

ИННОВАЦИИ. НАУКА. МОЛОДЕЖЬ

Материалы
Всероссийской студенческой научно-практической
конференции

20 мая 2019

Челябинск 2019

УДК 378.147
ББК 74.480.278
И 66

Инновации. Наука. Молодежь: Материалы Всероссийской студенческой научно-практической конференции. 20 мая 2019. – Челябинск: ЧОУВО МИДиС, 2019. – 279 с.

Настоящее издание включает материалы Всероссийской студенческой научно-практической конференции, состоявшейся 20 мая 2019 г. в Частном образовательном учреждении высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса».

В сборник вошли статьи, посвященные актуальным проблемам современной науки – социально-психологическим, управленческим, экономическим, лингвистическим, социогуманитарным. Кроме того, в сборник входят статьи, отражающие вопросы в сфере дизайна, гостиничного сервиса, информационных компьютерных технологий.

Сборник представляет интерес для студентов вузов, обучающихся по соответствующим направлениям подготовки, преподавателей вузов, аспирантов, специалистов по указанным вопросам.

Главный редактор: Кокорин С.А., канд. филол. наук

Ответственный редактор: Хаятова Л.Р., специалист научно-методического отдела

Рецензенты: Дегтеренко Л.Н., канд. ист. наук, Трушникова Е.Л., канд. культурологии, Ходак Н.А., канд. биол. наук, Полушина И.С., канд. экон. наук, доцент, Бодрова Е.Г., канд. экон. наук, доцент, Смирнова Н.А., канд. экон. наук, доцент, Абрамова Е.Н., канд. филол. наук, доцент, Садовникова Н.В., канд. ист. наук, доцент, Одношова Ю.В., канд. культурологии.

Редакция не несет ответственности за полноту содержания и достоверность информации, материалов.

Персональную ответственность за содержание материалов, цитирование, библиографическую информацию, точность и достоверность приведенных в статье фактов, цитат, имен собственных, статистических и социологических данных, географических названий и прочих сведений несут авторы опубликованных статей.

ISBN 978-5-91394-096-4

УДК 378.147
ББК 74.480.278
© ЧОУВО МИДиС, 2019

Содержание

Андреев М.А., Бодрова Е.Г. Анализ банковских активов АО «ЮниКредит Банка».....	5
Андреев М.А., Романова С.Е. Достоинства и недостатки современной налоговой системы Российской Федерации	9
Бандурин Г.Э. Особенности анализа конкурентоспособности предприятия оптово-розничной торговли (на примере ООО «Агроарсенал»).....	13
Баранчугова Т.А., Постовалова И.П. Практическое применение модели Гордона при расчете доходности акций на примере ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат».....	17
Боженкова А.В., Колесникова Е.Е. Стиль руководства как фактор эффективности взаимодействия менеджера с персоналом.....	21
Боровская Д.А., Одношвина Ю.В. Агитационный дизайн СССР в 1920-1930-е годы.....	24
Бугаков Д.М., Колозян А.В., Шайхисламов И.И. Смирнова Н.А. Характеристика банковского рынка Челябинской области.....	31
Валиева М.В. Анализ динамики использования пластиковых карт на примере ПАО АКБ «Связь-Банк»	36
Галанов А.В. Информационно-коммуникационные технологии в образовательном процессе.....	41
Галимова Ю.Д., Александрова Л.Д. Особенности организации менеджмента в отеле международной сети «Radisson Blu Chelyabinsk» и анализ качества гостиничных услуг	44
Гарипова А.Р. Фразеологические единицы с соматизмами.....	48
Головачёва В.А., Анисимова А.А., Абрамовских Н.А., Львов Л.В. Роль и место физической культуры в общей управленческой подготовке.....	50
Горбунов В.В. Возможности групповой формы организации обучения в вузе	53
Горшков В.С. Влияние сети интернет на выбор профессии	57
Григорьева Д.В., Овцов А.Т. Развитие технологий в сфере дизайна	60
Григорьева Д.В., Овцов А.Т. Современная цифровая фотография	63
Гуляева Д.С. Особенности перевода терминов в сфере моды и рукоделия	66
Дерендяев В.А., Дегтеренко Л.Н. Роль заголовка в эффективности СМИ (на примере сетевого издания «74.РУ»)	69
Зайцева А.А. Адаптация молодых специалистов к профессиональной деятельности	72
Ивашкова А.А. Возможности использования информационных технологий в управлении образовательной организацией	76
Казанцева М.В., Евплова Е.В. Проблемы развития малого бизнеса	80
Каримов Р.М., Дегтеренко Л.Н. Тексты современных песен: поэзия и антипоэзия	83
Карпова П.Е. Способы перевода английских газетных заголовков, содержащих имплицитную информацию	86
Коновалова Ю.В. Конкурсы профессионального мастерства как элемент профессиональной подготовки студентов СПО	90
Коробинцева Н.Д., Одношвина Ю.В. Постмодерн в дизайне XX века. Типографика «Новой волны»	93
Королева А.С. Влияние темперамента на выбор профессии	98
Кочмарева Н. И., Дегтеренко Л.Н. Влияние компьютерных игр на разговорную речь	103
Коштаков И.А. «Ложные друзья переводчика» в английском языке.....	106
Кривоногова Е.С., Холодковская Н.С. Особенности конкуренции на рынке труда: поведение работников и фирм.....	109
Кульченко К.С. Англоязычные заимствования в рекламном тексте (на примере косметики)	112
Кухаренко А.Д., Овцов А.Т. Инфографика как инструмент информационного дизайна.....	115
Кухаренко А.Д., Овцов А.Т. Преимущества Flash-анимации и основные недостатки Flash-технологии.....	119
Лаврентьева Е.С., Дьячкова А.А., Смирнова Н.А. Оценка отраслевой структуры национальной экономики России и ведущих стран мира.....	122
Лаврентьева Е.С., Полушина И.С. Особенности налогообложения паевых инвестиционных фондов	126
Ларионова Л.В. Невербальные коммуникации педагога профессионального обучения.....	129
Левченко В.С., Каликин Н.И., Холодковская Н.С. Модель человека труда в условиях «Новой экономики».....	132
Летягина А.С., Полушина И.С. Исследование предпочтений выпускников по выбору места работы	135
Лопатин Н.Е., Овсяницкая Л.Ю. Результаты проведения мастер-классов по вёрстке одностраничных веб-сайтов для учащихся старших классов школ и колледжей.....	138
Маирко Д.А., Дегтеренко Л.Н. Источники и причины загрознения речи.....	142
Майстренко Е.Ю. Кино как средство пропаганды советской идеологии	145

Матусевич М.В., Шабазова Р.А. Психологическая безопасность образовательной среды как фактор, повышающий здоровье человека	148
Меженина А.В., Павловская Ю.В. Английский язык и межкультурная коммуникация. Различия между британским и американским вариантами английского языка	151
Мельникова Е.С. Лексические средства создания юмористического эффекта в английских анекдотах ...	153
Мерзликина Д.С., Вырупаева А.П. От «форда» к «бургу»: название городов в средневековой Европе.....	157
Меркулова А.С., Александрова Л.Д. Качество обслуживания в отелях как фактор привлечения различных категорий гостей.....	160
Мешков Д.А., Львов Л.В. Моделирование структуры человеческого капитала в эпоху цифровой трансформации.....	164
Митус А.А. Принципы влияния визуального оформления на продажи в малом бизнесе.....	168
Мишарина В.Н. Убеждение как инструмент регуляции агрессивных форм поведения.....	171
Мухамедьянова А.Д., Полушина И.С. Коучинг как форма развивающего обучения персонала	174
Озерская Д.С. Информационная безопасность персональных данных пользователей в сети интернет.....	178
Ольховацкая Д.А., Александрова Л.Д. Особенности принятия управленческих решений и их влияние на эффективность деятельности организации	181
Оренбуркин К.О. Сердцебиение - как один из факторов, влияющих на продолжительность жизни.....	184
Остапчук Е.С., Кравченко В.А. Психологическое воздействие как элемент управленческой деятельности.....	186
Павлюк А.Ю. К вопросу о реализации лично ориентированного подхода в обеспечении психологической безопасности учащихся образовательных организаций	189
Панферов М.Д. Особенности перевода англоязычных реалий на русский язык	191
Педошенко К.А., Холодковская Н.С. Соответствие профессионального выбора старшеклассников потребностям рынка труда региона.....	194
Пономарев Н.Е. Анализ банка по финансовой отчетности (на примере банка ВТБ (ПАО).....	197
Посохина К.В. Некоторые аспекты ориентации старшеклассников на рабочие профессии	202
Прохорова В.А. Оформление современных книжных изданий	205
Рассомахина Е.А., Баталина О.С. Маркетинговое планирование на предприятиях малого бизнеса	207
Редикульцева Д.А., Дегтеренко Л.Н. Интернет как источник изучения русского языка	210
Редикульцева Д.А., Дегтеренко Л.Н. Интернет-ресурсы как источник изучения русского языка: за и против.....	213
Редикульцева Д.А. Образ женщины в русских народных сказках	216
Редько Ю.М. Исследование зависимости открытости бюджета и индекса человеческого развития стран.....	221
Редько Ю.М., Романова С.Е. Введение экологического налога как способ повышения ответственности плательщиков в отношении охраны окружающей среды	225
Риянова А.Р., Трушников Е.Л. Проблема свободы человека в обществе.....	228
Тимершина В.Ф., Евплова Е.В. Внутрифирменное планирование	232
Тимофеева Ю.С., Колунтаева А.А. Индивидуально-психологические особенности работников банковской сферы	235
Тимченко В.А. Лексико-грамматические трансформации при переводе художественного и публицистического текстов с английского языка на русский	238
Ускова П.Е., Трушников Е.Л. Роль и значение музыки в творчестве художника	242
Устьянцева И.Д., Постовалова И.П. Методы уменьшения риска финансовых операций	245
Файда А.В. Развитие малого предпринимательства на современном этапе	248
Федотова Я.В., Полушина И.С. Обезличенный металлический счет как современный способ инвестирования.....	251
Цыбулич К.С., Дегтеренко Л.Н. Молодежный сленг как форма самоутверждения молодежи	254
Чевтаева Е.Д., Хамидулина К.С. Гендерные особенности ведения бухгалтерской отчетности в финансовых структурах организации	258
Чевтаева Е.Д. Управление персоналом в современных условиях	261
Шевцова А.И. Организация безопасности в сфере гостеприимства	263
Шукшин Я.А. Адаптация студентов первого курса к обучению в колледже	266
Шульга Д.С. Проблема выбора профессии современной молодежью	269
Щербакова Я.С. Опыт внедрения цифровых технологий в организации безопасного дорожного движения.....	273
Ярухина Д.А. Временное трудоустройство как условие самореализации учащейся молодежи	275

АНДРЕЕВ МАКСИМ АЛЕКСАНДРОВИЧ

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

БОДРОВА ЕКАТЕРИНА ГРИГОРЬЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления

Научный руководитель: Бодрова Екатерина Григорьевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления

АНАЛИЗ БАНКОВСКИХ АКТИВОВ АО «ЮНИКРЕДИТ БАНКА»

Аннотация. В данной статье анализируется работа российского подразделения банка АО «ЮниКредит Банка». Приведена краткая история банка, дата основания, финансовые показатели, информация об активах банка. Рассчитаны средние показатели изменения уровня ряда динамики, темпа роста, темпа прироста, абсолютного прироста. Проведено прогнозирование кредитов, предоставляемых клиентам на три года на основании среднегодового темпа роста.

Ключевые слова: АО «ЮниКредит Банк, UniCredit, банковские активы, средний темп роста, средний темпа прироста, средний абсолютный прирост прогнозирование, кредит.

UniCredit S. p.A. [6] является итальянской глобальной банковской и финансовой компанией. Его сеть охватывает 50 рынков в 17 странах с более чем 8500 филиалами и более чем 147000 сотрудников. Свое стратегическое положение в Западной и Восточной Европе дает группе одну из самых высоких долей рынка региона. Компания входит в состав индекса фондового рынка Euro Stoxx 50 [5, с. 140].

UniCredit Group стала результатом слияния в 1998 году нескольких итальянских банковских групп, большинство из которых были Unicredito (банки из Турина, Вероны и Тревизо) и Credito Italiano (состоит из Rolo Banca, Banca Popolare di Rieti), отсюда и название Unicredito Italian. Credito Italiano выпустил около 38,46% новых акций владельцам Unicredito и переименовал себя в Unicredito Italiano. Другие банки, такие как Banca dell'Umbria, Cassa di Risparmio di Carpi, Cassa di Risparmio di Trento e Rovereto (Caritro), Cassa di Risparmio di Trieste, также присоединились к группе в 1998-2000 годах. В декабре 1999 года была создана новая дочерняя компания, названная в честь оригинального Credito Italiano.

Компания имеет свою штаб-квартиру в Милане. Главный офис был расположен в Риме с момента слияния с Capitalia в 2007 году и переехал обратно в Милан в 2017 году. Штаб-квартира находилась в Генуе с 1999 по 2007 год. Основными рынками UniCredit являются Италия, Австрия, Россия, Южная Германия, Румыния и Болгария. Группа UniCredit имеет инвестиционно-банковские подразделения в Нью-Йорке, Лондоне, Гонконге, Милане, Мюнхене, Вене, Будапеште и Варшаве.

АО «ЮниКредит Банк» – российский банк со штаб-квартирой в Москве. Это была дочерняя компания итальянской UniCredit Group. ЗАО «Международный московский банк» (далее – ММБ) основан 19 октября 1989 года. В 2001 году ММБ был объединен с российской дочерней компанией Bank Austria. В 2005 году Bank Austria вместе с материнской компанией HypoVereinsbank был приобретен UniCredit Group

(Bank Austria оставался прямой материнской компанией российского банка до сентября 2016). В 2007 году ММБ был переименован в ЗАО «ЮниКредит Банк». В 2014 году Банк зарегистрирован как АО «ЮниКредит Банк» [4, с. 85].

Банковские активы – это все, чем владеет отдельный банк, денежные счета, ипотечные акции и облигации; в основном все, что имеет денежную стоимость, те ценные товары, имущество, транспортные средства, оборудование и т.д. [1, с. 82].

Активы банка – это те активы, которые есть у банка и которые можно легко конвертировать в наличные деньги, когда банку нужны деньги [3, с. 43] (рис.1).

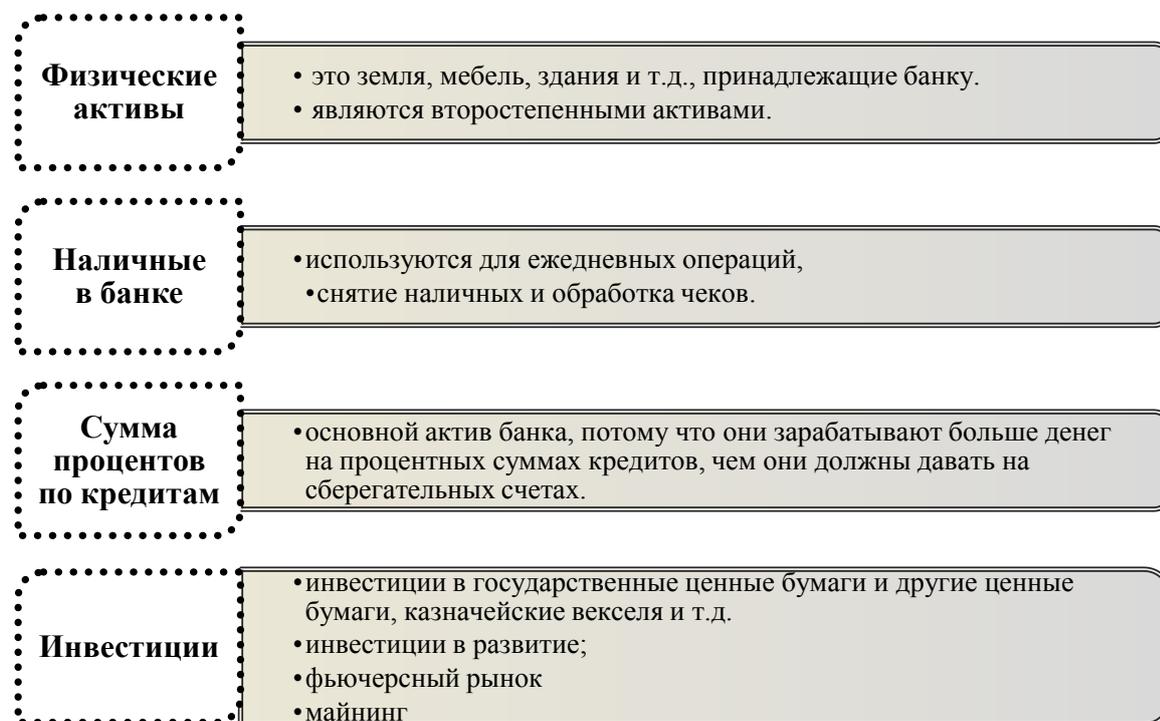


Рисунок 1 – Активы банка

С точки зрения ликвидности можно привести следующую классификацию активов банка (рис. 2).



Рисунок 2 – Ликвидность активов банка

Проанализируем активы АО «ЮниКредит Банка», исходные данные взяты из финансовой отчетности банка (табл.1).

Таблица 1 – Кредиты, предоставленные клиентам

Показатель	31 декабря 2018 года	31 декабря 2017 года
Корпоративные клиенты	706 667 655	532 641 491
Розничные клиенты, включая компании малого и среднего бизнеса	160 270 629	137 636 984
Дебиторская задолженность по лизинговым операциям	24 341 470	19 739 478
Соглашения обратного РЕПО с компаниями	28 049 453	21 292 270
Кредиты, предоставленные клиентам, до вычета резерва под обесценение	919 329 207	711 310 223
Резерв под обесценение	(56 178 502)	(42 787 043)
Кредиты, предоставленные клиентам	863 150 705	668 523 180

В 2018 году по сравнению с 2011 годом сумма выдачи кредитов увеличилась на 390 452 611 руб. или на 82,6% (таблица 2).

Таблица 2 – Сводная таблица

Год	Кредиты, предоставляемые клиентам	Абсолютный прирост		Темп роста		Темп прироста		Абсолютное содержание 1% прироста
		цепной	базисный	цепной	базисный	цепной	базисный	
2011	472698094	-	-	100	100	-	-	-
2012	504195074	31496980	31496980	106.66	106.66	6.66	6.66	4726980.94
2013	548607344	44412270	75909250	108.81	116.06	8.81	16.06	5041950.74
2014	826851401	278244057	354153307	150.72	174.92	50.72	74.92	5486073.44
2015	867295074	40443673	394596980	104.89	183.48	4.89	83.48	8268514.01
2016	677010924	-190284150	204312830	78.06	143.22	-21.94	43.22	8672950.74
2017	668523180	-8487744	195825086	98.75	141.43	-1.25	41.43	6770109.24
2018	863150705	194627525	390452611	129.11	182.6	29.11	82.6	6685231.8

Средний уровень ряда у динамики характеризует типическую величину абсолютных уровней. Для нахождения среднего уровня моментного ряда используют среднюю хронологическую:

$$\bar{y} = \frac{\frac{1}{2}472698094 + 504195074 + \dots + 668523180 + \frac{1}{2}863150705}{8-1} = 680058199.5$$

Среднее значение за анализируемый период составило 680058,2 тыс. руб.

Средний темп роста

$$\overline{T_p} = \sqrt[7]{\frac{863150705}{472698094}} = 1.0898$$

В среднем за весь период рост анализируемого показателя составил 1,089.

Средний темп прироста

$$\overline{T_{np}} = 1.0898 - 1 = 0.0898$$

В среднем ежегодно увеличивалась на 8,9%.

Средний абсолютный прирост представляет собой обобщенную характеристику индивидуальных абсолютных приростов ряда динамики.

Средний абсолютный прирост.

$$\overline{dy} = \frac{863150705 - 472698094}{7} = 55778944.43$$

С каждым годом в среднем кредиты, предоставляемые клиентам, увеличивались на 55 778,94 тыс. руб.

Выполним прогноз на 3 шага вперед, используя показатель среднего темпа роста.

$$y(9) = 863150705 * 1,0898 = 918929649.43$$

$$y(10) = 918929649.43 * 1,0898 = 974708593.86$$

$$y(11) = 974708593.86 * 1,0898 = 1030487538.29$$

Проведем прогнозирование методом аналитического выравнивания.

В качестве уравнения тренда будем использовать линейное уравнение прямой.

Линейное уравнение тренда имеет вид $y = bt + a$

Решив систему уравнений методом наименьших квадратов, мы получили следующее.

Уравнение тренда примет вид:

$$y = 47386466,91 t + 465302373,43$$

Коэффициент тренда $b = 47386466,91$ показывает среднее изменение выданных кредитов с изменением периода времени t на единицу. В данном примере с увеличением t на 1 единицу (то есть на один год), выданные кредиты изменятся в среднем на 47 386,47 тыс. руб. [2, с. 135].

Вывод. В 2018 году по сравнению с 2011 годом сумма выдачи кредитов увеличилась на 390 452 тыс. руб. или на 82,6%. В 2019 году прогнозируемые кредиты, предоставляемые клиентам, составят 918 929 тыс. руб. В 2020 году – 974 708 тыс. руб. В 2021 – 1 030 487 тыс. руб. В среднем за весь период рост анализируемого показателя составил 1,089. Прирост в среднем ежегодно увеличивается на 8,9%. С каждым годом кредиты, предоставляемые клиентам, увеличиваются на 55 778 тыс. руб.

Библиографический список:

1. Александрова, Л.Д. Влияние цифровой трансформации коммуникативных технологий и систем на управление бизнес-процессами / Л.Д. Александрова, И.С. Полушина // Гуманитарная информатика. – 2016. – №5. – С. 82–87.
2. Бодрова, Е.Г. Особенности прогнозирования прибыли на молокоперерабатывающих предприятиях / Е.Г. Бодрова // АПК России. – 2014. – Т. 68. – С. 132–137.
3. Французова, В.В. Системы управления рисками коммерческого банка (на примере АКБ «АКТИВ БАНК» (ПАО)) / В.В. Французова // Вектор экономики. – 2017. – № 6. – С. 43.
4. Смирнова, Н.А. Развитие банковского сектора Челябинской области / Н.А. Смирнова // Вестник Поволжского государственного технологического университета. Сер.: Экономика и управление. – 2017. – № 1 (33). – С. 83–94.
5. Шагеев, Д.А. Методика оценки премии за риск и поправки на риск с учетом влияния факторов среды / Д.А. Шагеев // Вестник МГУ. – Серия 6 «Экономика». – 2019. – № 1. – С. 139–156.
6. Сайт АО «ЮниКредит Банк» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.unicreditbank.ru/ru/personal.html>

АНДРЕЕВ МАКСИМ АЛЕКСАНДРОВИЧ

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

РОМАНОВА СВЕТЛАНА ЕВГЕНЬЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат экономических наук, доцент

Научный руководитель: Романова Светлана Евгеньевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат экономических наук, доцент

ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ СОВРЕМЕННОЙ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. В статье рассматриваются финансовые отношения между государством и предприятиями, изменения, произошедшие в российской налоговой системе в прошедшие годы. Кроме того, обращается внимание сущности инвестиционного налогового кредита как формы налоговых льгот и избежанию двойного налогообложения. Основания предоставления инвестиционного налогового кредита.

Ключевые слова: налоговая система, налоговая нагрузка, налоговые льготы, инвестиционный налоговый кредит.

Налоговая система является одним из важнейших рычагов регулирования финансовых отношений между государством и предприятиями. Он предназначен для предоставления финансовых ресурсов государству для решения экономических и социальных задач. Государство влияет на экономическое поведение через налоговые льготы и финансовые санкции, которые являются важной частью системы налогообложения. Вводя налоги, государство взимает с предприятий их доходы в пользу государства. Как следствие, система налогообложения обеспечивает перераспределение национального дохода и создает условия для эффективного управления.

Основная историческая проблема сложности налогов и налогообложения в России заключалась в том, что в Советском Союзе «общество на законных основаниях объявило о строительстве первого в мире государства без налогов». В советский период практически не было научных разработок в области налогообложения. Экономическая реформа в России означала необходимость проведения налоговой реформы, соответствующие теоретические исследования и принятие налогового законодательства. Одной из проблем, которую необходимо было решить, является уточнение содержания категории «налог» [2, с. 23–25].

Закон «О налоговой системе в Российской Федерации» от 27.12.91 г. № 2118-1 определил основные принципы налогообложения. Как правило, они одинаковы для налогообложения любой страны и заключаются в следующем:

1. Уровень налоговой ставки должен быть установлен с учетом возможностей налогоплательщика (уровня дохода).

2. Каждое усилие налогообложения доходов должно быть единым. Многократное налогообложение доходов или капитала не допускается. Примером этого принципа является замена налога с продаж на НДС, когда вновь созданный чистый

продукт облагается налогом только один раз (до его реализации существовал принцип множественности налоговых платежей).

3. Ответственность за уплату налогов. Налоговая система не должна оставлять сомнений в неизбежности выплаты налогоплательщиком (принцип принуждения).

4. Система и процедуры уплаты налогов должны быть простыми, понятными и удобными для налогоплательщиков и экономически эффективными для учреждений, собирающих налоги (принцип мобильности).

5. Налоговая система должна быть гибкой и адаптируемой к меняющимся социально-политическим потребностям (принцип эффективности).

6. Налоговая система должна быть создана для обеспечения перераспределения ВВП и быть эффективным инструментом государственной политики.

В последние годы российская налоговая система претерпела большие изменения, такие как снижение условной налоговой нагрузки, сокращение перечня подлежащих уплате налогов, стали лучше условия конкуренции благодаря устранению многих ненужных привилегий.

Эти меры в сочетании с девальвацией рубля и благоприятными условиями мирового рынка для традиционного российского экспорта позволяют местным предпринимателям увеличивать производство и модернизировать бизнес. Современная российская налоговая система стала более конкурентоспособной по сравнению с советским периодом, что подтверждается ростом иностранных инвестиций и притоком капитала в страну не только в отраслях торговли и добывающей промышленности.

В то же время российская налоговая система еще далека от совершенства.

Во-первых, в ней отсутствует льгота при выходе на рынок, особенно в сфере высоких технологий. Индивидуальные налоговые льготы, которые были сделаны для резидентов особых экономических зон и рыночных информационных и телекоммуникационных технологий, не меняют общую картину. В то же время большинство стран активно конкурируют с Россией, широко используя принцип налоговых каникул, особенно для подоходного налога в первые 2-3 года с момента создания нового предприятия.

Во-вторых, налоговая нагрузка значительно высока, и это особенно чувствительно для предприятий обрабатывающей промышленности. И это не сравнение российской реальности с офшорными зонами с суперналогами, а с крупными развивающимися странами.

В-третьих, сохраняется чрезмерная налоговая нагрузка в результате взимания налога на добавленную стоимость (НДС). Существующая система администрирования НДС создает огромную и дорогостоящую систему подотчетности и приводит к требованиям возмещения НДС.

В-четвертых, отсутствует широкая практика предоставления инвестиционных налоговых льгот.

В-пятых, отсутствуют налоговые льготы для добровольных пенсионных и страховых систем.

В-шестых, существуют некоторые правовые барьеры на пути к рыночной переоценке активов предприятий и росту амортизации, поскольку это приводит к снижению налога на прибыль. В итоге реальная цена покупки имущественных комплексов, ограниченная ростом капитализации компаний, отличается от официальной. Это приводит к увеличению его технологической отсталости экономики и не только по сравнению с развитыми странами, но и по сравнению с развивающимися странами.

В-седьмых, отсутствует гарантия неизменности параметров налоговой системы для инвестиционных проектов на период их восстановления. Эти гарантии, с одной стороны, позволяют государству изменять параметры налоговой системы в зависимости от приоритетов экономической политики, в том числе с учетом повышения ставок отдельных налогов. С другой стороны, позволяет инвестору сохранять неизменными налоговые платежи, когда государство принимает такие решения [1, с. 74–86].

Российская Федерация не признает вложение дивидендов как форму налоговых льгот.

Существует инвестиционный налоговый кредит как форма налоговых льгот и избежание двойного налогообложения.

В соответствии со статьей 67 Налогового кодекса Российской Федерации организация получила возможность уменьшить свои налоговые платежи на определенный период и в пределах определенного лимита с последующей поэтапной выплатой суммы кредита и начисленных процентов.

Инвестиционный налоговый кредит может быть предоставлен подоходному налогу организации, а также региональным и местным налогам. Инвестиционный налоговый кредит может быть предоставлен на срок от одного года до пяти лет.

Организация, получившая инвестиционный налоговый кредит, может уменьшить свои платежи по соответствующему налогу в течение срока действия договора об инвестиционном налоговом кредите. Сокращение предоставляется для каждого платежа в налоговом отчетном периоде до тех пор, пока сумма платежей, которые не были уплачены организацией в результате всех таких сокращений, не станет равной сумме займа по договору инвестиционного налогового кредита.

Инвестиционный налоговый кредит может быть предоставлен организации при наличии хотя бы одного из следующих оснований:

1. Осуществление организации научно-исследовательских или опытно-конструкторских работ или технического переоснащения собственного производства, создание рабочих мест для инвалидов или защита окружающей среды от загрязнения промышленными отходами;

2. Внедрение инновационной организации и инноваций, в том числе создание новых или усовершенствованных используемых технологий, создание новых видов материалов или материалов;

3. Выполнение этой организацией очень важного заказа для социально-экономического развития региона или предоставление его важнейших услуг населению.

4. Выполнение организацией государственного оборонного заказа.

В настоящее время Российская Федерация признает соглашения, которые были заключены бывшим Советским Союзом, и продолжает осуществлять программу обновления существующих соглашений и заключает новые соглашения.

Если иное не указано в договоре об избежании двойного налогообложения, иностранное юридическое лицо-нерезидент облагается налогом по:

- 20% всех доходов, не связанных с деятельностью в Российской Федерации через постоянное представительство, кроме доходов, указанных ниже;
- 15% на доходы, полученные в виде дивидендов от российских организаций;
- 10% от использования технического обслуживания или аренды (чартера) движущихся транспортных средств или контейнеров в связи с международными перевозками [3, с. 122–178].

Если положения договоров об избежании двойного налогообложения иностранного юридического лица должны представлять налоговый агент, уплаченный

доход свидетельствует о том, что это иностранное юридическое лицо имеет постоянное место жительства в государстве, с которым у Российской Федерации есть соглашение, регулирующее налогообложение проблемы.

Избежание двойного налогообложения обычно принимает форму зачета налога, уплачиваемого в других странах. В отношении налогов на доходы физических лиц такой кредит предоставляется только при наличии соглашения об избежании двойного налогообложения, в котором содержатся положения.

В заключении следует отметить, что, несмотря на различные мнения по поводу вложения дивидендов, можно согласиться с тем, что использование инвестиционного налогового кредита является хорошим источником для предотвращения двойного налогообложения и поощрения инвестиций. Однако можно предположить, что в нашей стране, скорее всего, данная форма налоговых льгот работает слабо из-за неопределенности российской налоговой системы, поскольку, по данным Минфина России, в неформальном секторе создается от 25 до 40% ВВП, большая часть которого не покрывается налогами, а бюджет недополучает от 30 до 50% налога каждый год.

Библиографический список:

1. Александров, И.М. Налоги и налогообложение / И.М. Александров. – М., Издательский дом «Дашков и К», 2005. – С. 74–86.

2. Банхаева, Ф.Х. Сравнительный анализ налоговых систем и его значение для совершенствования и реформирования налогового законодательства / Ф.Х. Банхаева // Налоговый вестник. – 2001. – №2. – С. 23–25.

3. Налоговый Кодекс Российской Федерации: часть 1 от 2 февраля 2006 г. № 19-ФЗ; часть 2 от 10 января 2006 г. № 16-ФЗ, от 28 февраля 2006 г. № 28-ФЗ, от 13 марта 2006 г. № 39-ФЗ.

БАНДУРИН ГРИГОРИЙ ЭДУАРДОВИЧ

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Бодрова Екатерина Григорьевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления

ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОПТОВО-РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «АГРОАРСЕНАЛ»)

Аннотация. В статье анализируется конкурентоспособность предприятия оптово-розничной торговли сельскохозяйственной техникой (на примере ООО «Агроарсенал»). В процессе исследования проводились рассмотрение деятельности предприятия, анализ экономических показателей, рассмотрение текущего конкурентного положения ООО «Агроарсенал» и предложения по повышению конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, оптово-розничная торговля, сельскохозяйственная техника, SWOT анализ.

Конкуренция, конкурентоспособность и конкурентные преимущества – вот краеугольный камень всех обсуждений и попыток анализа в области стратегического менеджмента последних лет. Владельцы бизнеса, топ-менеджеры и управляющие среднего звена заинтересованы в процессе организации и создании преимущественного положения своей компании на рынке. Стратегическое управление невозможно представить без всестороннего анализа конкурентного положения на рынке как относительно своих прямых конкурентов, так и относительно потенциальных покупателей. В последнее время весьма выросло значение стратегического анализа, который позволяет фирме оставаться на рынке долгие годы и получать устойчивые результаты [5, с.163].

Предприятия, участвующие в конкурентной борьбе, осознающие стремительно меняющуюся конъюнктуру рынка придают особое значение внутреннему анализу возможностей, оценке различных сторон деятельности организации.

Особенность анализа конкурентоспособности торговой компании заключается также в том, что здесь, кроме оценки качества товара, а также соответствия его всем предъявляемым требованиям, на первый план выходит умение удовлетворять запрос потребителя в области предоставления услуг, обслуживание, информирование и сервис.

Многие предприниматели не уделяют должного внимания анализу своей компании. Они считают, что для получения аналитики необходимо потратить большое количество времени, денег и усилий. Однако это не всегда так. В данной работе мы рассмотрим существующие методы, на проведение которых можно потратить всего несколько часов. В результате получим данные, которые позволят сформировать стратегию развития как минимум на ближайшие полгода.

Первыми инструментами оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов через призму стратегического менеджмента можно признать «матричные» методы, разработанные в 1960-х гг. американскими консалтинговыми компаниями. Свое название эти модели получили в силу использования матричной фор-

мы отображения результатов оценки и анализа. Другой характерной чертой данной группы методов явился ярко выраженный акцент на маркетинговой оценке деятельности предприятия, в результате чего компания рассматривается как совокупность различных бизнес-единиц (продуктовый портфель).

SWOT-анализ – это метод первичной оценки текущей ситуации основанный на рассмотрении её с четырёх сторон:

- Strengths – сильные стороны;
- Weaknesses — слабые стороны;
- Opportunities – возможности;
- Threats – угрозы.

Сильные и слабые стороны – это внутренняя среда, то, что уже есть на текущий момент времени. Возможности и угрозы – это факторы внешней среды, они могут произойти, а могут и нет, это зависит в том числе от действий и решений.

С 2010 года компания «Агроарсенал» поставляет запасные части к сельскохозяйственной технике в хозяйства агропромышленного комплекса. Компания является крупным, стабильным и ответственным предприятием. Имея большой профессиональный опыт, предлагает своим покупателям качественные и надежные товары. Ассортимент представлен широкой линейкой тракторных запчастей. Масштабность производства, надежное и ответственное сервисное обслуживание, собственная разветвлённая дилерская сеть - это то, что является залогом успешной работы.

Для оценки конкурентоспособности проведем SWOT-анализ ООО «Агроарсенал».

Горизонт планирования – настоящее.

Обозначения: S–сила, W–слабость, O–возможность, T–угроза.

Оценки: Z – оценка, P – важность для нас, V – значимость (рассчитывается, как Z*P).

Каждый фактор оценивается с учетом его значимости V – оценки его важности для ведения бизнеса с учетом определенности этой оценки (т.е. вероятности того, что она ошибочна).

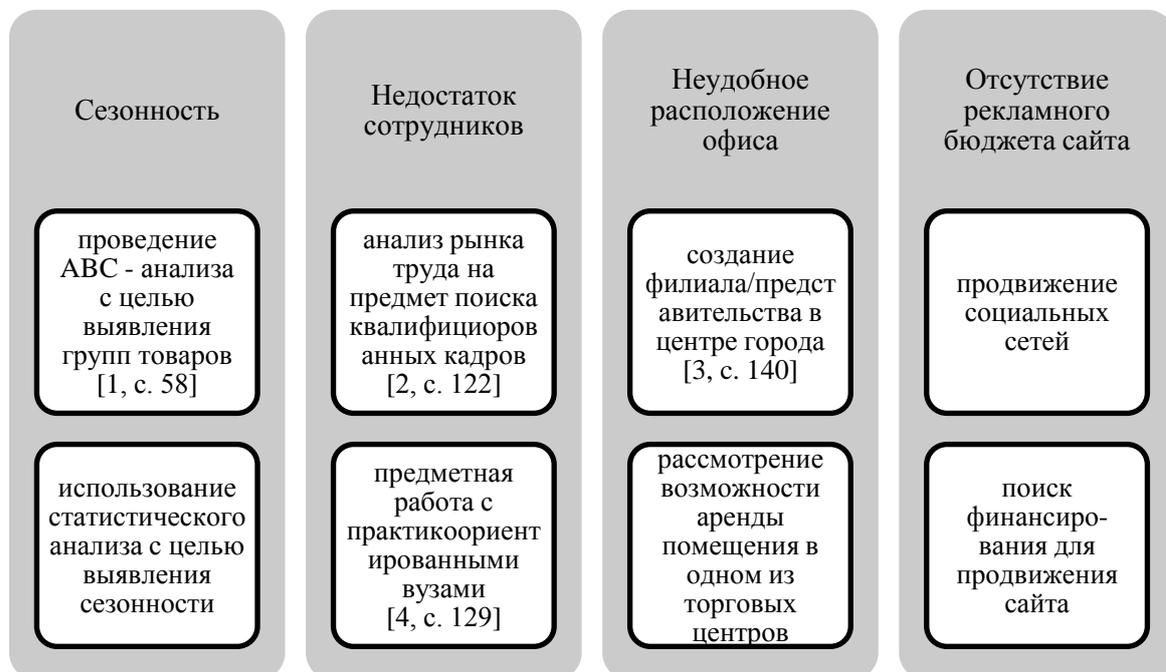
Для каждого из полей матрицы SWOT выведена средняя арифметическая оценка U. Введение этих оценок позволяет, помимо прочего, отобразить на диаграммах значимость сил, слабостей, возможностей и угроз, сравнить их между собой и визуально оценить привлекательность стартовой позиции нового бизнеса.

Таблица 1 – SWOT анализ ООО «Агроарсенал»

Сильные стороны U=936	Слабые стороны U=566
S1: Сеть филиалов – Z=8, P=10, V=80	W1: Сезонность – Z=10, P=10, V=100
S2: Репутация у поставщиков – Z=10, P=10, V=100	W2: Недостаток сотрудников – Z=5, P=10, V=50
Поставщики дают в долг и на реализацию товары на 2-3 месяца	W3: Неудобное расположение офиса – Z=10, P=10, V=100
S3: Большой опыт работы на рынке – Z=9, P=9, V=81	для работника, он находится далеко и не в черте города
S4: Широкий ассортимент товаров – Z=10, P=9, V=90	W4: Система адаптации новых сотрудников – Z=7, P=9, V=63
S5: Возможность осуществления выставок – Z=7, P=5, V=35	W5: Отсутствие рекламного бюджета сайта – Z=10, P=10, V=100
S6: Регулярное повышение квалификации персонала – Z=9, P=10, V=90	W6: Отсутствие социальной жизни в сети – Z=9, P=10, V=90
S7: Квалифицированный персонал –	W7: Работа в 1 области – Z=7, P=9, V=63

Z=10, P=10, V=100 S8: Гарантия качества товара – Z=10, P=9, V=90 S9: Логистика – Z=9, P=10, V=90 S10: Лояльность к основным партнерам – Z=8, P=10, V=80 S11: Собственная служба доставки – Z=10, P=10, V=100	Работает в основном в Челябинской области, а не по России
Возможности U=241	Угрозы U=490
O1: Особые цены для постоянных клиентов – Z=8, P=10, V=80 O2: Повышение спроса путем создания рекламной компании в Интернете – Z=8, P=10, V=80 O3: Возможность масштабирования в РФ – Z=9, P=9, V=81	T1: Воровство – Z=9, P=10, V=90 T2: Рост конкурентов – Z=7, P=10, V=70 T3: Снижение платёжеспособности населения – Z=9, P=10, V=90 T4: Жесткая конкуренция на рынке – Z=9, P=10, V=90 T5: невыплаты дебиторской задолженности – Z=6, P=10, V=60 T6: низкая востребованность электронных технологий среди покупателей ЭТ – Z=9, P=10, V=90

Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод, что данное предприятие уже давно является игроком на рынке, имеет достаточный потенциал в своём росте и является конкурирующим предприятием с хорошей репутацией. Однако есть и некоторые слабые стороны, которые необходимо прорабатывать в дальнейшем. Представим их в виде схемы с возможными решениями данных проблем.



Таким образом, предприятие ООО «Агроарсенал» имеет устойчивое положение на рынке, однако руководству следует обратить внимание на открывающиеся перспективы и на регулярной основе анализировать свое положение на рынке оптово-розничной торговли сельскохозяйственной техники.

Библиографический список:

1. Бодрова, Е.Г. Управление запасами на основе ABC-анализа как способ повышения экономической эффективности деятельности предприятия (на примере ООО «Вендинг-Юг») / Е.Г. Бодрова, А.А. Лещукова // Вестник Поволжского государственного технологического университета. Сер.: Экономика и управление. – 2018. – №4 (40). – С. 56–65.

2. ИONOVA, Ю.В. Формирование проектной компетентности бакалавра менеджмента в образовательном процессе вуза / Ю.В. ИONOVA // Современное образование: опыт прошлого – взгляд в будущее: Материалы Международной научно-практической конференции 21 апреля 2018 г. – Челябинск: ЧОУВО МИДиС, 2018. – С. 120–123.

3. Мальнова, А.В., Давыдова, О.А. Критерии оценки эффективности логистического аутсорсинга в техническом обслуживании и ремонте оборудования / А.В. Мальнова, О.А. Давыдова // Стратегия устойчивого развития в исследованиях молодых ученых. Сборник статей и тезисов докладов XIII Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов. – М., 2017. – С. 140–142.

4. Полушина, И.С. Особенности формирования SOFT SKILLS при подготовке бакалавров менеджмента / И.С. Полушина // Современное образование: опыт прошлого – взгляд в будущее: Материалы Международной научно-практической конференции 21 апреля 2018 г. – Челябинск: ЧОУВО МИДиС, 2018. – С. 128–130.

5. Шагеев, Д.А. Концептуальное представление методики разработки согласованных управленческих решений для выбора эффективных проектов / Д.А. Шагеев // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2019. – Т. 13. – № 1. – С. 162–177.

