

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
«НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»**



НАУКА и ПРОСВЕЩЕНИЕ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

**СБОРНИК СТАТЕЙ XV МЕЖДУНАРОДНОГО НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО КОНКУРСА,
СОСТОЯВШЕГОСЯ 15 АВГУСТА 2024 Г. В Г. ПЕНЗА**

**ПЕНЗА
МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»
2024**

УДК 001.1

ББК 60

М75

Ответственный редактор:

Гуляев Герман Юрьевич, кандидат экономических наук

М75

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ: сборник статей XV Международного научно-исследовательского конкурса. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2024. – 98 с.

ISBN 978-5-00236-475-6

Настоящий сборник составлен по материалам XV Международного научно-исследовательского конкурса «**МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ**», состоявшегося 15 августа 2024 г. в г. Пенза. В сборнике научных трудов рассматриваются современные проблемы науки и практики применения результатов научных исследований.

Сборник предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законодательства об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

Полные тексты статей в открытом доступе размещены в Научной электронной библиотеке Elibrary.ru в соответствии с Договором №1096-04/2016К от 26.04.2016 г.

УДК 001.1

ББК 60

© МЦНС «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2024

© Коллектив авторов, 2024

ISBN 978-5-00236-475-6

Ответственный редактор:

Гуляев Герман Юрьевич – кандидат экономических наук

Состав редакционной коллегии и организационного комитета:

Агаркова Любовь Васильевна –
доктор экономических наук, профессор
Ананченко Игорь Викторович –
кандидат технических наук, доцент
Антипов Александр Геннадьевич –
доктор филологических наук, профессор
Бабанова Юлия Владимировна –
доктор экономических наук, доцент
Багамаев Багам Манапович –
доктор ветеринарных наук, профессор
Баженова Ольга Прокопьевна –
доктор биологических наук, профессор
Боярский Леонид Александрович –
доктор физико-математических наук
Бузни Артемий Николаевич –
доктор экономических наук, профессор
Буров Александр Эдуардович –
доктор педагогических наук, доцент
Васильев Сергей Иванович –
кандидат технических наук, профессор
Власова Анна Владимировна –
доктор исторических наук, доцент
Гетманская Елена Валентиновна –
доктор педагогических наук, профессор
Грицай Людмила Александровна –
кандидат педагогических наук, доцент
Давлетшин Рашит Ахметович –
доктор медицинских наук, профессор
Иванова Ирина Викторовна –
кандидат психологических наук
Иглин Алексей Владимирович –
кандидат юридических наук, доцент
Ильин Сергей Юрьевич –
кандидат экономических наук, доцент
Искандарова Гульнара Рифовна –
доктор филологических наук, доцент
Казданиян Сусанна Шалвовна –
кандидат психологических наук, доцент
Качалова Людмила Павловна –
доктор педагогических наук, профессор
Кожалиева Чинара Бакаевна –
кандидат психологических наук

Колесников Геннадий Николаевич –
доктор технических наук, профессор
Корнев Вячеслав Вячеславович –
доктор философских наук, профессор
Кремнева Татьяна Леонидовна –
доктор педагогических наук, профессор
Крылова Мария Николаевна –
кандидат филологических наук, профессор
Кунц Елена Владимировна –
доктор юридических наук, профессор
Курленя Михаил Владимирович –
доктор технических наук, профессор
Малкоч Виталий Анатольевич –
доктор искусствоведческих наук
Малова Ирина Викторовна –
кандидат экономических наук, доцент
Месеняшина Людмила Александровна –
доктор педагогических наук, профессор
Некрасов Станислав Николаевич –
доктор философских наук, профессор
Непомнящий Олег Владимирович –
кандидат технических наук, доцент
Орбещ Владимир Александрович –
доктор ветеринарных наук, профессор
Попова Ирина Витальевна –
доктор экономических наук, доцент
Пырков Вячеслав Евгеньевич –
кандидат педагогических наук, доцент
Рукавишников Виктор Степанович –
доктор медицинских наук, профессор
Семенова Лидия Эдуардовна –
доктор психологических наук, доцент
Удуд Владимир Васильевич –
доктор медицинских наук, профессор
Фионова Людмила Римовна –
доктор технических наук, профессор
Чистов Владимир Владимирович –
кандидат психологических наук, доцент
Швец Ирина Михайловна –
доктор педагогических наук, профессор
Юрова Ксения Игоревна –
кандидат исторических наук

