ СОЗДАНИЯ ПРОГРАММАТИК-РЕКЛАМЫ

Уланбек кызы Алина, Тилекова Бермет Жоробаевна
студентки 1-курса
направление: «Маркетинговые коммуникации: Аналитика и креативные решения»
научный руководитель: канд. эконом. наук, доцент Беспалов Д. А.

Современная цифровая реклама стремительно развивается, и одним из ключевых направлений ее эволюции стало использование программатик-рекламы — автоматизированная закупка таргетированной рекламы в сети. С помощью имеющихся данных о пользователях бизнесу удаётся показывать аудитории наиболее релевантные объявления и максимально её заинтересовывать. Есть много способов сделать программатик-рекламу ещё более эффективным инструментом. Один из них — использование искусственного интеллекта.

В отличие от традиционных методов размещения рекламы, программатик позволяет максимально эффективно использовать данные о пользователях, что повышает точность таргетинга и рентабельность рекламных кампаний [1].

Одним из важнейших факторов, способствующих росту программатик-рекламы, является искусственный интеллект (ИИ). Системы на базе искусственного интеллекта автоматизируют аналитику и делают то, чего человек не может, — отслеживают эффективность кампаний в режиме онлайн. Благодаря машинному обучению и анализу больших данных, Он помогает рекламодателям автоматически определять целевую аудиторию, прогнозировать поведение пользователей и адаптировать рекламные сообщения под их интересы. Это ведет к значительному росту эффективных рекламных стратегий, снижению затрат и увеличению коэффициента конверсии. Согласно исследованию компании eMarketer, опубликованному в июне 2024 года, рекламодатели, использующие ИИ для оптимизации своих programmatic-кампаний, смогли увеличить конверсию на 25% и снизить расходы на 15% по сравнению с традиционными методами. Эти данные подчеркивают важность интеграции ИИ в рекламные процессы [1, 2, 12].

Актуальность темы обусловлена тем, что с каждым годом доля программатик-рекламы на рынке digital-рекламы стремительно увеличивается, а применение ИИ становится не просто конкурентным преимуществом, а необходимостью. Однако, несмотря на очевидные выгоды, существует ряд проблем, связанных с использованием ИИ в рекламе: от возможных алгоритмических предвзятостей до вопросов конфиденциальности данных пользователей [3].

Цель данного исследования заключается в комплексном анализе роли искусственного интеллекта в контексте автоматизированного медиапланирования и оценке его воздействия на результаты рекламных кампаний. Для достижения этой цели были поставлены следующие исследовательские задачи:

1. Проанализировать влияние искусственного интеллекта на точность таргетинга в программатик-рекламе.
2. Исследовать роль ИИ в персонализации контента и его влияние на вовлеченность пользователей.
3. Оценить эффективность автоматизированного управления рекламными ставками с использованием ИИ.
4. Рассмотреть влияние ИИ на рентабельность инвестиций (ROI) в рекламные кампании.
5. Изучить инструменты и платформы, использующие ИИ для оптимизации рекламных процессов.
6. Определить основные проблемы и перспективы дальнейшего развития ИИ в сфере программатик-рекламы.

Исследование было направлено на анализ роли ИИ в развитии программатик-рекламы. В процессе работы изучены ключевые аспекты применения ИИ в автоматизированном медиапланировании, персонализации контента и оптимизации рекламных кампаний.

Основное внимание уделено эффективности использования ИИ в рекламе, включая анализ данных, прогнозирование поведения пользователей и динамическое размещение рекламы в реальном времени. Исследование базировалось на теоретическом анализе научных публикаций, а также изучении практических примеров успешного и неудачного внедрения ИИ в рекламные процессы. Для анализа воздействия ИИ были изучены следующие показатели:

- **Точность таргетинга.** ИИ анализирует поведение пользователей, их интересы и онлайн-активность. Согласно проведённому

анализу, алгоритмы машинного обучения позволяют повысить точность таргетинга на 35–50% по сравнению с традиционными методами. Это подтверждается данными компаний, использующих ИИ в рекламных стратегиях. Например, Amazon [7] применяет персонализированные рекомендации, что увеличивает конверсию на 35%.

- **Персонализация контента.** ИИ позволяет динамически корректировать размещение рекламы, ориентируясь на текущие пользовательские данные. В результате средняя стоимость привлечения клиента (CPA) снижается на 25–40%, а эффективность размещения увеличивается. Это особенно заметно в RTB-аукционах, где алгоритмы автоматически регулируют ставки в зависимости от вероятности конверсии.
- **Оптимизация рекламных ставок.** ИИ формирует индивидуальные рекламные предложения на основе анализа больших данных. Персонализированная реклама увеличивает CTR (кликабельность) объявлений на 20–30%. Например, Netflix [8] использует алгоритмы машинного обучения для рекомендаций, что приводит к увеличению вовлечённости пользователей.
- **Влияние на возврат инвестиций (ROI).** ИИ существенно влияет на показатель рентабельности инвестиций (ROI) в рекламу. За счёт точного таргетинга, персонализации контента и оптимизации ставок рекламные кампании становятся более эффективными, а затраты — более оправданными. По данным исследования, внедрение ИИ в рекламные процессы повышает ROI на 15–25%. Это подтверждается примерами использования платформ, таких как Optimove [9], которая помогает компаниям оптимизировать маркетинговые расходы. В частности, исследование показывает, что автоматизированные рекламные кампании с ИИ-оптимизацией тратят на 60–80% меньше времени на анализ данных, что позволяет быстрее адаптировать рекламу к изменениям на рынке. Однако не все аспекты использования ИИ в программатик-рекламе являются положительными. Например, проблемы, связанные с предвзятостью алгоритмов, могут привести к недостаточной разнообразности и корректности таргетинга. Существуют также вопросы, касающиеся безопасности данных и конфиденциальности пользователей, что становится особенно важным с учетом законодательных инициатив, таких как GDPR в Европе [11].

Основной источником информации для исследования являются статьи и научные работы, опубликованные на платформе CyberLeninka [6], а также материалы с популярных сайтов, таких как Skillbox [1], Adventum [3], RetailRocket [2] и Barrazacarlos [4]. Дополнительно использованы исследования, посвященные внедрению искусственного интеллекта в маркетинг, а также практические примеры успешных компаний, таких как Amazon [7] и Netflix [8].

Процесс анализа включает изучение различных этапов применения ИИ в программатик-рекламе, включая анализ больших данных, создание персонализированных рекламных предложений, таргетинг и динамическую оптимизацию размещения рекламы в реальном времени. Важно отметить, что исследование ориентировано на анализ не только успешных случаев применения ИИ, но и на выявление проблем, которые могут возникать в процессе автоматизации рекламных кампаний.

С развитием цифровых технологий и экспоненциальным ростом объемов данных, используемых в сфере маркетинга, программируемая реклама, как метод автоматизированной покупки и продажи рекламного инвентаря, приобрела стратегическое значение для рекламодателей. С момента своего возникновения этот подход существенно повысил эффективность рекламных кампаний, внедряя алгоритмические методы для точного таргетирования и обработки больших данных. В последние годы, на фоне стремительного прогресса в области искусственного интеллекта и машинного обучения, возникает необходимость более глубоко исследовать влияние этих технологий на эволюцию процессинга и оптимизацию рекламных процессов в контексте программатик-рекламы [4].

Нейросетевые архитектуры стали неотъемлемым компонентом современных рекламных технологий, что способствует существенному улучшению эффективности процессов, связанных с обработкой больших данных, предсказанием потребительского поведения и динамичной оптимизацией размещения рекламы в реальном времени. Эти технологические достижения подчеркивают актуальность исследования влияния искусственного интеллекта на развитие программатик-рекламы, а также необходимость анализа преимуществ и ограничений, возникающих при интеграции таких решений в рекламные процессы.

Результаты исследования показывают, что использование искусственного интеллекта в программатик-рекламе оказывает значительное влияние на повышение эффективности рекламных кампаний. Оценка текущих достижений в этой области позволяет выделить несколько ключевых аспектов:

- **Точность таргетинга.** ИИ, анализируя поведение пользователей и их интересы на основе больших данных, позволяет рекламодателям более точно определять свою целевую аудиторию. С помощью алгоритмов машинного обучения системы ИИ могут обрабатывать огромное количество информации о пользователях, их предпочтениях и действиях в сети, что значительно повышает точность и релевантность рекламных предложений [6].
- **Оптимизация в реальном времени.** ИИ позволяет оптимизировать размещение рекламы в реальном времени, принимая решения на основе анализа данных о действиях пользователей. Это позволяет оперативно адаптировать рекламные кампании к изменениям в поведении аудитории и повысить их эффективность. ИИ может автоматически регулировать ставки, выбирать лучшие рекламные каналы и корректировать стратегию размещения, что существенно увеличивает ROI (возврат инвестиций) для рекламодателей [9].
- **Персонализация контента.** ИИ в значительной степени способствует созданию персонализированных рекламных предложений. Это означает, что каждый пользователь видит рекламу, максимально соответствующую его интересам и потребностям. Персонализация увеличивает заинтересованность пользователей и способствует повышению уровня конверсии [10].

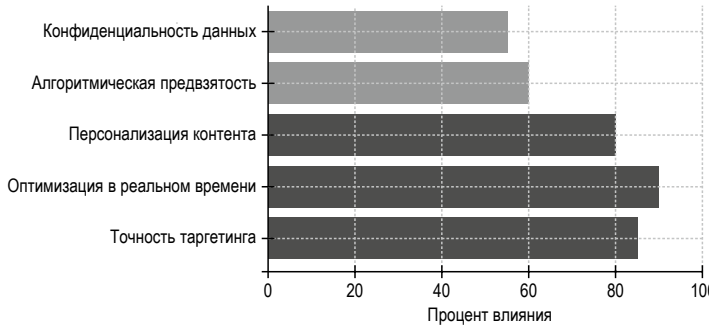
Искусственный интеллект позволяет значительно повысить точность таргетинга — в среднем на 35–50%, улучшить персонализацию рекламных предложений, увеличивая коэффициент кликабельности (CTR) на 20–30%, и оптимизировать размещение рекламы в реальном времени, снижая стоимость привлечения клиента (CPA) на 25–40%. Тем не менее, для успешного использования ИИ в рекламе необходимо решать несколько важных вопросов, таких как обеспечение прозрачности алгоритмов, устранение предвзятости и решение проблем конфиденциальности.

Вместе с тем, необходимо продолжать исследования в области применения ИИ для улучшения креативности рекламных кампа-

ний, а также находить способы интеграции человеческого фактора в процессе автоматизации, чтобы избежать полной замены креативных решений искусственным интеллектом. Согласно последним данным, использование генеративных моделей для создания рекламного контента позволяет ускорить процесс производства материалов на 50–70%, но пока не достигает уровня оригинальности и эмоциональной вовлеченности, свойственных человеческому творчеству.

Платформы и инструменты, использующие ИИ, такие как Optimove и Adzooma, демонстрируют успех в оптимизации рекламных процессов. Например, внедрение ИИ-решений в управление рекламными кампаниями позволяет сократить время на анализ данных и принятие решений на 60–80%, а также повысить рентабельность инвестиций (ROI) в рекламу на 15–25%. Однако их влияние на общую картину рекламного рынка еще предстоит исследовать более глубоко.

Влияние ИИ на программатик-рекламу



Список исследованной литературы:

1. Как ИИ используют в программатик-рекламе сейчас и чего ждать от него в будущем? // Skillbox Media. — 2024. — 14 июня. — URL: https://skillbox.ru/media/marketing/kak-ii-ispolzuyut-v-programmatikreklame-seychas-i-chego-zhdat-ot-nego-v-budushchem/.
2. *Казьмина Н.* Искусственный интеллект в маркетинге и рекламе: как работают технологии / Н. Казьмина // Retail Rocket Group. — 2025. — 24 января. — URL: https://retailrocket.ru/blog/iskusstvennyj-intellekt-v-marketinge-i-reklame.