БАРАНЧУГОВА ТАТЬЯНА АЛЕКСЕЕВНА

г. Челябинск, Уральский филиал федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

ПОСТОВАЛОВА ИРИНА ПАВЛОВНА

г. Челябинск, Уральский филиал федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», кандидат физико-математических наук, доцент

Научный руководитель: Постовалова Ирина Павловна

г. Челябинск, Уральский филиал федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», кандидат физико-математических наук, доцент

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ МОДЕЛИ ГОРДОНА ПРИ РАСЧЕТЕ ДОХОДНОСТИ АКЦИЙ НА ПРИМЕРЕ ПАО «МАГНИТОГОРСКИЙ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИЙ КОМБИНАТ»

Аннотация. В данной работе представлен анализ особенностей одной из моделей дисконтирования дивидендов – модели Гордона, или модели постоянного роста. В процессе исследования было определено само понятие «модель Гордона», формула расчета доходности собственного капитала по этой модели, условия и недостатки применения модели на практике. В качестве примера рассчитана будущая доходность собственного капитала ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат».

Ключевые слова: акционерный капитал, модель Гордона, дивиденды, дисконтирование дивидендов, доходность капитала, будущая стоимость, ММК.

На сегодняшний день любая компания, использующая в своей деятельности акционерный капитал, стремится оценить эффективность его использования, предсказать будущие величины, размер дивидендных выплат. Самой распространенной моделью дисконтирования дивидендов, является модель, исходящая из предположения о том, что дивиденды растут из года в год с постоянным темпом прироста. Данная модель получила название «Модель Гордона».

Модель Гордона (Dividend Discount Model, Gordon Growth Model, DDM) – это модель, использующаяся для оценки стоимости собственного капитала и доходности обыкновенной акции компании [8]. Ее также называют моделью дивидендов постоянного роста, так как согласно ей предполагается, что дивиденды будут расти от периода к периоду в одной пропорции, то есть с одинаковым темпом роста [5].

Данная модель напоминает формулу приведенной стоимости пожизненной ренты и позволяет достаточно просто оценивать доходность собственного капитала [2].

Согласно модели Майрона Гордона, предложенной в 1962 году, доходность собственного капитала рассчитывается по формуле [6]:

$$r = \frac{D_0(1+g)}{P_0} + g, \quad (1)$$

где r – доходность собственного капитала (ставка дисконтирования);

g – средний темп прироста дивидендов;

D_0 – дивидендные выплаты текущего периода (года);
 P_0 – стоимость акций в текущий момент времени (год).

Модель постоянного роста используется преимущественно для зрелых компаний со стабильной историей роста. Принято считать, что для большинства зрелых компаний рост дивидендов пропорционален росту номинального ВВП (реального ВВП и инфляции) [1]. Например, доходность дивидендов одного из крупнейших банков США Wells Fargo за последние 10 лет росла в среднем на 7% в год, Coca-Cola – на 5%, IBM – на 9%. Как видно, не больше, чем на 10% в год [7].

Выделим условия применения модели Гордона:

- устойчивая экономическая ситуация в стране (развитые страны);
- темпы прироста дивидендов постоянны (однофазная модель, то есть не применима для компаний, у которых денежные потоки сильно меняются);
- темпы прироста дивидендов и приближены к темпам роста экономики;
- стабильное финансовое состояние компании (компания должна выплачивать дивиденды регулярно, при этом всегда направляя в их целях одну и ту же долю своего дохода);
- доходность собственного капитала всегда должна быть больше среднего темпа прироста дивидендных выплат ($r > g$).

Данные условия в то же время являются существенными ограничениями использования данной модели. Согласно литературе, у данной модели есть следующие недостатки:

- не учитывает обратный выкуп акций (то есть возможность ситуации, при которой доходность акций растет, а прибыль падает);
- не учитывает изменения дивидендной политики компании;
- применяется по отношению к тем компаниям, которым ограничен доступ к кредитам.

Можно утверждать, что все перечисленные условия практически невыполнимы, но из-за удобства и простоты расчета по данной модели их нередко игнорируют.

В качестве примера рассчитаем с помощью формулы 1 будущую доходность собственного капитала ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат», так как данное предприятие является одним из самых крупных предприятий в Уральском федеральном округе. Для расчетов воспользуемся статистикой размера дивидендов на обыкновенную акцию на период с 2014 по 2018 год [3], представленной в таблице 1.

*Таблица 1 – Размер дивидендных выплат
ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат»
на период с 2014 по 2018 год*

Год	2014	2015	2016	2017	2018
Дивиденд, руб/акцию	0,58	0,89	1,96	2,79	5,90

Также для расчетов, согласно формуле, необходимо знать стоимость акции на текущий момент – P_0 . Согласно данным сайта Investfunds, на 15 апреля 2019 года стоимость акции составляет 44,46 рубля [4].

На основе представленных выше данных рассчитаем в Excel доходность акции ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат».

	A	B	C	D	E	F
1	Год	2014	2015	2016	2017	2018
2	Дивиденд, руб/акцию	0,58	0,89	1,96	2,79	5,9
3						
4	Цена акции, P ₀	44,46 Р				
5	Среднегодовой темп прироста дивидендов, g	$(F2/B2)^{(1/4)}-1=$		78,59%		
6	Будущая доходность акции, r	$(F2*(1+C5)/B4)+C5 =$		102,29%		

*Рисунок 1 – Расчет будущей доходности акции
ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат» в Excel*

Для расчета g используем формулу среднего темпа прироста, адаптировав ее под Excel. Полученное значение – 78,59%.

Доходность акции в прогнозном периоде рассчитаем по формуле Гордона.

Тогда, согласно модели Гордона, в 2019 году ожидается доходность акции ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат» в размере 102,29%. Полученный результат может исказиться, если у предприятия произойдет резкое улучшение его финансового состояния.

Таким образом, данная модель имеет существенные ограничения, которые можно охарактеризовать одним понятием – «стабильность». Ее ограничения могут привести к искажению результатов в развивающихся компаниях. Но с точки зрения расчетов она является наиболее простой и понятной. В связи с этим ее целесообразно применять только для крупных предприятий, имеющих устойчивое финансовое состояние.

Библиографический список:

1. Асаул, А.Н. Основы бизнеса на рынке ценных бумаг: учебник [Текст] / А.Н. Асаул, Н.А. Асаул, Р.А. Фалтинский. – СПб.: АНО "ИПЭВ", 2008. – 207 с.
2. Мамедова, Н.С. Практическое применение модели Гордона [Текст] / Н.С. Мамедова, И.П. Постовалова // Цифровые технологии в экономике и управлении: научный взгляд молодых. Сборник статей и тезисов докладов XIV международной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов. – М., 2018. – С. 686–688.
3. ММК, дивиденды на акцию [Электронный ресурс] // История выплаченных дивидендов. – 2019. – 22 января. – Режим доступа: <https://smart-lab.ru/q/MAGN/f/y/MSFO/dividend/> (дата обращения: 15.04.2019).
4. ММК, акция обыкновенная [Электронный ресурс] // Котировки – 2019. – 15 апреля. – Режим доступа: <https://investfunds.ru/stocks/ММК/> (дата обращения: 15.04.2019).
5. Модель Гордона [Электронный ресурс] // Анализ финансового состояния предприятия – 2016. – 12 марта. – Режим доступа: http://afdanalyse.ru/publ/investicionnyj_analiz/teorija/model_gordona_gordon_growth_model/27-1-0-364 (дата обращения: 15.04.2019).
6. Модель Гордона [Электронный ресурс] // Финансовый анализ – 2017. – 18 апреля. – Режим доступа: <http://finzz.ru/model-gordona-ocenka-doxodnosti-kapitala-primer-rascheta-v-excel.html> (дата обращения: 15.04.2019).

7. Модель Гордона [Электронный ресурс] // Финансовый вопрос – 2016. – 7 мая. – Режим доступа: <http://finvopros.com/model-gordona-formula.html> (дата обращения: 15.04.2019).

8. Модель Гордона [Электронный ресурс] // Финансовый словарь – 2015. – 22 сентября. – Режим доступа: <http://1-fin.ru/?id=281&t=1554> (дата обращения: 15.04.2019).

**БОЖЕНКОВА АННА ВЛАДИСЛАВОВНА,
КОЛЕСНИКОВА ЕЛЕНА ЕВГЕНЬЕВНА**

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Ходак Нина Анатольевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат биологических наук, доцент

**СТИЛЬ РУКОВОДСТВА КАК ФАКТОР
ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕНЕДЖЕРА С ПЕРСОНАЛОМ**

Аннотация. В статье представлены подходы к изучению стилей руководства и лидерства, применяемые в управленческой деятельности с целью повышения эффективности взаимодействия менеджера с персоналом. Описаны основные критерии при выборе стиля руководителями в процессе управления. Доказано применение комбинации стилей руководства в соответствии с изменяющимися условиями развития личности подчиненного.

Ключевые слова: стиль руководства, персонал, теории лидерства, управление, руководство, стиль руководителя.

В настоящее время все больше и больше появляется частных предприятий, и на руководителей ложится большая ответственность за успех фирмы, поэтому очень важно грамотно подойти к выбору стиля руководства, так как от этого выбора будет зависеть будущее организации и темпы ее роста. Так какой же стиль эффективнее в работе с персоналом? Чтобы ответить на этот вопрос, мы рассмотрим каждый из типов руководства отдельно, выявим их достоинства и недостатки. Управлять компанией – непростая задача. Каждый руководитель подбирает тот стиль, который ему наиболее подходит – под конкретную компанию, а также под свой тип личности. В первую очередь руководитель должен учитывать психологию людей, которые с ним работают. Руководство – взаимодействие с подчиненными, целью которого является получение работы, направленной на достижение единой цели [2]. Руководство, как единый процесс, может быть, разбит на отдельные действия и шаги руководителя. Они направлены на достижение промежуточных, оперативных целей. Руководство непосредственно связано с оказанием влияния на подчиненных. Готовность персонала следовать приказам и распоряжениям руководителя определяется следующими факторами:

- степенью понимания смысла распоряжения;
- совместимостью распоряжений с индивидуальными потребностями и интересами сотрудников;
- интеллектуальными и физическими способностями подчиненных;
- личными взаимоотношениями;
- организаторскими талантами руководителя;
- качествами руководства;
- мотивацией.

Стиль руководства – манера поведения руководителя по отношению к подчиненным, чтобы оказать на них влияние и побудить к достижению целей организации. Стиль руководства очень тесно взаимодействует с понятием стиль лидерст-

ва. Одной из наиболее распространенных теорий лидерства является теория лидерства К. Левина (1938 г.), который выделяет три стиля:

- авторитарный стиль лидерства – характеризуется жесткостью, требовательностью, единоначалием, превалированием властных функций, строгим контролем и дисциплиной, ориентацией на результат, игнорированием социально-психологических факторов;
- демократический стиль лидерства – опирается на коллегиальность, доверие, информирование подчиненных, инициативу, творчество, самодисциплину, сознательность, ответственность, поощрение, гласность, ориентацию не только на результаты, но и на способы их достижения;
- либеральный стиль лидерства – отличается низкой требовательностью, попустительством, отсутствием дисциплины и требовательности, пассивностью руководителя и потерей контроля над подчиненными, предоставлением им полной свободы действий [1].

Каждый руководитель в процессе управленческой деятельности выполняет свои обязанности в свойственном только ему стиле. Стиль руководства выражается в том, какими приемами руководитель побуждает коллектив к инициативному и творческому подходу к выполнению возложенных на него обязанностей, как контролирует результаты деятельности подчиненных. Принятый стиль руководства может служить характеристикой качества деятельности руководителя, его способности обеспечивать эффективную управленческую деятельность, а также создавать в коллективе особую атмосферу, способствующую развитию благоприятных взаимоотношений и поведения. Степень, до которой управляющий делегирует свои полномочия, типы власти, используемые им, и его забота, прежде всего, о человеческих отношениях или о выполнении задачи – все отражает стиль руководства данного руководителя. Стиль руководства во многом определяется индивидуальными качествами руководящего лица [3].

При выборе стиля руководители пользуются следующими основными критериями:

- наличие достаточной информации и опыта у подчиненных;
- уровень требований, предъявляемых к решению;
- четкость и структурированность проблемы;
- степень причастности к делам организации и необходимость согласовывать с ними решения; вероятность того, что единоличное решение руководителя получит поддержку исполнителей;
- заинтересованность исполнителей в достижении целей;
- степень вероятности возникновения конфликтов между подчиненными в результате принятия решений.

Руководителю трудно выбрать стиль руководства, удовлетворяющий всех членов подчиненного ему коллектива. Стиль работы складывается подсознательно и постепенно, пока не определится совокупность приемов общения с подчиненными и воздействия на них, что позволит находить наиболее эффективное и правильное решение. Определение ведущего стиля управления руководителем – сложный процесс, требующий много времени для ознакомления с деятельностью организации и оценки профессиональных навыков. Руководителю необходимо найти индивидуальный подход к каждому из своих подчиненных, суметь замотивировать и грамотно указать на минусы. Успешность выбора стиля определяется тем, в какой степени руководитель учитывает способность и готовность подчиненных к исполнению его решений, традиции коллектива, а также оценит и свои возможности, та-

кие как уровень образования, стаж работы, психологические качества. Но выбор стиля в немалой степени зависит также от подготовки и поведения подчиненных.

Сложно сказать, какой именно стиль управления является наиболее эффективным. Сейчас руководители должны больше внимания уделять человеческому фактору. Высокие темпы морального старения и постоянные перемены, характерные сегодня почти для всех отраслей производства вынуждают руководителей быть постоянно готовыми к проведению технических и организационных реформ, а также к изменению стиля руководства [4].

Используя рассмотренные в данной работе модели, которые изучались различными исследователями, руководитель сможет в конкретной ситуации проанализировать, подобрать и оценить результаты от использования того или иного стиля руководства. От выбора стиля руководства зависит не только авторитет руководителя и эффективность его работы, но и атмосфера в коллективе и взаимоотношения между подчиненными и руководителем. Когда вся организация работает достаточно эффективно и ровно, то руководитель обнаруживает, что помимо поставленных целей достигнуто и многое другое, в том числе и простое человеческое счастье, взаимопонимание и удовлетворенность работой [2]. Правильно выработанный стиль руководства, соответствующий сложившейся ситуации, способен преодолеть, казалось бы, непреодолимые препятствия. И он приведет систему к неожиданно высоким конечным результатам. Когда персоналу нравится своя работа, то это может стимулировать их повышать качество продукции или услуг, а также производительность труда.

Таким образом, исследования свидетельствуют [3, 4], что в своей деятельности руководители комбинируют стили руководства, а не используют какой-либо один устоявшийся стиль руководства. Они вынуждены менять его постоянно в соответствии с изменяющимися условиями.

Библиографический список:

1. Курт Левин: стили лидерства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://psixologiya.org/socialnaya/obshheniya/2277-kurt-levin-stili-liderstva.html>
2. Нечепоренко, О.П. Стиль руководства как фактор социально-психологического климата коллектива и удовлетворенности работой / О.П. Нечепоренко // ОмГУ. – 2013. – №1. – С. 45–52.
3. Перфильева, М.Б. Социологический подход к оценке стиля руководства / М.Б. Перфильева // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2010. – №137. – С. 162–170.
4. Стили руководства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/rukovodstvo.html>.

БОРОВСКАЯ ДАРЬЯ АЛЕКСЕЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ОДНОШОВИНА ЮЛИЯ ВЛАДИМИРОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат культурологии, член СДРФ, доцент кафедры дизайна, рисунка и живописи

Научный руководитель: Одношовина Юлия Владимировна,

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат культурологии, член СДРФ, доцент кафедры дизайна, рисунка и живописи

АГИТАЦИОННЫЙ ДИЗАЙН СССР В 1920-1930-е ГОДЫ

Аннотация. Статья затрагивает тему агитационного дизайна СССР в двадцатые и тридцатые годы. Послереволюционный период, охватывающий стремительное развитие различных направлений в советском дизайне на волне новых и смелых решений и такое же быстрое их угасание с ужесточением режима, когда к предметной среде стали предъявлять повышенные идеологические требования – воспитание классового чувства, призыв народа к действию, создание ощущения благополучия и радости у населения. Время, когда дизайн превращается в идеологический и политический инструмент воздействия.

Ключевые слова: агитационный дизайн, пропаганда, агитационные плакаты, тоталитарный режим, советское искусство, агитация, плакатная графика.

Сегодня тема советской эпохи набирает всё большую популярность не только в России, но и за рубежом. В обществе просыпается большой интерес к прошлому, к истории страны, к искусству, и это неудивительно: в настоящее время многие вещи того периода освободились от балласта идеологии, который ранее вызывал исключительно негативные ассоциации и страшные мысли, и стало возможным оценить их культурную ценность в полной мере. Практицизм, ностальгия или просто любовь к прошлому движут теми, кто проявляет интерес к этой стесненной и зачастую трагической эпохе. Людям хочется легенд, исторических подтекстов, к которым можно прикоснуться, и обращения к истории жизни своих родных. Молодые люди пробуют «на вкус» то, что не успели пережить сами и стараются узнать больше об изменивших многое событиях.

Октябрьская революция, произошедшая в 1917-м году, оказалась великим переломом в судьбе становления русской культуры, причем переломом в буквальном его смысле: развившаяся до данного этапа двигаясь преимущественно вверх отечественная культура, в период «серебряного века» достигшая высшей своей точки и добившаяся всемирного признания, была резко остановлена и стремительно пошла вниз. Вместе с ликвидацией «устаревшей» интеллигенции шло также создание интеллигенции советской, и делалось это в ускоренном темпе – с помощью «выдвиженчества». Так, бывших рабочих выдвигали в директора (при участии партийных органов), создавались рабфаки – подготовительные факультеты для более быстрого обучения людей и подготовки рабоче-крестьянской молодежи к последующим поступлениям в вузы.

Но ничего из этого не было бы возможным без правильно подготовленной большевиками во главе с Лениным агитационной программы, позволившей совершить масштабный переворот власти.

В основе пропаганды СССР лежала идеологическая концепция марксизма-ленинизма, а ее характер развивался в ногу с развитием истории страны. Пропаганда осуществлялась с помощью средств массовой информации, через книги, кино, театр, искусство, и из-за того, что повлияла на каждую сферу общественной жизни, стала достоянием культурного наследия.

Основной задачей пропаганды в Советском Союзе являлось формирование нового, лучшего гражданина – того, кто поддерживал бы принципы коллективизма, по собственному желанию подчинял бы собственные интересы и желания нуждам других и общества в целом, был бы готов пожертвовать собой ради достижения всеобщего блага, был бы материалистом и атеистом, а своей главной целью видел достижение еще лучшей, радостной и яркой жизни для себя и для следующих поколений, своих детей [25]. Культуролог Даниил Дондурей говорил: «Советская власть была дальновидна. Она понимала: формирование человека – это не только очевидная пропаганда, но и программирование личности при помощи культуры. Это не только «Отдай жизнь за Ленина-Сталина!», но и «Очень важно не подставить друга», «Да, в школе есть плохие учителя, но есть и хорошие». Она помогала человеку осваивать противоречия реальной жизни. Ленино формировали «строителя социализма», но одновременно... действительно «развитую личность» [19].

Науку социализма необходимо было изучить, чтобы достигнуть максимально высоких целей, и Ленин, стоя во главе большевистского движения, с опытом революционера на своих плечах, знал это. Было ясно, что для успеха революции необходимо, чтобы знанием социализма обладали не только коммунисты, им должны обладать еще и пролетарские массы. Следовательно, главной задачей коммунистов было наиболее активно распространить знание марксизма в среде пролетариата, в первую очередь, конечно, в среде рабочего класса, сами условия жизни которого делают его благоприятной средой для развития социалистических идей.

Нужно было выработать у людей социалистическое сознание: добиться того, что народ может анализировать и понимать процессы, которые происходят в стране. Считалось, что самостоятельно это среди пролетариата выработаться не могло или заняло бы чересчур долгий срок, поэтому и нужно было действовать быстро и эффективно, призывать в помощь «прогрессивную революционную интеллигенцию».

Пропаганда является субъективным фактором революции, поэтому конкретно действенность и принимаемые решения в создании и распространении социалистической пропаганды говорят о том, будет революция или нет. «Обыватель, – писал Ленин, – удовлетворяется той бесспорной, святой и пустой истиной, что нельзя знать наперед, будет революция или нет. Марксист не удовлетворяется этим; он говорит: наша пропаганда и пропаганда всех социал-демократических рабочих входит одним из определителей того, будет революция или нет» [9].

С ростом революционных идей кругозор возможностей пропаганды расширяется, потому что в народе возрастает заинтересованность к рассмотрению социальной жизни со всех сторон, а также внимательность к политическим идеям. Однако, несомненно, с ростом информированности общества в этих вопросах и ростом революции нужно значительно больше времени и затрат в идеологической работе.

С 1918 по 1924 год вопросы пропаганды имели первостепенное значение для большевиков. Для дальнейшего развития необходимо было донести их идеи до широких масс и уметь ими руководить, но в то время это было осложнено практически полным отсутствием средств массовой информации в их современном понимании.

Основным источником передачи информации были печатные издания, но ситуация осложнялась тем, что значительная часть населения страны была неграмотной: на момент 1920 года среди населения в возрасте от десяти до сорока девяти лет читать умели только 31,9% [13]. Агитационные плакаты, яркие, современные, привлекающие интерес и удерживающие внимание, стали хорошим решением данной проблемы: они были созданы для многих народов СССР и других «стран социалистического содружества».

С самого начала новая власть начала поощрять разработки художников во славу нового режима. Графические дизайнеры (пусть и назывались они иначе) работали над изданием «Народной библиотеки», художники-скульпторы выполняли указ Ленина о монументальной пропаганде, художники-оформители трудились над разрисовкой агитпоездов и пароходов, оформляли дома, площади, занимались праздниками и демонстрациями, и в таких условиях многие художники, присоединившиеся на сторону революционеров, почувствовали себя востребованными в новом обществе.

Следом за революцией, случился «бум» креативности и время множества коллабораций среди художников, дизайнеров, архитекторов и писателей, работающих вместе на благо государства, чтобы пересоздать культурную символику страны. Охваченные мечтами о будущем, где правящим классом является пролетариат, конструктивисты часто использовали атрибуты заводской и военной техники в своих работах. В 20-е гг. советское искусство и дизайн пусть и пестрили многочисленными хлесткими лозунгами и яркими призывами, это время всё-таки было достаточно мирным в сфере изобразительного искусства и дизайна. Здесь шли не политические, а творческие споры, у людей оставалась свобода в плане творчества, а новые перспективы о светлом будущем в коммунистическом обществе разжигали огонь в сердцах молодых людей, которые были заняты поисками себя. Революционная лихорадка, захватившая советское общество, так же сильно повлияла на культурную сферу, сформировавшись в конструктивизм, новое движение, стремящееся во всей красе показать и приумножить смелые обещания большевистского режима. Пропаганда была прочно связана с миром дизайна; Советский Союз хотел убедить своих граждан в собственной силе, за которой можно следовать [23].

В 30-е гг. советская Россия вошла со сложившейся командно-административной системой руководства и начинающим укрепляться культом личности Сталина. С 1930-го года ситуация в мире искусства и дизайна обостряется, и у художников забирают те остатки свободы самовыражения, которые сохранялись при правлении Ленина. Существующий на тот момент тоталитарный режим с жестким контролем верхушки партии и руководством над всеми сферами жизни исключал существование разнообразия в творчестве или отклонений от четких задач партии. Искусству была назначена роль «интерпретатора» директив в визуальной форме, оно в итоге превратилось в иллюстративное и прямолинейное искусство, понятное всем слоям населения, потерявшее полноту, комплексность и универсальность в использовании выразительных средств.

В начале 30-х создается единая организация – Союз художников, разом устранившая все существовавшие на тот момент художественные группировки, принудив всех и каждого вооружиться методом социалистического реализма.

Первое определение метода социалистического реализма принадлежит И.М. Гронскому, который был одним из создателей Союза писателей (делегатами первого съезда которого в 1934 г. были действительно многие крупные писатели того времени). Часто возникновение термина приписывают Горькому, который предложил использовать классическое наследие для создания произведений нового,

социалистического, гуманистического содержания. По сути главным стилем советской эпохи стал натурализм, но не критический, а лакировочный, стремящийся сгладить острые социальные проблемы, создать идеализированный образ современности [7].

Стали появляться идеализированные, революционизированные варианты действительности, не отражающие (или почти не отражающие) реальное положение дел. В стране дизайну и искусству стремились навязать идеи превосходства нынешнего общественного строя.

Стоит отметить, что важной особенностью в организации пропаганды СССР того времени была разница между определениями пропаганды и агитации, ставшая фиксированной. Термин «пропаганда» означал «знакомство отдельных товарищей с несколькими идеями» и предполагал определенную интеллектуальную изоционность в следовании истинам марксизма-ленинизма; «агитация» была ограничена «представлением одной или нескольких идей, предназначенных для массы обычно с помощью понятной и простой аргументации и озвучивания лозунгов [3].

В период СССР плакатная графика по праву являлась одним из наиболее действенных методов пропаганды. Острая подача темы, агитация, абсолютная понятность и «простота» – главные характеристики данной творческой деятельности. Изображения на подобных агитплакатах, как правило, лаконичны, на них присутствовали призывные к действию жесты, фразы, лозунги.

Как было обозначено выше, агитационные плакаты пользовались успехом у большевистской власти, потому что были понятны каждому жителю СССР. Искусство должно было стать понятным массам, оно должно было «звать и вести», по сути следовать новому, коммунистическому канону в изображении человека и общественной реальности. Главным героем произведений должен был быть человек труда, а сами «трудящиеся» должны были подвергаться «идейной перделке в духе социализма» [15].

Агитационные плакаты того периода можно разделить на несколько жанров, каждый из которых включает в себя свою собственную тематику.

1. Политические плакаты (революционные). Разновидностью политического плаката можно условно считать просветительские плакаты. С началом гражданской войны появилось огромное количество плакатов, посвящённых преодолению безграмотности, пропаганде книг и чтения, плакаты с призывами посещать библиотеки и избы-читальни. В годы НЭПа выпускались плакаты о борьбе с проституцией. Также в советские годы были распространены плакаты о борьбе с хулиганством и аморальным поведением. Для детских садов, детских домов и школ выпускались плакаты о прилежании и успеваемости в учёбе, о дисциплине и правильном поведении, образцовых октябрятах и пионерах.

2. Рекламные плакаты. Издательская реклама также находила своё применение в советской плакатной графике. С помощью плакатов рекламировались газеты, журналы, брошюры, книги, подписные издания, продукция определённых издательств. Разновидность рекламного плаката, распространённого в СССР был туристический. Туристические плакаты призывали развивать туризм, путешествовать по стране, рекламировали определённые курорты, санатории, профилактории, базы отдыха. По заказу «Интуриста» «Внешторгиздат» выпускал плакаты на иностранных языках с призывами посетить СССР и его конкретные регионы и города [4]. Образы, представленные в данных туристических плакатах, были сильно «сглажены» и «улучшены», чтобы создать приятную глазу картинку, не соответствующую действительности. Таким образом, в СССР с помощью плакатной графики наблюдались кар-

динальные расхождения изображенного с действительностью, и в работах, созданных для привлечения иностранных туристов, это прослеживается отчетливо.

Новая экономическая политика, введённая в 1921 году, воскресила рекламный плакат, забытый в годы Гражданской войны. Продвижение продукции государственных предприятий расценивалось как важная экономическая и политическая задача. «Думайте о рекламе!» – призывал В.В. Маяковский, и его призыву последовали многие художники-новаторы. «Реклам-конструкторы» Маяковский и Родченко, Степанова и Лавинский агитировали за продукцию Моссельпрома и Чаеуправления, Госиздата и Резинотреста, делали световую и фасадную рекламу, упаковку, закладки для книг и другое. Родченко пропагандировал типо- и фотомонтаж, который нашёл широкое применение в оформлении книг и журналов, в создании плакатов. Фотография в качестве важнейшего образного элемента была введена и в рекламный плакат.

3. Инструктивно-методические и учебные плакаты. Такие издания представляли собой наглядные пособия в виде плакатов, предназначенные для разъяснения определённой узкоспециализированной темы. Такие плакаты имели сугубо прикладной характер и использовались на производстве, в учебных заведениях в процессе обучения [24].

«Содержанию классово-борьбы» в полной мере отвечало творчество художников политического плаката, который вновь занял передовые рубежи агитационной графики с началом индустриализации. В Советском Союзе плакаты и изображения с применением техники фотомонтажа стали мощным и действенным инструментом политической агитации и пропаганды. Он стал одним из самых популярных жанров изобразительного искусства у авангардистов того времени, считавших, что в отличие от обыкновенной фотографии, передающей статичный момент, новая техника позволяет показать движения более динамичными, раскрыть определённый сюжет и сказать больше, чем при помощи простой плёнки. «Для агитационного искусства понадобилась реалистичная изобразительность, созданная максимально высокой техникой и обладающая графической четкостью и остротой впечатления. Старые виды изобразительного искусства оказались недостаточными по своей отсталой технике и методам работы, чтобы удовлетворить массовые агитпотребности революции», – писал в статье один из первых основоположников нового направления Густав Клуцис.

Плакатные фотомонтажи Клуциса убеждали документальностью факта, метафоричностью графического языка, образами людей, запечатлённых фотообъективом. Успех метода разделяли единомышленники художника – С.Я.Сенькин, В.Н.Ёлкин, В.Н.Кулагина, Н.С.Пинус. Таким образом, советский плакат был политизирован и идеологизирован, но в то же время выполнен на очень высоком художественном уровне благодаря привлечению профессиональных художников.

Агитационные плакаты несли важные для государства пропагандистские функции: информационную – доносили до населения необходимую информацию, коммуникативную – были связующей нитью между властью и народом, имиджевую, представляя образ государственной власти в наиболее выгодном и предпочтительном свете.

Библиографический список:

1. Агитация искусством. Книга-альбом / Сост. Д. Шмитков, В.А. Зверев; авт. текста В.П. Шумков. – М.: Молодая гвардия, 1977. – 112 с.
2. Агитмассовое искусство Советской России. Материалы и документы: в 2 т. Том 2 / под ред. В.П. Толстого. – М.: Искусство, 2002. – 246 с.

3. Булок, А. Гитлер и Сталин. Жизнь и власть / А. Булок. – Смоленск, 1993.
4. Демосфенова, Г.Л. Советские плакатисты – фронту / Г.Л. Демосфенова. – М.: Искусство, 1985. – 208 с.
5. Егорова, С. Агитационный текстиль: забытые шедевры советского дизайна [Электронный ресурс] / С. Егорова // Режим доступа: <https://kulturologia.ru/blogs/080518/38882>.
6. Ильина Е.А., Буров М.Е., Культурология: Конспект лекций / Е.А. Ильина, М.Е. Буров. – М.; МИЭМП, 2005. – Режим доступа: <https://uchebnikfree.com/kultura/sovetskaya-kultura.html>.
7. Ильина, Т.В. История отечественного искусства. От крещения Руси до начала третьего тысячелетия: учебник для среднего профессионального образования / Т.В. Ильина, М.С. Фомина. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 370 с.
8. Клуцис, Г.Г. Фотомонтаж как средство агитации и пропаганды / Г.Г. Клуцис // За большевистский плакат. – М., 1932. – С. 83–108.
9. Ленин, В.И. «Что делать?» // МЛРД «Рабочий путь». – Режим доступа: <https://work-way.com/blog/2013/01/25/opyt-bolshevikov-propaganda-i-agitac/>
10. О постановке партийной пропаганды в связи с выпуском «Краткого курса истории ВКП(б)». – М., 1938.
11. Плакат [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rusavangard.ru/online/history/plakat>.
12. РГАСПИ. Ф. 71. Оп. 10. Д. 130. Л. 135.
13. Российский статистический ежегодник. 2014: Стат. сб. / Росстат. – М., 2014. – 693 с
14. Сделано в СССР: 10 главных советских дизайн-решений XX века [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://esquire.ru/articles/67432-sdelano-v-sssr-10-glavnyh-sovetskih-dizayn-resheniy-xx-veka/#part0>.
15. Советское искусство 1930-х годов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studme.org/1741031627092/istoriya/sovetskoe_iskusstvo_1930-h_godov
16. Становление системы советской агитации и пропаганды (1918–1924 гг.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rossaprimavera.ru/article/stanovlenie-sistemy-sovetskoj-agitacii-i-propagandy-1918-1924-gg>
17. Толстой, В.П. Искусство плакатных форм. Советская Россия. 1918–1932 / В.П. Толстой. – Режим доступа: http://www.plakaty.ru/remarks?rem_id=11.
18. Тугендхольд, Я. Искусство и революция: III. На фронте плаката / Я. Тугендхольд // Художник и зритель. – 1924.
19. Цаценко, Л.В. Использование юмористических рисунков в курсе «История и методология научной агрономии» / Л.В. Цаценко, Н.П. Лиханская, Н.А. Цаценко // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2015. – №02(106). – С. 500–511. – Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2015/02/pdf/31>.
20. Цаценко, Л.В. Советский фарфор как ресурс информации в курсе «История и методология научной агрономии» / Л.В. Цаценко, Н.А. Цаценко // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2015. – №05(109). – С. 500–511. – Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2015/05/pdf/29>.

21. Шигарева, Ю. Про «поЖрать и поРжать». Чему научит зрителя новое российское кино / Ю. Шигарева // Аргументы и факты. – 2014. – № 6 (1735). – С. 21–64.
22. Эпоха на блюдечке: изучаем агитационный фарфор из коллекции музея керамики в Кускове [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mos.ru/news/item/43065073/>.
23. Back in the USSR: A Revolutionary Design for the Proletariat [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://theculturetrip.com/europe/russia/articles/back-in-the-ussr-a-revolutionary-design-for-the-proletariat/>.
24. Hutchison, H.F. The Poster. An illustrated history / H.F. Hutchison. – N.Y., 1968.
25. Khodorovich, S. 1917–1987: Unsuccessful and Tragic Attempt to Create a «New Man» / S. Khodorovich // Website Orthodox America.

**БУТАКОВ ДЕНИС МАРКОВИЧ,
КОЛОЗЯН АНАИТ ВАГАНОВНА,
ШАЙХИСЛАМОВ ИЛЬНУР ИШТУГАНОВИЧ**

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

СМИРНОВА НАДЕЖДА АЛЕКСАНДРОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления

Научный руководитель: Смирнова Надежда Александровна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления

ХАРАКТЕРИСТИКА БАНКОВСКОГО РЫНКА ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. В статье анализируются состояние и тенденции развития банковского сектора в Челябинской области, выявляются общие и региональные особенности развития рынка с учетом основных параметров деятельности кредитных организаций.

Ключевые слова: банковский рынок; депозиты; активы банков; пассивы банков; кредитный портфель, банковский сектор Челябинской области.

Банковский сектор играет значительную роль в экономике любого государства, так как осуществляет аккумуляцию временно свободных денежных средств экономических субъектов, опосредует перемещение капитала между сегментами рынка, предоставляет ресурсы для развития бизнеса. В свою очередь уровень развития банковского сектора страны зависит от того, насколько развито банковское дело в регионах.

На положение банковского сектора как в стране, так и в регионах повлияли следующие факторы и ключевые тренды 2017 года [1, с. 38]:

- в 2017 г. Банк России снижал ключевую ставку шесть раз, до 7,75%, на фоне этого стоимость банковских кредитов также заметно снизилась;
- рефинансирование кредитов, полученных за последние два года.

Банковский сектор Челябинской области наряду с кредитными организациями (Ю) Курганской, Свердловской и Тюменской областей входит в состав банковского сектора Уральского федерального округа (УрФО).

В Челябинской области по состоянию на 01 апреля 2018 г. действовало шесть региональных банков с 37 филиалами и 152 внутренними структурными подразделениями, а также 11 филиалов и 588 внутренних структурных подразделений инорегиональных банков. По сравнению с началом года количество внутренних структурных подразделений сократилось на 36, при этом количество представительств банков возросло с четырех до шести [4].

В 2017 году ситуация в финансовом секторе региона, в том числе банковском сегменте, оставалась стабильной. С 2014 года в целом и по отношению к 2016 году выросла ресурсная база (рис. 1), объемы кредитования, повысилась прибыльность и капитализация кредитных организаций. В целом, на начало 2018 года в Челябинской области действует 830 пунктов банковского обслуживания, включая шесть региональных банков.

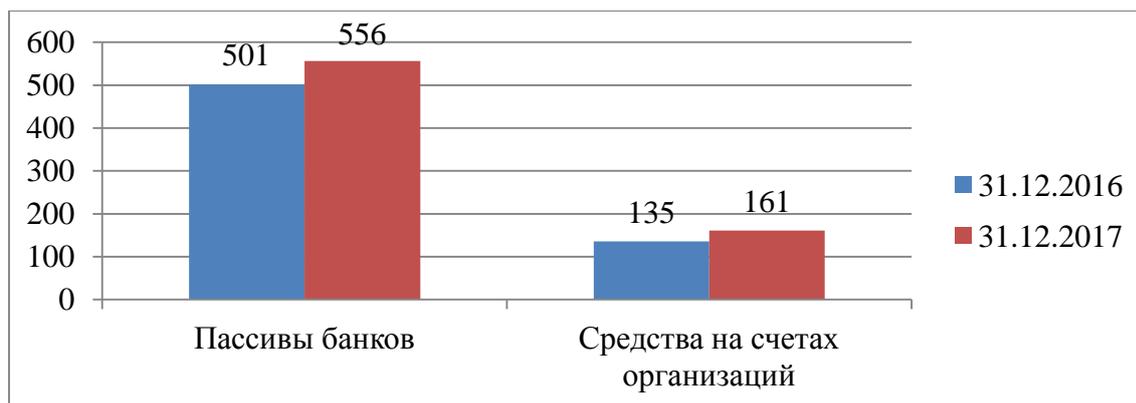


Рисунок 1 – Динамика пассивов банков в Челябинской области, млрд. руб.

За прошедший год ресурсная база кредитных организаций увеличилась более чем на 11%, превысив 556 млрд. руб. Наиболее активно росли средства на счетах организаций – на 19% до 161 млрд. руб., включая индивидуальных предпринимателей.

Важнейшая характеристика работы кредитных организаций – объем привлеченных средств на депозиты. Депозиты представляют собой один из основных источников ресурсов для кредитных организаций. Статистические данные, характеризующие динамику привлеченных вкладов в региональном банковском секторе, представлены на рисунке 2.

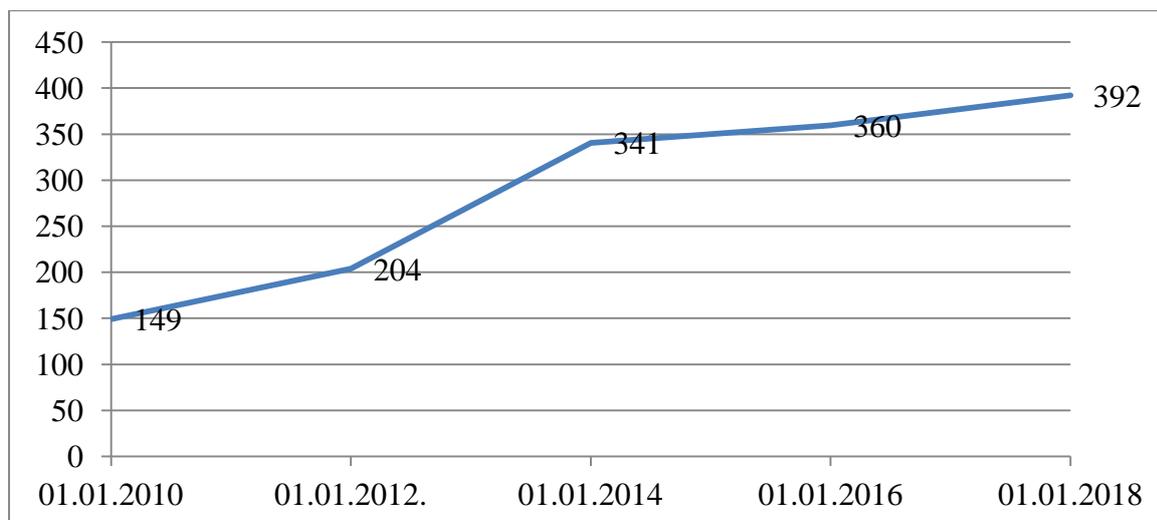


Рисунок 2 – Динамика депозитов банков в Челябинской области, млрд.руб.

Объем вкладов, привлеченных кредитными организациями Челябинской области, увеличился в 2,6 раза: в начале 2010 г. он составлял 149 млрд.руб. [1, с. 43], а на 01.01.2018 г. – 392 млрд.руб.[2]. Вклады населения с 2014 года увеличиваются более медленными темпами: с начала 2016 года выросли на 9% до 392 млрд.руб. Это, возможно, связано с постепенным переходом домашних хозяйств от сберегательной модели поведения к потребительской. Такая тенденция будет оказывать существенное влияние на показатели финансового сектора региона и в будущем.

На рисунке 3 представлена динамика кредитов, выданных банками Челябинской области.

Динамика вновь выдаваемых кредитов снижается. До 2014 года кредитование росло высокими темпами: до 2012 года – свыше 10% в год, с 2012-2014 гг. – до 5%. Кредитования физических лиц росло высокими темпами вплоть до 2014 года (с 2012-2014 гг. свыше 25% в год). Экономический кризис привел к сокращению кредитования в первую очередь физических лиц (4% за 2 года).

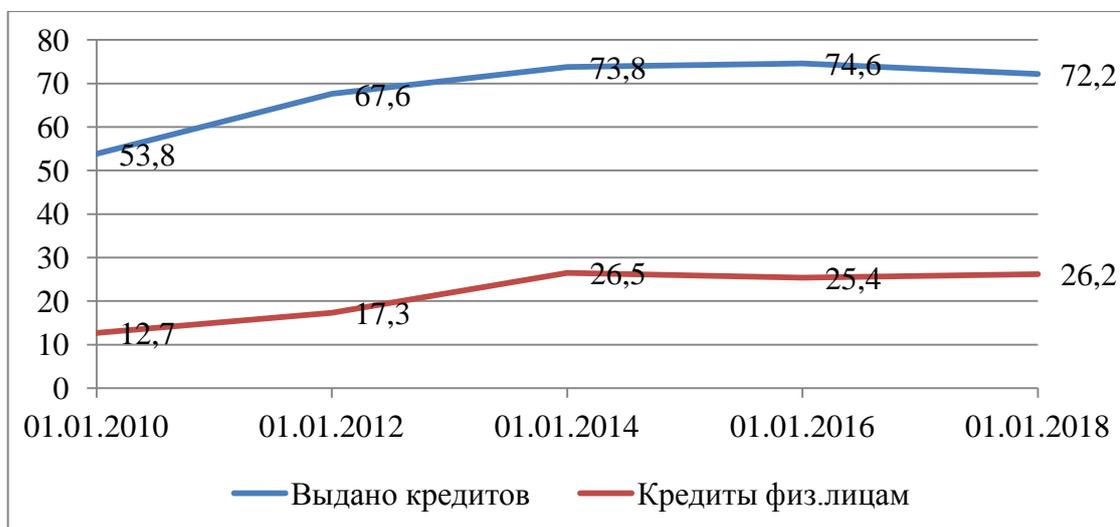


Рисунок 3 – Динамика сумм выданных банками кредитов в Челябинской области, млрд.руб. [5]

Задолженность по предоставленным банками кредитам возросла по сравнению с началом года на 6% до 728 млрд.руб. При этом объем выдачи кредитов за 2017 год увеличился намного существенно – более чем на 44% до 862 млрд.руб. [2]. Столь заметное опережение темпов роста выданных кредитов над увеличением их остатка может свидетельствовать об активном рефинансировании кредитов как организациями, так и населением в условиях поэтапного снижения ключевой ставки Банком России.