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ	6
ИЗУЧЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ XML-ДОКУМЕНТОВ И XML-СХЕМ В ТАБЛИЦЫ ЭЛЕМЕНТОВ И АТТРИБУТОВ ЧЕРНЫШЕВ КИРИЛЛ ДМИТРИЕВИЧ, ЯШОНКОВ АЛЕКСЕЙ ВАСИЛЬЕВИЧ	7
ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ЗАМЕНЫ ОКОННЫХ ЗАПОЛНЕНИЙ В ЗДАНИИ МБОУ «СОШ №13» В ГОРОДЕ УСОЛЬЕ-СИБИРСКОЕ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ КАРПЫЧЕВ НИКОЛАЙ ВАЛЕНТИНОВИЧ, ГАЛКИНА МАРИНА АЛЕКСАНДРОВНА	15
СИСТЕМА ПРОТИВОРАКЕТНОЙ ОБОРОНЫ СТРАН НАТО: СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ВЫЗОВЫ ИВАНОВ РОМАН ВАЛЕРЬЕВИЧ	21
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ	24
ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ГЕЙМИФИКАЦИИ МУЛИШОВА АННА АЛЕКСЕЕВНА	25
КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ АДЫГЕЯ) ЕПАТКО АНГЕЛИНА ЕВГЕНЬЕВНА	29
СИСТЕМА ГРАМОТНОЙ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА КАК КЛЮЧЕВОЙ ПОКАЗАТЕЛЬ КАЧЕСТВЕННОЙ РАБОТОСПОСОБНОСТИ ЕПАТКО АНГЕЛИНА ЕВГЕНЬЕВНА	33
ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ИНФРАСТРУКТУРУ НА ВВП НА ОСНОВЕ МЕТОДОВ РЕГРЕССИОННОГО АНАЛИЗА КУДЕЛЯ ЕКАТЕРИНА СЕРГЕЕВНА	36
УПРАВЛЕНИЕ АДАПТАЦИЕЙ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ ХОРУЖИЙ ВЛАДИМИР ВАЛЕРЬЕВИЧ	41
ФИЛОСОФСКИЕ НАУКИ	47
ДУХ И УНИКАЛЬНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА В «ПОЛОЖЕНИИ ЧЕЛОВЕКА В КОСМОСЕ» МАКСА ШЕЛЕРА ИВЧЕНКО ДАНИИЛ ВЯЧЕСЛАВОВИЧ	48
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	51
СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ МЕДИАОБРАЗА НА ПРИМЕРЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ КОМИССАРОВА ОЛЬГА АЛЕКСЕЕВНА	52

ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ	56
АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В РФ В УСЛОВИЯХ ВЕДЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ УЛЬЯНОВА АЛЕВТИНА АЛЕКСАНДРОВНА	57
УГОЛОВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НЕПРАВОМЕРНОЕ ЗАВЛАДЕНИЕ ТРАНСПОРТНОГО СРЕДСТВА БЕЗ ЦЕЛИ ХИЩЕНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ БОГУНОВА ГАЛИНА ВАЛЕРЬЕВНА, БАЗАЙЧЕНКО ПОЛИНА АЛЕКСАНДРОВНА	62
К ВОПРОСУ ОБ АДМИНИСТРАТИВНОМ И УГОЛОВНОМ НАКАЗАНИИ КАК МЕРЫ ЮРИДИЧЕСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ АФОНИНА ЕЛЕНА ВИТАЛЬЕВНА, ПРОКОПОВА АНАСТАСИЯ ВАЛЕРЬЕВНА.....	67
МЕТОДОЛОГИЯ ПРАВОВОГО ВОСПИТАНИЯ В ШКОЛАХ МАЛХАСЯН АГАСИ ТАТУЛОВИЧ	70
ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	73
ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ УЧАЩИХСЯ БИОЛОГИИ НА БАЗОВОМ И ПРОФИЛЬНОМ УРОВНЯХ АЙТМУХАМБЕТОВА ИЛЬНАРА РЕНАТОВНА, ШАДРИНА СОФЬЯ СЕРГЕЕВНА	74
ВЕТЕРИНАРНЫЕ НАУКИ	79
ЗАБОЛЕВАНИЯ КОПЫТ У КРУПНОГО РОГАТОГО СКОТА ГОВОРОВА ЮЛИЯ АЛЕКСАНДРОВНА, ИЛЬЮШИНА ОКСАНА СЕРГЕЕВНА	80
АРХИТЕКТУРА	83
КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ОЗЕЛЕНЕНИЮ СЕЛЬСКИХ ПОСЕЛЕНИЙ В УСЛОВИЯХ С. ОЁК ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ ФАДЕЕВА ТАТЬЯНА АРТЕМОВНА.....	84
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	89
К ВОПРОСУ О ВЛИЯНИИ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ НА ИНТЕЛЛЕКТ ОРЛОВА СОФЬЯ НИКОЛАЕВНА	90
ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАУКИ	93
РОЛЬ МЕЖГОСУДАРСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ И ИХ ВКЛАД В МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ: РАЗВИТИЕ БРИКС И ВЫЯВЛЕНИЕ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ ЛОКТИОНОВА ДАРЬЯ ПЕТРОВНА, ЯКОВЦЕВКАЯ ДАРЬЯ ВЛАДИМИРОВНА	94