3. *Терехова Д.* Увеличиваем количество конверсий с помощью programmatic-рекламы / Д. Терехова // Adventum. — 2024. — 17 декабря. — URL: https://www.adventum.ru/blog/article/programmatic-reklama-uvelichenie-konversii.

ОСНОВНЫЕ ИНУСТРУМЕНТЫ НЕЙРОМАРКЕТИНГА И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Алакаева К. А., Хорова С. Р.
студентки 1курса
направление «Маркетинг: аналитика и креативное решения»
научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Беспалов Д. А.

Нейромаркетинг и его основные инструменты и их применение в бизнесе. В этой статье мы разберем следующие вопросы: Какие, же, причины делают нейромаркетинг столь актуальным сегодня в бизнесе?

Во-первых, в рыночной среде, насыщенной конкуренцией, компаниям необходимо непрерывно усовершенствоваться. Традиционные методы маркетинга вроде анкет, рационирования и других вопросительных техник не всегда доступны подлинные мотивы и предпочтения покупателей. Нейромаркетинг — это понимание того, как работает наш мозг, и использование знаний о его работе для роста продаж и улучшения качества товаров (10). Нейромаркетинг способен проникнуть на более глубокий уровень понимания психологии человека и выявить скрытые эмоциональные реакции на маркетинговые стимулы. Во-вторых, благодаря технологическому прогрессу и широкому спектру доступных метрик компании могут производить исследования точнее и настроить аналитические инструменты в реальном времени. Например, с помощью отслеживания движения глаз и электроэнцефалографии можно выяснить, какие части рекламы привлекают внимание и вызывают положительные впечатления у аудитории

Так же, мир меняется быстрее, чем когда-либо. Потребительские вкусы и привычки постоянно эволюционируют, особенно в век цифровых технологий и глобализации. Нейромаркетинг позволяет компаниям не просто отслеживать эти перемены, но и предвосхищать их, понимая, «как» и «почему» люди реагируют на тот или иной продукт или рекламу. Это особенно важно, когда технологии развиваются с головокружительной скоростью, а новые каналы связи появляются на каждом шагу.

Нейромаркетинг базируется на понимании того, что в процессе принятия решения о покупке потребитель руководствуется

всеми пятью чувствами: зрением, слухом, тактильными ощущениями, вкусом и обонянием. Как правило, разрабатывая программы продвижения, маркетологи ориентируют маркетинговую активность на зрение и слух потребителя [3]. И, конечно, современные клиенты — это требовательные и осведомленные потребители. Они хотят не просто продукт, а персонализированный опыт, наполненный эмоциями. Нейромаркетинг даёт компаниям инструменты для глубинного понимания этих потребностей. Он помогает не только узнать, «что» нравится потребителю, но и «почему», создавая взаимодействие с брендом, которое резонирует с ними на более глубоком уровне.

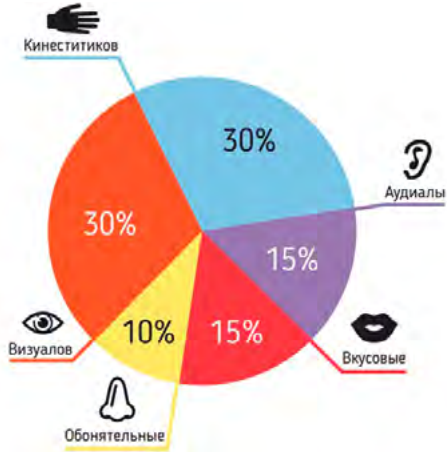
Целью данной работы является изучение инструментов нейромаркетинга и их использования в современных компаниях для оптимизации маркетинговых кампаний. Исследование направлено на выявление потенциала нейромаркетинга в сфере понимания мотивации и действий потребителей, а также на определение его влияния на финансовые показатели предприятий.

Цели исследования. Современные компании стараются точно понять, что заставляет людей делать покупки. Они исследуют, какие вещи влияют на решения клиентов и как выстроить стратегии для работы с аудиторией. Нейромаркетинг открывает уникальные возможности в этом направлении, разрешая глубже заглянуть в разум потребителей и анализировать их реакции на уровне, который недоступен привычным методам маркетинга. Индустрия убеждения обретает все большую силу, но если вы считаете, что как потребителя вас ни в чем невозможно убедить — уверены, что все свои покупки вы делаете исключительно по доброй воле, — то посмотрите на вещи, которые вам принадлежат. Готов поспорить, что немалое их количество — от джинсов, которые вы носите, до машины, которую водите, — были куплены не только по интеллектуальным, но и по эмоциональным причинам; что на самом деле на ваш выбор воздействовали так тонко, что вы даже этого не заметили [8].

Нейрофизиологические реакции же практически невозможно сознательно контролировать, однако их необходимо регистрировать непосредственно в момент контакта респондента с необходимым для исследователя стимулом [4]. Это исследование сосредоточено на анализе инструментов нейромаркетинга, их эффективности и возможных ограничениях. Важная часть анализа касается таких

методов, как ЭЭГ (электроэнцефалография), фМРТ (функциональная магнитно-резонансная томография), окулография (eye-tracking) и гальваническая реакция кожи (GSR). Зрение. Большую часть информации покупатель собирает и воспринимает глазами, запоминает определенные образы.

Диаграмма восприятия информации человеком



Эти знания применяются при продвижении бренда или создании рекламы. Используются цветная реклама с привычными и приятными образами, поддерживающие необходимые ощущения. Важны все детали, даже шрифт [6]. Эти технологии позволяют изучать эмоциональные и умственные реакции клиентов, определять их заинтересованность и предсказывать поведение. Помимо технологий, работа уделяет особое внимание этическим вопросам нейромаркетинга. С развитием данной сферы появляются опасения касательно возможного управления сознанием клиентов и использовании данных без их ведома. Исследование рассматривает этическую сторону проблемы и предлагает решения, чтобы применять технологии нейромаркетинга в рамках прозрачных и законных практик. Еще одно важное направление исследования — прогнозирование будущего нейромаркетинга. Объединяя нейробиологию, психологию и маркетинг, этот подход может серьёзно изменить стратегии работы с клиентами. В будущем

это может привести к созданию более персонализированной рекламы, новым инструментам анализа рынка и лучшему прогнозированию поведения клиентов. Таким образом, это исследование не только описывает текущие возможности нейромаркетинга, но и анализирует его будущее, этические аспекты и пути применения технологий как в бизнесе, так и в науке.

Задачи исследования:

1. Выявить предпосылки возникновения и развития концепции нейромаркетинга, определяющие научные и практические потребности новой области исследований и практической деятельности.
2. Определить методологические, практические и этические проблемы развития нейромаркетинга.
3. Обосновать подход к исследованию научно-практического потенциала нейромаркетинга и выявить наиболее перспективные направления (сферы) его использования при решении маркетинговых задач на базе анализа зарубежного и российского опыта применения нейромаркетинговых исследований.
4. Оценить удовлетворенность российских компаний нейромаркетинговыми исследованиями, а также эффективность соответствующих моделей организации маркетинговых исследований.
5. Разработать методические положения по интеграции нейромаркетинговых исследований в общую систему комплексных маркетинговых исследований компании (предприятия).
6. Разработать перспективное видение развития концепции нейромаркетинга.

Другие делают акцент на то, что нейромаркетинг позволяет анализировать неосознанные реакции людей, и дают следующие определения:

- развивающаяся область, соединяющая науку о поведении потребителей и нейробиологию и предлагающая инновационные методы прямого исследования сознания без необходимости когнитивного или сознательного участия, переход от самооценочных исследований потребителей к использованию прямых методов нейровизуализации; наука, применяющая принципы, методологии и исследовательские открытия нейробиологии для

- дальнейшего понимания и исследования неврологических и физиологических корреляций, лежащих в основе поведения людей, нейромаркетинг, как наука, объясняет механизмы действия бессознательных процессов, протекающих в нейронных структурах, новое направление маркетинговых исследований, предметом которого является изучение неосознанных сенсомоторных, когнитивных и эмоциональных реакций человека на определенные стимулы.

Как можно заметить из приведенных определений, нейромаркетинг понимают и как прикладную дисциплину, использующуюся в коммерческих проектах, и как науку, занимающуюся академическими исследованиями Смидтс объяснял, что задача нейромаркетинга — лучше понять потребителя и его реакцию на маркетинговые раздражители путем прямого измерения процессов в мозге, а также повысить эффективность методов маркетинга, изучая реакцию мозга [4]. Также целью данной сферы является поиск способов объективного определения предпочтений клиента без использования субъективных методов получения информации о них, а также формирование рекламных сообщений таким образом, чтобы склонить потребителя к покупке до того, как он их осознал и выработал свою позицию [2]. Исследование опирается на оценку научной и практической информации, связанной с использованием нейромаркетинга в разных бизнесах. Во время работы изучались главные методы нейровизуализации и их влияние на покупательское поведение. Задача выполнялась на основе обзора научных статей, анализа практических примеров и мнений экспертов в маркетинге и нейробиологии. Ключевой частью исследования стало изучение методологических подходов, используемых в экспериментах по нейромаркетингу. Основные инструменты, как ЭЭГ, фМРТ, окулография и GSR, были изучены для анализа эмоциональных и когнитивных реакций потребителей. Исследование также охватывало сравнительный анализ эффективности этих методов в разных маркетинговых сценариях, включая рекламу, брендинг и пользовательский опыт.

Результаты показывают, что использование нейромаркетинговых инструментов значительно улучшает маркетинговые стратегии. Изучение реакции мозговой активности покупателей помогло более точнее понимать решение аудитории, а также разрабатывать персонализированные маркетинговые кампании. Одним из важных

выводов стало подтверждение, что технологии окулографии и ЭЭГ эффективны для оценки восприятия рекламных материалов. Благодаря этим инструментам можно понять на какие детали обращают внимание покупатели, и на что нужно делать акцент в видеорекламах и цифровых интерфейсов . Кроме того, фМРТ показало высокую пользу в исследовании долгосрочного влияния брендов на подсознание потребителей. В ходе длительного наблюдения, выявилось что фМРТ показала высокую эффективность влияния на выбор брендов у покупателей. К примеру Coca-Cola, которая благодаря своей истории бренда, интервейсом и захватывающим рекламам, вызвала у людей эмоциональный триггер и верность этому бренду.

Завершая, анализ этических аспектов показал, что несмотря на возможности нейромаркетинга, его использование требует строгого соблюдения принципов конфиденциальности и прозрачности. Компании должны осознавать свою ответственность при использовании технологий, направленных на изучение и воздействие на поведение потребителей. Часто люди относятся ко всему с сомнением, но их подсознание легко соблазнить тем, что направлено на первичные, базисные эмоциональные потребности [3]. В конечном итоге, результаты подтверждают, что нейромаркетинг является мощным инструментом для компаний, стремящихся лучше понять свою аудиторию и создавать более эффективные стратегии взаимодействия. Все мы подвластны влиянию факторов, которые не осознаем и не можем сознательно контролировать [7]. С помощью таких технологий, как магнитно-резонансное изображение (МРТ) и электроэнцефалография (ЭЭГ), маркетологи могут изучить эмоции потребителей, изучать поведение потребителей более детально, чем с обычными подходами.