Данный тренд характерен для всей страны и будет оказывать значительное влияние на условия банковского кредитования в регионе в 2018 году, с одной стороны, повышая конкуренцию среди банков, с другой – делая банковские услуги для жителей области более доступными.

В таблице 1 представлен рейтинг ведущих банков региона, включая 2 региональных банка.

Таблица 1 – Топ-8 банков в Челябинской области по кредитному портфелю юридических лиц [3]

Банк	Кредитный портфель юр.лиц банка/филиала на 01.01.2018 г., млрд. руб.	Доля крупного бизнеса, %	Количество выданных кредитов юр.лицам в 2017 г.	Динамика кредитного портфеля юр.лиц, % в сравнении с 2016 г.	Доля просроченной задолженности в портфеле, %	Количество отделений
Региональные банки						
1. ПАО «Челиндбанк»	15,58	н/д	н/д	110	4,4	34
2. ПАО «Челябинвестбанк»	14,43	36,8	898	99	н/д	18

Банк	Кредитный портфель юр. лиц банка/ филиала на 01.01.2018 г., млрд. руб.	Доля крупного бизнеса, %	Количество выданных кредитов юр.лицам в 2017 г.	Динамика кредитного портфеля юр.лиц, % в сравнении с 2016 г.	Доля просроченной задолженности в портфеле, %	Количество отделений
Филиалы инорегиональных банков						
1. ЧО ПАО Сбербанк	102,50	94,7	2470	102	0,8	н/д
2. РОО в г. Челябинске филиала Банка ВТБ (ПАО) в г. Екатеринбурге	42,21	56,0	154	119	0,3	2
3. Челябинский региональный филиал АО «Россельхозбанк»	15,70	62,0	644	111	10,0	22
4. ЧТД филиала ПАО «БАНК УРАЛСИБ» в г. Екатеринбург	5,00	61,2	171	130	3,0	6
5. ПАО Райффайзенбанк	4,16	н/д	273	27	3,0	2
6. ПАО Уральский банк реконструкции и развития	1,48	1,0	57	108	1,3	2

Наиболее существенная кредитная поддержка в прошедшем году была оказана предприятиям обрабатывающих производств (прежде всего, металлургам), чьи обязательства перед банками за год возросли на 2% до 202 млрд.руб. Намечился и восстановительный рост кредитования строительной отрасли. Задолженность строительных организаций по кредитам увеличилась в 2,5 раза до 29 млрд.руб.

Продолжился рост кредитов, предоставленных субъектам малого и среднего бизнеса: их задолженность по ссудам за 2017 год увеличилась более чем на 4%, практически достигнув 68 млрд.руб. Более активно пользовались кредитами и жители области. Обязательства населения возросли на 11% до 274 млрд.руб., в том числе по ипотечным кредитам – на 2% до 115 млрд.руб.

При этом качество розничного кредитного портфеля банков в прошедшем году продолжало улучшаться.

2017 год ознаменовался началом выхода из кризиса строительной отрасли, а вместе с тем новым стремительным этапом развития ипотеки. Существенный рост сохраняется в 2018 году, при этом общее снижение ипотечных ставок составит 1,25–1,5% [2]. В целом, можно говорить, что в ипотеке общее направление задают государственные банки. Большинство частных банков за пределами топ-10 в последний год существенно потеряли в маржинальности ипотеки. Текущее решение ЦБ по ключевой ставке оказалась сверх ожидания рынка, поэтому процесс снижения ставок по кредитам будет продолжаться, но уже не так динамично.

Банкиры отметили, что просроченная задолженность по кредитам как среди бизнеса, так и среди населения в прошлом году значительно снизилась. При этом объем выданных кредитов в регионе увеличился. Рост произошел как в потребительском кредитовании, автокредитовании, ипотеки, так и в кредитовании предприятий МСБ. Величина просроченной задолженности по кредитам населению в сравнении с началом года снизились почти на 11% (до 19 млрд.руб.). Соответст-

венно уменьшилась доля просроченной задолженности в кредитах жителей области (на 1,8 п.п. до 7%) [2].

Подводя итоги, стоит отметить, что в 2017 году прибыль банковского сектора превысила 1,4 трлн.рублей и побила рекорды 2012–2013 годов, которые были лучшими за последнее время с точки зрения рентабельности банковского бизнеса [2]. Прибыль банков росла на фоне снижения процентных ставок за счет увеличения чистого процентного дохода, а также за счет сокращения отчислений в резервы на возможные потери, что явилось результатом консервативного подхода банков к кредитованию.

В целом, как отмечают эксперты в области финансов, для экономики региона ситуация на банковском рынке сложилась благоприятная и отмечают постепенное восстановление банковского сектора. В качестве основного фактора роста выделяются стабилизация экономики и рост доходов жителей страны, снижение ключевой ставки и, как следствие, снижение ставок по кредитам, реализованный эффект отложенного спроса.

В 2018–2019 гг. представители кредитных организаций планируют сохранить положительную динамику роста. Ожидается увеличение объемов кредитования как физических, так и юридических лиц продолжится возрождение ипотеки, в особенности в рамках государственных программ.

Библиографический список:

1. Кредитная линия, март 2018 года: Банки подвели итоги года [*Электронный ресурс*]. – Режим доступа: https://www.deltacredit.ru/about_the_bank/pressroom/smi-o-nas/banki-podveli-itogi-goda/.

2. Смирнова, Н.А. Характеристика банковского сектора Челябинской области: текущие тенденции / Н.А. Смирнова // *Деньги и кредит*. – 2014. – №10. – С. 38–44.

3. Рейтинг банков Челябинска [*Электронный ресурс*]. – Режим доступа: <http://chel.dk.ru/wiki/rejting-bankov#h2-0>.

4. Рейтинги банков Челябинской области [*Электронный ресурс*]. – Режим доступа: http://www.banki.ru/banks/ratings/?REGION_ID=182.

5. Центральный банк РФ [*Электронный ресурс*]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/region/info/chel/credit-orgs/>.

ВАЛИЕВА МАРИНА ВАГИЗОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Бодрова Екатерина Григорьевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЛАСТИКОВЫХ КАРТ НА ПРИМЕРЕ ПАО АКБ «СВЯЗЬ-БАНК»

Аннотация. В статье анализируется динамика использования пластиковых карт на примере ПАО АКБ «Связь-Банк». Приведены решающие факторы выдачи дебетовых карт, структура выданных пластиковых карт, а также даны рекомендации по совершенствованию использования пластиковых карт ПАО АКБ «Связь-Банк».

Ключевые слова: пластиковые карты, динамика, банковская деятельность, анализ, дебетовые карты.

ПАО АКБ «Связь-Банк» предоставляет физическим и юридическим лицам выпуск и выдачу пластиковых карт, которые пользуются особой популярностью у населения. Быть держателем пластиковой карты очень выгодно, т.к. не надо хранить все денежные средства при себе, а в нужный момент можно снять деньги в ближайшем банкомате или непосредственно в Банке. ПАО АКБ «Связь-Банк» осуществляет эмиссию двух видов пластиковых карт: дебетовые и кредитные. На рисунке 1 приведем статистику выдачи дебетовых пластиковых карт Банке за 2016–2018 гг [3].

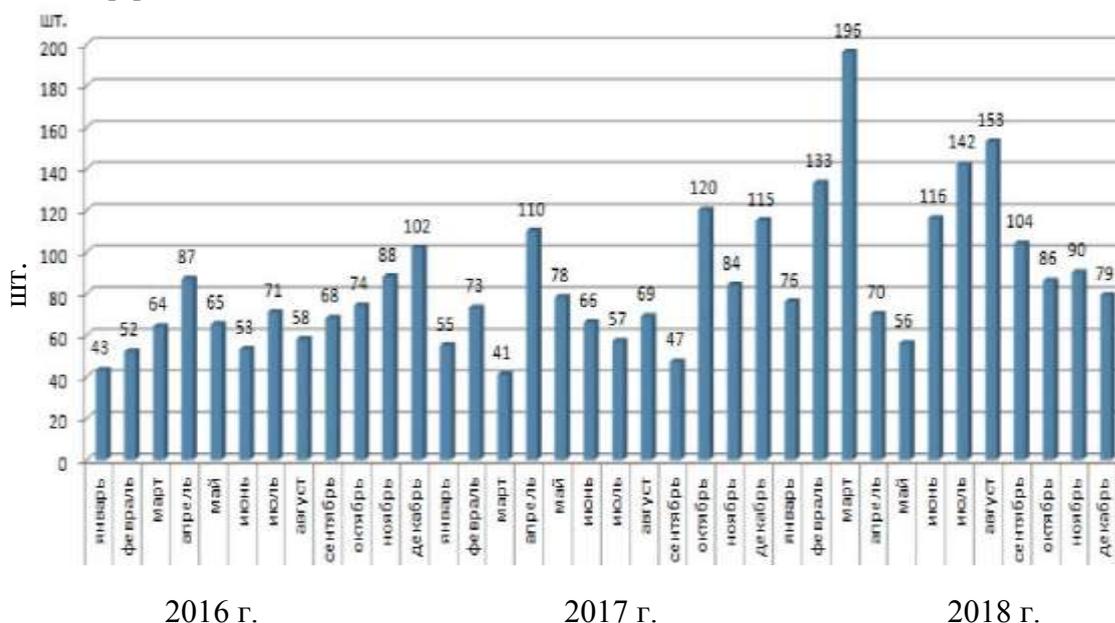


Рисунок 1 – Динамика выдачи дебетовых пластиковых карт в ПАО АКБ «Связь-Банк» за 2016–2018 гг.

График выдачи дебетовых карт показывает, что объем выдачи за три последних года возрос на 57,7%. При этом наблюдаются сезонные спады продаж (январь и летние месяцы), связанные со спадом в финансовой активности населения.

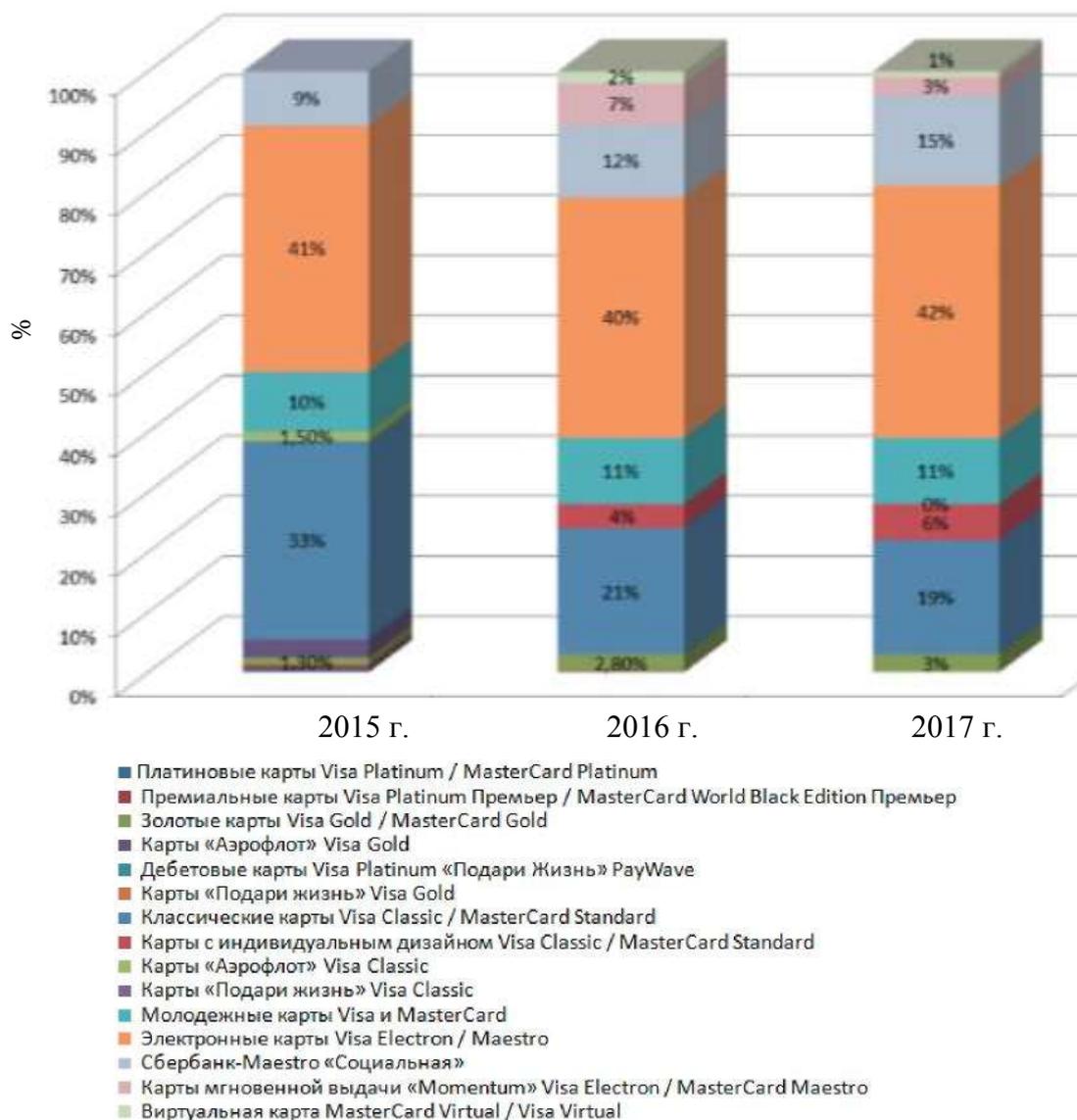


Рисунок 2 – Структура востребованных дебетовых пластиковых карт в ПАО АКБ «Связь-Банк» в 2016-2018 гг.

Следует обратить внимание на рост востребованности молодежных и социальных пенсионных карт, что обусловлено ростом финансовой и информационной грамотности населения [1, с. 50]. Прочие социальные проекты, такие, как «Подари жизнь» и специализированные («Аэрофлот»), остаются невостребованными. Упала до нуля востребованность и престижных карточных проектов (платиновые и премиальные дебетовые карты) ввиду несоответствия стоимости годового обслуживания потребностям целевой группы. За три года выросла с нуля до 6% доля карт с индивидуальным дизайном, что позволяет оценить данный продукт как перспективный. Недостаточно успешно ведутся продажи карт мгновенной выдачи и виртуальных карт [5, с. 138].

Таким образом, в динамике выдачи дебетовых карт решающими факторами выступают:

- 1) сезонность финансовой активности населения;

2) тенденция экономии на стоимости годового обслуживания в наборе с оптимальным пакетом услуг.

Далее рассмотрим эмиссию и выдачу кредитных карт.

На рисунке 3 приведем статистику выдачи кредитных пластиковых карт по ПАО АКБ «Связь-Банк» за 2016–2018 гг.

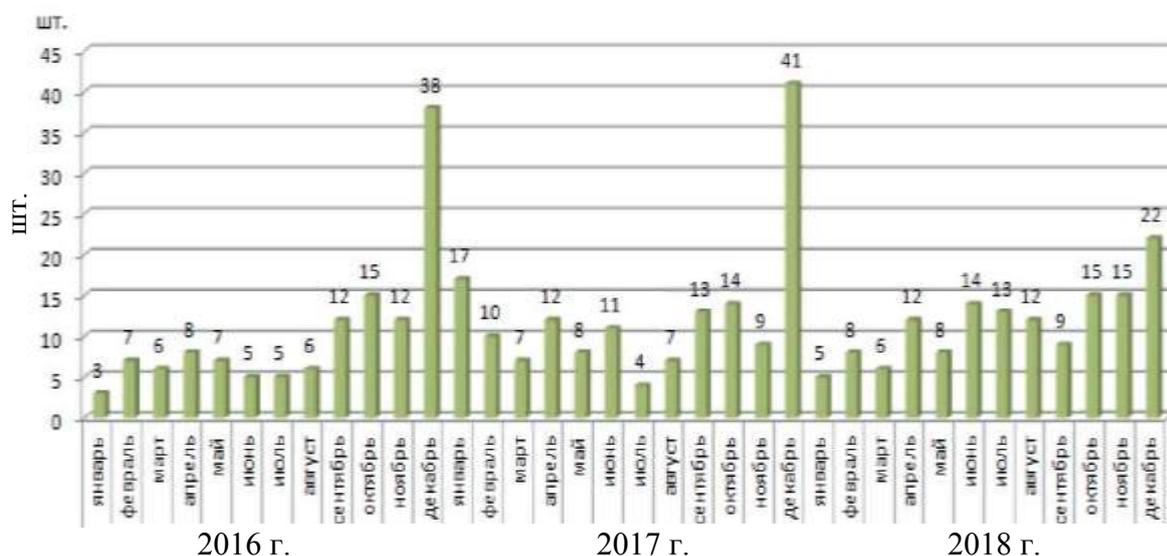


Рисунок 3 – Динамика выдачи кредитных пластиковых карт в ПАО АКБ «Связь-Банк» за 2016-2018 гг.

Как показывают приведенные данные, операции выдачи кредитных пластиковых карт по ПАО АКБ «Связь-Банк» за 2016–2018 гг. единичные. За три года объемы выдачи возросли на 12%, что является незначительным приростом. Спрос на кредитные карточные продукты относительно стабилен и носит сезонный характер – максимальные масштабы выдачи кредитных пластиковых карт наблюдаются, как правило, в декабре перед новогодними праздниками, а летом ежегодно наблюдается спад, иными словами, на динамику выдачи кредитных пластиковых карт оказывает влияние культура потребления [4, с. 83].

Подводя итог анализу выдачи эмитированных пластиковых карт в ПАО АКБ «Связь-Банк» за 2016–2018 гг., отметим преобладание выдачи именно дебетовых (расчетных) карт (рис. 4).

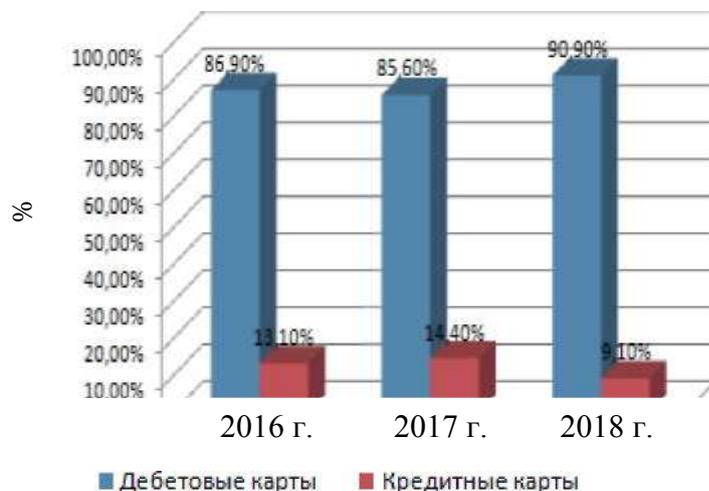


Рисунок 4 – Структура выданных пластиковых карт в ПАО АКБ «Связь-Банк» за 2016–2018 гг.

В структуре выданных за 2016–2018 гг. пластиковых карт в ПАО АКБ «Связь-Банк» расчетные (дебетовые) карты стабильно составляют 85–90%, при этом их удельный вес возрастает. Невысокий спрос на кредитные карты позволяет задаться вопросом о качестве пластиковых кредитных продуктов.

Далее перейдем к организации банковского обслуживания пластиковых карт в ПАО АКБ «Связь-Банк» за 2016–2018 гг.

Карта является собственностью Банка и выдается во временное пользование. Банк имеет право отказать без объяснения причин в выдаче или перевыпуске карты в случае отсутствия у лица, указанного в Заявлении, регистрации (прописки) на территории обслуживания Банка, предоставления им в Заявлении неверной информации, неустойчивого финансового положения или наличия иных данных, свидетельствующих о невозможности выдачи (перевыпуска) Карты данному лицу.

Рекомендации по совершенствованию использования пластиковых карт ПАО АКБ «Связь-Банк».

1. Предлагается развивать обучение персонала методам эффективных продаж с ориентацией на продажи карточных продуктов и грамотное обслуживание пластиковых карт, а также рекламу и продвижение карточных банковских продуктов, в том числе кросс-продажи каждому клиенту, обратившемуся в ПАО АКБ «Связь-Банк». При этом необходимо ранжировать клиентов по их потребностям, чтобы уточнить потенциальных держателей карт, определить востребованные характеристики выпускаемых платежных карт. Например, клиенту необходимо иметь смарт-карту или максимально возможную кредитную линию либо статусный продукт с многообразными дополнительными услугами [2, с. 206]. Для этого потребуются разработка систем обучения и повышения квалификации персонала банка. Таким путем повысится доверие населения к банковской системе [3, с. 175].

2. Наиболее яркой тенденцией, способной кардинально изменить карточный платежный оборот, является персонализация услуг. Имеется в виду растущая индивидуализация платежных карт, которую необходимо развивать для достижения цели снижения наличного обращения в платежном обороте.

Библиографический список:

1. Бодрова, Е.Г. Анализ ценовой политики ювелирного производства (на примере бренда *Wishing on a star jewelry*) / Е.Г. Бодрова // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2018. – Т. 7. – № 1 (22). – С. 49–52.

2. Горбунова, А.В. Анализ и оценка банковских услуг для молодежи / А.В. Горбунова, И.С. Полушина // Современная экономика и общество глазами молодых исследователей: сборник статей участников международной научно-практической конференции V уральского вернисажа науки и бизнеса; под общ. ред. Е.П. Велихова. – Челябинск: Изд-во Челябинского государственного университета, 2018. – С. 206–210.

3. Лаврентьева, Е.С. Финансовый супермаркет как современная модель развития коммерческих банков / Е.С. Лаврентьева, И.С. Полушина // Современная экономика и общество глазами молодых исследователей: сборник статей участников международной научно-практической конференции V уральского вернисажа науки и бизнеса; под общ. ред. Е.П. Велихова. – Челябинск: Изд-во Челябинского государственного университета, 2018. – С. 175–179.

4. Сайт ПАО АКБ Связь банк [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.sviaz-bank.ru>.

5. Смирнова, Н.А. Развитие банковского сектора Челябинской области
Н.А. Смирнова // Вестник Поволжского государственного технологического университета. Сер.: Экономика и управление. – 2017. – № 1 (33). – С. 83–94.

6. Тишина, В.Н. Тенденции управления персоналом в банке / В.Н. Тишина, А.Р. Кознева // Современное образование: опыт прошлого – взгляд в будущее: Материалы Международной научно-практической конференции 21 апреля 2018 г. – Челябинск: ЧОУВО МИДиС, 2018. – С. 138–140.

ГАЛАНОВ АЛЕКСАНДР ВЛАДИСЛАВОВИЧ

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет»

Научный руководитель: Коняева Елена Александровна

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет», кандидат педагогических наук, доцент

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Аннотация. В статье рассматриваются некоторые аспекты использования информационно-коммуникационных технологий в образовательной деятельности. Представлены различные трактовки понятия «информационно-коммуникационные технологии»; приведены дидактические задачи, решаемые ИКТ; рекомендации методического сопровождения использования ИКТ.

Ключевые слова: образовательный процесс; информационные технологии; информационно-коммуникационные технологии; интернет-конференция; интернет-телефония.

Информационные технологии диктуют новые требования к профессионально-педагогическим качествам преподавателя, к методическим и организационным аспектам использования в обучении информационно-коммуникационных технологий.

Г.К. Селевко рассматривает информационно-образовательные технологии как технологии в сфере образования, использующие специальные технические информационные средства (компьютер, аудио, видео) для достижения педагогических целей [9].

И.Г. Захарова обращает внимание на то, что новые информационные технологии следует понимать как приложение информационных технологий с целью создания новых возможностей передачи знаний, восприятия знаний и всестороннее развитие личности учащегося в ходе учебно-воспитательного процесса [1].

И.В. Роберт определяет информационные технологии как практическую часть научной области информатики, представляющую совокупность средств, способов, методов автоматизированного сбора, обработки, хранения, передачи, использования информации для получения определенных, заведомо ожидаемых результатов [8].

Г.М. Нурмухамедов под информационно-коммуникационными технологиями понимает технологию создания, обработки, передачи и хранения учебных материалов, организации и сопровождения учебного процесса посредством телекоммуникационной связи, в частности, электронных локальных, региональных и глобальных сетей (Интернет) и соответствующих сервисов [7].

Сегодня у любого преподавателя имеется в распоряжении многочисленные возможности применения в процессе обучения средств ИКТ – это информация из сети Интернет, электронные учебники, словари и справочники, презентации, программы, различные виды коммуникации – чаты, форумы, блоги, электронная почта, телеконференции, вебинары и многое другое. Благодаря этому актуализируется содержание обучения, происходит быстрый обмен информацией между участниками образовательного процесса. При этом преподаватель не только образовывает, раз-

вивает и воспитывает обучающегося, но и с внедрением новых технологий получает мощный стимул для самообразования, профессионального роста и творческого развития. Помимо этого, использование ИКТ в обучении помогает педагогу решить такие дидактические задачи, как [3]:

- формирование устойчивой мотивации;
- активизация мыслительных способностей обучающихся;
- привлечение к работе пассивных обучающихся;
- повышение интенсивности учебного процесса;
- обеспечение живого общения с представителями других стран и культур;
- приучение обучающихся к самостоятельной работе с различными источниками информации;
- реализация лично ориентированного и дифференцированного подхода к обучению;
- активизация процесса обучения, возможность привлечения обучающихся к исследовательской деятельности;
- обеспечение гибкости процесса обучения.

Основным средством ИКТ для информационной среды любой системы образования является персональный компьютер, возможности которого определяются установленным на нем программным обеспечением.

В сети доступны распространенные средства ИКТ, к числу которых относятся электронная почта, списки рассылки, группы новостей, чат. Разработаны специальные программы для общения в режиме реального времени, позволяющие после установления связи передавать текст, вводимый с клавиатуры, а также звук, изображение и любые файлы. Эти программы позволяют организовать совместную работу удаленных пользователей с программой, запущенной на локальном компьютере [4].

С появлением новых алгоритмов сжатия данных доступное для передачи по компьютерной сети качество звука существенно повысилось и стало приближаться к качеству звука в обычных телефонных сетях. Как следствие, весьма активно стало развиваться средство ИКТ – интернет-телефония. С помощью специального оборудования и программного обеспечения через Интернет можно проводить аудио- и видеоконференции.

Для обеспечения эффективного поиска информации в телекоммуникационных сетях существуют автоматизированные поисковые средства, цель которых – собирать данные об информационных ресурсах глобальной компьютерной сети и предоставлять пользователям услугу быстрого поиска. С помощью поисковых систем можно искать документы всемирной паутины, мультимедийные файлы и программное обеспечение, адресную информацию об организациях и людях.

С помощью сетевых средств ИКТ становится возможным широкий доступ к учебно-методической и научной информации, организация оперативной консультационной помощи, моделирование научно-исследовательской деятельности, проведение виртуальных учебных занятий (семинаров, лекций) в режиме реального времени [2].

Важную роль играет методическое сопровождение использования ИКТ, обобщение и распространение педагогического опыта в области использования ИКТ (проведение семинаров, мастер-классов, вебинаров и т.д.). Необходимым условием эффективного и систематического использования функциональной грамотности в сфере ИКТ в образовательной деятельности для достижения высоких результатов является внутренняя мотивация, готовность преподавателя к проведению занятий с использованием ИКТ, осознанное перенесение полученных теоретических знаний и практических навыков в практическую педагогическую деятельность, использование готовых

мультимедийных программ в учебном процессе, образовательных ресурсов сети Интернет, общение в сетевых сообществах, пользование социальными сервисами, создание и использование в учебном процессе собственных простейших и имеющихся программных продуктов, образовательных сайтов [5].

Таким образом, применение информационно-коммуникационных технологий в обучении влечет за собой много вопросов, на которые необходимо искать ответы для того, чтобы формирование информационной компетентности всех участников образовательного процесса было не мучительным и тернистым, а творческим, целеустремленным и результативным. При этом не стоит забывать о том, что компьютерные технологии – это только средство, которое никогда не заменит живое слово учителя. Сегодня современный педагог работает с молодым поколением, готовит его к жизни в новом обществе, значит, сам должен идти в ногу со временем. Степень успешности педагогов в освоении новых технологий и методик зависит в большей степени от преданности профессии, стремления к познанию нового, заинтересованность в самообразовании.

Библиографический список:

1. Захарова, И.Г. Информационные технологии в образовании: учеб. пособие для студ. учеб. заведений / И.Г. Захарова. – М.: Академия, 2018. – 192 с.
2. Коняева, Е.А. Готовность к использованию дистанционных образовательных технологий как условие социально-профессиональной мобильности будущих педагогов / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Социально-профессиональная мобильность в XXI веке: сб. материалов и докладов Международной конф. 29–30 мая 2014 г. – Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2014. – С. 70–74.
3. Коняева, Е.А. Конструирование модульного содержания учебной дисциплины как средство формирования профессиональной компетенции будущих специалистов / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Профессиональное образование: методология, технология, практика: сборник научных статей / под ред. В.В. Садырина. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Цицеро»; Челяб.гос.пед.ун-т, 2015. – Вып. 8. – С. 104–109.
4. Коняева, Е.А. Некоторые средства электронного обучения / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Проблемы педагогической теории и практики. Сборник научных статей. – СПб.: Изд-во БПА, 2014. – С. 81–84.
5. Коняева, Е.А. Развитие дистанционных образовательных технологий в аспекте педагогической безопасности / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Безопасность социальной сферы в условиях современной поликультурной России: сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. с межд. участ. 24–25 ноября 2012 г. – Челябинск: Изд-во ООО «Цицеро», 2012. – С.89–93.
6. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования / Под ред. Е.С. Полат. – М., 2017.
7. Нурмухамедов, Г.М. Электронные учебные курсы: потребности образования, проектирование, разработка, проблемы и перспективы / Г.М. Нурмухамедов // Информатика и образование. – 2017. – № 1. – С. 33–39.
8. Роберт, И.В. современные информационные технологии в образовании: дидактические проблемы; перспективы использования / И.В. Роберт. – М.: ИИО РАО, 2017. – 140 с.
9. Селевко, Г.К. Современные образовательные технологии: учеб. пособие / Г.К. Селевко. – М.: Народное образование, 2016. – 256 с.

ГАЛИМОВА ЮЛИЯ ДМИТРИЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

АЛЕКСАНДРОВА ЛЮДМИЛА ДМИТРИЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат философских наук

Научный руководитель: Александрова Людмила Дмитриевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат философских наук

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА В ОТЕЛЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ СЕТИ «RADISSON BLU CHELYABINSK» И АНАЛИЗ КАЧЕСТВА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Аннотация. Данная статья посвящена организационно-управленческой характеристике отеля «Radisson Blu Chelyabinsk», а также анализу деятельности и оценке качества обслуживания гостей. Актуальность результатов исследования и выявление проблем в сфере управления качеством гостиничного предприятия позволяют представить рекомендации, влияющие на укрепление позиции отеля на рынке гостиничных услуг в г. Челябинске и повышение общего результата деятельности отеля.

Ключевые слова: гостеприимство, организационная структура, качество обслуживания, анализ, эффективность, международные стандарты, конкурентность, услуга.

Гостеприимство – сфера гостиничного и ресторанного бизнеса является базовой для постоянно развивающейся индустрии туризма. Мировое гостиничное хозяйство насчитывает около 350 тыс. комфортабельных гостиниц, располагающих более чем 14 млн. номеров (26 млн. мест). При этом в России насчитывается более 263 тысяч гостиничных номеров, 37 тысяч из которых находятся в г. Москве, еще 18 тысяч – в г. Санкт-Петербурге и 208 тысяч приходится на другие регионы страны. В условиях рыночной экономики средства размещения конкурируют друг с другом за привлечение инвестиций, и в связи с этим они заинтересованы в повышении своего рейтинга и усилении привлекательности [2, с. 78].

«Radisson Hotel Group» – один из наиболее динамично развивающихся мировых гостиничных операторов. Компания управляет отелями в 60 странах мира, которые располагаются в городских центрах, пригородных зонах и популярных курортах. Отель «Radisson Blu Chelyabinsk» – международный отель европейского уровня в самом центре города Челябинска, который открыл свои двери в апреле 2014 года (211 номеров) [4]. Отель находится под дистанционным управлением руководства официального представительства компании в г. Москве. Дизайн отеля составлен шведским дизайнером Кристианом Ландвалем. Все номера отеля выполнены в трех стилевых направлениях: морской стиль, городской стиль и стиль нью-йоркской квартиры.

Основной задачей менеджмента «Radisson Blu Chelyabinsk» является содействие основным целям гостиничной сети «Radisson»: обеспечение потребностей гостей при условии оптимизации прибыли и предоставления высококлассного сервиса по доступным ценам. Рассмотрим организационную структуру отеля «Radisson Blu Chelyabinsk» (рис. 1)



Рисунок 1 – Организационная структура отеля «Radisson Blu Chelyabinsk»

Проанализировав данный рисунок, можно установить, что тип организационной структуры «Radisson Blu Chelyabinsk» линейно-функциональный. Главная особенность линейно-функциональной структуры в том, что она дает возможность использовать сразу достоинства и линейного, и функционального менеджмента. Недостаток данной структуры заключается в слабой гибкости. Организации крайне сложно приспосабливаются к изменениям во внешней среде при использовании такого построения аппарата управления.

Чтобы оценить положение «Radisson Blu Chelyabinsk» на потребительском рынке, проведем SWOT анализ отеля «Radisson Blu Chelyabinsk» (табл. 1)

Таблица 1 – SWOT-анализ «Radisson Blu Chelyabinsk»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> – Финансовая стабильность; – репутация индивидуального отеля с атмосферой роскоши и домашнего уюта; – положительный имидж; – международный формат отеля; – региональный охват (сеть отелей); – тенденция увеличения количества постоянных клиентов 	<ul style="list-style-type: none"> – Несовершенная материальная мотивация персонала гостиницы; – высокие цены; – отсутствие четкой конкурентной стратегии; – дизайн сайта отеля нуждается в корректировании и доработках; – часть клиентов остается недовольна комплексом предоставляемых услуг
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> – Увеличение спроса на услуги отеля; – увлечение количества клиентов (в том числе – постоянных); – ассортимент услуг может быть значительно расширен (например, добавить бизнес-услуги) 	<ul style="list-style-type: none"> – Появление новых конкурентов; – изменение вкусов клиентов; – снижение количества туристов; – экономическая ситуация в России нестабильна, возможны ее отрицательные колебания

Как показывает SWOT-анализ, к наиболее значимым сильным сторонам отеля можно отнести его международный формат и функционирование в разрезе ши-

рокой сети с отличным имиджем. Наиболее значимые слабые стороны – высокие цены на услуги и несформированная конкурентная стратегия, но при эффективном планировании деятельности есть все возможности следовать правильному стратегическому курсу на развитие, добиться высоких результатов и увеличить прибыли.

Проведем анализ конкурентной среды организации (табл.2) и рассмотрим многоугольник конкурентоспособности (рис.2), с представленными средними показателями по десятибалльной шкале конкурентных свойств четырех основных отелей города по рейтингу www.booking.com [1].

Таблица 2 – Сравнительная оценка гостиницы «Radisson Blu Chelyabinsk» с конкурентами

Критерии	Radisson Blu	Алмаз	Видгофф	Park City
1. Ассортимент	9	7	10	8
2. Цена	6	8	5	7
3. Качество	10	8	9	7
4. Обслуживание	10	8	10	8
5. Рекламная активность	10	3	6	5
6. Уникальные предложения	8	5	6	3
7. Знание бренда	10	3	7	4
8. Удобство	10	8	10	7



Рисунок 2 – Многоугольник конкурентоспособности

Преимущества отеля по сравнению с конкурентами заключаются в качестве как обслуживания по международным стандартам сервиса «Radisson Hotel Group», так и товара, активности рекламы и знании своих гостей (потребителей услуг). Недостатки наблюдаются в цене и ассортименте. Недостаток в цене – это, скорее, преимущество для «Radisson Blu Chelyabinsk», ведь таким образом предприятие отсеивает нежелательных гостей. Что касается ассортимента, его можно исправить путем открытия небольшого стенда с купальными принадлежностями для бассейна, мерч-сувенирами, а также расширить меню ресторана, включив детские блюда и создав карту вегетарианских блюд (или здорового питания).

На основании исследования появляется необходимость разработки специальных управленческих решений и предложений, которые могут повлиять на экономические факторы, имидж отеля и лояльность гостей:

- 1) организовать работу детской комнаты в ресторане «Paulaner Brauhaus»;
- 2) ввести услугу няни в отеле;
- 3) обновить систему материального и нематериального стимулирования труда сотрудников, создать условия для отдыха персонала;
- 4) провести аудит «Тайный гость» с целью выявления проблем и повышения качества сервиса.

Предполагаемые результаты от внедрения рекомендаций – это привлечение большего числа гостей (новых клиентов), совершенствование качества обслуживания гостей, повышение комфортной среды для сотрудников, увеличение количества гостей с детьми, повышение наполняемости номерного фонда, ресторана и бара, повышение узнаваемости предприятия, увеличение прибыли и повышение конкурентоспособности отеля «Radisson Blu Chelyabinsk».

Таким образом, проведенный анализ организации управленческой деятельности гостиничного предприятия является значимым для мониторинга качества самого менеджмента и оценки предоставляемых услуг, позволяющих отелю «Radisson Blu Chelyabinsk» занимать высокие позиции на рынке гостиничных услуг г. Челябинска и внутри международной сети «Radisson».

Библиографический список:

1. Booking.com. Система интернет-бронирования отелей. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https:// booking.com](https://booking.com).
2. Байлик, С.И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание [Текст]: Учеб. пособие / С.И. Байлик. – М.: ПрофОбИздат, 2000. – 232 с.
3. Баранова, Е.В. Основы индустрии гостеприимства [Текст]: учебное пособие / Е.В. Баранова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 72 с.
4. Официальный сайт сети отелей «Radisson Blu». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.radissonblu.com/ru>.

ГАРИПОВА АЛИЯ РАЖАПОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Абрамова Елена Николаевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой лингвистики и межкультурной коммуникации

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ С СОМАТИЗМАМИ

Аннотация: В статье рассматривается анализ фразеологических единиц с соматизмами.

Ключевые слова: фразеологические единицы, фразеологизмы, соматизмы.

Фразеология как наука появилась не так давно. Она превзошла рамки разделов лексикологии и переросла в отдельную лингвистическую дисциплину, которая имеет свой предмет изучения. Ее родоначальником является швейцарский лингвист Шарль Балли. Он выделял сочетания слов по степени их устойчивости.

Определения фразеологической единицы различных лингвистов отличаются друг от друга по выделяемым критериям и терминологии. На сегодняшний день нет единогласного определения фразеологизма.

По В.Н. Ярцевой, фразеологизмы – это общее название семантически связанных сочетаний слов и предложений, которые воспроизводятся в речи в фиксированном соотношении семантической структуры и определенного лексико-грамматического состава [3].

Ф. Вакк во время анализа фразеологического фонда эстонского языка назвал те элементы фразеологизмов, что указывают на части человеческого тела, соматическими. Так был введен термин «соматизм» [1].

Материалом исследования послужили фразеологические единицы, подобранные методом сплошной выборки из «Англо-русского словаря наиболее употребительных фразеологических выражений» П.П. Литвинова и справочника-словаря Л.Ю. Комаровой «Фразеологические обороты. Англо-русские соответствия, From A to Z». Объем исследуемого материала составил 236 фразеологических единиц, однако выбраны были 87 из них, содержащих компонент *head* – голова, включая ее части – глаза, нос, уши, рот, волосы. Их можно представить в системе лексико-семантических полей.

Познавать окружающий нас мир и реагировать соответствующим образом нам позволяют пять чувств. Именно с помощью них человек способен получать информацию о нашем мире, окружении и самом себе. В ходе анализа было отмечено, что больше всего (29%) фразеологизмов чувственного восприятия связано со зрением. Человек способен видеть благодаря множеству органов: зрачок, роговица, хрусталик, сетчатка глаза. Однако абсолютное большинство составляют фразеологизмы со словом *eyes* – глаза. Например, *cast one's eyes on smth/smb* – положить глаз на что-либо или кого-либо; *enough to put in your eye* – как кот наплакал, очень мало. Такая широкая распространенность данной группы соматизмов может быть связана с тем, что через орган зрения человек получает наибольший объем информации об окружающем мире (около 80%) по сравнению с другими органами чувств. Однако 2% фразеологизмов не вошло в классификацию, так как данные фразеологические единицы не обозначают чувственное восприятие: *get in smb's hair* – раздражать.

Все выбранные единицы можно систематизировать по классификации Н.М. Шанского согласно частям речи, который выделяет глагольные, наречные, адъективные, субстантивные фразеологические единицы. Так, 62% из анализируемых соматизмов приходится на глагольные фразеологизмы. Их стержневым компонентом является глагол. Например, *to eat one's head off* – не окупать себя; *to hit the nail on the head* – правильно угадать, попасть в точку. Самой малочисленной группой оказались субстантивные (т.е. именные) фразеологизмы – 5%.

Стилистически наша речь не является однородной. От ситуации к ситуации и в зависимости от сфер общественной жизни, в которых применяется язык, человек может использовать различные функциональные стили речи: при чтении книг и газет, просмотре телевизора или во время общения с людьми.

По определению Шанского, межстилевые фразеологические обороты – это устойчивые сочетания слов, которые известны и употребимы во всех стилях языка [2]. Они общеупотребимы и не содержат какой-либо оценки: *from head to foot* – с головы до пят. На данную группу приходится 61% от всех анализируемых соматизмов. Такую широкую распространенность нетрудно объяснить обширным использованием данных фразеологизмов в современных реалиях. Самой малочисленной по распространенности группой является группа архаизмов и историзмов, т. к. эти соматизмы вышли из активного употребления. Например: *see a mote in thy brother's eye* – видеть сучок в глазу брата своего. Их оказалось 6%.

В ходе исследования были разобраны такие понятия, как фразеология и соматизмы, был проведен лингвистический анализ фразеологических единиц с соматическим компонентом *head* (голова) и ее частями по трем направлениям.

Библиографический список:

1. Вакк, Ф.О. Соматической фразеологии в современном эстонском языке: автореф. дис. канд. филол. наук / Ф.О. Вакк. – Таллин, 1964. – 24 с.
2. Шанский, Н.М. Фразеология современного русского языка / Н.М. Шанский. – М.: Высшая школа, 1985. – 160с.
3. Ярцева, В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь / В.Н. Ярцева и др. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 685 с.