УДК 658.8

ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ГЕЙМИФИКАЦИИ

МУЛИШОВА АННА АЛЕКСЕЕВНА

магистрант

Санкт-Петербургский государственный университет (Санкт-Петербург, Россия)

*Научный руководитель: Ценжарик Мария Казимировна**к.э.н., доцент**Санкт-Петербургский государственный университет (Санкт-Петербург, Россия)*

Аннотация: в данной статье рассматривается этический аспект геймификации. Сегодня все большее число фирм прибегают к использованию игровых методов взаимодействия с потребителями. Данный подход имеет как свои преимущества, так свои недостатки. Однако из-за быстроты развития направления геймификации, многие пользователи не задумываются об этике использования игр в своих целях. При неправильном создании игровых механик, компании способны манипулировать пользователями, направляя их действия в нужную заказчику сторону. В данной работе будут рассмотрены этические ущемления прав пользователей геймификации, а также дан ряд схем, способных сделать отношениями между компаниями и участниками игр здоровыми и крепкими.

Ключевые слова: геймификация, бизнес-процесс, мотивация, этика, манипуляция

ETHICAL ISSUES OF GAMIFICATION

Mulishova Anna*Scientific supervisor: Tsenzharik Maria Kazimirovna*

Abstract: This article examines the ethical aspect of gamification. Today, an increasing number of companies are resorting to using gaming methods of interacting with consumers. This approach has both advantages and disadvantages. However, due to the rapid development of the field of gamification, many users do not think about the ethics of using games for their own purposes. If game mechanics are created incorrectly, companies are able to manipulate users, directing their actions in the direction the customer needs. In this paper, ethical infringements of the rights of gamification users will be considered, as well as a number of schemes that can make the relationship between companies and game participants healthy and strong.

Keywords: gamification, business process, motivation, ethics, manipulation

Геймификация — это маркетинговая и бизнес-стратегия, применяемая для повышения вовлеченности и лояльности клиентов, с возможностью влияния на поведение клиентов и его поощрение, поддерживая и мотивируя пользователей к выполнению задач. [1] Технология геймификации может изменить желаемое поведение за счет роста осведомленности о лояльности потребителей и развития экологичного мышления. Игровой дизайн повышает эффективность изменения поведения. [2] Иногда, если игровой дизайн неуместен, он снижает возможность повторного прохождения или не приносит удовольствия.

Компания Gartner, используя термин "геймификация", в 2012 году дала прогноз о достижении широкого применения и зрелости данной технологии к 2020 году [3]. Развитие применения игровых процессов оправдалось в большей степени для западных стран: сейчас довольно широко распространено применение геймификации в США, Европе, Великобритании. Однако в России геймификация всё ещё рассматривается как инновационный подход к решению бизнес-задач с учетом первоначальных

ограничений и специфики российского рынка.

Многие бренды уже научились использовать игровые механики для решения своих задач, таких как повышение вовлеченности сотрудников в пиковый сезон или обучение новых пользователей приложения. Однако такой рост применения игровых процессов вызывает новые обсуждения с точки зрения инновационности применения геймификации и ее этической экологичности.