Понимание реакции человеческого мозга на различные рекламные ролики, позволяет создавать мощные коммерческие планы, повышает лояльность покупателей и способствует превосходным потребительским отношениям. Появление нейромаркетинга в бизнесе, позволяет разрабатывать индивидуальные и персонализированные решения, адаптированные к действительным требованиям и стремлениям целевой аудитории. «Несмотря на это, важно использовать нейромаркетинг ответственно, обеспечивая его уважение к личной конфиденциальности и правам потребителей». Таким образом, применение различных методов нейромаркетинга,

на наш взгляд, является вполне эффективным. Такого рода глубокий психологический подход к управлению потребительским поведением не только помогает активному продвижению и реализации товаров и услуг, но и зачастую является показателем истинных потребностей покупателей. (3)

Список использованной литературы:

1. *Льюис Д.* Нейромаркетинг в действии. Как проникнуть в мозг покупателя / Д. Льюис ; пер. с англ. М. Мацковской. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2015. — С. 65.
2. *Ильяшенко Н. С.* Маркетинг инноваций и инновационный маркетинг, их место среди концепций ведения бизнеса / Н. С. Ильяшенко // Научные основы маркетинга инноваций : монография : в 3 т. / под ред. С. Н. Ильяшенко. — Сумы : Папирус, 2013. — Т. 1. — С. 27–39.
3. *Шаталов М. А.* Нейромаркетинг как драйвер управления потребительским поведением / М. А. Шаталов, С. Ю. Мычка // Наука. Мысль. — 2016. — № 8-1. — С. 165–167.
4. *Бухвалова Е.* Как работает нейромаркетинг: понятие, инструменты и методы / Е. Бухвалова // Коммерческий директор. — 2026. — 28 февраля. — URL: https://www.kom-dir.ru/article/3412-neyromarketing.
5. Диаграмма восприятия информации человеком : подборка изображений // MegaVtogal. — URL: megavtogal.com/5-foto/diagramma-vospriyatiya-informacii-chelovekom.html.

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Салмахунова Самира Аюповна
студентка 3-курса
направление «Менеджмент»
научный руководитель: доктор PhD, и. о. доцента Тулемышева Б. И.

Современные рыночные условия требуют от предприятий постоянного анализа и адаптации маркетинговых стратегий. В условиях высокой конкуренции успешное развитие возможно только при грамотном анализе рынка, целевой аудитории и конкурентов. Данное исследование посвящено маркетинговому анализу деятельности компании Target, одного из крупнейших ритейлеров США, и определению ее конкурентных преимуществ. Развитие цифровых технологий, рост онлайн-торговли и изменения в потребительском поведении оказывают значительное влияние на деятельность ритейлеров. В связи с этим компании необходимо учитывать не только традиционные маркетинговые стратегии, но и адаптироваться к современным трендам, таким как персонализация предложений, развитие программ лояльности и внедрение инновационных технологий.

Цель исследования — проанализировать маркетинговую деятельность компании Target и выявить ее сильные и слабые стороны, а также предложить рекомендации по повышению конкурентоспособности.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть целевую аудиторию компании;
2. Проанализировать маркетинговые стратегии и каналы продвижения;
3. Оценить конкурентную среду с использованием модели пяти сил Портера;
4. Провести SWOT-анализ компании;
5. Разработать рекомендации по улучшению маркетинговой стратегии;
6. Оценить влияние цифровых технологий на маркетинговую деятельность компании.

Исследование проведено на основе анализа маркетинговой стратегии компании Target, включающего изучение целевой

аудитории, конкурентного окружения и методов продвижения. Основные инструменты анализа — модель пяти сил Портера, SWOT-анализ и оценка маркетинговых коммуникаций. Компания Target использует многоканальный подход к продажам, совмещая традиционные магазины и онлайн-платформы. Кроме того, значительное внимание уделяется программам лояльности, партнерским отношениям с поставщиками и социальной ответственности.

Для более детального исследования были проанализированы следующие аспекты маркетинговой деятельности Target:

- **Ассортимент товаров** — широкий выбор продукции, включающий одежду, бытовую технику, продукты питания и товары для дома.
- **Стратегии ценообразования** — анализ конкурентных цен и позиционирование компании по отношению к Walmart, Amazon и другим игрокам рынка.
- **Продвижение и реклама** — исследование используемых каналов маркетинговых коммуникаций, включая телевидение, цифровую рекламу и социальные сети.
- **Цифровая трансформация** — оценка внедрения инновационных технологий, таких как искусственный интеллект, персонализированный маркетинг и программы лояльности.

Данные для анализа были собраны из официальных отчетов компании, открытых источников, а также маркетинговых исследований и стратегических документов. Основные потребители Target — мужчины и женщины в возрасте 18–45 лет со средним уровнем дохода. Они заинтересованы в моде, товарах для дома и доступных инновациях. Основная потребность — приобретение качественных товаров по конкурентным ценам. Компания активно использует цифровые технологии для изучения предпочтений клиентов, персонализируя предложения и улучшая пользовательский опыт. Основными конкурентами компании являются Walmart, Amazon и Costco. Target предлагает товары по более высоким ценам, чем Walmart, но делает акцент на стиль и качество, обеспечивая при этом приятный опыт покупок. Важным преимуществом Target является удобная логистика, развитая система лояльности и широкий ассортимент товаров. Однако, конкуренция с Amazon требует постоянного улучшения онлайн-сервисов и ускорения доставки.

Анализ конкурентной среды по модели пяти сил Портера

- **Угроза новых конкурентов:** низкая из-за высоких барьеров входа.
- **Сила поставщиков:** средняя, так как компания работает с широким кругом поставщиков.
- **Сила покупателей:** высокая, так как у потребителей есть альтернативы.
- **Угроза заменителей**: высокая из-за развития онлайн-ритейла.
- **Конкуренция в отрасли:** очень высокая.

SWOT-анализ

- **Сильные стороны:** широкий ассортимент, сильный бренд, развитая система лояльности, социальная ответственность, многоканальные продажи.
- **Слабые стороны:** высокая конкуренция, проблемы с доставкой, ограниченное международное присутствие.
- **Возможности:** развитие онлайн-продаж, выход на международные рынки, инновации в клиентском опыте, развитие устойчивых продуктов.
- **Угрозы:** жесткая конкуренция, экономические колебания, изменение потребительских предпочтений, киберугрозы.

Анализ маркетинговых коммуникаций

Target активно использует телевидение, цифровые платформы и социальные сети для продвижения. Кампания «Target Run & Done» ориентирована на быструю и удобную покупку, что подчеркивает удобство использования бренда. Компания инвестирует в маркетинговые технологии, включая искусственный интеллект для персонализации предложений и программ лояльности.

Компания Target занимает устойчивые позиции на рынке благодаря сочетанию качества, стиля и доступных цен. Однако, для дальнейшего роста необходимо учитывать современные тенденции и развивать следующие направления:

- **Расширение ассортимента** — введение большего количества органических, экологически чистых и эксклюзивных товаров.
- **Инвестиции в программу лояльности** — усиление механики персонализированных предложений для увеличения удержания клиентов.

- **Развитие онлайн-платформы и логистики** — сокращение времени доставки, оптимизация складских процессов и улучшение пользовательского интерфейса.
- **Усиление международного присутствия** — открытие новых магазинов и онлайн-платформ в перспективных регионах.
- **Персонализация маркетинга** — использование больших данных и AI для создания индивидуальных предложений.
- **Инновации в клиентском опыте** — интеграция новых технологий, таких как дополненная реальность, умные кассы и голосовые помощники.
- **Социальная ответственность** — расширение инициатив по устойчивому развитию, участие в благотворительных проектах и развитие экологичных бизнес-процессов.

Target остается одним из лидеров рынка ритейла, успешно адаптируясь к цифровым трендам и меняющимся предпочтениям потребителей.

Список использованной литературы

1. *Котлер Ф.* Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Дж. Сондерс. — 5-е европ. изд. — Москва : Вильямс, 2020.
2. *Портер М.* Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 454 с.
3. Target Corporation : официальный сайт. — URL: www.target.com.

ТВОРЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА — МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?

Содалиева Сауле
студентка 1-курса
направления «Философия» КНУ им. Ж. Баласагына
научный руководитель: канд. филос. наук Апсаматова Э. Дж.

Актуальность темы заключается в стремительном развитии технологий благодаря искусственному интеллекту (ИИ), который всё активнее используется в различных сферах деятельности человека. Виртуальные помощники, такие как Siri и Alexa, являются яркими примерами того, как искусственный интеллект может делать жизнь человека более удобной.

Так же с развитием технологий, искусственный интеллект научился выполнять задачи до этого считавшиеся подвластным только человеку, такие как искусство, дизайн, музыка и литература. Поэтому остаётся открытым вопрос о способностях ИИ на творчество.

Эта тема особенно актуальна в контексте философских, этических и технологических дискуссий о границах машинного разума.

Целью данного доклада заключается в определении, является ли творческое мышление ИИ реальным или это всего лишь повторение уже существующих идей.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- Определить критерии творческого мышления и сопоставить их с возможностями ИИ.
- Рассмотреть примеры успешных и неудачных попыток ИИ создать нечто принципиально новое.
- Провести сравнительный анализ человеческого и машинного творчества.

Описание исследования: В исследовании анализируются философские, психологические и технологические подходы к пониманию творчества. Так же рассматриваются критерии творческого мышления, предложенные психологами, и их применимость к искусственному интеллекту (ИИ). Проводится сравнительный анализ человеческого творчества и машинного моделирования. По ходу выполнения исследовательской работы был проведен анализ критериев творчества и сопоставление их с способностями ИИ. Так же,

эксперимент «Китайская комната» (Дж. Серль) подтверждает, что ИИ не понимает создаваемых им текстов, а лишь манипулирует символами. Если мы будем анализировать слово «творчество» с этимологической стороны мы можем обратиться к словарям. Многообразие значений слова творить отражены у Даля: «Творить что — давать бытие, сотворять, созидать, производить, рождать. Творить умом — созидать научно или художественно. Производить, делать, исполнять, чинить. Творить суд и правду. Растворять или разводить в жиже, распускать, месить или замешивать» [1].

Так же мы должны рассматривать понятие «творчество» с философской точки зрения. И мы можем увидеть, то, как его определение менялось с течением времени согласно философским взглядам той эпохи.

К примеру, Аристотель рассматривал творчество, как человеческую способность, человеческое ремесло. Иную точку зрения мы видим у Платона. Связывая понятие «творчество» с представлениями о творении мироздания, Платон подчеркивает универсальность данного понятия, его божественную сущность. «Всякий переход из небытия в бытие — это творчество» [2]. Он впервые обратил внимание на акт вдохновения, как части творческого процесса

Существует множество трактовок понятия «творчество». Мы можем выделить следующие подходы к трактовке:

- Пантеистический подход. Творчество, как акт божий воли (Платон, Августин, Иоанн Скот).
- Деятельностный подход. Творчество, как высшая форма активности (К. Маркс, С. Л. Рубинстейн, В. А. Сластенин, Ю. А. Мислявский).
- Экзистенциальный подход. Творчество, как интуитивный порыв.
- Синкретический подход. Творчество, как проявление ритма Вселенной (А. А. Потебня, Д. Б. Лезин).
- Диалектический подход. Творчество, как атрибут материи (Я. А. Пономарев и др.).
- Личностный подход. Творчество, как функция интеллекта (Б. М. Теплов, Н. С. Лейтес) [3].

В рамках определения этого понятия, мы должны сначала понять его критерии.

Давайте рассмотрим какие критерии творческого процесса выделяет доктор психологических наук, профессор С.Д. Смирнов:

1. Критерий новизны результата — продукт деятельности должен быть новым.
2. Критерий новизны процесса — способ получения продукта должен быть оригинальным (новый метод, приём, способ действия).
3. Критерий преодоления логического разрыва — «Процесс можно назвать творческим, только в том случае, если его нельзя получить в результате простого логического вывода или действию по алгоритму. Преодоление логического разрыва возможно за счёт иррационального начала, интуиции» [4].
4. Критерий способности самостоятельно увидеть и сформулировать проблему.
5. Критерий ярко выраженного эмоционального переживания, предшествующего моменту нахождения решения.
6. Критерий устойчивой, длительной или кратковременной, но очень сильной мотивации.

Психология творческого процесса требует ответа на вопрос, является ли творческий процесс «нормативным» (то есть свойственным всем) или доступен только определённым индивидам в редкие моменты времени.

Если признать творческий процесс нормативным, можно заключить, что он присущ любому человеку — взрослому, ребёнку и даже компьютеру. Это значит, что творческий процесс можно тренировать, и это полезно для каждого.