**ГОЛОВАЧЁВА ВАЛЕРИЯ АНДРЕЕВНА,
АНИСИМОВА АНАСТАСИЯ АЛЕКСАНДРОВНА**

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»

АБРАМОВСКИХ НАДЕЖДА АНАТОЛЬЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат биологических наук,
доцент кафедры гуманитарных дисциплин

ЛЬВОВ ЛЕОНИД ВАСИЛЬЕВИЧ

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат педагогических наук,
доцент, заведующий кафедрой педагогики и психологии

Научные руководители:

Абрамовских Надежда Анатольевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат биологических наук,
доцент кафедры гуманитарных дисциплин

Львов Леонид Васильевич

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат педагогических наук,
доцент, заведующий кафедрой педагогики и психологии

**РОЛЬ И МЕСТО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ
В ОБЩЕЙ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКЕ**

Аннотация. В статье рассматривается роль и место физической культуры в процессе освоения общей управленческой подготовки, формы занятий и их результаты в рамках готовности студента к его профессиональной деятельности.

Ключевые слова: общая управленческая подготовка, управление, готовность к деятельности, проектно-аналитическая сессия, физическая нагрузка, тренировка, фитнес.

Глобальные изменения условий жизни общества, а также скорость этих изменений бросают вызов современной системе образования в контексте способности и готовности к будущей профессиональной деятельности. Выпускники высшей школы должны быть готовы к осуществлению профессиональных функций как минимум сразу после получения диплома, что делает решение практических задач в ходе их обучения необходимостью. Уметь учиться, планировать, ставить цели, организовывать коммуникацию – все эти способности становятся обязательными для всех выпускников.

Необходимостью формирования и освоения этих способностей обусловлено появление общей управленческой подготовки (ОУП) – «комплекса дисциплин, обеспечивающих «выращивание» у студентов активной жизненной позиции и освоение ими современных техник самоорганизации» [1, с. 12].

Одной из форм освоения ОУП является проектно-аналитическая сессия (ПАС) – «форма реализации проектного подхода в подготовке будущих специалистов, в рамках которого в ходе командных соревнований участники приобретают опыт принятия сложных управленческих решений в определенной логике реализа-

ции функций управления» [2, с. 21]. В Международном Институте Дизайна и Сервиса ПАС проводятся с 2016 года.

ПАС имеет следующие структуру и формы работы [2, с. 34]:

Таблица 1. Этапы ПАС и применимые к ним формы работы

Этап ПАС	Формы работы
1. Аналитический	1) Установка;
2. Проектирование	2) работа в группах;
3. Планирование	3) пленум; 4) рефлексия; 5) вхождение в игру; 6) выход из игры.
4. Фитнес	1) Преодоление себя; 2) выявление лидеров; 3) командообразование.

В рамках ОУП занятия по физической культуре традиционно называются фитнесом.

В отличие от обыденного понимания фитнеса как способа получения физических нагрузок для поддержания нормальной физической формы, фитнес в управленческой подготовке означает готовность к осуществлению управленческой деятельности. Fit for all – «готов ко всему». Такой фитнес предполагает сочетание физических и интеллектуальных нагрузок для формирования умения преодолевать себя, выходить «за рамки», действовать в экстремальных ситуациях и побеждать [2, с. 37].

Длительность и частота проведения фитнеса во время ПАС определяется командой организаторов. В МИДиС физическая нагрузка распределена равномерно: фитнес проходит каждый из трёх дней ПАС в первой половине дня.

Организация фитнеса начинается с составления организационного проекта – документа, содержащего регламент проведения, перечень необходимого инвентаря, распределение ответственных за определенные этапы и собственно содержания (игр, упражнений). Подобный документ составляется для каждого дня ПАС.

Фитнес в рамках ПАС обязательно начинается с разминки, задача которой – наладить взаимную координацию систем организма и его отдельных органов, комплексно подготовить организм к физической нагрузке, что поможет избежать травм и провести занятие максимально эффективно.

Согласно таблице 1, организация фитнеса преследует несколько целей, от которых и зависит его форма проведения в каждом конкретном случае.

Фитнес на командообразование. Подобный вид фитнеса проводится, как правило, в начале учебного года. Его цель – обеспечение взаимодействия между незнакомыми друг для друга первокурсниками, которое необходимо для дальнейшей групповой работы.

Удобной формой проведения является так называемая «тропа доверия». Задача команд – успешно пройти все станции согласно маршрутному листу. Далее приведено несколько примеров:

Станция 1. На асфальте нарисован большой прямоугольник (примерно 2*3 метра) и разделен пополам, одна из половин – ещё пополам и так далее. Задача участников команды – всем поместиться сначала в большой прямоугольник, затем во второй по величине и так далее, не заступая за линию.

Станция 3. Команде необходимо построиться в шеренгу на возвышении (бордюр, скамейка) нога к ноге. Каждый крайний участник должен пройти, ни разу

не упав, по самому краю возвышения в другой его конец, находясь лицом к другим членам команды и передвигаясь с их помощью.

Станция 8. Команде необходимо рассредоточиться по площадке в произвольном порядке, не прикасаясь друг к другу и закрыв глаза. Задача команды – посчитаться, не договариваясь друг с другом, не произнося число двум и более участникам одновременно, не молча дольше 5 секунд, задействовав каждого члена команды лишь раз.

Подвижные игры. Подобный вид фитнеса проводится, как правило, между двумя тактами работы. Главная его цель – снять напряжение, вызванное усиленной умственной деятельностью, а также выявить возможных лидеров.

Одним из вариантов подобной разгрузки может быть игра «Снайперы». Задача команд – «выбить» как можно быстрее всех игроков на площадке противоположной команды.

Беговые виды легкой атлетики. Самый частый формат фитнеса – бег или кросс. Главная его цель – снять напряжение и дать студентам возможность обдумать вопросы, относящиеся к тематике дня и озвученные в установке перед фитнесом. Именно этот вид нагрузок подразумевает преодоление себя, формирует силу воли.

Во время кросса задача каждого студента – добежать до определенной отметки, развернуться и, держась своей половиной дорожки во избежание столкновений, вернуться обратно (дистанция для девушек – 2000 метров, для юношей – 3000 метров).

Организованный согласно регламенту и программе фитнес проходит в установленном режиме весь учебный год (6 ПАС, по три раза в семестр), что заставляет студентов следовать определенному распорядку, приучаясь к дисциплине и самоорганизации. Комбинация одиночных и групповых нагрузок в виде соревнований формирует у студентов умение побеждать как индивидуально, так и в команде, эффективно планировать и придерживаться выбранной стратегии. Всё это вкупе с умением преодолеть себя и выйти за рамки своих возможностей посредством разнообразных тренировок и формирует у студента необходимую готовность к деятельности – важнейший критерий как для отбора в корпус управленцев, так и для следования по любому другому профессиональному пути.

Библиографический список:

1. Зинченко А.П. Готовность к деятельности. Корпус инструкций по организации общей управленческой подготовки: сборник. – М.: Изд-во «Дело» АНХ, 2011. – 140 с.
2. Усынин М.В., Львов Л.В., Толкунова И.И. Проектно-аналитическая сессия: Теория и практика подготовки к управлению: научно-методическое пособие. – Челябинск: ЧОУВО РБИУ, 2017. – 84 с.

ГОРБУНОВ ВЛАДИМИР ВЛАДИМИРОВИЧ

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет»

Научный руководитель: Коняева Елена Александровна

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет», кандидат педагогических наук, доцент

ВОЗМОЖНОСТИ ГРУППОВОЙ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ В ВУЗЕ

Аннотация. В статье рассматриваются некоторые аспекты использования в образовательном процессе вуза групповой формы организации обучения. Представлена историческая ретроспектива развития групповой формы обучения; раскрыты развивающая и воспитательная функции группового обучения; положительные стороны групповой формы обучения.

Ключевые слова: обучение; форма обучения; групповая форма организации обучения; воспитание; развитие.

Информационное общество не только предъявляет новые требования к образовательным методикам и всему процессу обучения, но и создает разнообразные, не до конца использованные возможности их развития. Одним из перспективных направлений повышения эффективности образовательного процесса может стать использование групповых форм обучения, получивших распространение как в отечественной, так и в зарубежной педагогике уже в XIX–XX веках [3].

Проблема групповой формы обучения наиболее остро встала в последние десятилетия, она имеет весьма долгую сложную историю. Так, отдельные элементы взаимосвязи и взаимозависимости между обучающимися в процессе обучения наблюдались еще в античности, а затем ярко прослеживаются в средние века в университетах и школах западной Европы [10].

Создатель классно-урочной системы обучения чешский ученый-педагог Я.А. Коменский выдвинул идею о возможности одновременного обучения трехсот и более учеников путем разделения класса на «десятки» и поручения ведения занятий, а также контроля работы обучающихся одному из лучших учеников (декуриону). «Все то, что усвоено, в свою очередь должно быть передаваемо другим и для других» [2].

Система взаимообучения встречается и в эпоху индустриального общества: в рамках мониторинговой системы А. Белля, Дж. Ланкастера, педагогики нового воспитания, свободного воспитания и трудовой школы.

Интересный опыт организации групповой взаимосвязанной деятельности на учебных занятиях был накоплен советской педагогикой 1920-х годов прошлого века. Актуальность разработки данной дидактической категории определялась новыми целями и принципами обучения, провозглашенными «Декларацией о единой трудовой школе» [7]. В качестве стратегической цели была выдвинута идея о воспитании активной личности нового общества. Этой основной цели подчинялись и новые принципы: дух взаимопомощи, объединенная работа, самоуправление, стремление к созданию общего совокупного результата.

В большинстве педагогических исследований, проведенных в период с 1918 по 1931 гг., выделяются следующие общие организационные формы обучения: классно-урочная, лабораторная и проективная системы. Во временном плане наблюдается переход от классно-урочной системы занятий со стабильным составом обучающихся при твердом расписании к проективной системе, основанной на индивидуально-групповой работе при отсутствии деления на группы, уничтожением предметного прохождения учебного материала и стабильного расписания.

В начале 1920-х годов получает распространение так называемая студийная система, сущность которой заключается в следующем. Весь круг вопросов, подлежащих изучению, подразделяется на несколько циклов. Каждый цикл прорабатывался в особой студии определенной группой обучающихся. Работа проходила не в стабильных группах, а в кабинетах-лабораториях без расписания. Обучающиеся создавали группу, которая работала по принципу разделения труда над определенной темой для достижения общей цели. Учебная деятельность проходила в присутствии преподавателя, но совершенно самостоятельно. Программы разрабатывались самими обучающимися применительно к темам официальных программ. Успешность работы обучающихся учитывалась коллективом по реальным результатам [1].

В середине 1920-х годов широкое распространение получает дальтоновский лабораторный план (далее – ДЛП) или бригадно-лабораторный метод, сложившийся под влиянием аналогичной системы обучения, разработанной в США Е. Паркхерст [8]. На работу по бригадно-лабораторной системе перешли школы первой и второй ступени, школы ФЗУ, рабфаки, вузы, военные академии.

В основу организации работы по ДЛП были положены бригады (звенья), создаваемые из обучающихся во главе с бригадиром.

Выделялись следующие этапы учебной работы: вводная беседа или конференция, где обсуждалось содержание работы и техника ее исполнения; самостоятельные занятия обучающихся индивидуально или в небольших группах (в количестве 2–5 человек), в ходе которых обучающиеся сами планировали порядок работы над тематическими заданиями по предметам, где указывалась учебная литература, контрольные вопросы и предусматривались задачи и упражнения; итоговая конференция, на которой обсуждались результаты работы каждой группы и оценивались её успехи в целом.

В настоящее время в российских образовательных организациях сохранились элементы бригадно-лабораторного обучения: на занятиях бригадная форма используется для организации групповой работы обучающихся, а бригадно-лабораторный метод находит применение во внеурочной работе [5].

Групповой формой организации учебного процесса, близкой по многим параметрам к ДЛП, является метод сочетательного диалога, разработанный и впервые примененный А.Г. Ривиным [9]. Основная идея данной формы обучения может быть сформулирована следующим образом: все обучают каждого, и каждый обучает всех, то есть член учебной группы, состоящей из 30–40 человек, попеременно становится то обучаемым, то обучающим. Группа обучающихся разбивается на пары, и в каждой паре идет беседа и записи на ту или иную тему учебной дисциплины. Пары динамичны, смена партнеров происходит по мере выполнения задания. Преподаватель на занятиях перестает играть роль источника знаний: здесь он, прежде всего, организатор учебного процесса и консультант.

Применение групповой формы обучения вызвало изменение форм проверки и учета результатов учебной работы. В педагогической литературе тех лет резко критиковались основные виды проверки старой «школы учебы», цель которых состояла лишь в выявлении уровня усвоения знаний обучающимися.

Была выдвинута плодотворная идея о том, что проверка должна способствовать формированию познавательной активности и самостоятельности обучающихся. В этой связи большое внимание уделялось проблеме самоконтроля и взаимоконтроля, развитие навыков которых осуществлялось на основе сочетания различных видов индивидуального и группового учета. При применении последнего задание должно было предполагать совместную работу нескольких обучающихся по принципу сложной кооперации.

К групповым формам контроля относили конференции по обобщению пройденного материала, организацию выставок, написание коллективных работ. Применялся как количественный (учет времени выполнения задания, объема работы и посещаемости), так и качественный учет, проводимый непрерывно в процессе текущей работы, при групповых проверочных беседах по определенному разделу или всему курсу. Часто использовались стандартные методы учета успешности путем введения разнообразных тестовых форм.

Существенный вклад в развитие группового обучения и воспитания внесли выдающиеся педагоги А.С. Макаренко, В.А. Сухомлинский.

Центром педагогической теории А.С. Макаренко является его учение о коллективе. Макаренко ввел термин «коллектив» в профессионально-педагогическую практику, понимая под ним определенную организацию детей.

По мнению В.А. Сухомлинского, суть процесса морального воспитания заключается в том, чтобы моральные устои стали достоянием каждого воспитанника, превратились бы в правила и нормы поведения.

Итак, в современной российской высшей школе накоплен достаточно большой опыт применения групповых форм обучения при освоении студентами определенных дисциплин. В современных вузах групповую форму обучения используют частично в соответствии с ФГОС. Применение групповых форм обучения на занятиях обусловлено их развивающей и воспитательной ценностью.

Развивающая ценность групповой формы обучения включает в себя следующие компоненты: развитие мышления; развитие коммуникативных навыков; развитие самостоятельности и активности, уверенности в себе; развитие наглядно-чувственной базы для теоретических обобщений; развитие умений целеполагания, контроля, оценки, самоконтроля, взаимоконтроля, самооценки; развитие интереса к предмету. Происходит обучение рефлексии, то есть умению смотреть на себя, на свою деятельность со стороны, понимать, что ты делаешь, зачем и почему ты делаешь и говоришь то или иное, и оценивать свои действия.

Воспитательная ценность группового обучения включает в себя совместное переживание, вызванное решением задач группой; формирование собственной точки зрения, научных убеждений; улучшение психологического микроклимата на занятии. Это способствует развитию социально значимых отношений между педагогом и группой обучающихся, между собой [4].

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что групповая форма обучения, повлекшая за собой изменения всех компонентов учебного процесса (целевого, содержательного, операционально-деятельностного, контрольно-регулирующего и оценочно-результативного), имеет следующие положительные стороны:

- педагогические: понимание обучающимися целей своей работы и привитие навыков планирования и самостоятельной работы над учебным материалом, или, шире, навыков научной организации труда, развитие межпредметных связей вследствие комплексной подачи материала, неразрывная связь теории с практикой;

- социально-психологические: организация взаимодействия между обучающимися на основе сложной кооперации и ответственной зависимости, следствием которых является воспитание подлинного коллективизма, сплоченности и ответственности;
- социальные: социализация личности обучаемого в процессе обучения, период обучения рассматривается не как подготовка к будущей жизни, а как непосредственное участие в ней.

Библиографический список:

1. Блонский, П.П. Избранные педагогические и психологические сочинения: В 2-х т. Том 1 / П.П. Блонский. – М.: Педагогика, 2016. – 304 с.
2. Коменский, Я.А. Избранные педагогические сочинения: В 2-х т. Том 1 / Я.А. Коменский. – М.: Педагогика, 2015. – 656 с.
3. Коняева, Е.А. Групповая форма организации обучения в вузе / Е.А. Коняева // Профессиональное образование: методология, технология, практика: сборник научных статей / под ред. В.В.Садырина. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Цицеро»; Челяб.гос.пед.ун-т, 2014. – Вып.7. – С. 94–97.
4. Коняева, Е.А. Формирование готовности будущих учителей к реализации технологии модульного обучения: дис. ... канд. пед. наук / Е.А. Коняева. – Челябинск, 2004. – 200 с.
5. Коняева, Е.А. Активные методы обучения в практике подготовки будущих педагогов профессионального обучения / Е.А. Коняева, А.А. Коняев // Профессиональное образование: методология, технологии, практика: сборник научных статей / под ред.В.В. Садырина. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Цицеро», Челяб.гос.пед.ун-т, 2016. – Выпуск 9. – С. 89–94.
6. Коняева, Е.А. Интеграция образования, науки и производства как фактор национальной безопасности / Е.А. Коняева, А.А. Коняев // Образование и социум: безопасность поликультурного пространства России: сб. материалов Всерос. заочн. науч.-практ. конф 27-28 ноября 2013 г. / ред. кол.: В.В. Садырин, Б.У. Хашагульгов, М.В. Потапова, Е.А. Гнатышина и др. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Цицеро», 2014. – С.158–161.
7. Народное образование в СССР: Сб. документов 1917–1973. – М.: Педагогика, 1974. – 559 с.
8. Паркхерст, Е. Воспитание и обучение по дальтонскому плану / Е. Паркхерст. – М.: Новая Москва, 2015. – 231 с.
9. Ривин, А.Г. Содиалог как орудие ликбеза / А.Г. Ривин // Революция и культура. – 2015. – №15–16. – С. 64–66.
10. Шмит, К. История педагогики: В 3-х т. Том 2 / К. Шмит. – М.: тип. Мартынова, 2017. – Т.2. – История педагогики от И. Христа до Реформации. – 463 с.

ГОРШКОВ ВАЛЕНТИН СЕРГЕЕВИЧ

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет»

Научный руководитель: Коняева Елена Александровна

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет», кандидат педагогических наук, доцент

ВЛИЯНИЕ СЕТИ ИНТЕРНЕТ НА ВЫБОР ПРОФЕССИИ

Аннотация. В статье рассматривается процесс появления новых профессий, связанных с глобальной сетью Интернет. Раскрывается сущность новых актуальных для сети Интернет профессий, таких как интернет-коуч; копирайтер; контент-менеджер; веб-мастер; веб-дизайнер; байер; логистик и др.

Ключевые слова: профессия; Интернет; интернет-коуч; копирайтер; контент-менеджер; веб-мастер; веб-дизайнер; байер; логистик.

Сеть Интернет все глубже проникает в нашу жизнь и предоставляет множество профессий, благодаря которым люди могут работать в любых удобных для них условиях, без привязки к определенному месту, свободно перемещаться по миру, самостоятельно выстраивать рабочий график.

Почему появляются новые профессии? Потому что осваиваются новые территории как в прямом смысле слова, так и в образном. Люди начинают интересоваться чем-то совершенно иным, создавать другие поля для творчества и, соответственно, для заработка.

Каковы же они, новые актуальные профессии, которые возникли на просторах Интернета XXI века? В современных условиях многие фирмы, магазины используют свои сайты для информирования своей деятельности. Они позволяют очень оперативно найти информацию о товаре, новостях, которые нам необходимы. Однако в связи с этим появляется потребность в таких специалистах как:

Копирайтер – это человек, который пишет на заказ тексты различного характера: рекламные тексты, сценарии, слоганы. Такая работа требует усидчивости, развитого творческого воображения, умения фильтровать большие массивы информации.

Веб-дизайнер – это человек, который занимается разработкой дизайна сайтов. Здесь нужно одновременно проявлять как творчество, так и технические навыки работы с разными программами. Креативность и внимательность – главные достоинства веб-дизайнера.

Контент-менеджер – это человек, который наполняет сайты материалами (контентом): статьями, новостями, фотографиями. В его обязанности входит координация работы копирайтеров, модераторов и других специалистов, работающих на сайте. Это тяжелая и ответственная работа, где нужно обладать опытом и широкими знаниями.

Есть люди, которые могут совместить эти профессии.

Веб-мастер. Это специализация довольно широкого профиля, в которую входит администрирование, поддержка, обновление сайта. Такой человек может создать сайт сам, заменив веб-дизайнера и программиста. Он может быть владельцем сайта, созданного своими же руками.

Интернет-коуч – это человек, который занимается консультированием или обучением людей «онлайн». Единственно условие – вы должны быть реальным

специалистом в какой-то области знаний. Вы можете создать собственный курс и обучать людей чему-то новому.

Но если вы не желаете долгое время проводить за компьютером, а хотите непосредственно взаимодействовать с другими людьми, то вот какие новые профессии может предложить трудовой рынок XXI века в России.

Байер. Это слово образовано от английского *to buy*, что значит «покупать». Байер занимается удовлетворением нужд компании в товаре, приобретая то, что необходимо: продукты питания, канцелярские принадлежности, мебель, одежду... Такой специалист должен разбираться в товаре, определять качество «на глаз», уметь находить самые выгодные предложения.

Логистик (от «логистика» – прикладная наука, предметом внимания которой является управление информационными и материальными потоками) – менеджер по таможене и транспорту, управляющий поставками; занимается организацией грузопотока, работает с грузоперевозчиками и грузоотправителями, осуществляет контроль приема-сдачи грузов.

Шопер – это тот же байер, только деятельность его направлена на конкретного человека или на небольшую группу людей. Шопера может нанять обеспеченная семья для того, чтобы тот приобретал все необходимое: продукты питания, детали интерьера, одежду. Если в работе байера нужно быть человеком опытным, то здесь куда большее значение играет понимание психологии, того, какая вещь подойдет конкретному человеку.

В продвижении товаров на рынок помогут следующие профессии.

Медиа-планер – это специалист, который планирует рекламную кампанию организации для ее успешного продвижения на рынке. Квалифицированному медиа-планеру должны быть присущи следующие особенности: обширные знания социологии и маркетинга, знание компьютерных программ *Integrum*, *Pal Marketing*, умение анализировать рекламный рынок, опыт работы в сфере рекламного бизнеса.

В сфере развлечения появились такие профессии, как *event-менеджер*, *хедхантер*, *лайф-коуч* и другие.

Event-менеджер – это специалист, который занимается полной организацией различных праздников, корпоративов на заказ. Что же конкретно входит в обязанности этого специалиста, и какими навыками он должен обладать? Развитая креативность и эстетический вкус, общительность, умение вести переговоры и заключать контракты, умение находить нужные объекты и площадки для мероприятий, умение разрабатывать программы праздников.

Хедхантер. В прямом переводе с английского эта специальность звучит как «охотник за головами». Этот человек – посредник между работодателем и работником. Он занимается отбором подходящего специалиста из множества претендентов, переманивая квалифицированного специалиста в нужную компанию. Каким должен быть хороший хедхантер? С развитыми коммуникативными навыками, умением слушать, организаторским талантом, умением анализировать современный рынок труда.

Лайф-коуч – это человек, который обучает других людей навыкам эффективности в разных сферах жизни. Он является тренером, личным наставником, который помогает двигаться на пути личностного развития. Требования к такому специалисту довольно высокие: желательно психологическое образование или прохождение специальных обучающих тренингов, личный опыт участия в различных группах личностного развития, умение не только развить необходимый навык у клиента, но и целостно повлиять на личность с целью изменения ее жизни в лучшую сторону.

Этот список можно дополнить рядом других, не менее важных и востребованных профессий XXI века в России и во всем мире:

- Трейдер – организатор внешней и внутренней торговли;
- Риэлтер – специалист по работе с недвижимостью;
- Андеррайтер – специалист по страхованию;
- PR-менеджер – специалист, занимающийся разработкой имиджа организации;
- Специалист бэк-офиса занимается оформлением документации компании;
- Промоутер – специалист по продвижению товара или услуги;
- Мерчендайзер занимается продвижением продукции;
- Маркетолог изучает и формирует спрос на услуги и товары;
- Декларант – специалист по работе на таможне;
- Интервьюер проводит социологические опросы и социальные исследования;
- SEO-специалист занимается продвижением сайтов во всемирной паутине.

В жизни наступает момент, когда нужно определиться, кем быть. Выбор профессии – это достаточно серьезный вопрос, к которому стоит подходить обдуманно. Правильный выбор профессии – залог дальнейшего успеха в карьере. Понятие «правильный выбор» подразумевает, прежде всего, возможность эффективного использования человеком личностного потенциала в профессиональной деятельности. В наше время от выбора профессии зависит не только материальное благосостояние, но и психологическое, душевное состояние человека. У осознанно выбравших профессию людей больше шансов успешно реализовать себя в жизни. С каждым годом рынок профессий становится все шире, предоставляя, с одной стороны, широкие возможности для реализации своих творческих и профессиональных возможностей, но с другой стороны, все сложнее для молодежи становится вопрос выбора своей профессиональной деятельности.

Библиографический список:

1. Коняева, Е.А. Конкурсы профмастерства как механизм профессионального становления обучающихся (на примере Челябинской области) / Е.А. Коняева, Е.М. Зайко // Профессиональное самоопределение молодежи инновационного региона: проблемы и перспективы: сборник статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции 23-27 ноября 2015г., г. Красноярск. – Красноярск: Изд-во КрасГАУ, 2016. – С.30–34.

2. Коняева Е.А. Профориентация как основа профессионального самоопределения молодежи (на примере Челябинской области) / Е.А. Коняева, Е.М. Зайко // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2016. – № 10 (66). – С. 66–78.

3. Коняева, Е.А. Модульные интегрированные программы начального, среднего и высшего профессионального образования / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Материалы IX Междунар. науч.-практ.конф. «Вузовское преподавание: стратегия инновационного развития в условиях модернизации ВПО», г. Челябинск, 27-28 октября 2009 г. – Челябинск: Изд-во Челяб.гос.пед. ун-та, 2009. – С. 173–175.

4. Коняева, Е.А. Реализация проекта «ТЕМП» в условиях образовательной организации среднего профессионального образования / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Пропедевтика инженерной культуры обучающихся в условиях модернизации образования: сборник материалов Всеросс. научн.-практ.конф. с межд. участ. 2-3 декабря 2015, Челябинск. – М.: ООО «Лаборатория Знаний», 2015. – С.187–190.

5. Рыжих, В.Р. Профессии XXI века. Наш выбор / В.Р. Рыжих // Международный школьный научный вестник. – 2018. – № 5-4. – С. 603–611.

ГРИГОРЬЕВА ДАРЬЯ ВИКТОРОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ОВЦОВ АНАТОЛИЙ ТИМОФЕЕВИЧ

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Овцов Анатолий Тимофеевич

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»

РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ДИЗАЙНА

Аннотация. В статье раскрыто понятие 3D-дизайна, аниматора, моделлера, главные задачи 3D-дизайнера, выявлены навыки и качества, необходимые для работы в 3D-дизайне, процесс изучения 3D-моделирования, основные специальности.

Ключевые слова: 3D-дизайн, аниматор, моделлер, дизайн, моделирование, графика.

XX век ознаменовался бурным развитием дизайнерской мысли, которая получила яркое воплощение в автомобилестроении, авиации и, конечно, в производстве товаров народного потребления. До появления компьютера неотъемлемой атрибутикой и основными рабочими инструментами дизайнера были карандаш, рулоны бумаги, гипс, пластилин и другие материалы, позволявшие быстро и наглядно интерпретировать дизайнерские мысли в доступном для понимания виде. Эти средства наглядного отображения успешно использовались в процессе последующей конструкторской проработки изделий (кальки, кульман и неизменные карандаш с ластиком). Единообразие рабочих инструментов дизайнера позволяло использовать дизайн-эскизы для первичных чертежных построений и, таким образом, как бы отталкиваться от концептуальных идей в направлении проектирования будущего изделия.

Ситуация изменилась в связи с бурным развитием персональных компьютеров, которое обусловило быстрый рост систем компьютерного проектирования, причем основным направлением стала разработка программ, нацеленных на трехмерное геометрическое моделирование. Инструментарий дизайнера поменялся кардинальным образом менее чем за 20 лет. Дизайнеры пересели за компьютер, но в большинстве случаев используют разные программы, в зависимости от поставленных перед ними задач. В связи с технологическим прогрессом в сфере дизайна, появилось такое направление, как 3D-дизайн.

3D-дизайн – перспективное направление графического дизайна. В нем приветствуются специалисты с художественным образованием и развитым пространственно-объектным мышлением. Помимо этого необходимо хорошо владеть программными средами популярных графических редакторов и специальных программ для 3D-моделирования.

Каждый дизайнер придерживается собственных правил и традиций: новое поколение предпочитает сразу воплощать свои мысли в виде двумерных или трехмерных электронных моделей, дизайнеры со стажем предварительно набрасывают эскиз на бумаге или лепят модель из пластилина. Однако и тем и другим необходимо донести необходимую информацию до конструктора, чтобы можно было перейти от концептуального дизайна к детальному проекту.

Главная задача 3D-дизайнера – создавать реалистичные объекты в виртуальном пространстве с максимальной достоверностью, чтобы зритель не мог отличить картинку от действительности. Истинные профессионалы 3D-моделирования – это виртуозные художники и профессиональные инженеры, которые умеют мыслить не только образами, но и числами.

В настоящее время 3D-моделирование является уже не изысками крупных «раскрученных» фирм. Сейчас 3D-моделирование – необходимость. Оно активно используется в широком спектре фирм, начиная с мелких частных организаций, заканчивая так называемыми «промышленными гигантами».

Реалистичные виртуальные модели используются компаниями для рекламы своей продукции, упрощения процесса изготовления деталей благодаря их визуализации, а также вычисления оптимальной конструкции для создания дорогостоящих прототипов изделий.

Навыки и качества, необходимые для работы в 3D-дизайне:

- развитое чувство пространства и понимание принципов динамики;
- наблюдательность и умение замечать детали, которые определяют «характер» объекта;
- художественное образование, чувство стиля;
- понимание сути процесса создания реалистичных изображений;
- знание принципов высокополигонального моделирования, умение применять их на практике.

Что такое 3D-моделирование?

3D-моделирование – это создание трехмерных компьютерных изображений и графики.

Для создания 3D-моделей используют такие программы, как Maya, 3ds Max и другие. Если же модели должны еще и двигаться, то их создателю также может понадобиться умение писать код.

Основной процесс моделирования представляет собой соединение наборов точек с линиями и полигональными фигурами для создания моделей.

Как изучать 3D-моделирование?

Конечно, наиболее прямая дорога лежит через получение профильного образования в колледже или институте. Тем не менее многие специалисты, работающие в этой сфере, обучались 3D-моделированию самостоятельно или прошли краткосрочные курсы.

В серьезном учебном заведении или на курсах вам передадут не только основополагающие принципы 3D-моделирования, но и ясное представление о том, что, для того чтобы преуспеть в этой профессии, вам необходимо выгодно выделяться из общей массы коллег.

При выборе курса также важно поинтересоваться, какие работы выпускник будет иметь в портфолио на выходе. Желательно, чтобы непосредственно после окончания учебы их можно было показать потенциальным работодателям.

Три основных специальности в 3D:

Визуализатор – профессионал, создающий реалистичные дизайн-проекты, основываясь на технической документации, планах, чертежах и эскизах. От достоверности зачастую зависит судьба целых компаний, ведь именно на основе 3D-моделей утверждают планы жилых кварталов и новых зданий, принимают решение о реконструкции объектов культурного наследия и т.д. Профессионал своего дела должен уметь воплощать в жизнь самые смелые идеи, которые порой генерируют целые команды дизайнеров, модельеров, инженеров и архитекторов.

Аниматор – специалист, занимающийся созданием компьютерных персонажей для игр и кино. Он не только настраивает внешний вид, но и продумывает объект в движении, основываясь на базовых принципах анимации.

Моделлер – человек, который создает визуальные модели реальных или выдуманных объектов, досконально прорабатывая каждую деталь. Так, именно моделлеры создают используемые визуализаторами текстуры, например: мех, дерево, железо и т.д.

С работы моделлера начинают свою работу начинающие 3D-дизайнеры, которые затем находят себя в визуализации или анимации. Здесь все зависит от творческих наклонностей и способностей.

Использование новейших компьютерных технологий в 3D-дизайне позволяет кардинально сократить сроки выхода на рынок новой продукции, что гарантирует победу в конкурентной борьбе.

3d-моделирование предоставляет дизайнерам гибкие и удобные средства графической реализации проектов. Благодаря развитию 3D-технологий существенно упрощается работа дизайнера, который может полностью контролировать процесс и достигать намеченных целей в кратчайшие сроки.

Библиографический список:

1. 3D моделирование [Электронный ресурс] // GraphicArt. – Режим доступа: <https://www.news3d.org/down/3d-modelirovanie.html>
2. 3D-дизайнер [Электронный ресурс] // ИнфоХит. – Режим доступа: <https://info-hit.ru/professions/3d-dizayner/>

ГРИГОРЬЕВА ДАРЬЯ ВИКТОРОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ОВЦОВ АНАТОЛИЙ ТИМОФЕЕВИЧ

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Овцов Анатолий Тимофеевич

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»

СОВРЕМЕННАЯ ЦИФРОВАЯ ФОТОГРАФИЯ

Аннотация. В статье раскрыто понятие фотография, выявлены цели обработки фотографии, рассмотрен алгоритм работы с изображением.

Ключевые слова: фотография, фоторедактор, обработка.

Сегодня всё изменилось. Вопрос «естественности» фотографий преимущественно в наш цифровой век не дает покоя многим создателям и созерцателям.

Постобработка – хорошо или плохо?

Если над фотографией были проведены определенные манипуляции в каком-либо редакторе, то она что-то утрачивает или приобретает?

В кругу фотографов существует две разные точки зрения. С одной стороны приверженцы «натуральности», которые не допускают изменения с кадром. Фотография должна быть «такой, как сделана», а если заметна обработка, то это означает, что во время съемки не хватило навыков фотографа. Другая крайность – «фото должно обрабатываться, чтобы смотрелось достойно», так как «техника неидеальна» и «нет предела совершенству». А какая точка зрения ближе Вам?

Мне ближе последняя, но считаю, что пограничные точки зрения тлетворны сами по себе. Обработка – это один из инструментов фотографа, как с типом камеры, объективом, светом, аксессуарами и т.д. Любой из них не должен становиться основой нашей работы.

Разбор результата, т.е. фотографии, может ответить на вопрос, а требуется ли обработка. Бессмысленно наперед обещать себе ни в коем случае не обрабатывать результат. Это как ограничивать себя рамками типа «снимаю только на Canon».

Если Вы открыли фото на компьютере, просмотрели его и поняли, что обработка не нужна, то так тому и быть. Но данное решение лучше принимать после просмотра результата. Удивляюсь людям, выкладывающим на обозрение публики, например, недоэкспонированные фото, говоря: «Так получилось при работе». Ничего не мешает прокрутить пару ползунков в любом редакторе и показать нам фото без угрюмых блёклых тонов.

И вот мы двигаемся к целям обработки. На самом деле, их две.

Коррекция изображения:

- исправление экспозиции;
- работа с контрастностью;
- регулирование баланса белого, чёрного;
- детализация и резкость;
- усиление / ослабление цвета и насыщенности;
- косметическая ретушь лица;

- удаление деталей;
- редактирование хроматических отклонений;
- избавление / добавление шумов;
- коррекция искажений объектива;
- ослабление / усиление виньетирования;
- локальные изменения (затемнение неба).

Художественная обработка изображений:

Цель не просто отредактировать некоторые нюансы, а полностью преобразовать фотографию.

- перевод в чёрно-белое;
- изменение цветовой тональности;
- HDR;
- создание коллажа;
- цифровой рисунок;
- детализация / софт-фокус;
- «Гламуризация» и т.д.

Часто возникает нескладность целей и результата. Редактирование предполагает, что «натуральность» фотографии не будет утеряна. Художественная фотообработка направлена на понимание зрителем того, что перед ним «искусственное» изображение. Различные жалобы к обработке появляются, когда фотограф произведёт коррекцию фотографии, но сделает это слишком неумело. Только с опытом понимаешь, что «заблюривание» не имеет ничего общего с осознанной обработкой. Почему? Для коррекции были подобраны кардинальные преобразования, а до искусства уровень низкий. Итог работы не определен.

Алгоритм работы в фоторедакторе с изображением:

- выявление необходимости редактирования;
- если фотографии требуется обработка, нужно ее выполнить в необходимом объеме;
- принятие решения создания художественной обработки;
- проверка фотографии на утрату «естественности»: обработка не должна быть заметна (в случае арт-искусства зрителю и так все понятно);
- принимается решение применять к фото художественный эффект. Важно понять, что явная обработка действительно нужна, если изначально снимок создавался под определенный эффект, заранее понимая, какой результат будет.

XXI век подарил нам новые жанры фотографии. Сегодня человек делает по несколько снимков в течение дня. Стала модной архитектурная и пейзажная съемка.

Больше всего цифровую фотографию преобразовала популяризация смартфонов. Созданы интернет-сервисы Instagram и Twitter, в них фотографии заливаются за один клик. С помощью подобных приложений можно представить снимки аудитории. Таких сервисов сейчас множество. Они предназначены для репортажных снимков, для загрузки и хранения художественных фотографий. У человека есть выбор, он может улучшать свои навыки в съемке того или иного жанра (например, репортаж или свадебная фотография). Некоторые этим занимаются профессионально, а для других это остается любимым увлечением.

Таким образом, мир меняется. С сегодняшним онтогенезом технологий невозможно угадать, что нас ждет завтра. Сейчас эксперты крупнейших IT-компаний могут снабдить цифровой фотокамерой даже обычные очки. Будет возможно снимать всё, что попадает в поле зрения человека.

В современном мире фото занимает важное место. Без фотоснимков не обходится ни один журнал, ни одна газета. Нельзя без фотографий сформировать и сайт. Снимки присутствуют на упаковках разных товаров. Без сомнений, мы живем в мире фотографии, это будет продолжаться ещё очень долго.

Библиографический список:

1. Нужна ли обработка фотографий? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://strobilus.com.ua/blog-cat/pro-obrabotku/obrabotka-fotografij.html>

ГУЛЯЕВА ДАРЬЯ СЕРГЕЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Казанцев Александр Иосифович

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕРМИНОВ В СФЕРЕ МОДЫ И РУКОДЕЛИЯ

Аннотация. Акцентируется проблема перевода заимствований в русском языке. Анализируются способы и приёмы перевода технических текстов в сфере рукоделия. Приводятся примеры перевода терминов в сфере моды и рукоделия с английского языка на русский.

Ключевые слова: заимствования, трансформация, генерализация, калькирование, транслитерация, калькирование.

Каждый день мы видим различные новинки в сфере дизайна, популярность которых часто быстро сходит на нет. Причиной быстрой смены модных трендов можно назвать глобализацию, естественный процесс распространения достижений «высоких» культур на весь мир, прежде всего, на культуры «низшие» с целью их приближения к культуре передовых стран [2].

Однако стоит заметить, что не только элементы одежды относятся к понятию мода, но и аксессуары, которые существуют для того, чтобы скрыть какие-либо существующие недостатки или сделать образ более ярким и законченным. Но не стоит относить аксессуары только к женским нарядам, они также могут присутствовать и в мужском образе, например, запонки или маленькая бутоньерка, где цветы могут быть как настоящие, так и искусственные [4].

Сегодня в России есть необходимость в переводе книг и журналов по изящным видам рукоделия, так, за время существования СССР утратились многие умения и навыки. Однако за рубежом рукоделие сделало большой скачок вперед в развитии. Огромный пласт иностранной литературы привлекает современных рукодельниц. Но в силу языкового барьера они не могут полноценно освоить новые интересные для себя техники, поэтому услуги переводчика в данном вопросе актуальны.

В прошлом веке тренды в рукоделии развивались в течение десятилетий, и советские переводчики медленнее адаптировались в терминах, у них было время на рассуждения о том, как лучше выразить то или иное понятие при переводе с английского на русский. Сегодня почти каждый день появляются новые виды рукоделия, какие-то техники становятся популярными, а какие наоборот, следовательно, появляются термины, и перед переводчиками возникает проблема их перевода. Для удобства использования того или иного термина в рукоделии он должен быть емким и понятным мастерам, что усложняет работу переводчикам.

Рукоделие – такая же наука, как и физика, математика, лингвистика и т.д. и имеет свою особую терминологию, следовательно, ее лексику нужно рассматривать так же серьезно, как в любой другой сфере.

По определению словаря-справочника лингвистических терминов Д.Э. Розенталя, термин – слово или словосочетание, обозначающее какое-либо понятие, применяемое в науке, технике, искусстве [6]. Термин может входить в состав

только одной области терминологии (префикс, косвенное дополнение, несогласованное определение), но может быть универсальным (операция – в медицине, финансовой области, военном деле).

Все термины можно классифицировать по форме и структурным особенностям, по их значению, по историческим особенностям и по особенностям их употребления [3]. Наиболее распространенная классификация – классификация по происхождению. Выделяются исконные термины, основанные на собственных ресурсах языка, заимствованные, то есть перешедшие из другого языка, а также гибридные термины, где одна часть исконная, а другая заимствованная.

Технические тексты по рукоделию порой трудно перевести с использованием точных и равнозначных эквивалентов, поэтому переводчиками были разработаны разные грамматические и лексико-семантические приемы:

- Замена частей речи. Например, когда заменяется английское существительное в роли определения: *catalog shoot* – «съемка для каталогов».
- Перестановка слов в словосочетании применяется, когда прослеживаются различия в грамматическом строе английского и русского языков: *garment piece* – «деталь одежды».
- Развертывание. Данный прием состоит в разделении лексической единицы на составляющие. Например, *beachwear* – «пляжная одежда», *underwear* – «нижнее белье».
- Комбинация калькирования и транслитерации. Этот прием используется для перевода сложных существительных, например, *uniform* – «униформа», где числовая приставка *uni* употребляется в значении «один».
- Конкретизация, при которой слова в словосочетании с широким значением заменяются словами с более узким значением [5].
- Генерализация – прием замены единицы исходного языка с менее широким значением единицей языка перевода с более широким значением.
- Замена следствия причиной и наоборот – лексические замены, основанные на причинно-следственных связях между понятиями [1].
- Функциональная замена используется при возникновении ситуации, когда ни один вариант, предлагаемых словарем, не подходит в данном контексте, и тогда возникает необходимость воспользоваться этим приемом.

Проанализировав двуязычные тексты на русском и английском языках объемом 4587 слов, мы обнаружили как исконные, так и заимствованные термины. Гибридных терминов обнаружено в количестве 1 единицы, так как в сфере рукоделия они употребляются достаточно редко и в узком предназначении. Полученные результаты показывают, что частота использования исконных и заимствованных терминов примерно одинакова и зависит от типа рукоделия, техники исполнения и используемых материалов.