Важно учитывать, что внедрение и использование убеждающих технологий для стимулирования изменения отношения и поведения может иметь как хорошие, так и плохие последствия для пользователя. Этические последствия геймификации обсуждаются редко. По ряду оснований критики ставят под сомнение моральную обоснованность геймификации. Учитывая, что она является одной из наиболее быстро распространяющихся поведенческих технологий в бизнесе, серьезных исследований этических последствий геймификации в бизнесе было меньше, чем можно было бы ожидать.

Согласно проведенным исследованиям, люди, изначально обладающие внутренней мотивацией, могут быть демотивированы геймификацией и чувствовать себя «подопытными кроликами», которых заставляют реагировать на стимулы. Ким и Вербах утверждают, что этический статус практики геймификации в основном определяется тем, насколько она эксплуатирует, манипулирует, целенаправленно или непреднамеренно наносит вред вовлеченным людям.[4]

Использование геймификации может вызвать ряд этических проблем, которые важно учитывать при внедрении игровых элементов в различные контексты. Далее будут рассмотрены основные из них.

1. Манипуляция поведением. Геймификация часто использует психологические триггеры, такие как стремление к наградам или страх потери, чтобы побудить людей к определенным действиям. Это может рассматриваться как манипуляция, особенно если цели организации не полностью прозрачны или если клиенты не осознают, что их поведение направляется.[5]

2. Несправедливое распределение ресурсов. В некоторых случаях геймификация может создать неравные условия для разных пользователей. Например, клиенты, которые не могут участвовать в определенных программах или играх из-за недостатка времени, ресурсов или доступа к технологиям, могут чувствовать себя обделенными по сравнению с другими.

3. Приватность и защита данных. Геймификация зачастую требует сбора большого объема данных о поведении пользователей. Это в свою очередь вызывает вопросы о том, как эти данные используются, кто имеет к ним доступ и насколько они защищены. Нарушение конфиденциальности или несанкционированное использование личной информации могут привести к негативным последствиям для пользователей.

4. Психологическое давление и стресс. Постоянное участие в геймифицированных программах может вызывать стресс у пользователей, особенно если они чувствуют давление со стороны требований или целей, установленных системой. Это может привести к выгоранию или даже к негативным последствиям для психического здоровья. В то же время постоянное ощущение стресса сливается с негативными эмоциями по отношению к используемому продукту, что приводит к ухудшению или завершению отношений между потребителем и компанией-заказчиком.

5. Снижение автономии. Если геймификация навязывает определенные модели поведения или ограничивает выбор пользователей, это может восприниматься как нарушение их автономии. Пользователи могут чувствовать, что их действия и решения направляются системой, а не исходят из их собственных предпочтений. [6]

6. Потеря смысла. В долгосрочной перспективе геймификация может привести к тому, что пользователи начинают фокусироваться исключительно на наградах и игровых элементах, теряя при этом интерес к самой сути задачи. Это может снизить внутреннюю мотивацию и превратить работу или взаимодействие с продуктом в механическое выполнение заданий ради внешних стимулов. [7]

7. Этические риски для уязвимых групп. Геймификация может оказать непропорциональное влияние на уязвимые группы, такие как дети, пожилые люди или люди с зависимостями. Использование игровых элементов, направленных на увеличение транзакций или вовлеченности, может стать этически спорным, если они эксплуатируют слабые стороны этих групп.

Учитывая эти аспекты, организациям важно внедрять геймификацию с пониманием возможных

рисков и с заботой о прозрачности, честности и защите интересов пользователей.

Для борьбы с этическими проблемами, связанными с геймификацией, организации могут применять несколько стратегий и подходов, которые помогут минимизировать риски и создать более безопасную и справедливую среду для пользователей.

1. Прозрачность и информированность. Организации должны ясно и прозрачно информировать пользователей о целях геймификации, методах сбора данных и о том, как будут использоваться эти данные. Пользователи должны понимать, как работает система, и какие их действия влияют на результаты. Также важно получать явное согласие пользователей на участие в геймифицированных программах, особенно когда речь идет о сборе и обработке данных.

2. Этичное проектирование. При разработке геймификационных систем необходимо учитывать интересы и благополучие пользователей, а не только цели организации. Процесс должен быть нацелен на улучшение опыта пользователей, а не на манипуляцию их поведением. Система должна учитывать разнообразие пользователей и предлагать различные пути участия, чтобы избежать исключения или дискриминации определенных групп.