Однако, психологи Ф. Баррон, Х. Груббер и Т. Амабель считают, что способность к творчеству нельзя тренировать, так как творческий процесс возникает только в результате благоприятного сочетания множества факторов: структуры индивидуальности, необходимых навыков, наличия проблем и специального окружения [5].

Так же, существует точка зрения, что автоматизировать можно и нужно именно рутинные процессы, а вот творчество как креативное начало принципиально не технологично. Лев Манович в книге «Теории софт культуры» [6] считает, что креативность сегодня, в принципе, сводится не к рождению чего-то нового, а к бесконечной области комбинаций различных вариантов. В таком случае, следует говорить о том, что креативность тоже по-своему технологична.

Журналисты, работающие с ИИ, ответили на вопросы об их понимании ИИ, о том, как он используется в их редакциях, а также о взглядах на более широкий потенциал проблем и опасности для новостной индустрии. Портал «Системный блокъ» [7] приводит кейсы, помогающие представить, как ИИ реализуется в сфере журналистики. Так, сразу после выборов в Великобритании (12 декабря 2019 г.) BBC News опубликовали около 700 новостей о результатах голосования. Это стало возможным благодаря компьютерной модели, обученной на шаблонах, созданных журналистами-людьми. Программа-журналист перерабатывала эти 107 шаблоны и вставляла нужные данные. Таким образом избиратели могли узнавать о результатах голосования в своем районе в режиме реального времени. Еще одна тема связана с сложностью визуального распознавания лиц, с которыми легко справляется ИИ. Sky News впервые опробовал возможности ИИ в 2018 году во время свадьбы принца Гарри и Меган Маркл. С помощью технологии распознавания лиц они определяли, кто пришел на королевское торжество. Результатом стал проект «Кто есть кто» на сайте телеканала. Компьютерному зрению пришлось справляться со множеством сложностей: от последствий лицевой хирургии до идентичных близнецов или некачественных изображений. В приведенных примерах мы можем говорить о некоторой шаблонности процесса: то есть, закладывается необходимый алгоритм, который воспроизводится просто с большей эффективностью, чем если бы это делал человек. Таким образом следует констатировать не вытеснение человека машиной, но расширение возможностей человека. Если же опираться на статью О. П. Кузнецова «Миф об искусственном интеллекте» мы можем понять. Что современный ИИ далек от сильного интеллекта, а вера в его неизбежное появление основана на некорректных предпосылках. Ключевой проблемой остаётся отсутствие у машинного обучения способности к настоящему пониманию, что делает нынешний путь развития тупиковым для создания AGI [8].

Так же мы можем рассмотреть концепцию того, что, процесс создания, осуществляемый искусственным интеллектом, представляет собой лишь имитацию реального творческого процесса. В качестве иллюстрации данной концепции можно привести эксперимент «Китайская комната», проведённый в 1980 году американским философом Джоном Серлем. В такую комнату Серль

поместил человека А, абсолютно ничего не понимающего в китайских символах, но знающего английский язык. В его распоряжении находятся три корзины с «данными»: в первой текст (рукопись) на китайском языке; в следующей — китайские символы и правила на английском, позволяющие сопоставить первую корзину со второй (рассказ); в последней — еще один набор правил на английском для сопоставления первых двух корзин с третьей (вопросы). Собеседник В, находящийся вне комнаты и свободно разговаривающий по-китайски, посылает вопросы, на которые получает соответствующие ответы из комнаты. Путем простого оперирования символами трех корзин А сможет выдать логически верные ответы на вопросы В относительно одного из рассказов. Таким образом, А пройдет тест на знание языка, легко убедив в этом своего собеседника, хотя и не понимает ни одного знака в наборе китайских иероглифов.

Ещё одним наглядным примером является исследование пользователя сайта picabu.ru, где он наглядно демонстрирует, что ИИ не может создать необходимый контент, без наличия изначальной базы, в нашем случае обилие рисунков в открытом цифровом доступе. Эту ограниченность пользователь назвал «Цифровым инцестом».

На основании представленной информации можно сделать следующие выводы: в настоящее время концепция творческого мышления Искусственного Интеллекта представляется мифом. Научные достижения в данной области достигли значительных высот, которые мы еще не полностью осознали. Искусственный Интеллект уже вносит значительный вклад в нашу повседневную жизнь. Однако, опираясь на вышеупомянутые определения и данные, можно утверждать, что вся «творческая» деятельность нейросетей является лишь высококачественной попыткой имитировать человеческое творчество.

Анализируя вышеупомянутую информацию, можно выделить следующие **результаты исследования**. Во-первых, ИИ способен генерировать новые тексты, изображения, музыку и т. д. которых раньше не существовало, но он создает их на основе уже имеющихся данных, а не из оригинального мышления. Во-вторых, ИИ действует по алгоритму и не обладает интуицией. Даже если он находит неожиданные решения, это результат анализа огромного объёма данных, а не иррационального озарения. ИИ решает

только те задачи, которые ему ставят люди. Он не генерирует сам новые вопросы, выходя за рамки заложенной программы.

Так что мы можем **сделать вывод,** что на данный момент ИИ способен к частичному творчеству, особенно в плане новизны результата и методов. Однако он не обладает самосознанием, эмоциями, интуицией и мотивацией, поэтому его нельзя назвать полностью творческим в человеческом понимании.

Ключевое различие между творческим мышлением человека и ИИ заключается в **мотивации**. Человеческое творчество всегда обусловлено внутренними побуждениями, будь то стремление выразить эмоции (восторг, ужас, ненависть), желание поделиться знаниями или запечатлеть красоту окружающего мира. В отличие от этого, деятельность ИИ полностью детерминирована алгоритмами и внешними запросами, что исключает наличие у него **самостоятельной цели, эмоциональной вовлечённости и осмысленного намерения**.

Список использованной литературы

1. *Даль В. И.* Толковый словарь русского языка. Современная версия / В. И. Даль. — Москва : Эксмо, 2002. — 640 с.
2. *Яковлев В. А.* Философия творчества в диалогах Платона / В. А. Яковлев // Вопросы философии. — 2003. — № 6. — С. 142–154.
3. *Смирнов С. Д.* Педагогика и психология высшего образования: от деятельности к личности / С. Д. Смирнов. — Москва : Аспект Пресс, 1995. — С. 112.
4. *Кузнецов О. П.* О машинном обучении, мифах о сильном искусственном интеллекте и о том, что такое понимание / О. П. Кузнецов // Онтология проектирования. — 2024. — Т. 14, № 4. — С. 466–482. — DOI: 10.18287/2223-9537-2024-14-4-466-482. — URL: https://journals.ssau.ru/ontology/article/view/29261.

РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ ДЛЯ СЕТИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Узакбаев Улукмырза Узакбаевич
студент 4 курса
направления «Информатики и вычисления техники»
научный руководитель: канд. тех. наук, доцент Мусакулова Ж. А.

Современный рынок общественного питания переживает эпоху активной цифровизации и активно развивается, что связано с увеличением спроса на качественные и быстро предоставляемые услуги. В данной работе представлена разработка информационной системы под названием «ServIS», предназначенной для комплексного управления бизнесом.

Система объединяет управление заказами, персоналом, аналитикой и клиентами, позволяя комплексно решать задачи бизнеса. В рамках исследования проведён анализ существующих решений и выявлены их преимущества и недостатки. Разработана архитектура системы, выбраны инструменты и технологии для её реализации. Существующие системы управления в данной сфере, такие как Dodo IS, Rkeeper, Yaros либо устарели и не удобны в использовании, либо адаптированы под конкретные сети и не всегда подходят для других заведений. Это создаёт потребность в разработке гибкой информационной системы, которая сможет адаптироваться под требования различных предприятий общественного питания.

С каждым годом рестораны, кафе, бары и другие заведения становятся все более зависимыми от технологий для оптимизации своего бизнеса. Компании ищут способы автоматизации процессов, повышения эффективности и улучшения качества обслуживания клиентов. Одним из ключевых инструментов для достижения этих целей являются информационные системы, которые способны интегрировать различные аспекты бизнеса, от принятия заказов до анализа финансовых данных.

Актуальность разработки информационных систем для сети общественного питания определяется потребностью в эффективных решениях для управления не только операционной деятельностью,

но и для расширения возможностей аналитики, прогноза финансовых потоков и улучшения взаимодействия с клиентами. Таким образом, создание информационной системы для поддержки управления бизнесом в сфере общественного питания является актуальной задачей, направленной на повышение конкурентоспособности предприятий и оптимизацию их работы.

Цель исследования: Создание информационной системы, направленной на автоматизацию бизнес-процессов в сфере общественного питания, что позволит повысить эффективность управления и качество обслуживания.

Задачи:

1. Провести анализ бизнес-процессов в сфере общественного питания и выявить ключевые проблемы.
2. Определить функциональные требования к системе, на основе которых будет разработана архитектура.
3. Спроектировать базу данных и определить программные инструменты для реализации.
4. Разработать модульную структуру системы и определить роли пользователей.
5. Разработать основные компоненты системы и провести тестирование на предмет надежности и масштабируемости.

Функциональные возможности системы: Информационная система «ServIS» включает следующие основные функции:

- Прием и обработка заказов в режиме реального времени.
- Управление персоналом (расписание, учет рабочего времени, контроль зарплат).
- Контроль остатков продукции, предотвращение нехватки ингредиентов.
- Финансовая аналитика и формирование отчетности.
- Интеграция с CRM для работы с клиентами и маркетинговыми инструментами.
- Масштабируемость, позволяющая адаптировать систему под заведения разного уровня.

Роли пользователей:

- Администратор — управляет настройками системы и правами доступа.
- Менеджер — контролирует смену, ведет отчетность, управляет персоналом и кассами (*рис. 2)*.

- Управляющий — имеет расширенный доступ, включая финансовую аналитику, управление персоналом и клиентской базой (*рис. 3*).
- Сотрудник — создает и редактирует заказы, обслуживает клиентов (*рис. 4*).
- Клиент — использует веб-интерфейс для просмотра меню.