Таблица 1 – Классификация терминов по происхождению

Исконные	37
Заимствования	32
Гибридо-термины	1

При переводе технических текстов мы столкнулись с определенными трудностями, например, не всегда возможно дословно перевести термины с английского на русский. Учеными были разработаны лексические и грамматические способы перевода, которые облегчают работу переводчика. В данной работе были использованы способы и приемы, представленные в таблице 2. Благодаря им перевод шел

быстрее и эффективнее. Исходя из полученных результатов, можно сделать вывод, что функциональная замена является самым продуктивным способом перевода текстов по рукоделию, так как множество терминов в английском языке трудно перевести одним словом, и, следовательно, требуются какие-то замены слов, более подходящие по смыслу, но соответствующие принятой в русском языке терминологии. Такие приемы перевода, как конкретизация, перестановка слов в словосочетании и развертывание, не менее эффективны, но реже используются в данном типе текстов. Такая трансформация, как замена следствия причиной и наоборот, вовсе не используется в текстах по рукоделию. Несмотря на то что существует достаточное количество способов и приемов перевода, большинство терминов имеют равные в своем значении эквиваленты в выбранных нами языках, что позволило нам переводить часть технических текстов, не применяя переводческие трансформации.

Таблица 2 – Способы и приемы перевода технических текстов в сфере рукоделия

Замена частей речи	11
Перестановка слов в словосочетании	21
Развертывание	20
Калькирование + транслитерация	1
Конкретизация	22
Генерализация	8
Замена следствия причиной и наоборот	0
Функциональная замена	86
Транскрипция, транслитерация	1
Модуляция	1

Таким образом, мы видим, что в рукоделии исконные и заимствованные термины используются почти в равной степени. Мы заметили, что большая часть терминов имеет свои эквиваленты в русском и английском языках, что позволяет переводить их без использования дополнительных трансформаций, за исключением некоторых трудностей, где требуется более четко раскрыть ту или иную фразу или более полно объяснить понятие. Также встречались случаи использования лексико-грамматических трансформаций, вызванные необходимостью соблюдать общепринятые грамматические конструкции в русском и английском языках.

Библиографический список:

1. Бархударов, Л.С. Язык и перевод. Вопросы общей и частной теории перевода / Л.С. Бархударов. – М.: Советский писатель, 1975. – 238 с.
2. Варбот, Ж.Ж. Краткий понятийно-терминологический справочник по этимологии и исторической лексикологии / Ж.Ж. Варбот, А.Ф. Журавлев. – Российская академия наук: Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН, 1998. – 231 с.
3. Кононенко, Б.И. Большой толковый словарь по культурологии / Б.И. Кононенко. – М.: Вече. АСТ, 2003. – 512 с.
4. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: Мир и Образование, Оникс, 2011. – 736 с.
5. Рецкер, Я.И. Теория перевода и переводческая практика: Очерки лингвистической теории перевода / Я.И. Рецкер. – Изд. 3-е. – М.: Р. Валент Переплёт, 2007. – 244 с.
6. Розенталь, Д.Э. Название: Словарь-справочник лингвистических терминов / Д.Э. Розенталь, М.А. Теленкова. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Просвещение, 1985. – 399 с.

ДЕРЕНДЯЕВ ВСЕВОЛОД АЛЕКСАНДРОВИЧ

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ДЕГТЕРЕНКО ЛЮДМИЛА НИКОЛАЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат исторических наук

Научный руководитель: Дегтеренко Людмила Николаевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат исторических наук

РОЛЬ ЗАГОЛОВКА В ЭФФЕКТИВНОСТИ СМИ (НА ПРИМЕРЕ СЕТЕВОГО ИЗДАНИЯ «74.РУ»)

Аннотация. В статье рассматривается роль заголовков в эффективности СМИ. Раскрываются графически-выделительная, номинативно-содержательная, информативная, рекламная функции заголовков. Анализируются заголовки статей новостного сетевого издания «74.ру» с точки зрения выполнения указанных функций. Делается вывод о роли речевого этикета новостных заголовков СМИ.

Ключевые слова: заголовок, СМИ, функции заголовков, речевой этикет.

В настоящее время наша жизнь тесно связана с деятельностью со СМИ. Телевидение, радио, журналы, газеты уже давно прочно укрепились в быту многих людей, а с недавних пор одним из самых популярных СМИ стали новостные интернет-порталы, в которых публикуются новостные статьи. Но как СМИ удаётся привлечь внимание читателя к новости и побудить её прочитать?

Весь секрет заключается в заголовке. Именно он выполняет функцию привлечения внимания потенциального читателя. Когда люди видят интересный заголовок, у них появляется желание узнать больше и они кликают по ссылке. Поэтому формулировке хорошего заглавия придается большое значение, а также предъявляются высокие требования к его качеству. Объясняется это еще и тем, что в условиях сильной конкуренции именно от заголовка будет зависеть, захочет ли читатель ознакомиться с текстом. Формулировка заглавия – задача журналиста, работающего в интернет-издании.

Разумеется, для более эффективного представления информации каждый журналист сознательно выбирает выразительные языковые средства для названия статьи, планируя при этом вызвать у читателя определённую реакцию. Заголовок, с одной стороны, должен быть лёгким и понятным для восприятия, ведь это первый элемент статьи, который видит читатель. Люди привыкли относиться к ним как к новостям, которые дают знания. Мы быстро пробегаем по ним глазами и выбираем наиболее интересные из них. С другой стороны, заголовок, предшествуя тексту, несёт определённые сведения о содержании публикуемого материала.

Заголовок воспринимается как речевой элемент вне текста, имеющий некоторую самостоятельность. Он имеет большое значение в плане воздействия на читателя в том смысле, что наряду с зачином и концовкой публицистического произведения занимает стилистически сильную позицию. Данные элементы текста привлекают больше всего внимания, сведения, находящиеся в заголовке, зачине и концовке, лучше всего усваиваются читателями.

Рассматривая разнообразие выразительных возможностей текстового заглавия, человек задается вопросом о функциях, которые выполняет заголовок. Перечислим основные:

- графически-выделительная;
- номинативно-содержательная;
- информативная;
- рекламная.

Некоторые аналитики выделяют ещё оценочно-экспрессивную и интегративную функции.

С точки зрения содержательного воздействия на читателя нам будут интересны номинативная, информативная, рекламная функции. Номинативная функция реализуется, когда человек впервые знакомится с заголовком, но ещё не успел прочитать текст. Она состоит в том, что заголовок даёт название тексту, и по сути является его именем. При прочтении заголовка согласно данной функции сразу должно быть понятно, о какой сфере жизни будет рассказываться в материале статьи, к какой теме он относится: «Четверть пассажиров – дети: прокуратура проверит Red Wings из-за поломки чартера в Челябинске» (тема – «Происшествия») [4]; «Мерседес» в цвет сумочки, футбол у Юревича и своя церковь. 74.ru побывал в Тарасовке (тема – «Общество») [1]; «Мы их любим и мучаем»: в челябинской лаборатории показали, как клонируют растения» (тема – «Наука») [6].

Как правило, в заголовке всю информацию по теме, о которой написано в тексте, сужают до более узкого аспекта, до ключевой «проблемы» текста. Читателю нужно дать понять, что в тексте речь идёт не обо всей сфере, например, спорте, а о конкретной теме, например, поломке или технической неисправности самолета, «красивой» повседневной жизни местной элиты, особенностях размножения растений в лабораторных условиях. Тогда читающему статью станет понятно, о чём она. Конкретика в названии важна для вызова интереса, мало кому захочется читать статью обо всём и ни о чём конкретном одновременно. Поэтому зачастую автор текста при его написании выдвигает значимую, по своему мнению, идею или смысл. И заголовок в этом случае может отображать главный тезис, который журналист описывает в своём тексте. В данном контексте речь уже идет о реализации номинативно-содержательной части заголовка.

Привлечение произвольного внимания к статье с помощью заглавия способно вызвать множество различных эмоций, не только интерес, но и удивление, а также любопытство, недоумение и другие. Таким способом реализуется рекламная функция заголовка. С помощью этой функции формируется психологический настрой человека, позволяет активизировать внимание потенциального читателя и побудить его целенаправленно обратиться к тексту. В таких заголовках используется эффект усиленного ожидания, необходимый для того, чтобы заинтриговать читателя, либо эффект новизны, сенсации: «Самолёт сломался, люди в панике»: рейс из Челябинска в Анталию перенесли на 12 часов» [2], «Успеть до 31 июля: как открыть расчетный счет в банке, не потратив ни копейки» [7], «Бизнес, «Трактор», саммиты, метро и увольнения: новый глава региона дал первую пресс-конференцию» [3].

Несомненно, одна из ключевых функций заголовка – рекламная, имеющая экономический, социальный коммуникативный, маркетинговый подтекст: «Оформлять ипотеку стоит прямо сейчас», «Выходные с 74.ru: рок-н-рольные танцы, битва за Севастополь и экстрим на снегоходах», «Дай глазу отдохнуть: интересные инстаграммы челябинских фотографов», «10 преимуществ обучения в ЮУрГУ» и т.д. Данные заголовки предоставляют читателю выбор по поводу того, где и как вы-

годнее совершить сделки с недвижимостью, где лучше отдохнуть, в пользу какого учебного заведения сделать выбор абитуриенту и т.п.

В заключение отметим, что одним из качеств подачи материала СМИ является публичность, согласно которому передаваемое содержание при коммуникации должно быть доступно всем членам общества. Поэтому возникает тесная взаимосвязь современных СМИ с разговорной речью. Известный лингвист В.Г. Костомаров писал о том, что состояние русского литературного языка в настоящем и будущем вызывает у него опасения, которые связаны, с одной стороны, со свободой слова, с другой – с небрежностью в употреблении языковых средств. Он называет этот процесс «варваризацией» или «вандализацией» [5]. Чтобы этого не происходило, на наш взгляд, журналистам, работающим в СМИ, следует помнить о том, что письменная речь СМИ зачастую является образцом речевой культуры, эталоном, которому нужно соответствовать, источником формирования у читателя определенного эмоционального состояния. Для этого в речи существует огромнейший, многообразный арсенал лексико-синтаксических единиц, в содержание которых входит экспрессивность, эмотивность и оценочность.

Библиографический список:

1. Козлова, О. «Мерседес» в цвет сумочки, футбол у Юревича и своя церковь. 74.ru побывал в Тарасовке [Электронный ресурс] / О. Козлова // Сетевое издание «74.ру». – Режим доступа: <https://74.ru/text/gorod/6610-1245/?from=storyline>.

2. Кондрашова, Н. «Самолёт сломался, люди в панике»: рейс из Челябинска в Анталью перенесли на 12 часов [Электронный ресурс] / Н. Кондрашова // Сетевое издание «74.ру». – Режим доступа: https://74.ru/text/gorod/66105967/?from=newscol_in

3. Кондрашова, Н. Бизнес, «Трактор», саммиты, метро и увольнения: новая глава региона дал первую пресс-конференцию [Электронный ресурс] / Н. Кондрашова // Сетевое издание «74.ру». – Режим доступа: <https://74.ru/text/politics/66041272/?from=listnews>

4. Кондрашова, Н. Четверть пассажиров – дети: прокуратура проверит Red Wings из-за поломки чартера в Челябинске [Электронный ресурс] / Н. Кондрашова // Сетевое издание «74.ру». – Режим доступа: https://74.ru/text/gorod/66106147/?from=newscol_in

5. Костомаров, В.Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В.Г. Костомаров. – СПб.: Златоуст, 1999. – 247 с.

6. Реутова, Ю. «Мы их любим и мучаем»: в челябинской лаборатории показали, как клонируют растения [Электронный ресурс] / Ю. Реутова // Сетевое издание «74.ру». – Режим доступа: <https://74.ru/text/science/66022594/?from=listnews>

7. Успеть до 31 июля: как открыть расчетный счет в банке, не потратив ни копейки [Электронный ресурс] // Сетевое издание «74.ру». – Режим доступа: https://74.ru/text/business/66094771/?from=newscol_in

ЗАЙЦЕВА АННА АНДРЕЕВНА

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет»

Научный руководитель: Коняева Елена Александровна

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет», кандидат педагогических наук, доцент

АДАПТАЦИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. В статье рассматривается проблема адаптации молодых специалистов к профессиональной деятельности на примере молодых педагогов. Раскрыты основные компоненты адаптации: социально-педагогический, психофизиологический, профессиональный.

Ключевые слова: адаптация; образовательная организация; молодой педагог; профессиональная деятельность.

Профессиональная деятельность – одна из важных сфер нашей жизни. От того, как она складывается, зависит финансовое благополучие и духовное состояние личности. Как известно, самыми сложными являются первые годы работы. В этот период накапливается опыт, происходит профессиональное развитие личности и адаптация.

Термин «адаптация» (от лат. *adapto* – приспособляю) впервые появился в физиологии, обозначая приспособление к окружающей среде, и изначально использовался в биологических науках. В последующем процесс адаптации стал предметом исследования многих наук, в том числе и психологии [1].

Адаптация в организации – это процесс взаимного приспособления работника и организации, активного освоения индивидом профессиональных и социальных функций, предполагающие преодоление возможных негативных моментов, инициированных как самим сотрудником, так и работодателем [1].

Остановимся более подробно на проблеме адаптации молодых педагогов. Под понятием «молодой педагог» понимается бывший студент, отучившийся в вузе от 4 до 6 лет, прошедший педагогическую практику в образовательном учреждении. Но выпуститься из вуза не значит стать первокурсным специалистом. Приходя на рабочее место, большинство педагогов сталкиваются с проблемой нехватки опыта, потому что в данной отрасли недостаточно только аудиторных знаний, что делает процесс адаптации в профессии преподавателя сложнее.

Проблема управления профессиональной адаптацией педагогов является актуальной, так как в современном мире общество предъявляет к молодому специалисту особые требования как в личностном, так и профессиональном плане. Прогресс не стоит на месте, стоит необходимость в постоянном совершенствовании личности и социальной активности, а это, по нашему мнению, невозможно без реализованного процесса профессиональной адаптации.

Изучение вопросов адаптации, в том числе профессиональной, нашло отражение в многочисленных исследованиях как отечественных, так и зарубежных ученых, среди которых: Г.А. Балл, А.А. Налчаджян, А.В. Филиппов, В.П. Казначеев, Ф.Б. Березин, К.А. Абульханова-Славская, А.Н. Жмыриков, Г. Селье и др. [7].

Профессиональная адаптация педагога – это освоение педагогом норм и правил поведения, навыков ведения образовательного процесса, а также взаимодействие с администрацией, коллегами, обучающимися и, возможно, с их родителями.

Как уже было сказано, важнейший этап – это первый год работы молодого педагога. Чтобы было легче справиться и знать, что делать, ему требуется более опытный наставник, с которым будет более уверенно работать. Сегодня, как правило, молодые педагоги сразу становятся классными руководителями, а значит, им нужна помощь в освоении навыков этой сложной работы, а именно: изучить состав обучающихся в группе, их индивидуальные особенности, подготовить несколько тематических собраний как к обучающимся, так и к родителям. Немаловажным условием должно быть проведение двух-трех открытых уроков с посещением более опытных педагогов и их последующий анализ.

Существует три компонента профессиональной адаптации педагога:

- социально-педагогический – вхождение в коллектив через схожесть целей и интересов молодого педагога и педагогического коллектива, обучающихся; изменение личностных качеств в соответствии с ориентацией на требования педагогической деятельности, принятие норм и правил поведения в образовательном учреждении;
- психофизиологический – приспособление молодого педагога к незнакомому, поурочному режиму труда и отдыха;
- профессиональный – активное освоение педагогом поведения в соответствии с должностными обязанностями, требованиями образовательного процесса, спецификой контингента обучающихся [8].

Из вышесказанного можно сделать вывод, что адаптация педагога – это процесс успешного включения его в профессиональную деятельность. Продолжительность адаптационного периода у каждого человека, как правило, индивидуальна и складывается в зависимости от первоначальных условий и способностей. Также к наиболее трудным проблемам молодые педагоги относят трудность мотивировать студентов, организовывать познавательную деятельность, формировать положительное отношение к процессу обучения. Значительные проблемы они испытывают с проведением воспитательных внеурочных, внеклассных занятий. Чаще всего после окончания педагогического университета молодой специалист применяет роль воспитателя только в статусе классного руководителя, понимая под воспитательной работой только внеклассные мероприятия. Начиная педагог еще не разобрался, что воспитания не существует в «чистом» виде, каждое его действие по отношению к обучающимся имеет какой-то воспитательный эффект. У социально-профессиональной адаптации молодого педагога существует ряд противоречий:

- между основными субъектами (коллегами, обучающимися и их родителями) в представлениях о цели, процессе и результатах образования;
- между ограниченным временем и большой рабочей нагрузкой. Педагог не успевает восстанавливаться, работает в режиме постоянного стресса и усталости;
- между содержанием и уровнем подготовки в вузе и требований, вызывающих перенапряжение. Начиная преподавателю приходится осваивать одновременно несколько ролей: педагога, воспитателя, классного руководителя (тьютора), коллеги, подчиненного – во всех этих «должностях» необходимо показывать профессиональную компетентность, которая, к сожалению, может быть еще не до конца сформирована [3, 5].

Если взять в качестве примера работу начинающего педагога в колледже, то может возникнуть еще одна проблема. В личностно-коммуникативном плане с обучающимися построение отношений является залогом успеха всей педагогической

деятельности. У студентов проявляется высокая тревожность при обращении к молодым специалистам на «Вы». Им кажется, что так обращаются только к людям, которые намного старше. Необходимо объяснить, что так общаются взрослые и воспитанные люди, уважающие друг друга.

Также в колледже обучающиеся немного труднее, чем в других образовательных учреждениях. На любые высказывания сначала они реагируют агрессивно, так как срабатывает защитная реакция от неизвестности. Каждый из них является «сложным» ребенком, всем хочется выделиться, запомниться, чтобы на него обратили внимание. И делают они это разными способами: одни по-доброму, не провоцируя конфликт; другие, наоборот, целенаправленно пытаются вывести педагога из душевного равновесия, проверить «на прочность» и развить конфликтную ситуацию. И очень важно сохранять спокойствие, не поддаваться на провокацию, не перейти грань и в то же время не допустить вседозволенного поведения [6].

Чтобы успешно пройти период адаптации, необходимо обращаться к специальной психолого-педагогической литературе.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что, безусловно, ни из одного вуза и колледжа не выпускается сформированный высококвалифицированный специалист. Именно на месте работы, в образовательном учреждении, происходит процесс становления педагога. Поэтому руководителям организации стоит позаботиться о новом сотруднике, создать комфортные условия, в которых переход от теории к практике был бы успешным. Благоприятный социально-психологический климат, наличие педагога-наставника и многое другое помогут начинающему учителю проявить себя и адаптироваться на рабочем месте.

Библиографический список:

1. Дуракова, И.Б. Эволюция, цели и принципы адаптации персонала [Электронный ресурс] / И.Б. Дуракова. – Режим доступа: <https://textbooks.studio/management-upravlenie-personalom/evolyutsiya-tseli-printsipyi-adaptatsii-26919.html>.

2. Коняева, Е.А. Групповая форма организации обучения в вузе / Е.А. Коняева // Профессиональное образование: методология, технология, практика: сборник научных статей / под ред. В.В. Садырина. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Цицеро»; Челяб. гос. пед. ун-т, 2014. – Вып. 7. – С. 94–97.

3. Коняева, Е.А. Формирование готовности будущих учителей к реализации технологии модульного обучения: дис. ... канд. пед. наук / Е.А. Коняева. – Челябинск, 2004. – 200 с.

4. Коняева, Е.А. Интеграция образования, науки и производства как фактор национальной безопасности / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Образование и социум: безопасность поликультурного пространства России: сб. материалов Всерос. заочн. науч.-практ. конф 27-28 ноября 2013 г. / ред. кол.: В.В. Садырин, Б.У. Хашагульгов, М.В. Потапова, Е.А. Гнатышина и др. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Цицеро», 2014. – С. 158–161.

5. Коняева Е.А. Компетентностный подход к проблеме формирования готовности к профессионально-педагогической деятельности / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Вестник Учебно-методического объединения по профессионально-педагогическому образованию. Вып. 1 (46). – Екатеринбург: Изд-во Рос. Гос. проф.-пед. ун-та, 2012. – С. 109–113.

6. Коняева, Е.А. Реализация проекта «ТЕМП» в условиях образовательной организации среднего профессионального образования / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Пропедевтика инженерной культуры обучающихся в условиях модернизации

образования: сборник материалов Всеросс. научн.-практ. конф. с межд. участ. 2-3 декабря 2015, Челябинск. – М.: ООО «Лаборатория Знаний», 2015. – С.187–190.

7. Мохонько, Н.Н. Профессиональная адаптация молодого педагога / Н.Н. Мохонько. – Режим доступа: https://урок.рф/library/adaptatciya_molodogo_pedagoga_234347.html.

8. Петренко, Е.И. Профессиональная адаптация молодого учителя в общеобразовательном учреждении / Е.И. Петренко // Молодой ученый. – 2017. – №50. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/184/47316/>.

ИВАШКОВА АЛЕКСАНДРА АНДРЕЕВНА

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет»

Научный руководитель: Коняева Елена Александровна

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет», кандидат педагогических наук, доцент

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Аннотация. В статье рассматривается процесс информатизации как один из основных путей модернизации системы образования. При этом имеется в виду решение ряда последовательных задач: техническое оснащение, создание дидактических средств, разработка новых технологий обучения и т.д., определяющих этапы процесса модернизации.

Ключевые слова: образовательная организация, информатизация, управленческая деятельность, информационные технологии, качество образования, информационное обеспечение, информационная система.

В современном компьютеризированном мире одним из основополагающих условий оптимального управления является организация информационного обеспечения руководителя профессиональной образовательной организацией.

Управленческая деятельность руководителя образовательной организации включает в себя обработку больших объемов информации. Для того, чтобы эта информация действительно помогала принимать правильные управленческие решения, она должна быть объективной, поступать своевременно, отражать динамику изменений в объекте управления. Кроме того, нужны технологии, при помощи которых управленец сможет обработать эту информацию быстро и точно, с минимальной затратой сил и времени [8, с. 74].

Использование информационных технологий является одним из перспективных направлений развития образования на современном этапе. Использование информационных технологий в управлении профессиональной образовательной организацией дает качественно новые возможности для ее руководителей [7, с. 20].

Для успешной организации своей управленческой деятельности руководителю сегодня необходимо уметь анализировать образовательный процесс, выявлять наиболее значимые проблемы и находить эффективные пути их решения. Оптимизировать управленческую деятельность руководителя профессионального образовательного учреждения в связи с возрастающими требованиями к качеству образования и в условиях постоянно увеличивающегося объема управленческой информации может информационное обеспечение, которое представляет собой совокупность специфических ресурсов, процессов и технологий, предназначенных для решения управленческих задач.

Важным условием информационного обеспечения на современном этапе является использование информационно-коммуникативных технологий. Понимая информационные системы, как взаимосвязанные совокупности средств, методов и персонала, используемые для хранения, обработки и выдачи информации в интере-

сах достижения поставленной цели, основываясь на их классификации по функциональному признаку, можно выделить четыре информационные системы образовательного учреждения: кадры, контингент, обучающий процесс и воспитательный процесс. Выделение именно этих систем как основополагающих обусловлено необходимостью, с одной стороны, охватить все информационные процессы, протекающие в образовательном учреждении, с другой стороны, учесть взаимосвязь и взаимозависимость различных аспектов управленческой информации и избежать дублирования данных.

В структуре каждой информационной системы можно выявить следующие обеспечивающие подсистемы: информационную, организационную, правовую и программную. Информационная подсистема содержит унифицированные системы документации, схемы информационных потоков. Организационная подсистема регламентирует взаимодействие работников с техническими средствами и между собой в процессе эксплуатации информационной системы, определяет области управленческих задач, подлежащих автоматизации; распределяет функциональные обязанности каждого при решении этих задач. Правовая подсистема включает в себя совокупность правовых норм, определяющих создание и функционирование информационной системы: должностные инструкции, локальные нормативные акты, положения о порядке использования информации. Программная подсистема состоит из комплекса технических средств, используемых при функционировании информационной системы и совокупности всех программ, в том числе прикладных программ как общего, так и специального назначения. Это дает возможность руководителю образовательной организации использовать большие объемы управленческой информации, сопоставлять показатели, производить быстрый поиск и обработку данных, а значит, осуществлять выбор наилучшего варианта из возможных и принимать оптимальные управленческие решения [2, с. 51].

Создание единой информационной среды образовательной организации, внедрение информационных технологий в образовательный процесс позволяет:

1) стимулировать творческую активность, освободить от физиологических ограничений, страха самовыражения;

2) снять нагрузку – рутинные операции выполняются машиной, а преподаватель оперативно привлекает необходимые источники текстовой, графической и аудиовизуальной информации;

3) расширить возможности представления результатов учебной деятельности обучающихся в профессиональной образовательной организации. Это не только тетрадные листки с лекциями, ответами на вопросы или решенными задачами, а иные продукты – гипертексты, презентации, модели. Работы учащегося с применением информационных технологий при профессиональном сопровождении педагога имеют более высокий эстетический и технический уровень.

Единая информационная среда образовательного учреждения должна включать компоненты, обеспечивающие информатизацию основных видов деятельности профессиональной образовательной организации:

1) управление кадрами;

2) управление ресурсами;

2) обеспечение коммуникации;

4) управление контингентом обучающихся.

Развитие единой информационной среды связано с постоянным повышением уровня её организации и технического оснащения. Единство и целостность структуры информационной среды определяются единством педагогических целей,

взаимосвязью решаемых педагогических задач и взаимодействием участников образовательного учреждения.

При проектировании единой информационной среды образовательного учреждения необходимо следующее:

- обеспечивать на базе компетентностного подхода формирование информационной культуры всех участников образовательного процесса;
- исследовать возможности внедрения информационных и коммуникационных технологий в практику преподавания учебных предметов, а также в деятельность воспитательной службы образовательного учреждения;
- создать условия для практического применения компьютерной техники участниками образовательного процесса в учебное и внеучебное время, исходя из потребностей;
- обеспечить для участников образовательного процесса открытый доступ к информационным каналам локальной вычислительной сети, глобальной сети Интернет и ресурсам медиатек;
- организовать процесс критического осмысления накапливаемого эмпирического педагогического опыта, его обобщения и анализа, а также обмен опытом по информатизации образования на различных уровнях;
- обеспечить непрерывное развитие технической инфраструктуры единой информационной среды, работу технического персонала, проведение плановых регламентных работ, текущего ремонта и экстренного устранения неисправностей, необходимое финансирование [1].

Создание автоматизированной системы позволяет учесть все особенности образовательного учреждения.

Информационная система профессиональной образовательной организации должна предоставлять руководителям и специалистам динамичное информационное сопровождение для проведения анализа складывающихся ситуаций, моделирования прогнозируемых процессов для принятия обоснованных как оперативных, так и тактических решений на среднесрочную и долгосрочную перспективу.

Библиографический список:

1. Дмитриев, Д.А. Использование информационных технологий в управлении образовательным учреждением / Д.А. Дмитриев. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-informatsionnyh-tehnologiy-v-upravlenii-obrazovatelnyim-uchrezhdeniem>
2. Захарова, И.Г. Информационные технологии в образовании: учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. [Текст] / И.Г. Захарова. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 192 с.
3. Коняева, Е.А. Групповая форма организации обучения в вузе / Е.А. Коняева // Профессиональное образование: методология, технология, практика: сборник научных статей / под ред. В.В. Садырина. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Цицero»; Челяб. гос. пед. ун-т, 2014. – Вып. 7. – С. 94–97.
4. Коняева, Е.А. Готовность к использованию дистанционных образовательных технологий как условие социально-профессиональной мобильности будущих педагогов / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Социально-профессиональная мобильность в XXI веке: сб. материалов и докладов Международной конф. 29-30 мая 2014г. – Екатеринбург: Изд-во Рос. Гос. проф.-пед. ун-та, 2014. – С. 70–74.
5. Коняева Е.А. Нормативно-правовое регулирование сетевого взаимодействия образовательных организаций / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Сетевое взаимодействие как форма реализации государственной политики в образовании: сборник

материалов Всеросс. научн.-практ.конф. с межд. участ. 18-19 февраля 2015, Челябинск-Екатеринбург. – Челябинск: СИМАРС, 2015. – С. 118–121.

6. Коняева, Е.А. Некоторые средства электронного обучения / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Проблемы педагогической теории и практики. Сборник научных статей. – СПб.: Изд-во БПА, 2014. – С.81–84.

7. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования [Текст] / Е.С. Полат [и др.]. – М.: Академия, 2014. – 272 с.

8. Советов, Б.Я. Информационные технологии. Учебник. [Текст] / Б.Я. Советов, В.В. Цехановский – М.: Юрайт, 2014. – 272 с.

КАЗАНЦЕВА МАРИЯ ВЛАДИМИРОВНА

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет».

ЕВПЛОВА ЕКАТЕРИНА ВИКТОРОВНА

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет», кандидат педагогических наук, доцент

Научный руководитель: Евплова Екатерина Викторовна

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет», кандидат педагогических наук, доцент

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Аннотация. В статье ставится задача рассмотреть основные проблемы развития малого бизнеса в Челябинской области и в городе Челябинске. Наиболее подробно раскрываются внутренние проблемы: некачественное обслуживание клиентов, снижение производительности труда, высокий уровень стресса и т.д., а также внешние проблемы: изменение налогового законодательства страны, высокий кредит, кризис в производственных сферах и т.д.

Ключевые слова: малый бизнес, предприятие, предприниматель, факторы, проблемы, внутренние проблемы, внешние проблемы, финансы.

Малый бизнес представляет собой большой слой собственников, которые в силу своего количества определяют экономический, социальный и политический уровень развития Челябинской области. По уровню развития собственники влияют на жизнедеятельность большей части населения. Они являются как производителями, так и потребителями различных товаров и услуг. Малый бизнес считается широкой, эластичной и подвижной формой бизнес-жизни, так как в нем создается и движется существенная масса ресурсов, являющихся «источником питания» для среднего и крупного бизнеса.

В последнее время малый бизнес в Челябинской области столкнулся с рядом проблем. Множество различных индивидуальных предпринимателей за первый год своего существования прекращают свою деятельность или приостанавливают ее на время. Только малая часть компаний функционирует шесть и более лет. Такое положение дел в области является постоянным и держит позицию долгое время.

Что же мешает данному бизнесу держаться на плаву? Существуют внутренние и внешние факторы, препятствующие развитию малого бизнеса. Проблемы, которые существуют внутри отдельно взятой компании, относятся к внутренним факторам. К ним относятся:

- 1) нехватка или отсутствие знаний у руководителей компаний;
- 2) плохая система менеджмента;
- 3) неэффективная надстройка над всей рыночной деятельностью компании;
- 4) непросвещенность персонала;
- 5) низкая конкурентоспособность;
- 6) постоянные расходы и, как следствие, уменьшение прибыли.
- 7) большие расходы на уплату налогов и сборов;
- 8) нехватка финансовых ресурсов для развития [1; 3; 4].

К нехватке или отсутствию знаний можно отнести проблему планирования бизнес-плана. Не все предприниматели прописывают свои действия, учитывая подводные камни. Конечно, полностью предугадать, что будет в будущем нельзя, но некоторые начинающие предприниматели не создают определенную стратегию, которая помогла бы им избежать неприятностей. Из-за этой халатности организации закрываются. Еще к данному пункту относится неумение руководить персоналом, плохое стимулирование персонала, неспособность наладить кадровое производство и трудности с достижением нормальных деловых взаимоотношений руководителя с работниками.

Проблема первого пункта перетекает в последующие. Из-за неэффективного менеджмента финансовые последствия разрушительны. Подчиненные принимают удар в первую очередь, а впоследствии это отражается на клиентах. Ошибки, которые ведут к этому:

- Некачественное обслуживание клиентов. Как писалось выше, неумение правильно руководить персоналом ведет к понижению морального климата в компании. Если сотрудники смиряются с тем, что некачественное обслуживание – это нормально, то такое внушение будет отражаться на их работе, которая будет некачественной. Как следствие этого, клиенты будут жаловаться и все реже и реже пользоваться услугами данного предприятия.
- Снижение производительности труда. Эта проблема несет за собой дополнительные расходы на сверхурочные, а на ответственных сотрудников будет приписываться больше задач, что увеличит их нагрузку.
- Низкий моральный дух. Работники начинают прогуливать работу.
- Высокий уровень стресса. Оплата больничных, низкая мотивация на самой работе.
- Высокая текучесть кадров. Расходуется большое количество денег на обучение новых сотрудников, которые быстро уходят к другим работодателям из-за плохих условий работы.

Из-за нехватки рекламы, продвижения продукции на различных рынках посредством участия в местных выставках и продвижения сайта в сети Интернет является низкая конкурентоспособность.

Следующей из основных проблем является нехватка финансовых ресурсов. Из-за шаткой статистики, кризисного состояния экономики и отсутствия определенного бизнес-плана инвесторы в настоящее время неохотно готовы доверить субъектам малого предприятия свой капитал. В результате у молодых компаний не хватает финансовых средств для успешного развития своего дела.

Условия, оказывающие влияние на функционирование малых предприятий, относятся к внешним факторам:

- 1) Изменение налогового законодательства страны.
- 2) Высокий кредит и сложности при его оформлении.
- 3) Кризис в производственных сферах.
- 4) Государство не всегда идет на встречу предпринимателю малого бизнеса.
- 5) Столкновение малого бизнеса с крупными монополистами [1; 3; 4].

Государственные предприятия неохотно работают с частными предпринимателями без образования юридического лица ввиду различий в налогообложении, отсутствия расчетного счета или из-за существующих ограничений при расчетах наличными и так далее. Затрудняют положение эффективной деятельности предприятия, а также его закрытия высокие налоги, увеличивающаяся арендная плата за помещение и оборудование, отсутствие венчурного капитала.

Монополии в сфере тепло-, энерго- и водоснабжения становятся большим препятствием при создании малого предприятия. Проблема заключается в осуществлении процесса присоединения к электросетям, дорогим подключением, нарушением сроков подключения, с постоянным ростом тарифов. После оплаты предпринимателю выдавались условия на присоединение, в которых были указаны компании от монополиста, стоимость работ которых была очень высокой. Из-за такого объема требований и большого количества денежных средств на их осуществление подключение к тепло-, энерго- и водоснабжению для предпринимателя малого бизнеса имела незаконное решение. Кроме того, есть вероятность того, что в любой момент предприятие может быть отключено от источников снабжения без серьезных оснований либо подвергнуто штрафу или перерасчету [2].

Несмотря на положительное развитие предпринимательства в Челябинске, существует ряд определенных проблем:

- Нехватка финансовых ресурсов для приобретения и совершенствования основных фондов. Большое количество основных средств уходит на участие в выставках и на продвижение сайта в сети Интернет.
- Нехватка финансовых ресурсов для развития бизнеса по дневному уходу за детьми до 3 лет.
- Нехватка или отсутствие знаний у руководителей малого бизнеса.
- Предприниматели не следят за новыми технологиями бизнеса, изменениями в законодательстве.
- Предпринимателям малого бизнеса не всегда предоставляют нежилые помещения для ведения предпринимательской деятельности [5].

Постепенное решение данных проблем приведет к тому, что новые предприниматели малого бизнеса смогут конкурировать между собой и на внешних рынках. Из-за этого вырастет экономический, социальный и политический уровень развития Челябинской области и, следовательно, города Челябинска.

Библиографический список:

1. Девятаева, Н.В. Проблемы развития малого и среднего предпринимательства в России и направления их решения / Н.В. Девятаева, Т.А. Базарнова. – Молодой ученый. – 2014. – №4. – С. 503–505.
2. Долгова, И.В. Монополии и конкуренция / И.В. Долгова, Н.В. Швейко // Финансы и кредит. – 2001. – №3 (75). – С. 44–59.
3. Жданкина, Ю.А. Современные проблемы развития среднего и малого бизнеса в России / Ю.А. Жданкина, М.С. Агафонова // Международный студенческий научный вестник. – 2014. – № 1.
4. Ильин, И.Е. Малый бизнес в России: проблемы и перспективы / И.Е. Ильин // Банковское кредитование. – 2008. – №2.
5. Об утверждении муниципальной программы «Содействие развитию малого и среднего предпринимательства в городе Челябинске в 2018–2020 годах» (с изменениями на 14 мая 2018 года) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/446290227>

КАРИМОВ РОМАН МАРАТОВИЧ

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ДЕГТЕРЕНКО ЛЮДМИЛА НИКОЛАЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат исторических наук

Научный руководитель: Дегтеренко Людмила Николаевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат исторических наук

ТЕКСТЫ СОВРЕМЕННЫХ ПЕСЕН: ПОЭЗИЯ И АНТИПОЭЗИЯ

Аннотация. Рассматриваются характерные черты поэзии и антипоэзии. Приводятся примеры современных песен, в которых тесно переплетаются свойства как поэзии, так и антипоэзии. Предпринимается попытка объяснить данную особенность современных песен стремлением выразить мысли и эмоции молодого поколения.

Ключевые слова: музыка, песни, поэзия, антипоэзия, тексты современных песен, изобразительно-выразительные средства.

Известно, что музыка сопровождает человека на протяжении всей его жизни, добавляя в нее краски, чувства и эмоции.

Наши далекие предки не различали поэзии и музыки. И действительно, в музыке и поэзии много общего. Музыку и поэзию объединяет многое, прежде всего, это интерес к внутреннему миру человека, единство мысли, эмоции, ритм и многое другое. Поэзия и музыка – два великих начала, две стихии искусства. На протяжении многих веков они непрерывно взаимодействуют между собой, и это взаимодействие рождает шедевры – песни и романсы, оперы и даже симфонии. Поэтический текст способен придать музыке новое звучание; он обогащает её смыслом, оттенками чувств, красочностью тембров. Творчество композиторов превращает стихотворение в музыкальное произведение, так поэзия становится частью музыки.

Назовем ключевые признаки поэтического произведения [3].

Образ. Художественная литература, в том числе поэзия, отличается образностью, которая достигается большим спектром изобразительно-выразительных средств.

Рифма и ритм. Поэзия основывается на умении чередовать ударные и безударные слоги. От этого зависит мелодичность стиха. Рифма, за исключением белого стиха, – обязательное звено поэзии. В белом стихе доминируют значимые, экспрессивные художественные образы, которые удерживают внимание читателя.

Эмоциональность. Художественное произведение, в том числе поэтическое, призвано воздействовать на чувства и эмоции читающего, на его внутренний мир.

Синтаксическая целостность. Связь между предложениями, частями поэтического текста.

Высокая эмоциональность при рассказе о событиях, ощущениях, чувствах [1].

Что же можно понимать под термином «антипоэзия»? Это некая противоположность поэзии. Антипоэзия усиливает отрицательное, отражает состояние радости лирического героя при виде плохого. Зачастую лирический герой в произведении совершает отрицательные поступки. Свободин отмечает, что антипоэзия выступает украшением и воспеванием низости и мерзости [2].

Кроме того, в текстах современных песен зачастую отсутствует смысловая нагрузка, используются бессмысленные слова, выражения, жаргонизмы.

Рассмотрим особенности текстов современных песен.

В качестве первого объекта исследования возьмем песню, которая находится на данный момент в первой десятке списка iTunes – «Симпа» от исполнителей Raim, Artur, Adil [4].

Тема любви, характерная для поэзии, является ключевой в данной песне.

Однако сама сюжетная линия достаточно проста: молодая привлекательная девушка («симпа») пользовалась определенное время популярностью у парней, но в итоге ее сердце завоевал обычный парень «бродяга» и «растаман»:

Симпа па па полюбила,

Парней она манила,

Бродягу полюбила.

Она его половина.

Юноша, в свою очередь, во время предыдущих отношений ошибался во многих девушках, но наконец встретил свою единственную. Эмоциональность восприятия сюжетной линии и внутренних переживаний лирического героя нивелируется за счет использования отрицательно окрашенной лексики: девушка в тексте песни называется «симпой», «бейбой», юноша – «бродягой» и «растаманом». Разгорающееся между молодыми людьми чувство передается строками: «Эндорфины зашкаливают», «Ночь пройдет не хило», «Твое тело накалило».

Стоит отметить, что исполнители данной песни не претендуют на высокую оценку своего текста. Привлечение внимания молодежи к творчеству достигается за счет использования жаргона и пропаганды низменных страстей и антипропаганды здорового образа жизни. Это означает, что поэзия в данном лирическом произведении уступает место антипоэзии.

В поисках следующей композиции мы обратились творчеству исполнительницы Анны Бороной.

Песня «Гаджет» сразу же полюбилась зрителям и набрала популярность.

Тема песни – обращение девушки к своему парню. В отношениях молодых есть посредник – гаджет, отвлекающий молодого человека от реальных взаимоотношений и переводящий реальные чувства в виртуальные [5]:

Одиночество вдвоем как данность.

Проживая дни, как приложение,

Ты забыл включить меня в реальность.

Современное техническое средство в данной песне приравнивается к художественному герою, способному вмешаться в человеческие отношения.

Одним из популярных молодых исполнителей современности является Макс Корж.

Следующей песней для рассмотрения будет один из последних хитов «Пролетарка» исполнителя Макса Коржа [6].

Основной темой песни «Пролетарка» является посыл на преодоление жизненных трудностей всем слоям социального общества.

Макс Корж рассказывает в песне о собственном тернистом пути к успеху, который ему удалось пройти. Так, в песне мы видим то, как он сбегал из дома из-за тяги к творчеству, которая далее расставила в его жизни все по местам.

Со стороны может показаться, что лирического героя постоянно то бросает на дно ямы, то возносит до небес. Однако на душе в этот момент у него мир и согласие. А у других, кто вечно ищет выгоду и деньги, внутренний мир лишен гармонии. Автор песни доносит до слушателя идею, согласно которой тот, кто следует по

своему пути и не прогибается под меркантильный мир, придет к своей мечте и ни о чем не пожалеет. Идея поиска смысла жизни является традиционной как для классической литературы, так и для поэзии в частности. Однако опять привлечение внимания молодежи к своему творчеству Макс Корж обеспечивает за счет используемых языковых средств, близких и понятных молодежи: «над этой пропастью только и успеваю *тормозить*», «звёзды падают звоном монет», «как на месте устоять, *соблазны чтоб не сбили с ног*», «как *кайфово* через *время позади* Оглянуться и понять, что ты до сих пор не свернул с пути», «А тебя, бывает в жизни, так *швыряет* по разные стороны», «бедалага».

Зачастую в современных песнях сложно выделить основную мысль, какую-то логику. Они изобилуют синтаксическими, пунктуационными, орфографическими, орфоэпическими ошибками, что опять же позволяет их больше отнести к антипоэзии нежели поэзии. Но кто может с точностью сказать, что через некоторое время эти песни не станут поэзией. Тем более что русская литература уже имеет аналогичные примеры, когда, например, в поэзии Серебряного века выделилось литературное направление футуризма, ставшее популярным не только в ту эпоху, но и в настоящее время.