3. Ограничение сбора данных. Сбор данных должен быть ограничен только теми данными, которые действительно необходимы для работы системы. Не стоит собирать излишнюю информацию, особенно личного характера, если это не требуется. При навязчивом сборе информации, клиент способен агрессивировать и обвинять компанию в шпионаже. Рекомендуются использовать анонимизацию данных, чтобы снизить риск нарушения конфиденциальности.

4. Умеренность в использовании игровых элементов. Важно не перегружать пользователей задачами и не создавать чрезмерного давления на выполнение игровых целей. Геймификация должна оставаться добровольной и ненавязчивой. Стоит внедрять механизмы, которые позволяют пользователям самостоятельно регулировать степень своего участия в геймификации, включая возможность паузы или выхода из программы.

5. Поддержка внутренней мотивации. Игровые элементы должны поддерживать не только внешнюю, но и внутреннюю мотивацию пользователей. Цели и задачи должны быть связаны с реальными преимуществами и улучшениями, а не просто с накоплением баллов или значков. Вместо того чтобы фокусироваться исключительно на вознаграждениях, стоит использовать геймификацию для повышения знаний и навыков пользователей, что принесет им реальные преимущества.[8]

6. Этический надзор и оценка. Рекомендуются создание внутреннего или внешнего комитета по этике, который будет оценивать геймификационные проекты с точки зрения потенциальных этических рисков и давать рекомендации по их минимизации. Регулярность оценки влияния геймификации на пользователей, особенно на уязвимые группы, позволит быстрее реагировать на любые ошибки во взаимодействиях с потребителем, а также своевременно вносить коррективы в программы.

7. Обратная связь и участие пользователей. Необходимо предоставлять пользователям возможность давать обратную связь на основе своего опыта участия в геймификации. Это позволит выявлять потенциальные проблемы и улучшать систему. Важно также вовлекать пользователей в процесс разработки геймификационных систем, чтобы учесть их интересы и потребности с самого начала.[9]

Эти меры помогут создать более этичную, справедливую и ориентированную на пользователя геймификацию, которая будет способствовать достижению целей организации без нарушения прав и интересов участников.

Для успешного и этичного использования геймификации необходимо соблюдать баланс между достижением корпоративных целей и уважением прав и интересов пользователей. Геймификация должна быть прозрачной, добровольной и ориентированной на поддержку внутренней мотивации. Важно избегать манипуляций, перегрузки сотрудников и неравного распределения возможностей. Регулярный сбор обратной связи и адаптация программ с учетом этических соображений помогут создать справедливую и продуктивную рабочую среду, где геймификация будет способствовать не только повышению эффективности, но и благополучию всех участников.

Список источников

1. Nick Pelling «The (short) prehistory of «gamification»», 2011, URL: <https://nanodome.wordpress.com/2011/08/09/the-short-prehistory-of-gamification/>, дата обращения 13.07.2024
2. Н. Лаззаро «The 4 keys to fun», 2004, URL: <http://www.xeodesign.com/research/>, дата обращения 13.07.2024
3. Gartner, Inc. - международная компания, специализирующаяся на информационных технологиях и консалтинге. Ежегодно она публикует отчет Hype Cycle о новых технологиях, на которые стоит обратить особое внимание, оценивает уровень их зрелости и прогнозирует, когда каждая из них достигнет своего полного потенциала (источник: www.gartner.com).
4. Kim, T. W., & Werbach, K. (2016). More than just a game: Ethical issues in gamification. *Ethic Inf. Technol.*, 18, 157–173.
5. Kevin Werbach, Dan Hunter, *For the Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*, 2012, с. 148
6. Biran Burke «Gamify: How Gamification Motivates People to Do Extraordinary Things», 2014
7. Luis Coelho, Sara Reis «Ethical Issues of Gamification in Healthcare: The Need to be Involved», 2021
8. Sami Hyrynsalmi¹, Kai K. Kimppa, Jouni Smed, «Gamification Ethics», 2024 URL: https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/978-3-031-23161-2_138.pdf
9. Rimjim Tyagi, Gursimranjit Singh, «Gamification and customer experience in online retail: a qualitative study focusing on ethical perspective», 02.12.2022, URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s13520-022-00162-1>