Рисунок 1

Структурная схема системы

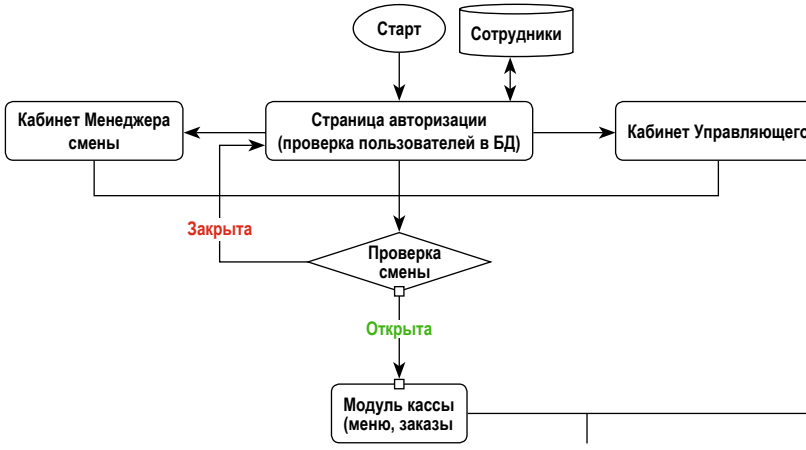


Рисунок 2

Кабинет менеджера

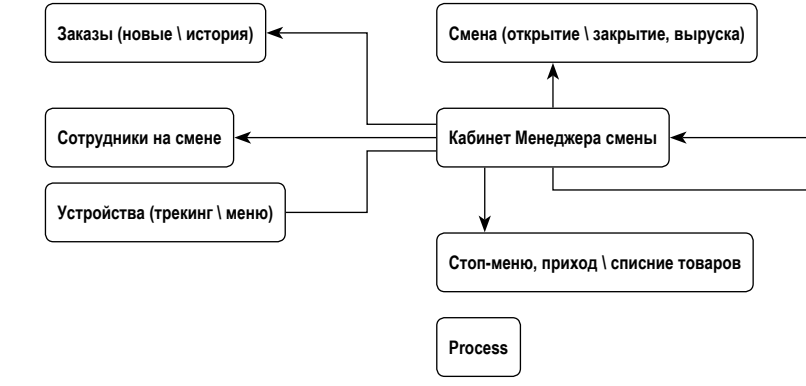


Рисунок 3

Кабинет управляющего

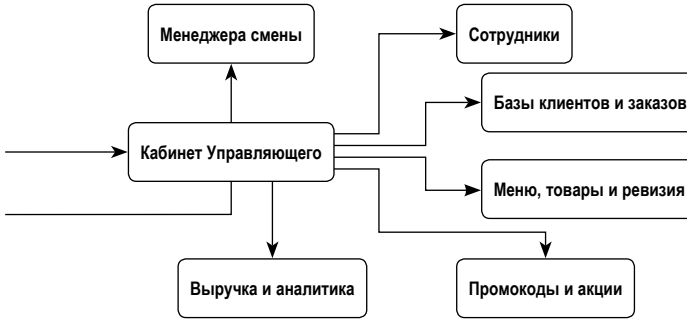
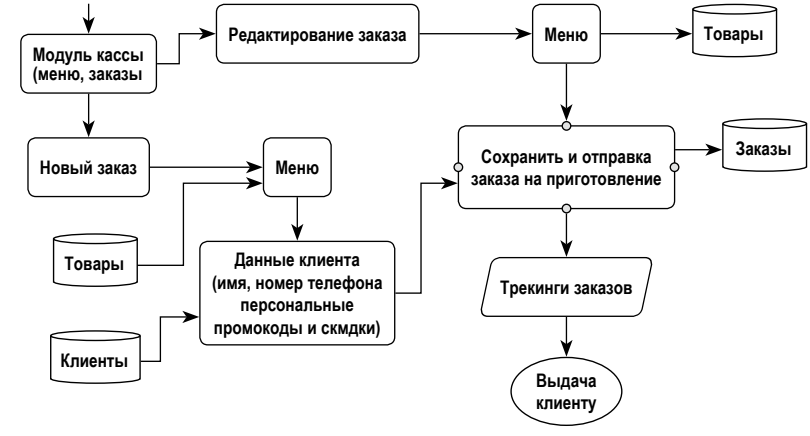


Рисунок 4

Модуль кассы для сотрудников



Программные инструменты:

- СУБД: PostgreSQL.
- Языки программирования:
  - Серверная часть – Python,
  - Клиентская часть – HTML/CSS, JavaScript, Python.
- Фреймворки: FastAPI / Django.
- Дополнительные инструменты: системы контроля версий (Git), API-интеграции.

Результаты исследования. На данном этапе исследования:

- Проведен анализ бизнес-процессов общественного питания.
- Разработана концепция системы и определены основные функциональные требования.
- Разработана архитектура и структура базы данных.
- Выбран стек технологий и программные инструменты для реализации системы.
- Определены роли пользователей и их взаимодействие с системой.

Выводы исследования. В ходе исследования был проведен анализ потребностей предприятий общественного питания, на основе которого была спроектирована информационная система «ServIS». Разработка данной системы позволит:

Автоматизировать управление заказами, персоналом и финансовыми потоками. Повысить скорость обслуживания клиентов и качество работы заведения. Улучшить аналитические возможности бизнеса. Создать масштабируемое решение, подходящее для заведений разного типа.

Дальнейшее развитие системы предполагает интеграцию с внешними сервисами и возможную разработку мобильного приложения.

Список использованной литературы

1. *Семенов М. И.* Автоматизированные информационные технологии в экономике : учебник / М. И. Семенов, И. Т. Трубилин, В. И. Лойко, Т. П. Барановская ; под общ. ред. И. Т. Трубилина. — Москва : Финансы и статистика, 2003. — 416 с.
2. *Есламбек А. М.* Проектирование и разработка информационной системы для организации / А. М. Есламбек, Г. А. Дуйсенова // Вестник науки. — 2024. — № 12 (81), т. 2. — С. 194–199.
3. *Белик А. Г.* Проектирование и архитектура программных систем : учебное пособие / А. Г. Белик, В. Н. Цыганенко ; Минобрнауки России, ОмГТУ. — Омск : Изд-во ОмГТУ, 2016. — 96 с. — ISBN 978-5-8149-2258-8.

ЦИФРОВАЯ ДИПЛОМАТИЯ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Сулайманова Айдай
студентка 3-курса
направление «Философия»
научный руководитель: канд. филос. наук Апсаматова Э. Дж.

Актуальность исследования. В эпоху глобализации цифровая дипломатия становится ключевым инструментом внешнеполитической деятельности государств. Использование информационно-коммуникационных технологий позволяет странам напрямую взаимодействовать с международной аудиторией, продвигая свои интересы и укрепляя государственный суверенитет. Актуальность исследования заключается в том, что при активном внедрении цифровых технологий в дипломатическую практику ставит перед государствами новые вызовы, связанные с обеспечением информационной безопасности и сохранением суверенитета в условиях глобальной сети. В статье анализируются современные тенденции цифровой дипломатии, ее влияние на международные отношения и государственный суверенитет, а также рассматриваются стратегии, которые государства применяют для адаптации к новым условиям цифровой эпохи.

Цели и задачи исследования. Цифровая дипломатия представляет собой возможность использования сети интернет и информационно коммуникативных технологий для решения дипломатических задач. В рамках реализации цифровой дипломатии используются социальные сети, блоги, медиа и подобные площадки в глобальной сети. В электронной дипломатии принимают участие государственные ведомства, в первую очередь внешнеполитическое, правительственные органы, а также неправительственные организации, чья деятельность связана с реализацией внешнеполитической повестки дня. Главные цели цифровой дипломатии — продвижение внешнеполитических интересов, информационная пропаганда через Интернет-телевидение, социальные сети и мобильные телефоны, направленная на массовое сознание и политические элиты. Впервые термин цифровая дипломатия использовался в отношении политики США которая проводила с опорой на цифровые технологии. Также известны термины «Интернет дипломатия», «дипломатия социальных сетей, «Web 2.0 дипломатия». Развитие

первых программ в этой сфере пришлось на 2002—2003 гг. при переносе администрацией Джорджа Буша-младшего традиционных радио- и телеканалов международного вещания в интернет.

Описание исследования. Философские основы цифровой дипломатии изложены в трудах Энн-Мэри Слотер, которая занимала пост директора по политическому планированию в Государственном департаменте США в 2009—2011 гг. По её мнению, государства, имеющие более налаженные и разветвлённые информационные каналы, и коммуникации, способны определять глобальную повестку дня. Сейчас программы цифровой дипломатии в США реализуются в рамках различных ведомств, в том числе Госдепартамента, ЦРУ, Министерства обороны и Агентства международного развития США.

В Кыргызстане государственные органы также увеличивают свое присутствие в интернете. В 2008 году был запущен сайт президента Кыргызстана с использованием современных технологий в веб-разработке. Собственные сайты на сегодняшний день имеют все министерства, ведомства и иные органы государственной власти. Министерство иностранных дел КР предоставляет возможность всем желающим следить за актуальными событиями внешней политики через площадки Facebook и Twitter. Также Министерство иностранных дел Кыргызской Республики активно внедряет цифровые технологии, стремясь к повышению эффективности и доступности предоставляемых услуг, укреплению внешнеполитических связей. В эпоху глобализации и цифровизации, МИД КР делает ставку на инновации, чтобы соответствовать современным мировым трендам в дипломатии и консульской сфере. Страна уверенно движется вперед в цифровом направлении и достигла некоторых успехов. В частности, выборы на всех уровнях проводятся с использованием биометрических данных избирателей, что делает невозможным совершение множества нарушений. Внедрена система электронного межведомственного взаимодействия «Тундук», которая стала мостом между информационными системами, улучшая обмен данными и способствуя сотрудничеству как в государственной сфере, так и с частным сектором. Также внедрен Государственный портал электронных услуг и мобильное приложение для государственных услуг, через которые граждане пользуются цифровыми документами и получают справки и документы в режиме, онлайн не выходя из дома, находясь в любой точке мира.

Мы создали Государственное агентство по защите персональных данных, которое бережно охраняет права граждан и обеспечивает соответствие обработки персональных данных законодательству. Наше внимание к кибербезопасности, выраженное в открытии Центра по кибербезопасности и принятой Стратегии кибербезопасности, говорит о готовности государства к реагированию на вызовы киберинцидентов. Также цифровизация внесла весомый вклад в повышение эффективности государственного управления. От внедрения и использования систем электронного документооборота до успешной автоматизации учета кадров мы уверенно исключаем бумажные процессы и повышаем оперативность деятельности организаций. Через информационные системы, органы местного самоуправления регистрируют домохозяйства и граждан, повышая доступность государственных услуг, упрощая и ускоряя процессы обслуживания населения. В приоритетных направлениях в социальном секторе, таких как образование, здравоохранение и социальная помощь были запущены ключевые проекты по цифровизации: информационные системы по приему детей в школы и детские сады, создана национальная медицинская лабораторная информационная система iLab, внедрен цифровой профиль здоровья, усиленно ведется мониторинг состояния здоровья населения при помощи цифрового регистра амбулаторных посещений. Цифровая дипломатия применяется в сфере взаимодействия страны с другими игроками: реализация национальных интересов государства, дискредитация противников или улучшения отношений между союзниками. Так, рамках государственного визита Президента КР Садыра Жапарова в КНР (4–7 февраля 2025 года) Министерство цифрового развития КР подписало два меморандума с китайской стороной. Первое это меморандум с Национальной комиссией по развитию и реформам КНР направлен на сотрудничество в области искусственного интеллекта, включая совместные исследования, обмен технологиями и развитие цифровых решений. И второе, меморандум с Национальным управлением данных КНР предусматривает партнерство в сфере цифровой экономики, управления данными и их интеграции для развития цифровой инфраструктуры. Эти соглашения создадут новые возможности для технологического прогресса и цифровой трансформации Кыргызстана.

Результаты исследования**.** При всех объективных достоинствах цифровых технологий политики и чиновники, на словах

признавая важность Интернета, на практике продолжают рассматривать вопросы развития цифровой дипломатии исключительно в контексте рисков и угроз. Интернет воспринимается как канал распространения экстремизма и терроризма, навязывания чуждой идеологии и внешнеполитической пропаганды, как средство ведения информационной войны. Подтверждением тому, что программы цифровой дипломатии воспринимаются как угроза на международной арене, служит существующая тенденция к фрагментации глобальной информационной сферы, вычленения из неё национальных и региональных сегментов. На неформальном саммите Шанхайской организации сотрудничества в августе 2011 г. обсуждалась возможность введения информационных границ с целью оградить государства-участницы от негативных последствий цифровой дипломатии. Исследователи также обращают внимание на то, что программы цифровой дипломатии США могут представлять угрозу международной безопасности в том случае, если они нарушают баланс сил на международной арене и провоцируют ответную реакцию, отмечая в этой связи, что «основная озабоченность в сфере обеспечения международной информационной безопасности связана с возможностью применения информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в целях, несовместимых с задачами обеспечения международной стабильности и безопасности». Цифровая дипломатия охватывает широкий спектр инструментов и платформ, включая социальные сети, официальные веб-сайты, блоги и другие онлайн-ресурсы. Государства активно используют эти каналы для распространения информации, формирования общественного мнения и установления прямого диалога с гражданами других стран. Например, Министерства иностранных дел многих стран ведут официальные аккаунты в социальных сетях, где публикуют новости, комментарии и официальные заявления. Кроме того, цифровая дипломатия способствует повышению прозрачности и открытости внешнеполитической деятельности, позволяя государствам быстро реагировать на международные события и кризисы. Это особенно важно в условиях информационного общества, где скорость распространения информации играет ключевую роль. Активное внедрение цифровых технологий в дипломатическую практику оказывает значительное влияние на международные отношения и понятие государственного суверенитета. С одной стороны, цифровая

дипломатия расширяет возможности государств в продвижении своих интересов и укреплении международного имиджа. С другой стороны, она создает новые вызовы, связанные с информационной безопасностью и защитой суверенитета в киберпространстве. Одним из ключевых аспектов является проблема информационного вмешательства и кибератак, которые могут подрывать суверенитет государств и влиять на внутренние политические процессы. В связи с этим многие страны разрабатывают стратегии кибербезопасности и устанавливают нормативно-правовые рамки для защиты своего цифрового пространства. Например, в статье «Суверенитет государства в киберпространстве: международно-правовое измерение» обсуждаются различные подходы к понятию суверенитета в киберпространстве и подчеркивается необходимость международно-правового регулирования в этой сфере.