Библиографический список:

1. Поэтический словарь / под ред. Е.В. Толкачевой. – М.: Луч, 2008. – 384 с.
2. Свободин, И. Антипоэзия [Электронный ресурс] / И. Свободин // Стихи.ру. – Режим доступа: <http://www.stihi.ru/2010/02/26/9097>
3. Семак, С. Поэзия. Отличительные признаки поэтического произведения [Электронный ресурс] / С. Семак // ФБ. – Режим доступа: <http://fb.ru/article/279189/poeziya-otlichitelnyie-priznaki-poeticheskogo-proizvedeniya>
4. Текст песни Raim & Artur – Симпа [Электронный ресурс] // Text-pesni.com. – Режим доступа: <https://text-pesni.com/pesnya/pokazat/565664483/raim-artur/tekst-perevod-pesni-simpa-ft-adil-rajm-i-artur-simpa-pa-pa-brodyagu-polyubila-ona-ego-polovina-pa-pa-pa-parnej-ona-manila/>
5. Текст песни Анна Боронина – Гаджет [Электронный ресурс] // Text-pesni.com. – Режим доступа: <https://text-pesni.com/pesnya/pokazat/56566-4920/anna-boronina/tekst-perevod-pesni-gadzhet-gadzhet-daj-svoj-gadzhet/>
6. Текст песни Макс Корж – Пролетарка [Электронный ресурс] // Text-pesni.com. – Режим доступа: <https://text-pesni.com/pesnya/pokazat/565658175/maks-korzh/tekst-perevod-pesni-proletarka/>

КАРПОВА ПОЛИНА ЕВГЕНЬЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Абрамова Елена Николаевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой лингвистики и межкультурной коммуникации

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА АНГЛИЙСКИХ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ, СОДЕРЖАЩИХ ИМПЛИЦИТНУЮ ИНФОРМАЦИЮ

Аннотация. В статье рассматриваются понятия «заголовок», «имплика-тура», «имплицитность». Анализируются лексико-семантические особенности заголовков некоторых печатных изданий на английском языке. Отмечается роль имплицитной информации медиатекста при переводе газетных заголовков.

Ключевые слова: заголовок, импликатура, имплицитность, медиатекст, имплицитная информация.

Перевод имеет долгую историю, которая уходит корнями глубоко в прошлое. Как самостоятельная наука, перевод сформировался только в начале XX века, затем в условиях расширения международных связей и обмена информацией перевод быстро развивался, этот процесс продолжается и по сей день. Возникают новые теории и взгляды на проблемы перевода. В наше время динамического развития, которое затрагивает все сферы человеческой деятельности, обмен информацией как никогда велик, в связи с этим растут и требования к переводу. Переводчикам газет и литературы справочно-информационного характера часто приходится переводить информационные статьи, заголовки и заметки из английских и американских газет, и им должны быть знакомы стилистические особенности таких материалов.

Одним из самых мощных инструментов в построении современной жизни являются средства массовой информации, такие как печать, радио, телевидение, Интернет. С их помощью происходит интенсивная обработка и формирование человеческого сознания. Американский исследователь Г. Альтштуллер в своей книге «Агенты влияния: роль СМИ в жизни общества» справедливо замечает: «Средства массовой информации на протяжении всей своей недолгой истории были не больше чем летописцами чужих деяний, и если прессе когда-либо выпадало играть активную роль, то только потому, что она становилась агентом влиятельных сил» [6, с. 5].

В настоящее время в лингвистике уделяется большое внимание изучению дискурса средств массовой информации, среди которых, несмотря на постоянно растущую конкуренцию со стороны радио, телевидения и Интернета, важное место продолжает занимать печатная пресса. Неотъемлемой частью структуры газетного текста является его заголовок. Существует большое множество определений заголовков. Обратимся к некоторым из них: заголовок – это название какого-либо произведения или отдела его частей [8]; заголовок – это выходной лист, первый листок книги или сочинения, где обозначено его название [5].

В Большой Советской Энциклопедии указано: «Заголовок – это название литературного произведения, в той или иной степени раскрывающее его содержание» [2].

Поэтому от характера и оформления заголовков зачастую зависит не только репутация издания, но и воздействие публикаций на читателя: неправильно выбранный заголовок может испортить самую интересную и емкую статью, в то время

как самая обычная и заурядная статья может стать популярной благодаря своему броскому и экспрессивному заголовку. Именно поэтому главным элементом текстовой публикации является заголовок.

Информация, которая закодирована в заголовке, неоднородна в ее понимании и расшифровке. Она может быть выражена эксплицитно или имплицитно. Имплицитная информация существует как подтекст и явно в тексте не выражена. Она работает в силу того, что объективная и субъективная информация о мире не совпадает. Человек воспринимает буквальный смысл и вместе с тем дополняет и расширяет его на основе своего личного опыта, ожидания и знания.

Понятие «импликатура» было введено историком языка Гербертом Полом Грайсом, который в своей работе «Логика и речевое общение» проводит четкую границу между тем, что говорится (saying) и тем, что подразумевается (implying) [4].

Имплицитность в узком понимании представляет собой чисто языковое явление, реализуемое посредством скрытых категорий, объективной предпосылкой существования которых является неоднозначность лексико-грамматических форм, участие не только языкового, но и внеязыкового знания в формировании смысла коммуникативного акта.

Имплицитность предполагает наличие скрытого смысла, требует от адресата дополнительных интерпретативных усилий. Для передачи этого скрытого смысла используются такие средства, как языковая игра, фразеологизмы и идиомы, аллюзии, метафоры, клише, гиперболы и ирония.

При переводе медиатекста, содержащего имплицитную информацию, необходимо брать во внимание умение «воспринимать» медиатекст, анализировать и обобщать полученную информацию об окружающей нас действительности. Это зависит от многих факторов. Люди, живущие в разных странах и говорящие на разных языках, воспринимают информацию по-разному. При этом наиболее важным считаются не сами события, которые были освещены автором, а его комментарии и оценка относительно этих событий. При переводе заголовков очень важно точно передать замысел автора и не исказить переданную информацию. В процессе перевода очень важную роль играет анализ текста и его интерпретации.

В переводческом анализе медиатекста целесообразно рассматривать имплицитные смыслы с точки зрения их обусловленности фоновыми знаниями, параметрами коммуникативной ситуации и лингвистической компетенцией адресата. Выявление имплицитного содержания целесообразно уже на этапе переводческого анализа текста с целью формирования переводческой стратегии и тактик и в конечном счете создания текста перевода, равноценного оригиналу с точки зрения коммуникативно-функционального эффекта.

Наиболее распространёнными приемами при переводе имплицитной информации являются калькирование, грамматические и лексико-семантические замены и смысловое развитие.

Текстовая импликация находится на значительной семантической «глубине», и для ее восприятия необходимы не языковые знания, а аналитическое мышление, эмоциональная восприимчивость и определенные фоновые знания.

Для газетных заголовков свойственно обилие общественно-политических терминов, числительных, неологизмов, интернациональных слов, диалектизмов, поэтизмов, перевод которых обычно не вызывает сложностей. Тем не менее существуют некоторые лексические особенности заголовков, которые представляют трудность при переводе.

Так, в области лексики для заголовков английских газет характерно частое использование небольшого числа специальных слов, составляющих своего рода

«заголовочный жаргон»: *ban, bid, claim, crack, crash, cut, dash, hit, move, pact, plea, probe, quit, quiz, rap, rush, slash* и др. Отличительной особенностью такой «заголовочной лексики» является не только частота их употребления, но и универсальный характер их семантики.

Вследствие широкой семантики «заголовочного жаргона» часто приходится прибегать к конкретизации при переводе заголовков:

Russia claims US interest in S. Sudan motivated by oil [13]. – *Россия считает, что интересы США в Южном Судане связаны с нефтью*

Многозначное слово *to claim* имеет следующие значения в русском языке: 1) требовать; предъявлять требования; 2) заявлять, утверждать; 4) возбуждать иск о возмещении убытков и др. В соответствии с содержанием статьи при переводе глагола *to claim* на русский язык используется более узкий по значению глагол *считать*.

Часто заголовки содержат аллюзии, правильный перевод которых требует широких знаний в разных областях жизни:

Mars attacks! Morocco pelted with rocks from the Red Planet [12]. – *Марс атакует! На Марокко обрушился метеоритный дождь с Марса* (Аллюзия к фильму Тима Бертона «Марс атакует!»)

Angela Merkel and the euro: the new iron chancellor [10] – *Ангела Меркель и евро: новый железный канцлер Германии* (Отсылка к федеральному канцлеру Отто фон Бисмарку)

Также в газетных заголовках особенно широко используются жаргонизмы и другие лексические элементы разговорного стиля. Даже если в самой статье какая-либо ситуация описывается в более сдержанном стиле, заголовок часто носит более разговорный характер.

Chief Minister Sacked for Bribery [10] – *Премьер-министр Бирмы уволен за взяточничество*

Несмотря на серьезный характер сообщения в английском заголовке используется глагол *sack*, который является обиходно-разговорным.

THEN 25,000 NEW ENGLAND COTTON WORKERS HIT THE BRICKS [9] – *Забастовка 25,000 текстильщиков Новой Англии*

Выражение *to hit the bricks* заимствовано из американского воровского жаргона, где оно означает *выйти из тюрьмы*, в данном контексте выражение употреблено в переосмысленном значении *выйти на улицу, выйти с завода*, т.е. *забастовать*. В приведенном примере при переводе следует использовать нейтральную лексику.

Таким образом, при переводе газетных заголовков, содержащих имплицитную информацию, стоит обратить внимание на наличие в них различных особенностей. Для газетных заголовков свойственно обилие общественно-политических терминов, числительных, неологизмов, интернациональных слов, диалектизм, поэтизм, перевод которых обычно не вызывает сложностей. Тем не менее такие лексические особенности, как игра слов, фразеологизмы, сокращения, титулы и другие, являются достаточно сложными для перевода и требуют особого внимания. Кроме того, к каждому из этих приемов подходит свой способ перевода. То есть заголовочный жаргон лучше всего перевести при помощи генерализации, фразеологизмы стоит перевести описательным переводом, а для клише подобрать подходящий эквивалент в русском языке.

Подводя итоги, можно отметить, что, нередко требуется предварительное ознакомление с содержанием текста для правильного понимания и перевода заголовка. Готовых рецептов и универсальных приемов, пригодных в любых ситуациях, разумеется, не существует. Но если переводчик заранее готов к подобным проблемам, если он осознает суть, содержание, коммуникативную функцию и стилистиче-

ский эффект этих и других особенностей переводимого текста, если он умеет распознавать метафоры и аллюзии, иронию и каламбуры и т. п., если у него есть необходимые фоновые знания и представление о той реальности, которой посвящен текст, есть надежда, что его перевод будет достаточно адекватен. Разумеется, при условии, что переводчик в нужной степени владеет профессиональными навыками и соответствующими рабочими языками.

Библиографический список:

1. Арнольд, И.В. Статус импликации в системе текста / Интерпретация художественного текста в языковом вузе / И.В. Арнольд // Межвуз. сб. научн. тр. – Л.: ЛГУ, 1983. – 256 с.
2. Большая Советская Энциклопедия / глав. ред. А.М. Прохоров. – 3-е изд. – М.: Советская энциклопедия, 1969.
3. Борисова, Е.Г. ИмPLICITная информация в лексике // ИмPLICITность в языке и речи: коллективная монография / отв. ред. Е.Г. Борисова, Ю.С. Мартемьянов. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 200 с.
4. Грайс, Г.П. Логика и речевое общение [Электронный ресурс] / Г.П. Грайс. – Режим доступа: <http://kant.narod.ru>
5. Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: избр. ст. / В.И. Даль; совмещ. ред. изд. В.И. Даля и И.А. Бодуэна де Куртенэ. – М.: ОЛМА Медиа Групп, 2009. – 573 с.
6. Засурский, И. Масс-медиа второй республики [Электронный ресурс] / И. Засурский. – Режим доступа: <http://textfighter.org>
7. Кашичкин, А.В. ИмPLICITность в контексте перевода: автореф. дисс. д. филол. н. / А.В. Кашичкин. – М.: РГБ, 2003. – 22 с.
8. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: Мир и Образование, Оникс, 2011. – 736 с.
9. Особенности перевода газетных заголовков [Электронный ресурс] // Использование экспрессивных средств в переводе заголовков. – Режим доступа: <http://studexpo.ru>
10. Особенности перевода заголовков английской прессы [Электронный ресурс] // IV международная студенческая научная конференция. Студенческий научный форум – 2012. – Режим доступа: <http://scienceforume.ru>
11. Толмасова, О.С. Структурно-функциональные особенности английских газетных заголовков в сопоставлении с газетным информационным текстом: автореф. дис. канд. филол. наук / О.С. Толмасова. – Л.: Ленингр. гос. пед. ин-т им. А.И. Герцена, 1981. – 16 с.
12. Brid-Aine Parnell. Mars attacks! Morocco pelted with rocks from the Red Planet [Электронный ресурс] / Brid-Aine Parnell // The Register. – 2012. – 18 Jan. – Режим доступа: <http://www.theregister.co.uk>
13. Toby Collins. Russia claims US interest in S. Sudan motivated by oil [Электронный ресурс] / Toby Collins // Sudan Tribune. – 2012. – 16 Jan. – Режим доступа: <http://www.sudantribune.com>

КОНОВАЛОВА ЮЛИЯ ВИТАЛЬЕВНА

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет»

Научный руководитель: Коняева Елена Александровна

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет», кандидат педагогических наук, доцент

КОНКУРСЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МАСТЕРСТВА КАК ЭЛЕМЕНТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ СПО

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема влияния конкурсов профессионального мастерства на профессиональную подготовку студентов среднего профессионального образования. Рассматривается понятие конкурса в целом, исторические предпосылки зарождения конкурсов профессионального мастерства. Формулируются цели проведения конкурсов и излагаются результаты участия обучающихся в подобных мероприятиях.

Ключевые слова: СПО, конкурс, конкурс профессионального мастерства, студент, профессиональная подготовка, образовательная организация, профессиональные навыки.

На сегодняшний день обучение студентов в организациях среднего профессионального образования (СПО) требует от педагогов и мастеров производственного обучения хорошей профессиональной подготовки и временных затрат. Наряду с теоретическими знаниями необходима и практическая составляющая. В противном случае будущий специалист не будет востребован на рынке труда. Выполняя на занятиях практические задания, студент приобретает те навыки, которые ему необходимы в дальнейшем для совершения трудовых действий. Хорошая практическая база со временем позволяет обучающемуся демонстрировать свои знания, умения и навыки в различных олимпиадах или конкурсах.

Конкурсы профессионального мастерства, о коих пойдет речь в данной статье, позволяют решать задачи повышения качественной подготовки специалистов, а также служат способом развития интеллекта, творческих способностей, креативности студентов.

Следует отметить, что конкурс (от лат. *concursum* – стечение, столкновение) – это:

1) отбор ограниченного количества участников из общего числа претендующих на занятие должности, поступление в образовательное учреждение, заключение договора, получение заказа;

2) соревнование для выявления наилучших из числа участников, представляющих научную, производственную сферу деятельности или область искусства [1, с. 88].

Конкурсы профессионального мастерства имеют свою историю. Одними из первых являются Профессиональные педагогические конкурсы, зародившиеся в России в 20-е годы прошлого столетия как потребность в выявлении и распространении опыта учителей. В 1923 году газета «Правда» совместно с Наркомпросом, Главполитпросветом, крупными издательствами, выделившими специальные премии победителям, организовала Всероссийский конкурс на лучшего учителя. В

объявлении о конкурсе разъяснялось, что лучшим нужно считать учителя, «если он сумел при чрезвычайно тяжелых условиях сохранить школу, благоустроить её; если он научил детей любить школу; если учитель связал школу с производством и принимает активное участие в общественной жизни; если он борется с религиозными предрассудками; если учитель помогает организовать кооператив, показывает лучшие способы ведения хозяйства» («Правда» от 24 апреля 1923 г. № 65). [7, с. 2]

Профессиональные конкурсы проводятся по сей день и очень актуальны, однако имеют уже не только педагогическую направленность. Практически по всем направлениям профессиональной подготовки можно встретить конкурсы или олимпиады профессионального мастерства для студентов. В Челябинске такие мероприятия достаточно часто проводят ГБПОУ «Южно-Уральский государственный технический колледж», ГБПОУ «Челябинский механико-технологический техникум», ГБПОУ «Южно-Уральский многопрофильный колледж», ГБПОУ «Челябинский автотранспортный техникум», ГБПОУ «Аргаяшский аграрный техникум», ГБПОУ «Челябинский государственный колледж индустрии питания и торговли», ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж» и многие другие организации среднего профессионального образования.

Данные конкурсы или олимпиады проводятся, как правило, в следующих целях [2, с. 32]:

- 1) выявление качества подготовки студентов профессиональных образовательных организаций, стимулирования их творческого роста;
- 2) определение уровня профессиональных знаний, умений и навыков обучающихся;
- 3) пропаганда среднего профессионального образования среди молодежи, повышение его престижа в современных условиях.

Как участие студентов в подобных мероприятиях способствует их хорошей профессиональной подготовке?

Прежде чем принять участие в конкурсе, студент начинает длительную подготовку. Неоднократное повторение, сочетание теории и практики, постоянное оттачивание и усовершенствование навыков идет ему на пользу. Конкурс завершится, а приобретенные знания, умения и навыки сохранятся.

Участие в конкурсе – это хорошая возможность для студента показать свои навыки работодателям, поскольку работу обучающихся оценивают именно специалисты – люди с большим опытом. Высокие результаты могут подвигнуть работодателя предложить место для прохождения производственной практики с последующим трудоустройством. А это является хорошим плюсом для студента.

Неординарность, творческий подход к решению сложных и интересных задач проверяются не только в стенах учебного заведения, но и в рамках подобных конкурсов. Применение индивидуального решения к производству товара, выполнению работы или оказанию услуги поможет получить высший балл при оценке конкурсных работ и будет нелишним в реальных производственных условиях.

Конечно же, конкурсы и олимпиады профессионального мастерства гарантируют студенту новые знакомства (развитие коммуникативных навыков), получение нового опыта и обмен знаниями с другими конкурсантами, желание совершенствоваться.

Таким образом, мы рассмотрели значение конкурсов профессионального мастерства для подготовки студентов: выявили, что участие обучающихся в мероприятиях состязательного характера благотворно влияет на закрепление и совершенствование профессиональных навыков и позволяет добиться высоких результатов.

Библиографический список:

1. Вишнякова, С.М. Профессиональное образование: Словарь. Ключевые понятия, термины, актуальная лексика [Текст] / С.М. Вишнякова. – М.: НМЦ СПО, 1999. – 538 с.
2. Коняева, Е.А. Конкурсы профмастерства как механизм профессионального становления обучающихся (на примере Челябинской области) [Текст] / Е.А. Коняева, Е.М. Зайко // Профессиональное самоопределение молодежи инновационного региона: проблемы и перспективы. – Красноярск, 2016. – С. 30–34.
3. Коняева, Е.А. Готовность к использованию дистанционных образовательных технологий как условие социально-профессиональной мобильности будущих педагогов [Текст] / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Социально-профессиональная мобильность в XXI веке: сб. материалов и докладов Международной конф. 29-30 мая 2014 г. – Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2014. – С. 70–74.
4. Коняева, Е.А. Конструирование модульного содержания учебной дисциплины как средство формирования профессиональной компетенции будущих специалистов [Текст] / Е.А.Коняева, А.С. Коняев // Профессиональное образование: методология, технология, практика: сборник научных статей / под ред. В.В.Садырина. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Цицеро»; Челяб.гос.пед.ун-т, 2015. – Вып.8. – С. 104–109.
5. Коняева, Е.А. Нормативно-правовое регулирование сетевого взаимодействия образовательных организаций [Текст] / Е.А.Коняева, А.С. Коняев // Сетевое взаимодействие как форма реализации государственной политики в образовании: сборник материалов Всеросс. научн.-практ.конф. с межд. участ. 18-19 февраля 2015, Челябинск-Екатеринбург. – Челябинск: СИМАРС, 2015. – С.118–121.
6. Коняева, Е.А. Реализация проекта «ТЕМП» в условиях образовательной организации среднего профессионального образования [Текст] / Е.А.Коняева, А.С. Коняев // Пропедевтика инженерной культуры обучающихся в условиях модернизации образования: сборник материалов Всеросс. научн.-практ.конф. с межд. участ. 2-3 декабря 2015, Челябинск. – М.: ООО «Лаборатория Знаний», 2015. – С.187–190.
7. Хозяинова, Л.А. Роль конкурсов профессионального мастерства в подготовке квалифицированных специалистов СПО / Л.А. Хозяинова // Информ. – 2015.

КОРОБИНЦЕВА НАТАЛЬЯ ДЕНИСОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ОДНОШОВИНА ЮЛИЯ ВЛАДИМИРОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат культурологии, член СДРФ, доцент кафедры дизайна, рисунка и живописи

Научный руководитель: Одношовина Юлия Владимировна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат культурологии, член СДРФ, доцент кафедры дизайна, рисунка и живописи

ПОСТМОДЕРН В ДИЗАЙНЕ XX ВЕКА. ТИПОГРАФИКА «НОВОЙ ВОЛНЫ»

Аннотация. Постмодернизм как направление в дизайне. Постмодернистская картина мира – основа признания множественности точек зрения, отсутствие единого всеобъемлющего стиля, тенденция к синкретизму, к переплетению, взаимодополнению и слиянию разных культур. Вольфганг Вайнгарт постмодернистский независимый швейцарский дизайнер, типограф, радикально изменивший представления о классической швейцарской типографике, как четкой, точной и организованной, превратив ее в новый типографический жанр. Создатель стиля, который назвали «швейцарский панкком» и «типографической анархией».

Ключевые слова: постмодернизм, дизайн, графический дизайн, В. Вайнгарт, швейцарская школа графического дизайна, типографика, «новая волна» швейцарского графического дизайна.

Постмодернизм возникает в поп-культуре и радикальных течениях дизайна. Сегодня существует несколько гипотез о сути постмодерна. Большинство исследователей полагает, что это явление трансисторическое, то есть возникающее всякий раз в любой кризисной эпохе [8, с. 148].

После 70–80 лет классического модернизма наступает истощение духовных и творческих ресурсов. Не происходит стилистическое новшество и остается только повторять старые стили. Постмодерн появился в 1960–70-х годах XX века на западе и быстро стал общей тенденцией в творческой и духовной деятельности человека. Постмодерн обратился к множественным направлениям, выделяя и смешивая их.

В распространении постмодернизма сыграло несколько факторов. Самое главное – это отрицательное причастие к прошлому, ко всему устоявшемуся и традиционному, что является нормой для постмодернистской культуры, которая любит свободу. Из-за настроения постмодернизма появилось сомнительное отношение к тому, что есть возможность теоретически подтвердить пути социального развития и организовать возможные долгосрочные сценарии и проекты на тему внезапных и моментальных социальных перемен. Но в постмодернизме нет никаких целей изменять общество и совершать революции, ведь он настроен на малозначительные социальные изменения [14, с. 15].

Для постмодерна характерно стремление к быстрым и решительным изменениям событий в жизни и в обществе, это отразилось в конце XX века на областях жизни, не относящихся к социальной сфере непосредственно, например, в музыке, спорте. Воздействие мира постмодерна выразилось в натиске и концентрации на

радикальных изменениях и в той области культурного пространства, которое связано с телом и потребностями.

Установка постмодернизма относительно культуры появляется в форме результата изменения, отступление от «чистоты» искусства. Современные люди в искусстве практически никогда не работают с «чистым» материалом, потому что он уже оказывается культурно усвоенным. Постмодернизм начинает познавать свою переориентацию эстетической активности с акта творения на цитирование и синтезирование, то есть с создания ранее новых произведений на их коллаж. Но постмодернистское направление заключается не в том, что деструкция противопоставляется творчеству, а в том, что происходит дистанцирование от позиции уничтожения или создания [2, с. 8].

Постмодерн развивается и охватывает различные области жизни человека. Графический дизайн и связанная с ним реклама не стала исключением. Постмодернизм в рекламе часто отходит от устоявшегося, реального, образа объекта в рекламе компании. Используется декоративность, старые и новые технологии. Графические дизайнеры всегда стремились показать что-то необычное, эстетическое. Стремилась найти предел новизны типографики. Постмодернизм в графическом дизайне уникален своим представлением не только в изображении, но и в шрифте. Шрифт, используемый в постмодернистской рекламе, участвует в создании образа, и может быть носителем определенного смысла [8].

Графический дизайн всегда подражал образам и решениям из других сфер художественной культуры, он использовал цитаты, ссылки, стили, уникальность графического дизайна в его трансформировании. Яркий тому пример – швейцарская школа графического дизайна.

Швейцарская школа внесла кардинальные взгляды на дизайн с разных точек зрения. В настоящее время опыт швейцарской школы графического дизайна является весьма ценным для профессионального становления дизайнеров-графиков во всем мире. Демонстрируя уже классические образцы проектной культуры XX века, он открывает новые творческие возможности для мастеров графического дизайна XXI века [3].

Получив импульс от конструктивизма, швейцарцы в 60-е годы довели до логического итога безупречность и рационализм в графическом дизайне, но господство международного стиля, данного швейцарской школой, основанного на точности и правилах, не могло продолжаться бесконечно. Со временем привычные принципы четкости и логичности были серьезно подвергнуты сомнению. Начало противодействия произошло именно на его родине, в сердце международного стиля – в швейцарском Базеле. Эти идеи позже трансформировались в целое направление, получившее известность как «новая волна» (также часто именуемая «графическим постмодерном», «авангардом», «плюрализмом» и «швейцарским панком») [6, с. 21].

В 1970-е годы «новая волна» швейцарского графического дизайна привнесла в типографику свободу творческого самовыражения, раздвинув границы швейцарского стиля и рамки для художников. Реформатором швейцарской школы графического дизайна в начале 1970-х годов выступил преподаватель Базельской школы Вольфганг Вайнгарт.

Вайнгарт практически постоянно заявлял, что улавливает шрифты, как «свободно разговаривающие» рисунки. Цель типографа состояла в том, чтобы вырваться из оков предсказуемости «швейцарского стиля», встряхнуть и заполнить новыми идеями типографику.

Долгие годы работы наборщиком позволили ему осознать все достоинства и недостатки традиционной типографики и сделать собственные выводы. Вайнгарт

поставил перед собой цель доказать состоятельность шрифтовой композиции именно как искусства. Он набирал текст вручную, сохраняя классическую горизонтальность композиции, но видоизменяя межбуквенные и межстрочные расстояния, предельно растягивал слова и строки, использовал подчеркивание и комбинировал в одном тексте разные шрифты и кегли, испытывая пределы возможности читаемости текста. Наибольшая часть экспериментальных работ Вайнгарта принадлежала области книжного и журнального дизайна, однако именно в них сформировалась группа художественных приёмов, ставших впоследствии отличительными особенностями шрифтовых плакатов «новой волны». Основными составляющими особенностями этой группы были подчёркивание, прямоугольные выделения строк и слов, печать текста светлым по тёмному фону, зачёркивание, игра с расстояниями между знаками, словами и строками.

Он экспериментировал в создании фотомеханических монтажей, наслаивая друг на друга позитивы для создания различных комбинаций из изображений, фотографий, текста и графики. На первый взгляд может показаться, что в его работах царит полная анархия, но можно найти закономерность. Работы Вайнгарта полны свободы, однако каждый композиционный элемент, как и его расположение относительно других графических элементов, четко продуман и выверен. Стиль Вайнгарта отличается также удивительным консонансом графических образов и шрифта. Шрифт остался нейтральным, но тем острее обозначились композиционные аномалии.

Вольфганг Вайнгарт сумел показать народу «осознанный беспорядок» – интригующее сочетание несовместимого: неравномерная разрядка в слове, критически малая отбивка, контраст по насыщенности и типоразмеру шрифта.

К некоторым стилизованным особенностям, связанным с типографикой «новой волны», относятся отдельные блоки заливок, подача текста с межбуквенным интервалом и подчеркиванием.

В 1972 и 1973 годах Вайнгарт разработал серию из 14 связанных между собой обложек для журнала «Typografische Monatsblätter», через который он доводил свои инновационные идеи читателям. Деформация сетки и ее полностью измененные элементы, заливки и не подающееся какой-либо закономерности расположение текста – эти принципы стали ответом Вайнгарта на первенство швейцарского стиля. Работа Вайнгарта была непринужденной, обладающей интуицией, глубоко продуманной и представленной с чувством, и это оказало существенное влияние на весь графический дизайн конца XX века [12; 15].

В конце 1970-х Вольфганг Вайнгарт начал получать заказы на дизайн плакатов для многих музеев, выставок и других культурных организаций, и его работа несколько изменила направление. Выполненный в виде коллажа плакат для выставки «Kunstkredit» (1977) был склеен из разных частей пленки в виде слоистого пакета, перенесен на единую основу, затем перемещен непосредственно на офсетную пластину. Он сделал видимыми отдельные секции модульной сетки, нарушая ее чистоту кривыми переходами, разорванными гранями. Вейнгарт разрывал, изменял и наслаивал поверхности в мультипространственной структуре. Его фотомеханический экспрессионизм оказывал шоковое воздействие на чувства и эмоции зрителя. Творчество Вейнгарта показало, что графический дизайн может быть не просто инструментом межличностной коммуникации, но и сферой творческого самовыражения.

Стиль Вольфганга Вайнгарта не превратился бы в целое направление «новой волны», если бы не многочисленные продолжатели его школы, Д. Фридманом, Э. Грейман и В. Кунцем. Эти дизайнеры в 1970 – 1980-е годы развивали типографику «новой волны» в США. Их эксперименты в области графического дизайна совершались с применением новейших компьютерных технологий, что значительно

отразилось на характере их работ. Постмодернистская стратегия смыслообразования реализовалась в творчестве учеников В. Вейнгарта в полной мере [11; 20].

В 80-е гг. Эприл Грейман провозгласили «королевой новой волны». В 90-е она одной из первых освоила возможности компьютерной техники, что позволило ей подняться на качественно новую ступень в своем творческом развитии. Эприл Грейман получила репутацию новатора в области дизайна и медиа благодаря проектам для Cerritos Centre, Walker Art Centre и Sci-Arc, и экспериментам по слиянию текста и изображения. Благодаря методу «коллажа» она успешно сочетает фотографии, иллюстрации, шрифт и компьютерные эффекты. Свободную организацию элементов в работах Грейман критики часто называют «принципом коктейля»: отсутствие четкого центра, нелинейность и случайность. Результат – живые, насыщенные образы работы, которыми восхищались и восхищаются. Грейман утверждает, что существуют различные слои информации: «Поверхностный слой вы схватываете инстинктивно, это каким-то образом вызывает эмоциональную реакцию, но я люблю слои, которые увлекают вглубь и заставляют задумываться», – говорит дизайнер [6; 18].

Последователь Вальтера Вольфганга Дэн Фридман после возвращения в США становится преподавателем Йельского Университета, где успешно развивает философию «новой волны», рассказывая её студентам. Вскоре Фридман становится одним из ведущих типографом «новой волны». Самостоятельные работы дизайнера в начале 1970-х были различны и не похожи друг на друга и, конечно же, находились под влиянием типографики «новой волны»: плакат для Йельского симфонического оркестра, созданный в 1973-м, обложка 1971 года для «Typografische Monatsblätter», в которой гарнитуры шрифтов Times Square и Manhattan плавают поверх изображения города, являясь хаотическим графическим комплексом противоречащих качеств [10].

Дизайнеры старшего поколения, воспитанные в строгом подавлении личного в угоду устоявшемуся стилю коммерческого предприятия, отвергали самовольную субъективность идеи, выраженной Вайнгартом и Грейман в том, что дизайн мог бы быть формой искусства. Эти критики видели стилистические элементы и эффекты «новой волны» как препятствия ясной передаче сообщения клиента потребителю, и они отклонили эти эксперименты как временную прихоть и фантазии. Общее мнение консерваторов от дизайна формулировалось так: «Вряд ли графический дизайн может создать художественные формы. Он должен создать интерес у заказчика» [1].

Несмотря на протесты дизайнеров старого поколения дизайнеры «новой волны» смогли преодолеть застой в графическом дизайне, открыв путь для развития и более широкого разнообразия подходов. Соединяя эмоции и типографический порядок, они добились нового прочтения правил швейцарской типографики, сознательно игнорируемых ими же в течение более десятилетия господствующих тенденций «новой волны».

Библиографический список:

1. Авдеева, В.В. Зарубежное искусство XX века: [учеб. пособие] / В.В. Авдеева. – Екатеринбург: Урал, 2016. – 112 с.
2. Андреева, Е.Ю. Постмодернизм. Искусство второй половины XX-начала XXI века / Е.Ю. Андреева. – СПб.: Азбука-классика, 2007 – 408 с.
3. Ващук, О.А. Швейцарская школа графического дизайна. Становление и развитие интернационального стиля типографики: монография / О.А. Ващук. – СПб.: ФГБОУ ВПО «СПГУТД», 2013. – 304 с.

4. Вольфганг Вайнгард. Начало конца классической типографики [Электронный ресурс] / В. Вайнгард. – Режим доступа: <http://blog.romashin-design.com/articles/volfgang-vajngard.html>
5. Горбунова, Л.И. Постмодерн как тенденция развития культуры XX века / Л.И. Горбунова // Вестник МГТУ – 2011. – №2. – С. 265–271.
6. Графический дизайн «Новой волны»: В. Вейнгарт, Э. Грейман, Д.Фридман, Н. Броуди, Д. Карсон, Р. Шрайфегель [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/6130767/page:13/>
7. Как в аптеке. Швейцарская школа графического дизайна 50–70-х [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://blog.romashin-design.com/articles/shvejcarskaya-shkola-grafiki.html>
8. Кикова, Т.М. Теоретические основы постмодернистской рекламы / Т.М. Кикова // Вестник АГУ. – 2014. – Выпуск 3. – С. 148–151.
9. Кричевский, В. Типографика в терминах и образах. Том 1 / В. Кричевский. – М.: Слово, 2000. – 144 с.
10. Лю Цзянь. Шрифтовой художественный плакат: традиции и современность [Электронный ресурс] / Лю Цзянь. – Режим доступа: <http://www.dslib.net/muzeevedenie/shriftovoj-hudozhestvennyj-plakat-tradicii-i-sovremennost.html>
11. Мавричев, С.С. Реферат: Характеристика культуры постмодернизма [Электронный ресурс] / С.С. Мавричев. – Режим доступа: <http://www.5rik.ru/better/article-171367.php>
12. Маньковская, Н. Постмодернизм в эстетике / Н. Маньковская // Фило-софская антропология. – 2018. – № 1. – С. 192–230.
13. Михайлов, С.М. История дизайна. Том 2 / С.М. Михайлов. – М.: «Союз Дизайнеров России», 2003. – 270 с.
14. Новые тенденции в промышленном дизайне 1970-х: антифункционализм, хай-тек. Стиль панк в графическом дизайне Великобритании и Швейцарии 1970-х: особенности и различия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://site-to-you.ru/my1/my-96569.php>
15. Парилов, О.В. Постмодернизм как мировоззренческая установка: учебное пособие / О.В. Парилов, Д.О. Парилов. – Нижний Новгород: Нижегородская правовая академия, 2012. – 100 с.
16. Проблема дизайнерского искусства. Позиция автора в культуре постмодернизма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://taby27.ru/studentam_aspirantam/philos_design/referaty_philos_design/postmodern_design/problem-a-dizajnerskogo-iskusstva.-poziciya-avtora-v-kulture-postmodernizma..html
17. Проектор №30. Специальный выпуск. Швейцарский дизайн. – СПб.: «Студия проектор», 2016. – 127 с.
18. Развитие шрифта и типографики во второй половине XX века [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/5557751/page:2/>
19. Райли, Н. Элементы дизайна. Развитие дизайна и элементов стиля от Ренессанса до Постмодернизма / Н. Райли; пер. с англ. – М.: ООО «Магма», 2004. – 544 с.
20. Традиции поколений в области графического дизайна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=535849>
21. Швейцарский панк или типографика "новой волны" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advertology.ru/article34481.html>
22. Bethany Heck. Structural Typography [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://medium.com/s/about-face/structural-typography-26f00c19e2f0>
23. INFOLIO университетская электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.infoliolib.info/>

КОРОЛЕВА АНАСТАСИЯ СТАНИСЛАВОВНА

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет»

Научный руководитель: Коняева Елена Александровна

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет», кандидат педагогических наук, доцент

ВЛИЯНИЕ ТЕМПЕРАМЕНТА НА ВЫБОР ПРОФЕССИИ

Аннотация. В данной статье рассматриваются некоторые аспекты влияния темперамента на выбор профессии. Приведены результаты исследования, проведенного в группе студентов третьего курса, выявляющего взаимосвязь типа темперамента и будущей профессии студентов.

Ключевые слова: темперамент; профессия; компетенция; педагог профессионального обучения.

Для правильного выбора профессии человеку необходимо представление не только о том, какие профессии существуют, но и о том, на что способен сам человек, какими психологическими качествами он должен обладать, чтобы добиться успеха в выбранном деле. Чтобы избежать ошибок в процессе выбора профессии, нужно хорошо знать свои личностные особенности, уровень подготовленности, интересы, склонности. Разговор о своих личностных особенностях мы начнём с понятия «темперамент».

Темперамент влияет на скорость запоминания, быстроту восприятия новой информации, живость ума, длительность концентрации внимания, способность не отвлекаться, длительно хранить в памяти определенные сведения. Темперамент задает темп деятельности, ее ритм, характеристики реагирования на внешние воздействия.

Темперамент – качество биологическое, врожденное, а не приобретенное. Темперамент определяет и обеспечивает скорость, силу и уравновешенность наших реакций. Он проявляется в мышлении, речи, манере общения. Но темперамент не влияет на интересы, успешность, интеллект, деловые качества.

Не следует путать темперамент с характером. Доброта и жестокость, трудолюбие и лень, аккуратность и неряшливость – все это черты характера, которые не заложены от природы, а формируются на протяжении всей жизни. Умным или глупым, честным или лживым, талантливым или бездарным может быть человек с любым темпераментом. Успешность человека зависит не от его темперамента, а от способностей, знаний, навыков и направленности личности.

В пятом веке до нашей эры в Греции жил великий ученый Гиппократ, в роду которого было 17 поколений врачей. Опыт и наблюдательность помогли ему описать ныне всем известные типы людей: сангвиника, холерика, флегматика и меланхолика. Четыре темперамента Гиппократ сравнивал с четырьмя стихиями: огонь, земля, вода, воздух. Гармония четырех стихий создает жизнь на земле, гармония четырех начал в человеке позволяет ему жить полноценной жизнью. «Греческий гений Гиппократ уловил в массе бесчисленных вариантов человеческого поведения капитальные черты», – писал великий русский физиолог Иван Павлов, развивший идеи Гиппократа.

Сформулируем краткие характеристики каждого типа темперамента:

Флегматик – работоспособный, малоэмоциональный, серьёзный, надёжный, спокойный.

Сангвиник – активный, энергичный, жизнерадостный, легкомысленный, беззаботный.

Холерик – очень энергичный, вспыльчивый, эмоциональный, напористый, чувствительный.

Меланхолик – замкнутый, ранимый, сдержанный, задумчивый, грустный.

Профессор А. Векслер предложил положить в основу деления людей по темпераменту их способность активно или пассивно относиться к окружающему миру. С этой точки зрения холерик – человек активный. Он не приспосабливается к среде, а пытается среду приспособить к себе. Для него характерно стремление выделиться из окружающих людей, «подминать» их под себя.

Сангвиник тоже отличается активной жизненной позицией. Он легко приспосабливается почти ко всякой среде, к любым переменам, отличается оптимизмом и легко вступает в контакты с людьми. Сангвиник почти всегда инициатор в общении, немедленно откликается на подобные проявления со стороны другого человека, но его отношения к людям могут быть изменчивыми и непостоянными. Он как рыба в воде чувствует себя в большой компании незнакомых людей, а новая необычная обстановка ему только в радость. В сангвинике всегда теплится надежда на лучшее будущее.

Меланхолики и флегматики – люди пассивные. Они успешно приспосабливаются лишь к узкой среде (семья, кружок друзей и единомышленников) и почти не нуждаются в широком круге общения. Флегматик, например, устанавливает социальные контакты очень медленно, свои чувства проявляет мало и долго может не замечать, что кто-то ищет повода познакомиться с ним. Зато он устойчив и постоянен в своём отношении к человеку. Флегматик любит находиться в узком кругу старых знакомых, в привычной обстановке.

В чистом виде темпераменты встречаются редко. В каждом человеке есть что-то от холерика, сангвиника, флегматика и меланхолика. Вопрос, кем лучше быть, не имеет смысла, как и вопрос, какое время года лучше. В каждом есть свои плюсы и свои минусы. Надо их знать и действовать, выбирая эффективную модель поведения в зависимости от ситуации, не идя на поводу у природных качеств, а развивая их.

Мы провели исследование на определение типа темперамента. В настоящее время существует множество различных способов для определения типа темперамента. Мы воспользовались методикой Айзенка [6] для определения типов темперамента в группе студентов третьего курса по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям).

В рамках учебной программы по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) студенты получают практическую и теоретическую подготовку по профилю профессиональной и трудовой деятельности. В результате бакалавр будет иметь достаточную компетенцию как в педагогической сфере, так и в той области народного хозяйства, в которой он сможет применить полученные знания. Студентов по указанному направлению готовят к следующим видам профессиональной деятельности: учебно-профессиональная; научно-исследовательская; образовательно-проектировочная; организационно-технологическая; обучение по рабочей профессии.

Бакалавр по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

учебно-профессиональная деятельность:

- определение подходов к процессу подготовки рабочих (специалистов) для отраслей экономики;
- развитие профессионально важных качеств личности современного рабочего (специалиста);
- планирование мероприятий по социальной профилактике в образовательных организациях среднего профессионального образования;
- организация и осуществление учебно-воспитательной деятельности в соответствии с требованиями профессиональных и федеральных государственных образовательных стандартов в образовательных организациях среднего профессионального образования;
- диагностика и прогнозирование развития личности будущих рабочих (специалистов);
- организация профессионально-педагогической деятельности на основе нормативно-правовых документов;
- анализ профессионально-педагогических ситуаций;
- воспитание будущих рабочих (специалистов) на основе индивидуального подхода, формирование у них духовных, нравственных ценностей и патриотических убеждений;

научно-исследовательская:

- участие в исследованиях по проблемам подготовки рабочих (специалистов);
- организация учебно-исследовательской работы обучающихся;
- создание, распространение, применение новшеств и творчество в педагогическом процессе для решения профессионально-педагогических задач, применение технологии формирования креативных способностей при подготовке рабочих (специалистов);

образовательно-проектировочная:

- проектирование комплекса учебно-профессиональных целей, задач;
- прогнозирование результатов профессионально-педагогической деятельности;
- конструирование содержания учебного материала по общепрофессиональной и специальной подготовке рабочих (специалистов);
- проектирование и оснащение образовательно-пространственной среды для теоретического и практического обучения рабочих (специалистов);
- разработка, анализ и корректировка учебно-программной документации подготовки рабочих (специалистов);
- проектирование, адаптация и применение индивидуализированных, деятельностно и личностно ориентированных технологий и методик профессионального обучения рабочих (специалистов);
- проектирование, адаптация и применение комплекса дидактических средств для подготовки рабочих (специалистов);
- проектирование и организация коммуникативных взаимодействий и управление общением;
- проектирование форм, методов и средств контроля результатов процесса подготовки рабочих (специалистов);

организационно-технологическая:

- организация учебно-производственного (профессионального) процесса через производительный труд обучающихся;
- анализ и организация хозяйственно-экономической деятельности в учебно-производственных мастерских и на предприятиях;
- организация образовательного процесса с применением эффективных технологий подготовки рабочих (специалистов);
- эксплуатация и техническое обслуживание учебно-технологического оборудования;
- использование учебно-технологической среды в практической подготовке рабочих (специалистов);
- реализация учебно-технологического процесса в учебных мастерских, организациях и предприятиях;

обучение по рабочей профессии:

- определение путей повышения производительности и безопасности труда, качества продукции и экономии ресурсов;
- использование передовых отраслевых технологий в процессе обучения рабочей профессии;
- формирование профессиональной компетентности рабочего соответствующего квалификационного уровня;
- организация производительного труда обучаемых.

Качество выполнения указанных задач зависит от многих характеристик, в том числе от типа темперамента педагога и мастера производственного обучения.

Результаты проведенного тестирования представлены в виде диаграммы 1.

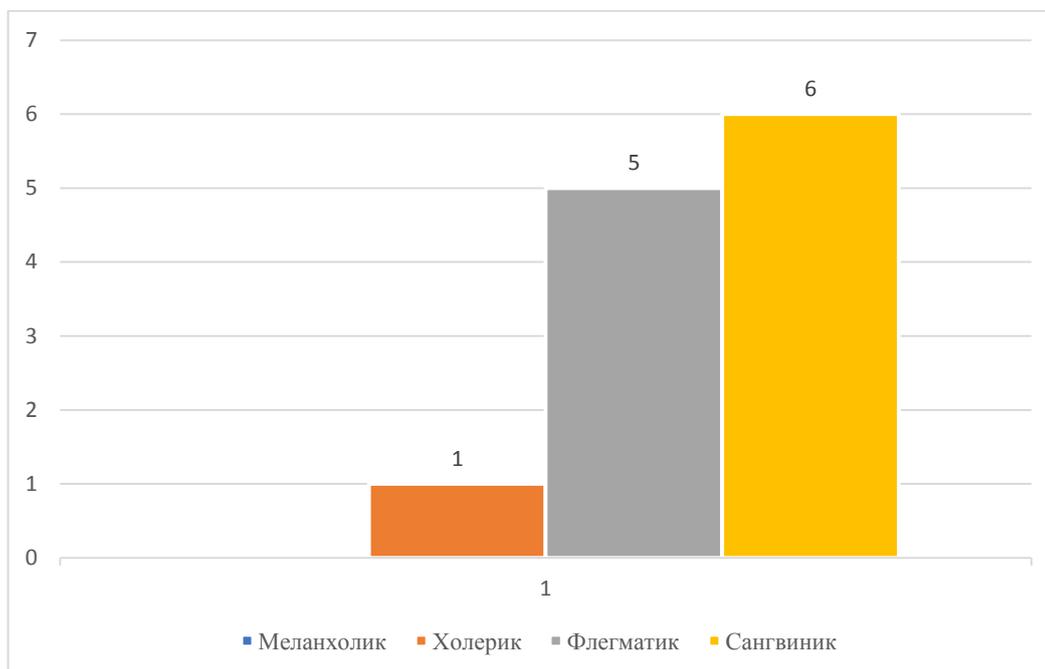


Диаграмма 1 – Распределение студентов групп «Профессиональное обучение (по отраслям)» по типам темперамента

Согласно нашему исследованию 8% группы являются холериками, 0% – меланхоликами, 50% студентов группы – сангвиники и еще 42% группы – флегматики. Данные показывают, что половина группы относит себя к сангвиникам, и работа преподавателем кажется им наиболее подходящей для данного темперамента. Вторая группа студентов – это флегматики, которые пользуются своей работоспо-

собностью и спокойствием, что может помочь в преподавании. Наше исследование показывает, что тип темперамента действительно в большинстве случаев влияет на выбор профессии, хотя и не является основополагающим.

Библиографический список:

1. Коломинский, Я.Л. Человек: психология: Книга для учащихся ст. классов / Я.Л. Коломинский. – М.: Просвещение, 2014. – 223 с.
2. Коняева, Е.А., Зайко Е.М. Профориентация как основа профессионального самоопределения молодежи (на примере Челябинской области) / Е.А. Коняева, Е.М. Зайко // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2016. – № 10 (66). – С. 66–78.
3. Коняева, Е.А. Готовность к использованию дистанционных образовательных технологий как условие социально-профессиональной мобильности будущих педагогов [Текст] / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Социально-профессиональная мобильность в XXI веке: сб. материалов и докладов Международной конф. 29-30 мая 2014г. – Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2014. – С. 70–74.
4. Коняева, Е.А. Реализация проекта «ТЕМП» в условиях образовательной организации среднего профессионального образования [Текст] / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Пропедевтика инженерной культуры обучающихся в условиях модернизации образования: сборник материалов Всеросс. научн.-практ. конф. с межд. участ. 2-3 декабря 2015, Челябинск. – М.: ООО «Лаборатория Знаний», 2015. – С.187–190.
5. Лебедева, А.В. Влияние темперамента на выбор профессии / А.В. Лебедева // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 8. – С. 41–45. – Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2015/65009.htm>.
6. Личностный опросник ЕРІ (методика Г.Айзенка) / Альманах психологических тестов. – М., 1995. – С. 217–224.
7. Резапкина, Г.В Психология и выбор профессии: программа предпрофильной подготовки / Г.В. Резапкина. – М.: Генезис, 2015. – 208 с.

КОЧМАРЕВА НАДЕЖДА ИЛЬИНИЧНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ДЕГТЕРЕНКО ЛЮДМИЛА НИКОЛАЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат исторических наук

Научный руководитель: Дегтеренко Людмила Николаевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат исторических наук

ВЛИЯНИЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР НА РАЗГОВОРНУЮ РЕЧЬ

Аннотация. В статье рассматривается проблема влияния компьютерных игр на разговорную речь. Отмечается, что игровой сленг – это одна из форм компьютерного сленга. Приводятся общие черты игрового сленга. Анализируются употребляемые современной молодежью слова и выражения, а также их значение. Предпринята попытка классификации игрового сленга.

Ключевые слова: люди, компьютеры, влияние, речь, игры, общение, слова.

В наше время у каждого дома имеются телевизоры, компьютеры, любая другая электроника с выходом в глобальную сеть. С одной стороны, на данных устройствах есть развлекательные, обучающие программы и передачи, зачастую за ними играют в игры, сидят в социальных сетях. Пользователи современных гаджетов утверждают, что последние приносят пользу.

Действительно, в настоящее время Интернет – это средство коммуникации, система поиска информации, платформа для торгово-экономических отношений, новая социокультурная среда. Ни для кого не секрет, что Интернет оказывает влияние на наше речевое общение.

Со времен внедрения компьютеров в нашу жизнь в речевой практике успел сформироваться и компьютерный сленг, одной из форм которого является игровой сленг. При помощи игрового сленга общаются между собой игроки ММОГ (Massively multiplayer online game) – компьютерных игр, использующих постоянное соединение с Интернетом, где в глобальной сети в режиме реального времени коммуницирует одновременно большое количество игроков. Игровые сайты, которые позволяют проводить досуг одновременно нескольким пользователям, у молодежи пользуются бешеной популярностью, а язык и культура общения игроков представляет особый интерес для специалистов в области лингвистики [1].

Игровой сленг не ограничен определенными возрастными, социальными, временными пространственными рамками. Сленг отличается разговорной, а иногда и грубо-фамильярной окраской. Среди доминирующих черт игрового сленга выделяются скорость передачи и обратной связи, употребление сокращений и искажение лексики, заимствование англоязычных слов. Точность, богатство, правильность словоупотребления уходят на второй план. В процессе игры ее участники способны перенимать манеру общения друг у друга, игровой сленг зависит, в свою очередь, от сюжета игры и уровня интеллекта игроков. Геймерами приветствуется знание сленга данной игры, так как вы коротко и понятно можете что-то объяснить, но в тоже время при общении с людьми, которые не играют в игры, может стать затруднительным, и не только из-за использования игровых слов. В реальном, а не виртуальном мире игроки, которые почти все свое время уделяют играм, чаще всего ве-

дут разговор именно о времяпрепровождении в своей игре. Они не могут поддерживать другие темы, так как ими просто не интересуются. Соответственно, их словарный запас перенасыщен игровой лексикой.

Например, слово «агро» обозначает агрессивных «мобов» (неигровые персонажи (NPC), монстры (агрессивные мобы)), которые атакуют игроков первыми. В ряде игр оно используется как глагол «агрить», что значит, что ты должен привлечь внимание моба или противника на себя. В реальной речевой практике это слово используется по отношению к людям, которые кричат на других, пытаются вызвать у них негативную реакцию.

Весьма распространено слово «имхо», которое означает «мое личное мнение». Оно уже давно перекочевало в разговорную речь и используется не только игроками. Аналогично слово «лакер» в значении «счастливчик», «квест» как замена «заданию». «Нуб» используется не только по отношению к не очень хорошим игрокам, но и просто к человеку, у которого что-то не получается сделать.

Неправильное прочтение сообщения «NO CARRIER» привело к появлению в сленге выражения: «НО КАРЬЕР», причем и то, и другое означает отсутствие соединения при связи по модему.

Нередко онлайн-игроки используют русифицированные термины, например, «Вагон» («Балласт») – пользователь, не владеющий техникой игры своим персонажем, бесполезный ввиду своей неопытности.

«Затанковывание» – экипировка «чара» (персонажа – «перса») с целью повышения его защиты от определенного урона.

«Зонить» – зачистка зоны (или локации); – висеть в ожидании загрузки зоны.

«Шмот» – любые шмотки в игре (одежда, броня, обувь, перчатки, маски и т.д.).

«Экспа» / «эксп» / «XP» (от англ. Experience Points) – опыт, получаемый персонажем в течение игрового процесса.

«Фикс» – исправление чего-либо. *Фиксить* означает устранять поломки или неисправности.

«Скиллы» (почти всегда пишут с одной «л») – определенные умения игрока в той или иной игре (от англ. skill – мастерство). Skill middle – слабый игрок, high skill – сильный игрок. Говорят: прокачивать скиллы.

«Слив» – в зависимости от контекста, сдача, проигрыш или, наоборот, победа. Сливаться – проигрывать. Слить – убивать.

«Спичка» – снайперка, снайперская винтовка во многих шутерах.

От того, насколько виртуозно пользователь владеет игровым языком, разбирается в игровых понятиях и аббревиатурах, зависит то, как его будут воспринимать опытные геймеры. Новичок, не владеющий элементарными терминами онлайн-игры, не будет пользоваться уважением в геймерской среде.

Источниками игрового сленга могут выступать либо сами разработчики игр, либо их участники. Нехватка времени на переписку во время игры является причиной сокращения многих слов: «графа», «кач», «лока», «акк», «альт», «го». Кроме того, многими разработчиками игр устанавливаются фильтры на использование ненормативной лексики, поэтому игроки придумывают способы обхода данных фильтров, в связи с чем сокращают слова, пишут данные сокращения слитно. Эти слова разлетаются по форумам и, в свою очередь, опять становятся расхожими выражениями в молодежной среде.

Интересно, что написание слов осуществляется по принципу «как слышится, так и пишется». Геймеры часто забывают про правила слитного, раздельного, дефисного написания слов. Нормой становится замена прописных букв строчными, отсутствие орфографической грамотности: «Да сделаю я патвоему юль небойся»,

«кароче говаря», «и чего вы тут сидите штаны протераете а нечего пазитивного от вас нивидно?» [3]. Звуковая форма слова сближается с транскрипцией, поэтому появляются: «хоца» (хочется), «тя» (тебя), «мя» (меня), «бум» (будем), «прива», «прив», «претики» (привет, приветики), «пасип», «пасипки» (спасибо), «хошь», а так же «хош» (хочешь), «чо-нть» (что-нибудь), «щас» (сейчас), «ваще» (вообще), «здрассьте» (здравствуйте), «аха» (да) и др.

Вершиной словотворчества геймеров является употребление не только отдельных слов в сленге, но и целых выражений [2]:

«Пацы, плиз, купите мне муху, а то на слона голда не хватает».

«Харош нубить, тебе его не вынести, он весь в артах, это слиф стопу-доффф!»

«Меня вчера за 5 батлграундов ни разу не вынесли».

«Эти нупы ниобацца зерг собрали».

«Я моба сагрил, и меня слили».

«Дропнулся дагер с рагны».

«Мы держали телепорт и павнили их там два часа».

«Короче, я пошёл саб качать».

«Хост бань! фидер!»

Таких слов и выражений очень много, некоторые из них являются уже обыденными в разговорной речи. Но есть и исключения – люди, которые играют в игры довольно продолжительное время, но не имеют привычки общаться сленгом и могут поддержать почти любую тему, которая не касается игры. Они умеют разделять свое времяпровождение в игре и вне ее пределов.

В заключение отметим, что проанализированные особенности речи игроков свидетельствуют о том, речь игрового виртуального пространства – это не речь в традиционном понимании. Она является синтезом устной и письменной форм речи, перенасыщена словами, относящимися к игровому сленгу, тесно взаимосвязана с молодежной субкультурой и в целом представляет собой очень интересный феномен для ряда лингвистических исследований.

Библиографический список:

1. Аксак, В.А. Общение в сети Интернет: [для начинающих пользователей] / В.А. Аксак. – Москва: Эксмо, 2007. – 328 с.
2. Игровые термины, аббревиатуры, жаргон и сленг онлайн-игр [Электронные ресурс] // mmoglobus.ru – сайт об онлайн-играх. – Режим доступа: <https://mmoglobus.ru/igrovyie-terminy-abbreviatury-zhargon-i-sleng-onlayn-igr>
3. Лутовинова, О.В. Интернет как новая «устно-письменная» система коммуникации / О.В. Лутовинова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2008. – № 71. – С. 58–65.

КОШТАКОВ ИГОРЬ АНДРЕЕВИЧ

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Казанцев Александр Иосифович

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации

«ЛОЖНЫЕ ДРУЗЬЯ ПЕРЕВОДЧИКА» В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Аннотация. В статье рассматривается понятие «ложные друзья переводчика». Анализируется классификация лексических единиц, объединенных общим понятием «ложные друзья переводчика». Акцентируется внимание на проблеме перевода английских паронимов на русский язык.

Ключевые слова: ложные друзья переводчика, межъязыковые омонимы, межъязыковые паронимы, межъязыковые синонимы.

Ложные друзья переводчика – лексические единицы, которые близки по написанию или звучанию в языке оригинала и в языке перевода, но отличаются своим смысловым наполнением и направляют переводчика по ложному пути [1]. Ложные друзья переводчика, или межъязыковые омонимы (межъязыковые паронимы), – пара слов в двух языках, схожих по написанию и/или произношению, часто имеющих общее происхождение, но отличающихся по значению [3]. Одной из причин появления таких слов являются разноязычные «аналоги», принадлежащие к одному кругу понятий. Например, английское слово *decade* и русское *декада* обозначают определенный отрезок времени, но в первом случае это «десятилетие», а во втором – десять дней. Английское *biscuit* и русское *бисквит* относятся к гастрономической сфере, но первое обозначает «сухое печенье», а второе – «сладкую выпечку из сдобного теста» [2].

Еще большую опасность для переводчика представляют слова, которые при наличии общего значения с соотносимыми с ними русскими словами имеют еще ряд значений, не присущих последним. Так, *fiction* это не только «фикция», но и «художественная литература»; *false* это не только «фальшивый», но и «ошибочный» [2].

Если же говорить о способах перевода «ложных друзей переводчика», то действительно, может иметь место случай, когда сообщение на исходном языке прекрасно переводится в сообщение на языке перевода, ибо оно основывается либо на параллельных категориях (структурный параллелизм), либо на параллельных понятиях (металингвистический параллелизм). Но может случиться и так, что переводчик констатирует наличие в языке перевода «пробела», который необходимо заполнить эквивалентными средствами, добиваясь того, чтобы общее впечатление от двух сообщений было одинаковым. Может случиться и так, что вследствие структурных или металингвистических различий некоторые стилистические эффекты невозможно передать на языке перевода, не изменив в той или иной степени порядок следования элементов или даже лексические единицы [5].

Самым простым способом перевода является заимствование, которое позволяет заполнить пробел обычно металингвистического характера (новая техника, неизвестные понятия). Заимствование даже не было бы таким способом перевода, который нас может заинтересовать, если бы переводчик не нуждался в нем порою для

того, чтобы создать стилистический эффект. Имеются и старые заимствования, которые по существу уже таковыми для нас не являются, ибо они фигурируют в лексическом составе нашего языка и стали уже привычными: *alcohol, redingote*. Проблема местного колорита, решаемая с помощью заимствований, затрагивает, прежде всего, сферу стиля и, следовательно, самого сообщения [4].

Также существует классификация ложных друзей переводчиков:

1) **межъязыковые синонимы** – это слова обоих языков, полностью или частично совпадающие по значению и употреблению;

2) межъязыковые омонимы – это слова обоих языков, сходные по звуковой (или графической) форме, но имеющие разные значения;

3) межъязыковые паронимы – это слова, не вполне сходные по форме, но могущие вызвать ложные ассоциации и отождествляться друг с другом, несмотря на фактическое расхождение их значений [5].

Все эти случаи объединяет то обстоятельство, что слова, ассоциируемые и отождествляемые в двух языках, в плане содержания или по употреблению не полностью соответствуют или даже полностью не соответствуют друг другу.

В процессе перевода происходит расхождение языковых явлений. В расхождениях понятийного, предметно-логического содержания ложно отождествляемых английских и русских слов сказывается своеобразие классификаций явлений, свойств и отношений объективного мира, характерных для семантики каждого языка. Так, англ. *revolution* / русск. *революция* представляют классический образец международных слов с одинаковым во многих языках значением. В этом случае намечается специфика как в основных, так и в производных значениях. Английское слово (оставляя в стороне его омоним со значениями «вращение», «оборот») означает любое полное изменение строя общества, системы управления обществом, перемену правительства, а также полную перестройку, коренное преобразование чего бы то ни было.

Степень семантических расхождений оказывается неодинаковой в различных частях речи: наиболее специфичны значения прилагательных и нередко еще более наречий. Часто невозможно вывести семантические расхождения в словах данного гнезда, относящихся к одной части речи, зная расхождения в словах, относящихся к другой части речи. Например, прилагательные *absolute* и *абсолютный* полностью или частично совпадают в большинстве значений и взаимозаменяемы при переводе, но отсюда не следует, что такое же соотношение существует между наречиями *absolutely* и *абсолютно* [1].

Расхождения в предметно-логическом содержании английских и русских «ложных друзей переводчика» в ряде случаев связаны с расхождениями в самой жизни народов. В этом случае неизбежны комментарии о реалиях, без которых любые чисто языковые сопоставления будут неполноценными. Кроме того, возникает необходимость учета возможных расхождений стилистических характеристик ассоциируемых слов. Такие расхождения могут сопутствовать частичным семантическим различиям, но встречаются и в словах с одинаковыми значениями. Существенным типом стилистических расхождений являются и различия в оценочных, эмоционально-экспрессивных окрасках. Если английское слово *compilation* «собрание, составление» вполне нейтрально в данном отношении, то русское *компиляция* имеет оттенок неодобрительности, означая «несамостоятельную работу, основанную на механическом использовании чужих материалов» [2].

Проблема «ложных друзей переводчика» применительно к условиям научно-технического перевода приобретает свои характерные особенности. Говоря о количественной специфике «ложных друзей» в научно-технических текстах, можно

привести «классический» пример «ложного друга переводчика» – слово *accurate*. Для переводчика научно-технической литературы это слово таковым не является. В специальных текстах это прилагательное употребляется в таких ситуациях, в которых передача его русской параллелью *аккуратный* практически исключается, например, *accurate results* – «точные результаты». При переводе научно-технических текстов возникают дополнительные проблемы, которые требуют учета факторов, характеризующих специфику именно научно-технического перевода. Можно выделить три основных преобразования при переводе интернациональных слов, носящие закономерный характер. Этими закономерностями являются:

1) специализация английской общенаучной интернациональной лексики при переводе на русский;

2) деинтернационализация английской интернациональной лексики в научно-технических текстах при переводе;

3) стилистическая нейтрализация стилистически окрашенных лексических средств [4].

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что ложные друзья переводчика – актуальная и важная тема. Она требует серьезного подхода и изучения. Необходимо иметь большой опыт, чтобы безошибочно переводить данные слова. Но как мы можем видеть, даже профессиональные переводчики допускают ошибки, не говоря уже о начинающих.

Библиографический список:

1. Акуленко, В.В. О «ложных друзьях переводчика» / В.В. Акуленко // Англо-русский и русско-английский словарь «ложных друзей переводчика». – М., 1969.

2. Алимов, В.В. Теория перевода. Перевод в сфере профессиональной коммуникации / В.В. Алимов. – М.: КомКнига, 2006. – 158 с.

3. Ермолович, Д.И. «Ложный друг» оказался вдруг и не друг, и не враг, а так [Текст] / Д.И. Ермолович // Журнал переводчиков «Мосты». – 2007. – № 4. – С. 33–40.

4. Коваленко, А.Я. Общий курс научно-технического перевода / А.Я. Коваленко. – Киев: ИНКОС, 2004. – 313 с.

5. Комиссаров, В.Н. «Ложные друзья» переводчика в структуре английского высказывания // Журнал переводчиков «Мосты». – 2005. – № 2.–С. 15–17.

КРИВОНОГОВА ЕЛИЗАВЕТА СЕРГЕЕВНА

г. Таганрог, Таганрогский институт имени А.П. Чехова (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

ХОЛОДКОВСКАЯ НАТАЛИЯ СЕРГЕЕВНА

г. Таганрог, Таганрогский институт имени А.П. Чехова (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», доцент кафедры экономики и предпринимательства

Научный руководитель: Холодковская Наталия Сергеевна

г. Таганрог, Таганрогский институт имени А.П. Чехова (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», доцент кафедры экономики и предпринимательства

ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ТРУДА: ПОВЕДЕНИЕ РАБОТНИКОВ И ФИРМ

Аннотация. Данная работа посвящена изучению конкуренции на рынке труда. На основе анализа конкуренции работников определены основные направления конкурентных отношений на рынке труда в России.

Ключевые слова: конкуренция, рынок труда, экономика, экономические отношения, социальные пакеты.

Проблемы функционирования рынка труда и конкуренции как самостоятельных сфер научного поиска долгое время находятся в центре научного внимания. В современных рыночных условиях, жесткая конкурентная борьба ведется не только между предприятиями, но и на рынке труда между работодателями и между работниками.

Цель данной работы – выявить особенности конкуренции на рынке труда. Для реализации поставленной цели были сформулированы следующие задачи: 1) выяснить сущность конкуренции на рынке труда, 2) провести анализ рабочей силы на современном рынке труда в России.

Рынок труда – это совокупность экономических отношений, а также форм и организаций сотрудничества людей друг с другом, касающихся купли-продажи товаров и услуг.

Одним из элементов рыночного саморегулирования выступает конкуренция. Характер конкуренции на рынке труда делится на два типа: формальный – определяемый правовыми нормами, ограничивающими поведение субъектов на рынке; неформальный – складывающийся под влиянием традиций, особенностей менталитета, ценностей и других факторов.

Обратимся к данным Росстата, чтобы наглядно увидеть ситуацию с рабочей силой на современном рынке труда. Согласно определению Международной организации труда, к экономически активному населению относятся все люди, которые поставляют рабочую силу для производства товаров и услуг в течение определенного периода времени. К таким работникам относятся военнослужащие и безработные. В рабочую силу не включают учащихся, домохозяек и других лиц, занятых неоплачиваемым трудом.

Экономически активное население в России в 2017 году составило 75638,703 тысяч человек, что на 563 тысяч человек меньше, чем в 2016 году. Темп падения по сравнению с 2016 годом оказался равным 0,739%. За период с 2007 по 2017 годы экономически активное население в России сократилось на 542 тыс. человек. Среднее значение составило 76349418 млн. человек. Среднегодовой темп роста экономически активного населения в России за этот период составил 0,064%. Максимальный рост экономически активного населения в России за период с 2007 по 2017 гг. был зафиксирован в 2007 году: 985 тыс. человек, максимальное падение наблюдалось в 2017: 563 тыс. человек. Максимальное значение экономически активного населения в России было достигнуто в 2011 году: 76961789 млн. человек, минимальное наблюдалось в 2006 году: 75195704 млн. человек [3].

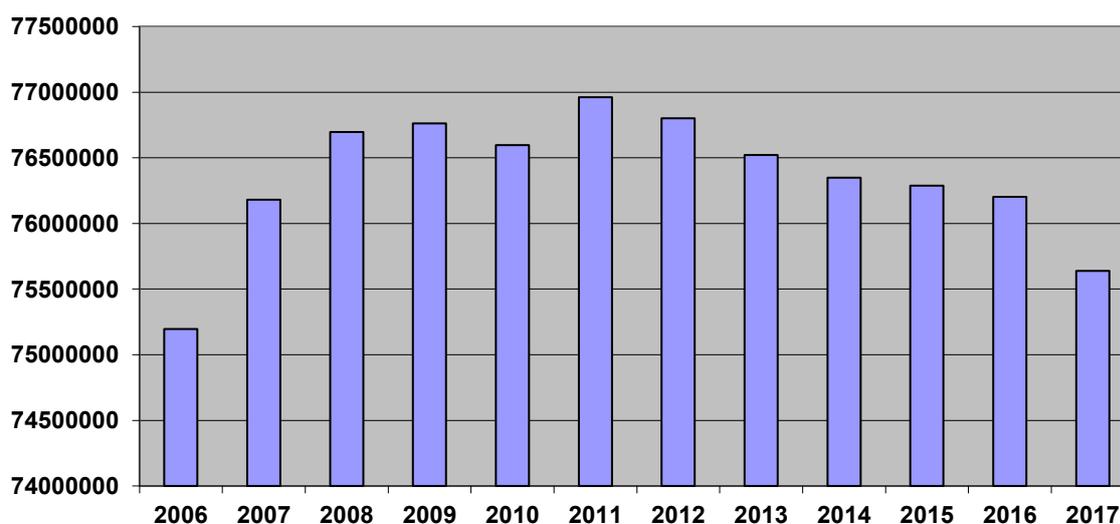


Рисунок 1 – Экономически активное население в России в 2017 году

Проблемы рынка труда при отсутствии постоянного баланса приводят к тому, что каждый может оказаться в числе тех, кто ищет работу. Жесткие условия конкуренции на рынке труда требуют постоянного повышения квалификации и приобретения нового опыта. Именно поэтому можно выделить несколько категорий населения, которые наиболее уязвимы. К ним относятся пожилые работники, которые менее восприимчивы к новым технологиям и по объективным причинам менее мобильны; работники, чаще всего женщины, с маленькими детьми, которые также могут быть менее мобильными; работники с инвалидностью в рабочих группах [2, с. 56]. Из этого следует, что конкуренция на рынке труда напрямую связана не только с экономическими и профессиональными компонентами, но и с социальными и гендерными характеристиками групп населения. Именно эти составляющие приводят к тому, что достижение естественного уровня безработицы в любой экономике становится главной задачей в сфере занятости. Следует подчеркнуть, что конкуренция – это не проблема, это вариант решения вопроса получения наилучшего результата. Путь к успеху организации – это опора на конкурентоспособность персонала. В формировании конкурентоспособности специалиста важную роль играют не только индивидуальные качества, обладание набором определенных знаний и умений, но и стремление к их постоянному совершенствованию. Конкуренция заставляет работодателей платить больше. Они готовы платить высокие зарплаты и бонусы, часто ориентируясь на верхний уровень заработной платы. Мотивации сотрудников (материальной и нематериальной) в последние годы стараются

уделять особое внимание в соответствии с новыми критериями организации рабочего процесса и современными условиями ведения бизнеса [1, с. 22]. Наличие социального пакета служит гарантией социальной защищенности, становится всё более основным и решающим фактором при выборе места работы.

Конкуренция является основой формирования и проявления конкурентоспособности на абсолютно разных уровнях. Конкурентоспособность рабочей силы, как объект отношений найма на рынке труда, представляет собой общую категорию, которая объединяет в себе систему качественных и коммерческих характеристик рабочей силы (выражаемых в уровне заработной платы, наличии или отсутствии социального пакета, в величине затрат на обучение и т.д.), а также ее привлекательность для работодателя.

Подведем итог. Конкуренция на рынке труда – одна из движущих сил всего процесса спроса и предложения, купли и продажи рабочей силы. Для эффективного решения задачи по обеспечению экономики трудовыми ресурсами и содействию занятости населения необходимо совершенствовать государственное управление в сфере занятости населения, которое будет предусматривать более широкое участие субъектов Российской Федерации в регулировании рынка труда.

Библиографический список:

1. Маслова И.А. Рынок труда, занятость и заработная плата [Текст] / И.А. Маслова. – М.: ИНФРА, 2007. – 246 с.
2. Остапенко, Н.М. Экономика труда [Текст] / Н.М. Остапенко. – М.: ИНФРА-М, 2007г. – 269 с.
3. Федеральная служба государственной статистики [Росстат]– Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/.

КУЛЬЧЕНКО КСЕНИЯ СЕРГЕЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Абрамова Елена Николаевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой лингвистики и межкультурной коммуникации

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ (НА ПРИМЕРЕ КОСМЕТИКИ)

Аннотация. В статье рассматривается значение англоязычных заимствований в рекламном тексте и их влияние на русский язык, описываются основные причины лексических заимствований.

Ключевые слова: заимствования, косметические средства, рекламный текст.

Главная особенность любого языка – развитие, стремление к совершенствованию и подвижность в связи с взаимодействием с различными ресурсами. Ни один язык не способен оставаться стабильным на протяжении очень долгого времени. Одной из главных причин изменения, обогащения словарного состава языка является контакт с другими языками мира. Этот процесс «перехода элементов одного языка в другой» согласно лингвистическому энциклопедическому словарю называется заимствованием [5].

Если подробнее изучить определение заимствования в трудах известных лингвистов, то можно отметить, что заимствование – это не только сам процесс, но и непосредственно его результат. Так, доктор филологических наук, лингвист Леонид Петрович Крысин отмечает: «Под заимствованием принято считать:

- 1) переход элементов одного языка в систему другого языка как следствие более или менее длительных контактов между этими языками;
- 2) слово или оборот, вошедшие в язык в результате такого перехода» [4].

Изучая природу заимствований, лингвисты не могут задаться вопросом, каковы причины появления англицизмов в русской речи.

Существует множество различных мнений о причинах заимствования слов из одного языка в другой. Например, известный лингвист М.А. Брейтер, исследуя эту тему, выделяет всего две причины. По его мнению, слова заимствуются в русский язык ввиду:

- 1) отсутствия соответствующего понятия в когнитивной базе языка-рецептора;
- 2) отсутствия соответствующего, более точного, наименования в русском языке [1].

В свою очередь, советский и российский лингвист Н.М. Шанский более детально подходит к этому вопросу. Согласно его выводам, иностранные слова входят в русскую лексику вследствие:

- 1) потребности в наименовании новой вещи, нового явления;
- 2) существования необходимости разделить схожие по значениям понятия;
- 3) необходимости «цельно» обозначить понятие, так как не всегда удобно использовать описательные обороты для обозначения конкретного предмета;

4) потребности заимствовать сложившиеся системы терминов, обслуживающих ту или иную тематическую область, то есть заимствование профессионализмов;

5) восприятия иноязычного слова как более престижного, так как владение английским языком считается очень важным аспектом в наши дни [6].

Каждый день в газетах и журналах, в радио- и телепередачах мы сталкиваемся со словами и выражениями, пришедшими к нам из английского языка. В рекламном тексте можно найти немалое количество англицизмов, выполняющих различные функции. Во-первых, они являются источником информации, участвуют в формировании информационной среды человека; во-вторых, дают определенную оценку рекламируемому товару: положительную или крайне редко отрицательную; в-третьих, привлекают внимание читателя к определенному рекламному материалу, побуждая к покупке.

В качестве примеров слов-англицизмов, связанных непосредственно с миром косметики, нами было выбрано 43 термина из различных источников: *корректор, кушон, лайнер, кайал, глиттер, нюдовый, палетка, вельветовый, сатиновый, консилер, люминайзер, бронзер, лампер, стик, шиммер, хайлайтер, софтвер, база, пилинг, пигменты, фиксатор* и т.д. [2], [3].

Все термины отличаются друг от друга и имеют абсолютно разные значения, даже если на первый взгляд кажется, что назначение данных косметических средств совпадает. Например, *шиммер* (англ. *shimmer*) – средство для придания блеска и сияния коже, которое содержит мерцающие и светоотражающие частички, благодаря которым кожа выглядит ухоженной, а *люминайзер* (англ. *luminizer*) – средство, которое создает осветляющий эффект и придает коже сияние. На первый взгляд, особых отличий данных средств нет. Но при этом шиммеры отличаются от люминайзеров тем, что в их состав входят блески более крупного размера, их можно разглядеть даже невооруженным взором. Таким образом, оба приспособления имеют один и тот же эффект, но разный состав. Ввиду этого средства имеют и разные названия. Таким образом, в результате анализа мы обнаружили, что большинство из терминов не имеют простых эквивалентов в русском языке и требуют запоминания.

При определении частей речи выбранных нами слов, мы заметили, что сорок из них – существительные (93%) и лишь три (*nude, satin, velvet*) – прилагательные (7%). Из этого можно сделать вывод, что заимствуются в основном слова-существительные, появившиеся и получившие свое развитие именно в английском языке, при этом не имея эквивалента в русском, и это неудивительно, поскольку словам-прилагательным довольно просто подобрать синонимы. Например, если заменить слово *нюдовый* такими прилагательными как *естественный, натуральный* или словосочетанием *близкий к цвету кожи*, главный смысл не только не потеряется, но и будет более понятен русскому человеку. Таким образом, можно сделать вывод, что среди англицизмов, чаще всего встречающихся в русской рекламе, на первом месте стоят английские имена существительные как самые выразительные и независимые части речи.

Также стоит отметить, что, изучая морфемный состав слов, мы не могли не заметить различные способы их образования. Как мы выяснили в результате нашего исследования, способ аффиксации – самый продуктивный, а суффиксы *-ing-, -er-* и *-or-* – самые распространенные для образования новых слов. Они придают глаголу значение существительного, то есть обозначают предметы, с помощью которых выполняется действие, выраженное глаголом.

С помощью аффиксации (или деривации) было образовано большинство исследованных нами слов: *люминайзер (lumin-izer)*, *бронзер (bronz-er)*, *плампер (plump-er)*, *софтнер (soft-en-er)*, *фланкер (flanker)*, *пилинг (peel-ing)*, *фиксатор (fix-er)*, *микшер (mix-er)*, *праймер (prim-er)* и т.д.

Также в результате тщательной проработки значений данных англицизмов было выявлено следующее: лишь малую часть слов возможно заменить одним простым русским словом, не используя дополнительных описательных оборотов, в то время как большая часть требует конкретных, подробных объяснений функционирования. Таким образом, вместо слова *пилинг* можно использовать термин *отшелушивание*, вместо *фиксатор* – *закрепитель*, вместо *лифтинг* – *подтяжка* и т.д.

Вывод, к которому мы пришли, заключается в том, что в большинстве своем изученные нами англицизмы являются уникальными в русском языке и практически не имеют полных эквивалентов.

На основании проведенного анализа теории заимствований, их классификации и функционирования в русском языке мы можем сделать заключение, что исследованные нами англицизмы играют важную роль в рекламном тексте. Кроме того, данная терминология активно используется в речи современных людей, пользующихся различными косметическими услугами.

Библиографический список:

1. Брейтер, М.А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы / М.А. Брейтер // Пособие для иностранных студентов-русистов. – М.: Изд-во АО «Диалог-МГУ», 1997. – 274 с.
2. Краткий толкователь основных косметических средств [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://makiyazhglaz.com>
3. Краткий толковый словарь косметических терминов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elit-galand.ru>
4. Крысин, Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке [Текст] / Л.П. Крысин. – М.: Наука, 1968. – 208 с.
5. Лопатин, В.В. Словарь иностранных слов русского языка [Электронный ресурс] / В.В. Лопатин. – Режим доступа: <http://www.вокабула.рф>
6. Шанский, Н.М. Лексикология современного русского языка: Пособие для студентов педагогических институтов / Н.М. Шанский. – Изд. 6-е, испр. – М.: URSS: ЛЕНАНД, 2015. – 305 с.

КУХАРЕНКО АННА ДМИТРИЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ОВЦОВ АНАТОЛИЙ ТИМОФЕЕВИЧ

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Овцов Анатолий Тимофеевич

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ИНФОГРАФИКА КАК ИНСТРУМЕНТ ИНФОРМАЦИОННОГО ДИЗАЙНА

Аннотация. В статье раскрыто понятие инфографика, рассмотрены виды инфографики, существующие в современном мире, особенности и задачи.

В статье описаны результаты исследований ученых, изучающих процесс восприятия визуальной информации человеком, основные тенденции в развитии инфографики.

Ключевые слова: инфографика, визуальные образы, контент, дизайн.

Информационные технологии для дизайна – это не просто графическое представление знаний и данных, это целая отдельная сфера дизайна, в которой нужно учитывать различные критерии восприятия человеком информации, чтобы перенести эту информацию в иллюстрации. Благодаря способности видеть визуализированную информацию человек имеет возможность обрабатывать и интерпретировать смысл полученных визуальных образов. На первый взгляд, кажется, будто восприятие происходит легко. На самом деле за предполагаемой легкостью скрывается сложный физиологический процесс.

Многие исследователи занимались изучением особенностей восприятия визуальной информации.

Согласно исследованиям психолога Ричарда Грегори (Richard Gregory, 1970), почти 90% информации, поступающей через глаза, не доходит до мозга. Визуальная информация, которую воспринимают люди, соединяется со сведениями о мире, которые были получены человеком ранее. Распознавание визуальных образов основывается на контекстуальной информации. Из этого следует, что визуальные образы необходимо поддерживать выразительным и значимым текстом.

В 2011 году Ноа Сулман (Noah Sulman) и Томас Саноки (Thomas Sanocki) провели эксперимент с использованием гармоничных и дисгармоничных цветовых палитр, чтобы определить, как сочетаемость цветов влияет на кратковременную память человека.

По результатам эксперимента Сулман и Саноки сделали следующие выводы.

1. Лучше запоминаются те палитры, в которых цвета сочетаются между собой.
2. Люди лучше запоминают палитры, в которых содержится сочетание до трех цветов.

3. На то, насколько хорошо человек запоминает цветовую схему, влияет контраст цветов, расположенных рядом. Иными словами, это значит, что нужно усиливать цветовое различие между контекстом и фоном, чтобы повысить нашу способность концентрироваться на контексте.

4. Человек может помнить довольно большое количество цветовых сочетаний одновременно.

Таким образом, результаты проведенного в 2011 году эксперимента свидетельствуют о том, что люди лучше усваивают и запоминают большее количество информации, воспринимая изображения с контрастной, но в то же время гармоничной цветовой гаммой, предпочтительно с сочетанием трех и менее цветов.

В 1998 году Кен Накаяма (KenNakayama), Франк Тонг (FrankTong), Нэнси Канвишер (NancyKanwisher) и Джей Томас Воган (J. ThomasVaughan) в ходе своего эксперимента пришли к выводу, что, если смотреть в одно время на два разных изображения в одном месте, возникает эффект бинокулярного соперничества. Одно из изображений подавляется, а второе доминирует. Через определенные промежутки времени доминирование чередуется. Вместо того чтобы видеть комбинацию двух изображений одновременно, наш мозг воспринимает их по очереди, как два изображения, конкурирующих за доминирование. Иначе говоря, в течение короткого промежутка времени, когда глаза смотрят на два разнородных изображения, расположенных близко друг к другу, мы не в состоянии определить, что на самом деле видим.

Аркаро (MichaelArcaro), Дэвид Кармель (DavidCarmel), УриХассон (UriHasson), Кастнер (SabineKastner) и Михаэль Сабин провели отдельный эксперимент, в ходе которого выяснили, что бинокулярным соперничеством можно манипулировать с помощью цвета, яркости, контрастности, формы, размера, пространственной частоты или скорости [2].

Выводы, сделанные в результате этих исследований, несомненно, очень полезно учитывать дизайнеру при создании контента, а именно: не перегружать картинку; использовать тематические иконки, выделять ключевые моменты; отделять текст от изображений и, конечно, использовать удобочитаемые шрифты; не накладывать картинки или иконки на текст.

Таким образом, если дизайнер понимает, как люди воспринимают визуальную информацию, он может улучшить инфографику, сделать контент простым для восприятия.

Инфогра́фика (от лат. informatio – осведомление, разъяснение, изложение; и др.-греч. γραφικός – письменный, от γράφω – пишу) – способ передачи информации при помощи текста и графики. Она может использоваться в любой научной или профессиональной сфере, где есть необходимость схематизации материала: в ряде естественных и гуманитарных наук, в маркетинге, рекламе, статистике, журналистике и во многих других областях знаний и бизнеса [6].

Следует обратить внимание на то, что инфографика – это не просто красивая картинка с цифрами и таблицами-графиками; это самостоятельный вид контента, в котором сложные продукты, явления или события объясняются с помощью визуальных форматов, понятно и наглядно.

Руководитель отдела инфографики РИА-Новости Алексей Новичков сказал: «Ценность инфографики заключается в том, что она позволяет представить серьезный объем полезной или важной информации для пользователя в максимально удобном и простом виде» [5].

Метод инфографики имеет древнее происхождение. Средневековые навигационные карты, анатомические рисунки с подписями, таблицы расположений звезд – всё это можно отнести к самым ранним примерам инфографики. К концу XIX века были разработаны основные виды графиков: круговая диаграмма, столбиковая, площадная и т.д.

В современном мире инфографика очень разнообразна и востребована. Существует несколько видов инфографики, у каждого из которых имеются свои особенности и задачи.

1. Статичная отражает факты и цифры. Кроме того, может содержать и отображать связи и зависимости. К этому виду инфографики относятся простейшие диаграммы, графики и др.