Выводы исследования. Для эффективного использования возможностей цифровой дипломатии и преодоления связанных с ней вызовов государства разрабатывают комплексные стратегии, например развитие цифровой инфраструктуры, которая создает и поддерживает современные ИКТ системы и обеспечивает надежную и безопасную коммуникацию. Реализуется обучение и подготовка кадров, повышая квалификацию дипломатов и государственных служащих в области цифровых технологий. Разрабатываются нормативно-правовые базы посредством принятия законов и регламентов, регулирующих деятельность в цифровом пространстве и обеспечивающих защиту национальных интересов. И международное сотрудничество включающая в себя участие в международных организациях и форумах, посвященных вопросам кибербезопасности и цифрового взаимодействия для выработки совместных подходов и стандартов. Например, в статье «Трансформация цифровой дипломатии в условиях новых вызовов: взгляд из Вашингтона и Пекина» анализируются стратегии цифровой дипломатии США и Китая, подчеркивая, что, несмотря на различия в подходах, обе страны активно адаптируются к новым условиям цифровой эпохи, тестируя различные форматы и инструменты для достижения своих внешнеполитических целей. Цифровая дипломатия в эпоху глобализации представляет собой мощный инструмент, способный значительно усилить влияние государства на международной арене. Однако для эффективного использования ее потенциала необходимо учитывать связанные с ней риски и вызовы, разрабатывать

соответствующие стратегии адаптации и активно участвовать в международном сотрудничестве по вопросам регулирования цифрового пространства. Только комплексный подход позволит государствам успешно интегрировать цифровую дипломатию в свою внешнеполитическую деятельность и укрепить свой суверенитет в условиях глобальной цифровой трансформации.

Список использованной литературы

1. Визит Садыра Жапарова в Китай. Подписан ряд документов (список) // Kaktus Media. — 2025. — 5 февраля. — URL: https://kaktus.media/doc/517416_vizit_sadyra_japarova_v_kitay._podpisan_riad_dokymentov_spisok.html.
2. *Лебедева М. М.* Публичная дипломатия в урегулировании конфликтов / М. М. Лебедева // Международные процессы. — 2015. — Т. 13, № 4 (43). — С. 45–56. — DOI: 10.17994/IT.2015.13.4.43.3.

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ТРАДИЦИОННЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ

Нурланова Айдана Нурлановна
студентка 3-курса
направление «Экономика»
научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Гапурбаева Ш. Р.

В современных условиях цифровая экономика становится одним из ключевых факторов трансформации традиционных экономических моделей, формируя новые подходы к организации бизнеса, управления ресурсами и взаимодействию экономических агентов. Страны по всему миру активно внедряют цифровые технологии для повышения конкурентоспособности своих экономик, улучшения качества жизни населения и обеспечения устойчивого экономического роста. Необходимость исследования обусловлена масштабным влиянием цифровизации на традиционные экономические модели, включая изменения в сфере производства, торговли, финансов и государственного управления. Цифровая трансформация приводит к снижению транзакционных издержек, расширению возможностей автоматизации, интеграции искусственного интеллекта и больших данных в управленческие процессы, что требует пересмотра устоявшихся экономических концепций и адаптации стратегий развития. Данное исследование направлено на анализ воздействия цифровой экономики на традиционные экономические модели, выявление ключевых факторов, определяющих эффективность цифровой трансформации, а также рассмотрение возможных рисков и барьеров, связанных с этим процессом. В работе анализируются примеры цифровой трансформации в различных странах, проводится оценка степени интеграции цифровых технологий в макроэкономические процессы и рассматриваются перспективы дальнейшего развития цифровой экономики. Научная новизна исследования заключается в систематизации влияния цифровых технологий на традиционные экономические модели, выявлении ключевых направлений адаптации национальных экономик к цифровым реалиям и разработке рекомендаций по эффективному внедрению цифровых инициатив. В качестве научной гипотезы рассматривается тезис о том, что цифровая экономика играет решающую роль в модернизации традиционных экономических

моделей, снижении социально-экономического неравенства и повышении эффективности государственного администрирования. Анализ различных аспектов цифровой трансформации и влияния информационно-коммуникационных технологий на развитие экономики представлен в исследованиях ведущих экономистов, среди которых И. Н. Макаров, Е. В. Дробот, В. С. Назаренко [1], Е. Н. Тищенко и В. И. Михалин [2], В. Е. Савин [3, с. 53–59.]. Согласно С. Ю. Глазьеву [4, с. 60–75.], развитие цифровых технологий создает как новые возможности, так и определенные вызовы для экономики. По мнению Р. И. Хасбулатова [5, с. 101–104.], цифровизация является важным направлением развития мирового хозяйства, а В. И. Абрамов [6, с. 615–636.] исследует влияние цифровых технологий на устойчивое развитие регионов.

Экономика (от др.-греч. *οἰκονομία*, искусство ведения домашнего хозяйства) — общественная наука, изучающая закономерности, особенности и процессы производства, распределения, обмена и потребления благ — товаров и услуг, то есть производственно-хозяйственные взаимоотношения.

Впервые термин цифровая экономика был упомянут в 1995 году канадским ученым Доном Тапскоттом в книге «Цифровая экономика: обещание и опасность в эпоху сетевой разведки» и раскрывался как экономика, базирующаяся на использовании информационных компьютерных технологиях. В настоящее время цифровая экономика представляет собой экономическую деятельность, основанную на цифровых и электронных технологиях и включающую в себя электронный бизнес и коммерцию, а также производимые ими товары и услуги. Данный процесс прежде всего влияет на:

- деятельность компаний;
- образ жизни, образование, трудоустройство людей;
- механизм взаимодействия государства и граждан, включая получение различных значимых услуг.

Последних становится все больше, внедряются принципиально новые модели ведения бизнеса и технологии реализации инвестиционных проектов. К числу лидеров цифровизации относится финансовая индустрия:

- онлайн-банкинг;
- электронные платежи;
- краудфандинг (коллективное сотрудничество людей (доноров), которые добровольно объединяют свои деньги или

другие ресурсы вместе, как правило, через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций);
- скоринговые модели для оценки кредитных рисков;
- инвестиционные роботы-советники;
- облачное хранение информации;
- криптовалюты, блокчейн;
- P2P-кредитование (это предоставления займа одним физическим или юридическим лицом другому с использованием кредитных онлайн площадок).

Плюсы	Минусы
Увеличение эффективности и производительности: Автоматизация и цифровизация процессов приводят к сокращению издержек, экономии времени и повышению производительности труда.	Риск безработицы: Автоматизация может привести к сокращению рабочих мест, особенно в отраслях, где труд человека заменяется машинами.
Улучшение качества жизни: Цифровые технологии делают доступными образование, медицину, культуру и другие услуги для большего числа людей, независимо от их местоположения.	Киберугрозы и утечки данных: Цифровая экономика связана с рисками кибератак, кражи личных данных и утечки конфиденциальной информации.
Экономический рост: Развитие цифровых технологий способствует созданию новых рабочих мест, привлечению инвестиций и экономическому росту.	Цифровое неравенство: Неравномерный доступ к цифровым технологиям может привести к усилению социального неравенства.
Улучшение коммуникации и доступ к информации: Цифровые технологии обеспечивают мгновенный доступ к информации и облегчают общение между людьми по всему миру.	Зависимость от технологий: Чрезмерное использование цифровых технологий может привести к зависимости и негативно сказаться на здоровье и социальной жизни людей.
Развитие новых рынков и услуг: Цифровая экономика создает новые возможности для бизнеса, позволяя создавать инновационные продукты и услуги.	Проблемы регулирования: Развитие цифровой экономики требует разработки новых правовых норм и механизмов регулирования для защиты прав потребителей и предотвращения злоупотреблений.

Традиционная экономика — способ организации экономической жизни, базирующийся на отсталой технологии, широком распространении ручного труда, многоукладности экономики. Характерные черты традиционной экономики — это большая доля ручного труда во всех отраслях экономики.

Традиционные экономические модели — это упрощённые теоретические конструкции, используемые для анализа и прогно-

зирования экономических процессов. Они помогают объяснить поведение потребителей, фирм и государств в экономике. В экономической теории выделяется несколько основных моделей, каждая из которых имеет свои особенности, принципы функционирования и уровень государственного вмешательства. **Модель рыночной экономики (Классическая модель)** основана на принципах свободного рынка, минимального вмешательства государства и конкуренции. Согласно этой модели, экономика развивается под воздействием механизма «невидимой руки рынка», который автоматически регулирует спрос и предложение. Главными теоретиками рыночной модели считаются Адам Смит и Давид Рикардо. Рыночная экономика способствует конкуренции, инновациям и эффективному распределению ресурсов, однако она также может приводить к социальному неравенству и циклическим кризисам. **Кейнсианская модель** была разработана Джоном Мейнардом Кейнсом в 1930-х годах как реакция на Великую депрессию. В отличие от классической модели, она делает акцент на необходимости государственного регулирования спроса, особенно в кризисные периоды. Кейнсианская теория утверждает, что без активного вмешательства государства рынок может находиться в состоянии рецессии и не обеспечивать полную занятость. Государственные инвестиции, бюджетное стимулирование и социальные программы играют ключевую роль в данной модели.

Таким образом, каждая из перечисленных моделей имеет свои преимущества и недостатки, а выбор конкретного подхода зависит от исторических, политических и экономических условий развития страны.

Цифровая экономика постепенно трансформирует традиционные экономические модели во всём мире, включая Кыргызстан. Влияние цифровизации заметно в различных сферах: бизнесе, финансовом секторе, государственном управлении и рынке труда. Кыргызстан, как страна с развивающейся экономикой, также адаптируется к этим изменениям, переходя от классических моделей экономики к современным цифровым решениям.

Рыночная экономика, основанная на принципах свободного предпринимательства, конкуренции и минимального вмешательства государства (идея Адама Смита), активно развивается в Кыргызстане. С появлением цифровых платформ конкуренция между

предприятиями усилилась, так как малый и средний бизнес получил доступ к онлайн-рынкам. Электронная коммерция через Lalafo, Marketplace.kg, Instagram, Facebook снижает барьеры для входа в бизнес, а цифровые платежи (например, Элкарт Мобайл, MegaPay) упрощают финансовые операции. Это подтверждает, что цифровизация усиливает рыночные механизмы и стимулирует конкуренцию.

Согласно кейнсианской теории Джона Кейнса, государство должно активно регулировать экономику, особенно в кризисные периоды. В Кыргызстане цифровая экономика помогает правительству эффективнее управлять спросом и предложением. Развитие государственных цифровых сервисов (например, портал «Тундук») позволяет более оперативно реагировать на экономические вызовы, обеспечивая поддержку бизнеса и населения. Во время пандемии COVID-19 онлайн-сервисы и электронные платежи помогли частично компенсировать экономический спад, что соответствует кейнсианским подходам к регулированию экономики.

Монетаризм Милтона Фридмана делает акцент на контроле денежной массы и ограничении вмешательства государства в экономику. В Кыргызстане влияние цифровой экономики на монетарную политику заметно через рост безналичных платежей и криптовалютных операций. Национальный банк Кыргызстана пытается регулировать цифровые финансы, но с ростом популярности криптовалют этот процесс становится сложнее. В условиях цифровой экономики денежный поток становится более прозрачным, а использование блокчейн-технологий снижает риски инфляции и коррупции.

Плановая экономика, при которой государство полностью контролирует все экономические процессы (пример СССР), в цифровую эпоху становится менее жизнеспособной. Кыргызстан, как рыночная экономика, давно отказался от централизованного управления, но государственное регулирование некоторых отраслей сохраняется. Развитие цифровых технологий делает такой контроль всё более сложным: цифровые платформы обеспечивают прозрачность торговли, снижая возможности жёсткого государственного регулирования. В результате цифровая экономика ограничивает применение элементов плановой модели.

Если короче, то:

Экономическая модель	Влияние цифровой экономики	Примеры в Кыргызстане
Рыночная (Адам Смит)	Усиление конкуренции, доступ к онлайн-рынкам, снижение барьеров для бизнеса	Lalafo, Marketplace.kg, Instagram-магазины, Элкарт Мобайл, MegaPay
Кейнсианская (Джон Кейнс)	Эффективное управление спросом и предложением, оперативная поддержка экономики	Портал «Тундук», онлайн-сервисы во время COVID-19
Монетаризм (Милтон Фридман)	Рост безналичных платежей, регулирование цифровых финансов, прозрачность денежного потока	Криптовалюты, попытки регулирования Нацбанком
Плановая (СССР)	Снижение жизнеспособности, сложность контроля, прозрачность торговли	Ограничение элементов плановой модели в пользу рынка
Смешанная	Поддержание баланса, улучшение управления, рост IT-сектора	Государственные цифровые проекты, развитие IT-компаний

Еще недавно ИИ воспринимался как инструмент для автоматизации простых задач, но сегодня он выходит на новый уровень — заменяет даже руководителей. В Китае уже существует компания, где генеральным директором является искусственный интеллект.

В 2022 году китайская игровая и технологическая компания NetDragon Websoft назначила **виртуального ИИ-менеджера по имени** Tang Yu исполняющим обязанности генерального директора. Это первый случай, когда искусственный интеллект не просто помогает руководителям, а **фактически занимает их место**.

Tang Yu управляет компанией **полностью автономно**. В его задачи входит:

- Анализ финансовых данных и рыночных трендов
- Принятие бизнес-решении
- Оптимизация рабочих процессов
- Найм и управление персоналом

В отличие от человека, ИИ **не испытывает эмоций**, не подвержен стрессу, не делает субъективных решений и способен **обрабатывать огромные объемы данных за секунды**. Кроме того, он работает **круглосуточно**, не уходит в отпуск и не требует зарплаты.

Руководство NetDragon Websoft сообщает, что после назначения Tang Yu, виртуального робота с искусственным интеллектом, на должность генерального директора их операционная эффективность значительно улучшилась, а стоимость компании возросла. С момента назначения в августе 2022 года акции NetDragon Websoft выросли на 10% за шесть месяцев, превзойдя общий индекс Гонконгской фондовой биржи. Компания уверена, что внедрение таких технологий является будущим корпоративного управления.

Может ли ИИ в будущем полностью заменить человеческих лидеров? Сегодня это кажется смелой идеей, но с каждым годом искусственный интеллект все глубже проникает в нашу жизнь. Возможно, уже через несколько лет многие компании и даже государственные структуры будут управляться не людьми, а умными алгоритмами. Цифровая экономика оказывает значительное влияние на традиционные экономические модели, трансформируя ключевые принципы организации бизнеса, производства и потребления. Внедрение цифровых технологий изменяет рынок труда, повышает эффективность управления ресурсами и ускоряет процессы глобальной интеграции. Важную роль в цифровой трансформации играет государственная политика, направленная на регулирование цифровых процессов, защиту данных и стимулирование инноваций. Для успешной адаптации традиционных экономических моделей к условиям цифровой экономики необходим комплексный подход, включающий разработку стратегий цифровой трансформации, поддержку предпринимательства в сфере цифровых технологий и модернизацию системы образования. Существенное значение имеет также развитие цифровой инфраструктуры, увеличение инвестиций в IT-сектор и повышение уровня цифровой грамотности среди населения.

В ходе данного исследования были рассмотрены ключевые изменения, которые цифровая экономика вносит в традиционные экономические модели, проведен анализ их адаптации к новым реалиям и выявлены основные перспективы развития. Несмотря на существующие вызовы, цифровизация представляет собой мощный драйвер экономического роста, способствующий повышению конкурентоспособности национальных экономик и устойчивому развитию.

Таким образом, процесс цифровой трансформации требует дальнейшего исследования и совершенствования механизмов интеграции цифровых технологий в экономическую систему. Эффективное сочетание рыночных принципов, государственной поддержки и современных технологий станет основой для формирования новой экономической реальности, способной отвечать на вызовы цифровой эпохи.

Список использованной литературы

1. *Горелов Н. А.* Развитие информационного общества: цифровая экономика : учебное пособие для вузов / Н. А. Горелов, О. Н. Кораблева. — Москва : Юрайт, 2023. — 241 с. — ISBN 978-5-534-10039-6.
2. *Бесланеев А. Ж.* Цифровая экономика: основные направления ее развития и зарубежный опыт в развитии цифровых технологий в экономике / А. Ж. Бесланеев // Инновации и инвестиции. — 2023. — № 4. — С. 357–361.
3. Финансовые рынки и институты : учебник и практикум для вузов / Н. Б. Болдырева [и др.] ; под ред. Н. Б. Болдыревой, Г. В. Черновой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2023. — 379 с. — ISBN 978-5-534-15055-1. edu.study.tusur.ru
4. Концепция цифровой трансформации Кыргызской Республики на 2024–2028 годы : утв. Указом Президента Кыргызской Республики от 5 апреля 2024 года № 90. — URL: cbd.minjust.gov.kg/30-164/edition/6414/ru.
5. Кыргызстан инвестирует в цифровую экономику // Акчабар. — 2023. — 21 ноября. — URL: https://www.akchabar.kg/news/kirgizstan-investiruet-v-tsifrovuyu-ekonomiku-rbjbrmlvhwcjuzvp/.

ЦИФРОВАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Эрнис кызы Жанетта
студентка 3-курса
направление «Социальная работа»
научный руководитель: канд. социол. наук, доцент Усубалиева А. А.

В современном мире цифровая идентичность молодежи формируется под влиянием социальных сетей, онлайн-платформ и цифровых технологий. Молодые люди активно создают и поддерживают свой виртуальный образ, который может отличаться от их реальной личности. В аннотации рассматриваются ключевые аспекты цифровой идентичности: способы самопрезентации, влияние цифрового следа, вопросы приватности и безопасности. Также поднимаются проблемы кибербуллинга, зависимости от одобрения в сети и влияние алгоритмов на формирование личности. Исследование направлено на анализ позитивных и негативных аспектов цифровой идентичности современной молодежи и возможных путей ее осознанного формирования.

Актуальнось исследования. В современном обществе цифровые технологии стали неотъемлемой частью жизни молодежи. Социальные сети, онлайн-платформы и виртуальные сообщества оказывают значительное влияние на формирование личности, самовыражение и социальное взаимодействие. Цифровая идентичность, отражающая виртуальный образ человека, все чаще становится неотделимой от его реальной идентичности, что приводит к новым вызовам и возможностям.

Цели и задачи исследования. Анализ процессов формирования, выражения и влияния цифровой идентичности молодежи в условиях активного развития информационных технологий и социальных сетей.

Для достижения этой цели необходимо:

- Изучить ключевые факторы, влияющие на цифровую идентичность современной молодежи.
- Определить, как молодежь управляет своей цифровой репутацией и цифровым следом.
- Рассмотреть влияние социальных сетей и цифровых технологий на самовосприятие и поведение молодежи.

- Выявить возможные риски, связанные с цифровой идентичностью (кибербуллинг, утечка данных, зависимость от одобрения в сети и др.).
- Предложить рекомендации по формированию осознанной и безопасной цифровой идентичности.

Исследование направлено на понимание того, как цифровая среда трансформирует представления молодежи о себе и своем окружении, а также на выработку практических рекомендаций для безопасного и гармоничного развития цифровой личности.

Цифровая идентичность современной молодежи — это совокупность данных, представлений и взаимодействий, которые формируют личность человека в цифровом пространстве. Она включает в себя:

- Личную информацию (имя, дата рождения, контактные данные, фото, биография).
- Активность в интернете (посты, комментарии, лайки, репосты, участие в онлайн-сообществах).
- Цифровой след (история просмотров, поисковые запросы, использование различных приложений).
- Репутацию в сети (отзывы, рейтинг, комментарии других пользователей).
- Самопрезентацию (образ, который человек создает о себе через соцсети и другие цифровые платформы).

Современная молодежь активно использует цифровые технологии для общения, самовыражения и профессионального развития, что делает цифровую идентичность важной частью их жизни. Однако вместе с этим появляются вызовы: риск утечки персональных данных, кибербуллинг, зависимость от общественного одобрения и влияние алгоритмов социальных сетей на формирование личности.

Таким образом, цифровая идентичность — это не просто онлайн-профиль, а отражение личности человека в цифровом мире, которое влияет на его реальную жизнь, социальное взаимодействие и будущее.

Современная молодежь активно взаимодействует с интернет-средой, которая оказывает значительное влияние на их образ жизни, мышление и поведение. Рост цифровых технологий привел к ряду как позитивных, так и негативных последствий.

Позитивные изменения	Негативные последствия
1. Широкие возможности для обучения и развития — онлайн-курсы, образовательные платформы, доступ к мировым библиотекам и научным исследованиям. 2. Расширение коммуникации — возможность общения с людьми из разных стран, развитие цифровых сообществ, создание новых социальных связей. 3. Доступ к самореализации — молодые люди могут выражать себя через блоги, соцсети, креативные проекты и предпринимательство. 4. Цифровая грамотность — молодежь осваивает навыки работы с технологиями, что становится важным для будущей карьеры.	1. Зависимость от социальных сетей — чрезмерное использование интернета, цифровое выгорание, снижение концентрации внимания. 2. Кибербуллинг и онлайн-агрессия — рост числа случаев травли в сети, распространение фейковой информации и хейта. 3. Утрата приватности — цифровой след может использоваться для манипуляции, утечки данных и слежки. 4. Искажение реальности — фильтрованные изображения, идеализированные образы в соцсетях могут негативно влиять на самооценку и психическое здоровье. 5. Алгоритмы, формирующие повестку — информационные пузырьки, подмена реального мира «подборками» контента, созданными искусственным интеллектом

Современная молодежь находится в цифровой среде практически постоянно, что формирует новые модели поведения, самовыражения и взаимодействия. Цифровые технологии дают огромные возможности, но также несут риски, связанные с безопасностью, психологическим состоянием и восприятием реальности. Важно развивать цифровую грамотность и критическое мышление, чтобы молодежь могла осознанно управлять своей цифровой идентичностью и безопасно использовать интернет-ресурсы.

Цифровая идентичность молодежи оказывает значительное влияние на их повседневную жизнь, психоэмоциональное состояние и социальные связи. Важно развивать цифровую грамотность, критическое мышление и осознанное отношение к цифровой репутации, чтобы минимизировать риски и эффективно использовать возможности интернет-пространства.

Для безопасного и осознанного формирования цифровой идентичности необходимо развивать цифровую грамотность, критическое мышление и навыки управления личной информацией в сети. Это поможет молодежи гармонично сочетать реальную и виртуальную жизнь, минимизируя негативные последствия влияния цифровых технологий.

Список использованной литературы:

1. *Сецко А. А.* Проблемы цифровой идентичности современной молодёжи на примере студенческого сообщества ДВФУ / А. А. Сецко, М. С. Танцура // Известия Восточного института. — 2021. — Т. 48, № 1. — С. 29–36. — DOI: 10.24866/2542-1611/2021-1/29-36.
2. *Ивченков С. Г.* Социальная идентичность современной российской молодежи в условиях изменяющейся реальности / С. Г. Ивченков, А. А. Кошелев, О. В. Мунина [и др.] ; под ред. С. Г. Ивченкова. — Саратов : Издательство Саратовского университета, 2023. — 128 с. — ISBN 978-5-292-04809-1.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАЧ

Токтомбаева Аделина Алмазбековна
студентка 2-курса
направление «Перевод и переводоведение» Кыргызско-Китайского института
научный руководитель: преподаватель Бейшенбек кызы Салтанат

Актуальность исследования. Современные информационные технологии становятся основным инструментом решения множества практических задач. В условиях быстро меняющегося мира, где технологии развиваются с невероятной скоростью, важно понимать, как они могут быть эффективно интегрированы в различные сферы деятельности для повышения качества и эффективности работы. Информационные технологии не только ускоряют процессы, но и делают их более гибкими и доступными, что позволяет достигать максимальных результатов при минимальных затратах.

Для бизнеса это означает сокращение издержек и ускорение принятия решений, для образования — обеспечение доступности знаний для людей по всему миру, а для здравоохранения — улучшение качества диагностики и лечения. Внедрение ИТ в повседневную практику значительно улучшает коммуникации, повышает качество обслуживания клиентов, способствует оптимизации процессов и открывает новые возможности для инноваций.

Кроме того, технологии становятся необходимым инструментом для эффективного реагирования на внешние вызовы, такие как глобальные изменения в экономике, политике и экологии. В связи с этим использование информационных технологий для решения практических задач приобретает все большую актуальность, что делает данный вопрос предметом интенсивного научного поиска и анализа.

Цели и задачи исследования. Целью данного исследования является анализ использования современных информационных технологий для решения практических задач в различных сферах деятельности. Особое внимание уделяется оценке эффективности внедрения технологий и их влиянию на улучшение качества процессов и результатов.

Задачи исследования, следующие:

- Проанализировать текущие информационные технологии, используемые для решения практических задач в бизнесе, образовании, здравоохранении и других сферах.
- Рассмотреть примеры успешного применения ИТ в разных отраслях, включая реальный опыт компаний и организаций.
- Исследовать влияние информационных технологий на оптимизацию работы и повышение производительности в разных секторах.
- Оценить преимущества и недостатки использования ИТ в решении практических задач, а также выявить возможные трудности, с которыми сталкиваются организации при внедрении этих технологий.
- Разработать рекомендации по эффективному применению информационных технологий для решения практических задач.

Результаты исследования предполагают, что информационные технологии, несмотря на начальные затраты на их внедрение, в конечном итоге значительно увеличивают эффективность работы и приносят значительные выгоды в долгосрочной перспективе. Рассматриваются также проблемы и вызовы, с которыми сталкиваются организации при внедрении новых технологий, такие как необходимость в обучении персонала, проблемы с безопасностью данных и сложности интеграции с существующими системами. Исследование включает в себя анализ конкретных технологий и их применения в реальных примерах, таких как использование облачных сервисов для оптимизации работы бизнеса, применение ИТ в образовательных учреждениях для организации онлайн-обучения и внедрение интернет вещей для управления производственными процессами и повышения энергоэффективности.

1. Использование облачных технологий

Облачные вычисления позволяют предприятиям и организациям более эффективно управлять своими ресурсами, сокращать затраты на IT-инфраструктуру и обеспечивать гибкость в рабочих процессах. Внедрение облачных сервисов предоставляет значительные преимущества, такие как снижение расходов на оборудование, гибкость в масштабировании инфраструктуры, улучшение доступа к данным и улучшение взаимодействия сотрудников.

Пример: В одной из крупных российских розничных компаний использование облачных решений позволило существенно ускорить процессы обработки заказов, а также улучшить взаимодействие между региональными филиалами. Благодаря облачным сервисам компания смогла снизить затраты на IT-инфраструктуру на 30% и улучшить скорость обслуживания клиентов.

Анализ: Облачные технологии применяются не только в бизнесе, но и в других сферах, таких как образование и здравоохранение. Например, онлайн-образовательные платформы, такие как Coursera и Udemy, активно используют облачные решения для хранения образовательных материалов, взаимодействия с учениками и проведения онлайн-занятий.

2. Интернет вещей (IoT)

Интернет вещей (IoT) представляет собой сеть подключенных устройств, которые могут собирать и обмениваться данными. Использование IoT в различных сферах, таких как производство, логистика, здравоохранение и сельское хозяйство, помогает повысить эффективность операций, улучшить контроль за состоянием объектов и минимизировать затраты.

Пример: В сельском хозяйстве IoT-технологии используются для мониторинга состояния почвы, влажности и температуры, что позволяет фермерам более точно управлять поливом и удобрениями, увеличивая урожайность и сокращая издержки.

Анализ: В промышленности использование IoT в сочетании с большими данными позволяет отслеживать состояние оборудования и предсказывать его поломку до того, как она произойдет, что снижает затраты на ремонт и увеличивает время безотказной работы оборудования. В умных городах IoT позволяет эффективно управлять ресурсами, такими как освещение, водоснабжение и отопление, что помогает снизить потребление энергии и улучшить качество жизни горожан.

3. Искусственный интеллект (ИИ) в различных сферах

Искусственный интеллект становится важнейшим инструментом для решения практических задач в самых разных областях. В здравоохранении ИИ помогает в диагностике, в бизнесе — в автоматизации процессов, а в образовании — в создании персонализированных обучающих программ.

Пример: В области финансов ИИ помогает автоматизировать обработку заявок на кредиты, анализируя риски и кредитоспособность заемщиков. Это значительно ускоряет процесс принятия решения и минимизирует количество ошибок, связанных с человеческим фактором.

Анализ: В образовании искусственный интеллект используется для создания адаптивных образовательных систем, которые подстраиваются под потребности учащихся. В медицинской сфере ИИ помогает анализировать медицинские изображения и выявлять признаки заболеваний, такие как рак, с точностью, сравнимой с результатами, получаемыми от высококвалифицированных врачей. В ходе исследования были сделаны несколько ключевых выводов, которые подчеркивают важность информационных технологий в решении практических задач:

Применение информационных технологий в различных отраслях позволяет значительно повысить производительность, ускорить процессы и сократить затраты. Облачные вычисления, Big Data, IoT и искусственный интеллект не только оптимизируют работу организаций, но и помогают создавать новые бизнес-модели и улучшать взаимодействие с клиентами. С развитием технологий появляется всё больше возможностей для внедрения инноваций в различных сферах. Например, в здравоохранении ИТ открывают новые горизонты в области диагностики и лечения, а в образовании — в организации дистанционного обучения и создании адаптивных учебных планов. Несмотря на множество преимуществ, внедрение информационных технологий сопровождается рядом трудностей. Одной из основных проблем является высокая стоимость внедрения технологий, необходимость обновления инфраструктуры и обучения персонала.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В РАЗВИТИИ ФИЛОЛОГИИ

Токтобаева Суусара Замировна
студентка 2 курса
Кыргызско-китайский институт «Перевод и переводоведение»
научный руководитель: преподаватель Бейшенбек кызы Салтанат

Актуальность исследования. В последние десятилетия искусственный интеллект стал неотъемлемой частью множества научных дисциплин, включая филологию. Современные языковые модели способны анализировать тексты, помогать в переводе, интерпретировать литературные произведения и даже генерировать новые тексты. Это открывает новые перспективы для развития гуманитарных наук, делая исследование роли ИИ в филологии особенно актуальным. Благодаря развитию технологий обработки естественного языка филологи получают доступ к более точным инструментам анализа и интерпретации текстов. Искусственный интеллект способен не только распознавать морфологические и синтаксические структуры языка, но и выявлять стилистические особенности произведений, проводить тематический анализ и даже прогнозировать развитие языковых норм. Это позволяет исследователям углубляться в изучение литературных памятников, исторических документов и современных текстов с совершенно новых позиций. Еще одной важной стороной актуальности является влияние ИИ на лексикографию и переводческую деятельность. Автоматизированные системы перевода стремительно развиваются, делая языковые барьеры менее значимыми. Однако это порождает вопросы о качестве и точности перевода, необходимости сохранения культурных и национальных особенностей текста, а также роли человека в процессе перевода. Исследование этих аспектов имеет большое значение для современной филологии.

Кроме того, использование ИИ в филологии ставит перед учеными новые этические и методологические вызовы. Насколько можно доверять результатам, полученным при помощи машинного анализа? Как избежать искажения данных при автоматической обработке текстов? Эти и другие вопросы требуют внимательного изучения, что подтверждает необходимость комплексного анализа роли ИИ в филологии.

Цель и задачи исследования. Целью данного исследования является анализ влияния искусственного интеллекта на развитие филологии, выявление его преимуществ и потенциальных рисков. Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

1. Изучить основные направления применения ИИ в филологии.
2. Рассмотреть влияние языковых моделей на лингвистический анализ текстов.
3. Оценить влияние ИИ на автоматический перевод и обработку естественного языка.
4. Проанализировать перспективы использования ИИ в литературоведении.
5. Рассмотреть этические и методологические вопросы, связанные с применением ИИ в филологических исследованиях.

Описание исследования. Исследование базируется на анализе научных публикаций, статей и докладов по теме использования ИИ в филологии. В работе рассматриваются такие инструменты, как нейросетевые модели для обработки текстов (GPT, BERT, T5), системы машинного перевода (Google Translate, DeepL), а также технологии автоматической генерации и анализа литературных текстов. Особое внимание уделяется взаимодействию между классическими филологическими методами и новыми технологическими решениями. Рассматриваются примеры успешного использования ИИ для морфологического, синтаксического и семантического анализа текстов.

В ходе исследования было выявлено, что:

- Искусственный интеллект значительно ускоряет обработку текстов и позволяет анализировать большие объемы данных.
- Машинный перевод на основе ИИ продолжает совершенствоваться, но все еще имеет ограничения в передаче стилистических и культурных особенностей текста.

Генерация текстов с помощью ИИ открывает новые возможности для создания литературных произведений, однако остается вопрос оригинальности и авторства. Филологические исследования, поддерживаемые ИИ, способны выявлять новые закономерности в языках и текстах, что ранее было невозможно из-за ограниченности человеческих ресурсов. Искусственный интеллект уже оказывает значительное влияние на развитие филологии и будет играть все большую роль в будущем. Он способствует

не только ускорению обработки текстов, но и открывает новые горизонты для анализа языка и литературы. Вместе с тем необходимо учитывать, что технологии ИИ пока не могут полностью заменить человеческий интеллект, особенно в аспектах интерпретации и критического анализа текстов. Важно продолжать исследование этических вопросов, связанных с использованием ИИ в филологии, включая вопросы авторства, подлинности текстов и возможного влияния алгоритмов на языковую эволюцию. Филологи и разработчики технологий должны работать совместно, чтобы наилучшим образом интегрировать ИИ в процесс исследования языков и текстов.

Таким образом, будущее филологии в эпоху ИИ будет зависеть от того, насколько эффективно удастся использовать возможности технологий, сохранив при этом глубину и точность анализа, характерные для традиционных гуманитарных наук.

Список использованной литературы

1. *Jurafsky D.* Speech and Language Processing: An Introduction to Natural Language Processing, Computational Linguistics, and Speech Recognition / D. Jurafsky, J. H. Martin. — 3rd ed. draft. — 2020. — URL: https://web.stanford.edu/~jurafsky/slp3/old_dec20/ed3book_dec302020.pdf.

Сборник материалов и тезисов
межвузовской научно-практической конференции студентов

Цифровой университет в студенческом измерении
4 марта 2025 года

Дизайн и верстка: *Горнушкин В. Ю.*

Подписано к печати 02.10.2026
Заказ № 14
Формат 60×84 $^{1}/_{16}$. Объём 11,25 п. л.
Тираж 50 экз.