2. Инфографика, отображающая процесс, цепочку действий, последовательность чего-либо. К этому виду можно отнести инструкции, хронологические карты, рецепты, изображенные в виде графических или символьных схем.

3. Инфографика-инструкция. Объяснение устройства, принципа работы, а также реконструкция событий в схемах.

4. Динамичная инфографика показывает динамику развития или процесс на различных этапах реализации.

5. Видео-инфографика.

6. Бизнес-инфографика. Многие компании в последнее время предпочитают создавать историю успеха в картинках.

7. Инфографика как реклама. Если вы хотите быстро донести сообщение о тех выгодах, которые получит целевая аудитория, обратившись к вашим товарам и услугам, используйте инфографику – и вы не ошибетесь. Оптимальный формат для тех компаний, которым есть что показать.

8. Инфографика для презентации – невероятно востребованный формат. Все больше и больше бизнес-проектов, деловых презентаций делается именно в этом формате. Текстовые презентации или презентации в картинках и фотографиях сильно устарели. Те компании, которые хотят указать на то, что они идут в ногу со временем, выбирают инфографику основным помощником в бизнесе [3].

Итак, чтобы выполнять свою основную задачу – передавать сложную информацию в легкой для восприятия визуальной форме, наглядно, – инфографика, рассказывая даже о самых сложных процессах и явлениях, должна быть простой и понятной для каждого. При этом выглядеть она должна аккуратно, не раздражая пользователя. Необходимо помнить, что сложная детализация делает информацию трудной для понимания [7, с. 350].

Кроме того, инфографика должна быть «быстрой», это позволит читателю усвоить объем информации за две-три минуты. Когда информация преподносится сжато и лаконично, удерживать внимание читателя становится проще, и он эффективно и быстро воспринимает большие объемы контента.

Инфографика должна быть точной, честной и объективной. Ее качество зависит от достоверности и объективности данных, а для этого зачастую необходимо брать во внимание информацию из нескольких источников.

Как и остальные продукты в сфере дизайна, инфографика развивается и трансформируется, поэтому она должна быть актуальной. Сейчас наблюдается тенденция к простоте и минимализму: сложные форматы, необычные символы и слишком насыщенные цвета остаются в прошлом. Следить за виртуальными трендами очень важно, поскольку эффективная инфографика не только информативна и проста, но и красива. При этом следует учитывать, что актуальная визуализация основывается, помимо трендов, на базовых законах колористики и композиции, которые никто не отменял [4].

Сбалансированная инфографика предполагает грамотное использование визуального представления и имеет гораздо больше шансов заинтересовать целевую аудиторию. И задача дизайнера при этом – сделать графику более читаемой, понятной и полезной.

Библиографический список:

1. 16 способов создать потрясающую инфографику [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://jetstyle.ru/blog/2012/16-sposobov-sozdat-potrasausuu-infografiku>
2. 5 психологических исследований по восприятию визуальной информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lpgenerator.ru/blog/2015/12/18/5-psihologicheskikh-issledovanij-po-vostriyatiyu-vizualnoj-informacii>
3. Виды инфографики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.comagency.ru/vidy-infografiki>
4. Королева инфографика: главный тренд последних лет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://idbi.ru/blogs/blog/infografika>
5. Лукьянов, С. Что такое бизнес-инфографика и зачем она нужна [Электронный ресурс] / С. Лукьянов. – Режим доступа: <https://biz360.ru/materials/chto-takoe-biznes-infografika-i-zachem-ona-nuzhna>
6. Неретин, Д. Инфографика что это: просто и с примерами [Электронный ресурс] / Д. Неретин. – Режим доступа: <https://in-scale.ru/blog/infografika-chto-eto>
7. Яу, Н. Искусство визуализации в бизнесе. Как представить сложную информацию простыми образами ; пер. с англ. Светланы Кировой [Текст] / Н. Яу. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 352 с.

КУХАРЕНКО АННА ДМИТРИЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ОВЦОВ АНАТОЛИЙ ТИМОФЕЕВИЧ

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Овцов Анатолий Тимофеевич

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ПРЕИМУЩЕСТВА FLASH-АНИМАЦИИ И ОСНОВНЫЕ НЕДОСТАТКИ FLASH-ТЕХНОЛОГИИ

Аннотация. В статье раскрыто понятие flash-анимации, описаны принципы работы Flash-анимации и сфера её применения, проанализированы достоинства и недостатки flash-технологии.

Ключевые слова: Flash-анимация, flash-технологии, сайт, баннер, презентация, графика, интернет.

В переводе с английского слово *flash* означает мгновение, вспышка, действие, происходящее за короткий промежуток времени. Анимация (от лат. *animare* – оживить) – последовательность сменяющихся изображений (кадров), в результате которой возникает иллюзия движения. Кадры – это сфотографированные или нарисованные изображения последовательных этапов движения объектов.

Термин Flash-анимация означает какое-то перемещение, появление и исчезновение, динамическое изменение, превращение, происходящее в короткий промежуток времени. Говоря простым языком, flash-анимация – это быстро изменяющиеся события в определенной последовательности. При создании анимации в программе Flash объекты могут появляться и исчезать, менять свое положение, форму, степень прозрачности, размер, цвет и т.п. [1].

Сфера применения «быстрой» анимации достаточно широка. Сегодня flash-технологии используются для создания сайтов, заставок, баннеров, разного рода презентаций, попапов (pop-up) и др. элементов. Наиболее широко возможности flash-анимации применяются в интернет-бизнесе: владельцы сайтов для привлечения посетителей размещают короткие ролики, которые сделаны с использованием flash. Востребованность flash-анимации обусловлена не только тем, что быстро сменяющиеся объекты придают сайту эффектный вид и привлекают посетителя куда больше, чем статичные, но и тем, что анимация в несколько раз успешнее выполняет рекламные функции. Ведь информация, которая носит динамический характер, больше притягивает внимание посетителей сайта, чем просто рекламный текст или статичный баннер, дольше хранится в памяти и лучше усваивается – таковы особенности нашего восприятия [3].

Но применение этого вида анимации не ограничивается Интернетом. Все чаще flash-технологии используются для создания презентаций на выставках и конференциях, особенно в тех случаях, когда важна именно возможность управлять сюжетом, а не просто мультипликация. Используются flash-технологии и на телевидении. Телевизионная реклама с использованием flash – достаточно распространенное явление.

В настоящее время отношение к flash-анимации и flash-технологии в целом неоднозначно. *С одной стороны*, это одна из самых популярных и востребованных мультимедийных технологий. Об этом как раз и говорилось выше [4].

С другой стороны, сайты, сделанные на flash, имеют ряд существенных недостатков. Самые значительные недостатки flash перечислены в статье Стива Джобса «Thoughts on flash», и их намного больше, чем преимуществ. По Джобсу, в число самых существенных недостатков технологии flash входят следующие.

- Не всем посетителям сайтов нравится анимация. Многие ее не воспринимают, и она их раздражает.
- Низкая скорость загрузки – фактор, из-за которого вы можете потерять множество клиентов. Сайт на flash загружается очень медленно, а по статистике посетитель ждет только 30 секунд, после чего начинает искать другой ресурс.
- Очень большой недостаток таких ресурсов: их нельзя продвигать в поисковых системах, что немаловажно для увеличения количества посетителей сайта. Поисковые системы (как отечественные, так и зарубежные), как правило, вообще не индексируют flash. А это значит, что основная задача, которая ставится перед сайтом (извлечение прибыли) применением такого вида анимации не решается, поскольку рейтинг сайта заведомо не может быть высоким.
- Невозможно изменить размер шрифта. Часто шрифт бывает мелким для посетителей сайта. Посетители со слабым зрением могут испытывать серьезные неудобства при просмотре страниц сайта, основанных на применении flash-технологии. А сейчас все чаще можно встретить на сайте версию для слабовидящих посетителей. К тому же движущийся текст читать труднее, чем неподвижный.
- «Поиск» на flash-страницах не работает.
- Для внесения любых изменений требуется изменение всего ролика.
- Невозможно отключить графические элементы.
- Обновлять flash-сайт очень сложно. Для него нельзя разработать специальный программный модуль. Для изменения информации необходим веб-дизайнер.
- Состояния гиперссылок неизменно. В связи с этим нельзя по изменению цвета гиперссылок определить, по какой ссылке вы уже перешли, а где еще не были.
- Такой сайт плохо совместим или совсем несовместим с мобильными устройствами. Сегодня огромная часть аудитории заходит в Интернет с мобильного устройства, например, iPhone, iPad или iPod, о которых и ведет речь в своей статье Стив Джобс. Конечно, вы можете создать две версии сайта, но это будет невыгодно.
- Полная несовместимость flash-технологий с другими языками программирования.

Вместо использования flash компания Apple заявила, что приняла HTML5, CSS и JavaScript. Все мобильные устройства Apple поставляются с низкой мощностью реализации открытых стандартов и высокой производительностью. HTML5, новый веб-стандарт, который был принят Google, Apple и многими другими, позволяет разработчикам создавать продвинутую графику, типографику, анимацию и переходы, не полагаясь на сторонние плагины браузера (например, Flash) [5].

С 1996 г. программа Adobe Flash являлась мощным средством со встроенной поддержкой интерактивности для создания анимированных проектов на основе векторной графики. Будучи простой в использовании, программа давала свободу для творчества художникам и дизайнерам.

1 декабря 2015 года Adobe объявила о том, что она переименует программу в Adobe Animate при следующем крупном обновлении. Первая версия под новым названием была выпущена 8 февраля 2016 года. Но и сегодня более трети всего контента, созданного в Animate, использует HTML5.

Однако несмотря на все недостатки flash-технологии, такая услуга, как разработка сайта с использованием flash, у некоторых заказчиков до сих пор пользуется спросом. Flash по-прежнему занимает важное место при разработке сложных игр и интернет-приложений.

Кроме того, благодаря данной технологии создание анимации впервые стало доступно миллионам любителей, а не только профессионалам. Прежде для производства даже совсем небольшого ролика требовалась целая студия, и процесс создания анимации был по силам только профессионалам, но сегодня благодаря flash-технологии возникла целая субкультура – сообщество флэшеров, они делают анимацию, так как это приносит им удовольствие и некоторую долю славы в Сети. Точно так же, как человек, умеющий рисовать, берется за кисти и холст, независимо от того, купит ли потом кто-нибудь его творение, флэшер творит лишь для того, чтобы разослать свое произведение коллегам и друзьям или вывесить его на специальном сайте. Конечно, полноценные мультфильмы так просто не рождаются. Зато рождаются новые, малые формы – короткий анимированный ролик, flash-клип под любимую музыкальную композицию, анимированная flash-открытка для любого повода и праздника, мини-мультфильм на flash и даже мини-сериал (если персонаж вдруг становится популярным), ну и, конечно, flash-игры. Кроме того, дизайнер может создать свое портфолио с использованием flash, что точно не оставит без внимания работодатель. [2].

Библиографический список:

1. Давыдова, Е.В. Практикум по Flash [Электронный ресурс] / Е.В. Давыдова // Материалы к урокам ИНФОРМАТИКИ. – Режим доступа: <http://informat444.narod.ru/FLASH.htm>

2. Прохоров, А. Flash-анимация как творческое увлечение [Электронный ресурс] / А. Прохоров. – Режим доступа: <https://compress.ru/article.aspx?id=16486>

3. Применение флэш-анимации в Интернете [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mainbit.ru/blog/primenenie-flesh-animacii-v-internete>

4. Flash-анимация. Сфера применения, преимущества и недостатки Flash-технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [HTTP://ALPHA-SPB.RU/HELPFUL-INFORMATION/33-WHAT-IS-FLASH](http://ALPHA-SPB.RU/HELPFUL-INFORMATION/33-WHAT-IS-FLASH)

5. Jobs, S. Thoughts on flash [Электронный ресурс] / S. Jobs. – Режим доступа: <https://www.apple.com/hotnews/thoughts-on-flash>.

ЛАВРЕНТЬЕВА ЕКАТЕРИНА СЕРГЕЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ДЬЯЧКОВА АНАСТАСИЯ АНДРЕЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

СМИРНОВА НАДЕЖДА АЛЕКСАНДРОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса» кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления

Научный руководитель: Смирнова Надежда Александровна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса» кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления

**ОЦЕНКА ОТРАСЛЕВОЙ СТРУКТУРЫ
НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ И ВЕДУЩИХ СТРАН МИРА**

Аннотация. Статья посвящена оценке отраслевой структуры национальной экономики России и ведущих стран мира. Определена динамика валового внутреннего продукта России и стран мира. Проанализирована структура валовой добавленной стоимости. Даны рекомендации по улучшению текущей ситуации в экономике России.

Ключевые слова: национальная экономика, отраслевая структура, валовой внутренний продукт, валовая добавленная стоимость, темп роста.

Оценка состояния национальной экономики, определение ее отраслевой структуры позволяют проанализировать экономические процессы и дать прогнозы дальнейшего развития страны. Отраслевая группировка хозяйства определяет принадлежность страны к какому-либо типу экономики (аграрный, индустриальный, постиндустриальный). Как известно, отрасли группируются по трем секторам: первичный (сельское хозяйство, животноводство, добывающая промышленность и др.), вторичный (обрабатывающая промышленность, строительство), третичный (сфера услуг). Важнейшим показателем, характеризующим экономическое состояние страны, является валовой внутренний продукт. Он используется для оценки экономического роста в целом, а также его можно применять для изучения структуры национальной экономики. ВВП включает в себя совокупную стоимость товаров и услуг, произведенную за год внутри страны для потребления, экспорта, накопления.

Для сравнения абсолютного объема валового внутреннего продукта России с другими странами мира примем за базу исследования номинальный ВВП, рассчитанный в долларах США [3].

Проанализировав рисунок, можно сделать следующие выводы: изменение размера номинального ВВП России носит слегка скачкообразный характер, и долгосрочной тенденции к росту не наблюдается, что опять же говорит о нестабильности процессов производства и экономики в целом. Лидером по размеру ВВП за выбранный период является США. На гистограмме отчетливо видно его превышение над остальными странами, и прослеживается тенденция к росту.

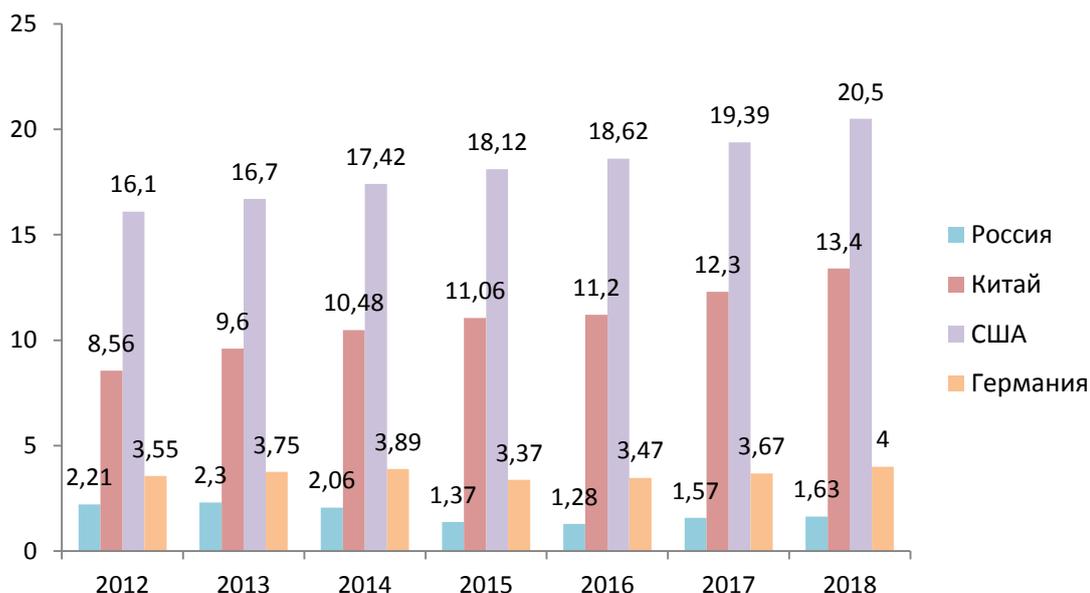


Рисунок 1 – Размер номинального ВВП стран мира, трлн. долл. США

ВВП Китая стабильно стремится к росту. В данном исследовании Китай занимает 2 место после США. Изменение объема номинального ВВП Германии имеет достаточно постоянный и стабильный характер, не наблюдается резких скачков и падений. Таким образом, Россия по размеру номинального ВВП среди США, Китая и Германии занимает последнее место и имеет достаточно нестабильный характер динамики.

Рассмотрим отраслевую структуру экономики развитых стран мира и проведем сравнение с российской структурой [1, 4]. Важно отметить, что для стран с высоким уровнем развития, в том числе экономическим, характерно преобладание третичного сектора в структуре экономики, то есть сферы услуг. Важно отметить характер соотношения всех отраслей экономики друг с другом.

Таблица 1 – Структура валовой добавленной стоимости в текущих ценах в 2017г., %

Страна	Отрасли экономики					
	Сельское хозяйство (рыболовство, охота)	Промышленное производство	Строительство	Торговля	Транспорт	Услуги
Россия	4,7	25,6	6,8	17,6	7,9	37,3
Германия	0,8	30,3	5,6	13,5	10,9	39,0
Великобритания	0,6	14	6,2	13,9	10,6	54,7
Франция	1,6	14,1	5,5	12,8	10,0	56,0
Финляндия	2,7	20,3	6,8	11,0	10,6	48,7
Китай	8,9	33,3	6,7	11,3	4,5	35,3
Япония	1,1	22,5	5,5	16,9	10,3	43,8
США	0,95	14,9	4,3	14,8	9,7	55,4

Германия является достаточно развитой капиталистической страной. Имеет высокий уровень промышленного производства, что для многих развитых европейских стран является нехарактерным. Это связано с тем, что Германия специализируется на машиностроении (автомобилестроении), а развитие ее сферы услуг несколько отстает от уровня других развитых стран.

Доля сельского хозяйства в структуре ВВП Великобритании невысока, но при этом страна обеспечивает население продуктами питания почти наполовину. В промышленности Великобритании большую роль играют добывающие отрасли. Уровень промышленного производства сравнительно невелик, но оно базируется на высоких технологиях. Великобритания обладает в Европе самым высоким научно-техническим потенциалом. Сектор услуг в основном представлен финансовыми и банковскими услугами [2].

Доля сельского хозяйства в структуре ВВП Франции минимальна, но сельское хозяйство Франции обладает высокой эффективностью и диверсифицированной структурой. Расходы на НИОКР в целом ниже, чем в США и Японии, что обусловило технологическое отставание от этих стран. Это подтверждает тот факт, что для конкурентоспособного развития необходимы научные достижения.

Финляндия, как одна из самых развитых стран по уровню жизни населения, имеет усредненные показатели по сравнению с другими странами. Финляндия имеет достаточно высокую долю сельского хозяйства, что не характерно для высокотехнологичной страны. Но именно за счет современных технологий Финляндия развивает металлургическую и энергетическую отрасли. Также здравоохранение, образование и бизнес-услуги находятся на высоком уровне.

Экономика Китая имеет самый высокий показатель доли сельского хозяйства среди анализируемых стран – почти 9 %. Сельскохозяйственное (зернопроизводство) и промышленное производство уже давно превосходит аналогичное производство США. Китай – экспортная страна, является почти для всех стран крупным местом для размещения производства.

Японская экономика – одна из самых развитых экономик мира. По размеру ВВП занимает 3 место после США и Китая. Имеет очень высокий уровень развития информационных технологий. Китай делает упор на развитие электроники и робототехники. Машиностроение и сельское хозяйство конкурирует со многими развитыми государствами. Большое количество современных скоростных дорог и автомагистралей. В структуре ВВП США наблюдается некий дисбаланс: промышленное производство и торговля занимает около 15% всего ВВП, остальное большинство занимают услуги. Стоит отметить, что США не производит товары на своей территории, все производство находится в Азии, а именно в Китае. Поэтому вывод, что США производит небольшие объемы товаров, неверен, но США зависят от производственных мощностей Азии. Сельское хозяйство имеет долю в ВВП 0,95%, но при этом занимает одно из ведущих мест в мире по выращиванию кукурузы и производству сои в абсолютном выражении. Ситуации у Великобритании примерно та же: промышленное производство и торговля почти на одном уровне, а услуги – 54,7%.

Основой российской экономики, как было сказано выше, является нефтедобыча, ее переработка и продажа. Экспорт нефти и газа в России – основная статья доходов государственного бюджета, и любые изменения в мировой политической и экономической среде серьезно влияют на показатели деятельности российской экономики. Недостаточное развитие промышленного производства, а именно производства товаров для собственного потребления, приводит к тому, что экономика зависит от цен на нефть и от мировых (политических, экономических) решений. Россия должна иметь собственную устойчивую базу для развития. Тогда в случае,

если произойдут серьезные глобальные изменения: мировые экономические кризисы, политические конфликты и войны, другие неблагоприятные события, подвергающие страну нестабильности, экономика сможет дать ресурсы для их преодоления. Для прогрессивного развития страны необходимо, чтобы экономика была независима; имела свое производство необходимых товаров и услуг, самостоятельную национальную валюту, не зависящую от доллара США; стимулировала собственные научные достижения и открытия; была социально ориентированной для повышения уровня качества жизни своих граждан и т.д.

Библиографический список:

1. ВВП стран мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.ereport.ru/>.
2. Отраслевая структура национальной экономики: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: econ.wikireading.ru/32355.
3. Россия и страны мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gks.ru.
4. Central Intelligence Agency Публикации о субъектах мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>.

ЛАВРЕНТЬЕВА ЕКАТЕРИНА СЕРГЕЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ПОЛУШИНА ИРИНА СЕРГЕЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат экономических наук, доцент

Научный руководитель: Полушина Ирина Сергеевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат экономических наук, доцент

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПАЕВЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОНДОВ

Аннотация. Статья посвящена вопросам налогообложения паевых инвестиционных фондов. Определена налоговая база по уплате налога на доход от операций с инвестиционными паями. Рассмотрены налоги и ставки по ним за получение дохода от инвестирования в фонды и случаи освобождения от налогообложения. Даны основания, при которых возможно получение налоговых преференций.

Ключевые слова: инвестирование, паевой инвестиционный фонд, доход от операций с инвестиционными паями, особенности налогообложения, налоговые преференции, освобождение от налогообложения, инвестиционный налоговый вычет, зачет убытков прошлых лет.

Инвестирование в паевые инвестиционные фонды (ПИФ) подразумевает не только получение дохода, но и уплату налога с него, так как любая деятельность, приносящая доход, по налоговому законодательству РФ должна облагаться налогом. Рассмотрим особенности налогообложения паевых инвестиционных фондов.

Особенности определения налоговой базы, исчисления и уплаты налога на доходы по операциям с инвестиционными паями определяются Налоговым кодексом РФ.

Налогооблагаемой базой по уплате налога на доход при реализации паев является разница между выручкой от реализации (погашения) и затратами на покупку, хранение и продажу инвестиционных паев, включая скидки и надбавки управляющей компании.

Доход от операций с инвестиционными паями является объектом налогообложения в случаях:

- 1) реализации паев на вторичном рынке;
- 2) погашения паев в случае окончания формирования фонда;
- 3) выплаты вкладчикам предварительных доходов, которые могут возникнуть в закрытом ПИФ.

Согласно ст. 276 НК РФ имущество, переданное в ПИФ, так же как и доходы, получаемые ПИФом (увеличение имущества ПИФа), расходы ПИФа (уменьшение имущества), не учитывается при налогообложении прибыли управляющей компании ПИФ [1].

Стоит отметить, что ПИФ не является юридическим лицом, и расчет налогов, их удержание и уплата осуществляется управляющей компанией, которая и яв-

ляется налоговым агентом. Данный факт подтверждает отсутствие двойного налогообложения при инвестировании в ПИФы.

В случае если инвестиционные паи были приобретены по договору купли-продажи, при их погашении физическое лицо должно предоставить в управляющую компанию документы, подтверждающие расходы на приобретение паев. Если указанные документы будут отсутствовать, то с пайщика будет удержан НДФЛ в полном размере со всей суммы дохода [2].

Если разница между выручкой от реализации (погашения) инвестиционных паев и затратами на покупку, хранение и продажу инвестиционных паев нулевая или отрицательная (убыток от инвестирования), то обязательство уплатить налог не возникает.

Пайщик-физическое лицо уплачивает НДФЛ в размере 13% для резидентов страны и 30% для нерезидентов (ст. 214.1 НК РФ). Пайщик-юридическое лицо уплачивает 20 % (ст. 280 НК РФ).

Освобождается от налогообложения операции по обмену паев одной категории на другую в рамках одной управляющей компании. При этом, если при продаже паев фонда одной управляющей компании есть положительный результат, а при продаже паев фонда другой отрицательный, то эти результаты можно взаимно зачесть. Таким образом, налог на доход будет начисляться с меньшей суммы.

В определенных случаях субъектам налогообложения предоставляются налоговые преференции.

В случае хранения ценных бумаг в открытых ПИФах более 3-х лет законом предусматривается инвестиционный налоговый вычет. Право распространяется на паи, купленные после 01.01.2014, то есть воспользоваться им можно с 2017 года. Налогоплательщик имеет право учесть сумму полученного убытка в будущих периодах (перенести убыток на будущее), то есть уменьшить сумму налогооблагаемого дохода, полученного по операциям с инвестиционными паями в будущих периодах, на сумму убытка, полученного по аналогичным операциям в предыдущих периодах (ст. 220.1 НК РФ). Для получения указанного налогового вычета клиент должен самостоятельно обратиться в налоговый орган по месту жительства по окончании налогового периода с письменным заявлением и налоговой декларацией. Управляющая компания в этом случае не уменьшает сумму удерживаемого и уплачиваемого в бюджет по окончании налогового периода налога и не учитывает понесенные клиентом убытки в предыдущих налоговых периодах. От НДФЛ можно освободить доход, предельный размер которого считается как число полных лет владения паями, умноженное на 3 млн. руб. Иными словами, за 3 года владения от налогов можно освободить доход до 9 млн. руб., за 4 года – до 12 млн. и т.д. Так как паи приобретаются множество раз, налоги будут считаться по методу FIFO: купленное первым будет погашено первым. Чтобы не платить НДФЛ, нужно гасить не больше паев, чем было куплено 3 года назад или раньше [3].

Другой возможностью сокращения налогового бремени является зачет убытков прошлых лет. Данный способ применяется только операций с паями на организованном рынке ценных бумаг (законодательно оформленный рынок). В зачет будут приняты убытки в сумме, не превышающей размер налогооблагаемой базы. Но период, в течение которого убытки «консервируются» и могут послужить на благо инвестора, составляет 10 лет. Убытки списываются на уменьшение базы в порядке очередности их возникновения. Зачет убытков производится при подаче письменного заявления в налоговую одновременно с подачей декларации. К юридическим лицам также применимо правило зачета убытков предыдущих лет.

Таким образом, инвестируя в ПИФы, пайщик уплачивает налог на доход от операций с инвестиционными паями: НДФЛ 13 % с физических лиц и 20 % налог на прибыль с юридических. Существует возможность получения налоговых льгот в случае долгосрочного инвестирования – от трех лет.

Библиографический список:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/
2. Паевые инвестиционные фонды: консультации, аналитика, бизнес-решения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pifconsulting.ru/>
3. InvestFunds сайт про инвестиции и фондовые рынки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://investfunds.ru/funds-statistics/>

ЛАРИОНОВА ЛАРИСА ВЛАДИСЛАВОВНА

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет»

Научный руководитель: Коняева Елена Александровна

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет», кандидат педагогических наук, доцент

НЕВЕРБАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ ПЕДАГОГА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ

Аннотация. В данной статье рассматриваются профессиональные особенности невербальных коммуникаций педагога и невербальные коммуникации в целом. Для педагога важно знать язык жестов и уметь правильно пользоваться этими знаниями. Ведь именно с помощью невербальных коммуникаций лучше воспринимается и усваивается учебный материал.

Ключевые слова: коммуникация; вербальная коммуникация; невербальная коммуникация; средства невербального общения.

Коммуникация – специфическая форма взаимодействия людей в процессе их познавательно-трудовой деятельности.

Вербальные коммуникации – коммуникации, осуществляемые с помощью речи.

Невербальные коммуникации – это поведение человека, которое сигнализирует об эмоциональных состояниях и характере взаимодействия общающихся личностей.

Паравербальные коммуникации – совокупность звуковых сигналов, сопровождающих устную речь, принося в нее дополнительные значения.

Невербальные коммуникации являются неотъемлемой частью нашей жизни. Мимика, поза, походка, жесты и зрительный контакт могут рассказать практически все о человеке. Но людям свойственно меняться под влиянием социального статуса, профессии или просто давних привычек, эти изменения отражаются и в знаковых формах общения. Так, в борьбе с переживаниями мужчины непроизвольно сжимают руки в кулаки или начинают барабанить по столу импровизированные мелодии, но если человек давно занимается силовыми нагрузками, то это является нормой и не свидетельствует о волнении.

Проведенные исследования с людьми, безусловно владеющими своим телом, показали, что даже им не под силу удержать «каменное лицо» на протяжении разговора. Невозможно контролировать или сдерживать проявление искренних эмоций. Причина в том, что они совершаются неосознанно. В основе невербальной коммуникации два истока – биологический и социальный – врожденный и приобретенный в ходе жизненного опыта человека как члена социума. Доказательством биологической природы некоторых компонентов невербальной коммуникации является то, что они плохо или с трудом поддаются сознательному контролю – побледнение или покраснение лица, расширение зрачков, искривление губ, частота моргания и др.

Особенно большое значение невербальные коммуникации приобретают в структуре профессиональной деятельности по типу «человек-человек». Это относится и к профессии педагога.

Речь педагога – основное средство, позволяющее приобщить обучающихся к культурному наследию, обучить их как способам мышления, так и его содержанию. При этом педагог должен обладать высокой языковой культурой, богатым словарным запасом, владеть экспрессивными возможностями и интонационной выразительностью речи, иметь четкую дикцию. Основным акцент делается на речь, то есть вербальный компонент общения. Вместе с тем в последнее время появляется все большее количество публикаций, связанных с различными аспектами невербального общения.

«Жест, мимика, взгляд, поза подчас оказываются более выразительными и действенными, чем слова», – утверждает Е.А. Петрова. Невербальные аспекты общения играют существенную роль в регулировании взаимоотношений, установлении контактов и во многом определяют эмоциональную атмосферу как преподавателя, так и студента [5, с. 13].

Еще А.С. Макаренко писал, что для него в его практике, «как и для многих опытных учителей, такие «пустяки» стали решающими: как стоять, как сидеть, как повысить голос, улыбнуться, как посмотреть». Однако только в последнее время все больше исследователей привлекает данная тема [4, с. 131].

Укажем на то, что средства невербального общения всегда соответствующим образом задействованы в ходе учебно-воспитательного процесса, несмотря на то что педагог не осознает их значения. Общепринято, что во взаимодействии педагога с обучающимися, впрочем, любых субъектов общения, невербальное общение осуществляется по нескольким каналам: мимика, прикосновение, жест, дистанция общения, визуальное взаимодействие и интонация.

Известно, что обучающиеся отдают предпочтение педагогам с доброжелательным выражением лица, с высоким уровнем внешней эмоциональности. При этом отмечается, что чрезмерная подвижность глаз или лица, как и безжизненная их статичность, создает серьезные проблемы в общении со студентами.

Аллан Пиз в своей книге «Язык телодвижений» утверждает, что усвоение информации происходит на трех уровнях [6]:

- 1) вербальный уровень – 10%;
- 2) невербальный уровень – 60%;
- 3) паравербальный уровень – 30%.

Многие люди без особого труда могут узнать педагога на улице, в кафе и любом другом месте, это означает, что у педагогов есть профессиональные признаки. После проведенных исследований, а именно наблюдений, были выявлены такие профессиональные особенности невербальной коммуникации педагога: стряхивание мела с рук или одежды, громкая речь, направленность и манера речи.

Рассмотрим эти особенности более подробно.

Если педагог часто имеет дело с мелом, то начинает сформировываться такая профессиональная особенность, как стряхивание мела с рук или одежды. Со временем это начинает происходить произвольно, неосознанно. Например, во время обычного разговора педагог начинает убирать с одежды несуществующий мел, те, кто знает язык жестов, сразу бы расценили данный невербальный знак как неодобрение, но на самом деле он является профессиональной особенностью и свидетельствует лишь о продолжительной педагогической деятельности.

Педагоги с большим стажем работы привыкли к частым замечаниям о громкой речи и просьбам говорить тише. В связи с работой в больших аудиториях необ-

ходимо, чтобы каждый обучающийся, в том числе и на последних рядах, отчетливо слышал все произносимое педагогом. Педагог всегда должен говорить громко и внятно, не только для того, чтобы он был услышан, но и для привлечения внимания аудитории. Направленность речи обуславливается теми же факторами.

Часть педагогов также демонстрирует явную сдержанность. Сдержанность у педагогов проявляется во всем. Они обязаны быть сдержанными как в манере речи, проявлении эмоций, позе и жестикуляции, так и в стиле одежды. Так же, как и в прошлых примерах, это объясняется видом деятельности и свойственно педагогу во внеурочное время.

Все эти особенности присущи для профессии педагога и трактуются иначе, нежели в справочных материалах по невербальному общению. Они сопровождают педагогов и вне образовательной организации, потому что являются неотъемлемой частью их работы и укореняются в сознании как обязательная норма поведения.

Библиографический список:

1. Коняева, Е.А. Групповая форма организации обучения в вузе / Е.А. Коняева // Профессиональное образование: методология, технология, практика: сборник научных статей / под ред. В.В. Садырина. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Цицеро»; Челяб.гос.пед.ун-т, 2014. – Вып.7. – С. 94–97.

2. Коняева Е.А. Активные методы обучения в практике подготовки будущих педагогов профессионального обучения / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Профессиональное образование: методология, технологии, практика: сборник научных статей / под ред.В.В. Садырина. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Цицеро», Челяб.гос.пед.ун-т, 2016. – Выпуск 9. – С. 89–94.

3. Коняева Е.А., Коняев А.С. Компетентностный подход к проблеме формирования готовности к профессионально-педагогической деятельности / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Вестник Учебно-методического объединения по профессионально-педагогическому образованию. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2012. – Вып. 1 (46). – С. 109–113.

4. Макаренко, А.С. Теория воспитания / А.С. Макаренко. – М.: Изд-во «Э», 2016. – 416 с.

5. Петрова, Е.А. Визуальная диагностика личности в практической деятельности психолога / Е.А. Петрова. – СПб.: Питер, 2017. – 384 с.

6. Пиз, А. Язык телодвижений / А. Пиз. – М.: Эскиммо, 2019. – 448 с.

**ЛЕВЧЕНКО ВИКТОР СЕРГЕЕВИЧ,
КАЛИКИН НИКОЛАЙ ИЛАРИОНОВИЧ**

г. Таганрог, Таганрогский институт имени А.П. Чехова (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

ХОЛОДКОВСКАЯ НАТАЛИЯ СЕРГЕЕВНА

г. Таганрог, Таганрогский институт имени А.П. Чехова (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», доцент кафедры экономики и предпринимательства

Научный руководитель: Холодковская Наталия Сергеевна

г. Таганрог, Таганрогский институт имени А.П. Чехова (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», доцент кафедры экономики и предпринимательства

МОДЕЛЬ ЧЕЛОВЕКА ТРУДА В УСЛОВИЯХ «НОВОЙ ЭКОНОМИКИ»

Аннотация. Данная статья посвящена вопросу изучения модели человека труда в условиях «новой экономики». В работе проводится анкетирование, которое раскрывает суть проблемы, поставленной автором, а также способы её решения.

Ключевые слова: человек, экономика, общество, модель, труд, молодые специалисты.

«Прогноз социально-экономического развития РФ на период до 2030 года предполагает превращение инновационных факторов в ведущий источник экономического роста. Инновационная модернизация экономики регионов России выступает приоритетным направлением нового этапа экономических изменений, а инновационный процесс становится важнейшим фактором экономического развития регионов. В региональном развитии на первый план выходят проблемы активизации инновационной деятельности, совершенствование структуры экономики региона, повышение конкурентоспособности продукции и услуг.

Дальнейшее развитие регионов во многом зависит от возможности реализации их инновационного потенциала как необходимого условия обеспечения устойчивого развития экономики региона. Переход экономики региона на качественно новый уровень возможен только на инновационной основе» [2, с. 473].

Человек всегда был и остается главной созидательной силой экономического развития общества. Единой «модели человека труда» в современной экономической науке не существует, она изменяется с учетом особенностей развития экономики страны или региона. Переход экономики региона на новый уровень развития влечет за собой изменение «модели человека труда».

В общем виде модель «человека труда» содержит три группы факторов, представляющих цели человека, средства для их достижения и информацию о процессах, благодаря которым средства ведут к достижению целей. В современной экономической теории «человек труда» – это человек выбирающий (поскольку ограничен в своих ресурсах и вынужден постоянно делать выбор), человек оценивающий (сравнивает различные альтернативы и оценивает их), человек эволюционирующий, человек эгоцентрирующий (предпочитающий давать приоритет собст-

венным оценкам и интересам перед чужими оценками и интересами), человек, обладающий ограниченной и неполной информацией.

Для ответа на вопрос, в чем особенности российского человека труда, автором было проведено анкетирование, в котором приняли участие старшеклассники, молодые и опытные специалисты. Всего было опрошено 70 человек.

В силу того что в системе рыночного хозяйства основополагающей является идея о рациональном экономическом поведении людей, а для реализации своего рационального поведения индивидуумы должны обладать свободой выбора, то первый вопрос анкеты был направлен на определение степени свободы выбора деятельности человека и, как следствие, степени рационального поведения человека труда. Результаты исследования представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Степень свободы выбора деятельности человека

Положение	Старше-классники, %	Молодые специалисты, %	Опытные работники, %
Имеют возможность выбора рода деятельности	100	87	62
Определяющий фактор выбора – деньги	39	55	66
Определяющий фактор выбора – заинтересованность	55	39	8
Определяющий фактор выбора – необходимость	6	6	26

Исследование подтверждает наличие свободы выбора у человека труда. Будущие и молодые работники более свободны в своем выборе, работники старшего поколения теряют не саму свободу выбора, а скорее, веру в возможность ее реализации. Материальный фактор не является основным, определяющим мотивацию деятельности человека труда. Мотивационные стимулы российского человека труда включают в себя стремление к материальным, денежным благам и определенные элементы психологического характера. При этом эгоистический материальный стимул остается преобладающим. Можно предположить, что поведение российского человека труда не в полной мере отвечает понятию рациональность: для большинства опрошенных большое значение имеет степень удовлетворенности своим трудом и материальная оценка труда. Этот вывод подтверждается результатами исследования, представленными в таблице 2.

Таблица 2 – Значимый фактор при выборе работы

Наиболее значимый фактор при выборе работы	Старше-классники, %	Молодые специалисты, %	Опытные работники, %
Степень удовлетворенности своим трудом	51	40	58
Социальная значимость вашего труда	2	0	2
Сложность труда	0	0	0
Оплата труда	47	60	40
Мнение людей	40	37	40
Собственное мнение	35	35	40

Модель человека труда «новой экономики» предполагает значительно более высокий общеобразовательный и культурный уровень человека, информированность о разных аспектах бытия, многообразие и динамизм потребностей, важнейшей из которых является потребность в самовыражении, установлении связей с другими людьми, свободе духовного самоопределения, свободного выбора типа культуры и общественно-политических взглядов.

Новой экономике нужен новый человек и, наоборот, новому человеку уже не нужна старая экономика. Какие черты нового человека должны отразиться в современной модели «человека труда»? Это, прежде всего, способность к партнерству, новые черты человека в экономике, образовательная мобильность, инновационность, интеллектуальность, причем последняя становится качественно новым признаком современной модели «человека труда». Рост интеллектуальности труда выражается в том, что доля работников, занятых поиском и использованием необходимой информации, решением творческих задач на производстве увеличивается. Растет не только доля занятых интеллектуальным трудом, но и сам труд становится качественно другим, более интенсивным, оснащенным интеллектуальными инструментами производства. Токарь сегодня практически не занят физическим трудом, он следит по монитору за работой промышленных роботов и контролирует ход производственного процесса. Современный учитель вооружен другими, более интеллектуальными средствами обучения, чем было несколько десятилетий назад.

Инновационность в экономике – это способ получить новый конечный результат труда более эффективным образом. Инновационность современной модели «человека труда» состоит в особой способности воспринимать, понимать, не бояться, в желании найти и использовать в своей работе новое.

Способность к партнерству – это еще один из атрибутов человека, отвечающего «новой экономике». Под партнерством понимается такая организация дела, при которой все участники являются равноправными, равнозаинтересованными. Основные принципы партнерства предполагают взаимное признание интересов и целей в качестве правомерных, – равноправие партнеров на всех этапах взаимоотношений, включая принятие совместных решений, компромисс поведения сторон при разрешении конфликтных ситуаций с учетом приоритета общей цели партнерства.

Образовательная мобильность предполагает способность непрерывно получать новые знания, учиться и переучиваться, принимать интеллектуально-информационные новшества, обеспечивающие прогрессивное движение экономики.

Названные атрибуты современной модели «человека труда» в новой экономике образуют новую «модель человека», соответствующего экономике XXI века. Российская модель «экономического человека» в целом пока не соотносится ни с интересами самой России, ни с моделями экономической активности, принятыми в высокоразвитых западных государствах. Российскому экономическому человеку еще предстоит пройти длительный путь самосовершенствования и самоулучшения в направлении рациональности, коммуникативности, открытости и честности.

Библиографический список:

1. Модель человека труда. – Режим доступа: https://studopedia.ru/14_114016_model-cheloveka-truda.html.
2. Холодковская, Н.С. Инновационный потенциал как необходимое условие обеспечения устойчивого развития экономики региона. Региональные проблемы преобразования экономики: интеграционные процессы и механизмы формирования и социально-экономическая политика региона / Н.С. Холодковская, И.Н. Олейникова. – Махачкала: ИСЭИ ДНЦ РАН, 2018. – С. 472–475.

ЛЕТЯГИНА АННА СЕРГЕЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ПОЛУШИНА ИРИНА СЕРГЕЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат экономических наук, доцент

Научный руководитель: Полушина Ирина Сергеевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат экономических наук, доцент

**ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ВЫПУСКНИКОВ
ПО ВЫБОРУ МЕСТА РАБОТЫ**

Аннотация. В данной статье выявляются основные предпочтения выпускников высших учебных заведений по выбору будущего рода деятельности. Проведен опрос среди обучающихся выпускных курсов, и определены основные факторы, повлиявшие на выбор будущей профессии, и ожидания выпускников.

Ключевые слова: новые профессии, предпочтения, экономические профессии, выпускник.

Вопреки распространенному мнению экономисты и менеджеры в настоящее время в России востребованы – другое дело, что в современных условиях требуются специалисты высокого класса. Практически каждый работодатель включил экономистов, бухгалтеров в список востребованных. Как показывает исследование рынка труда, большинство претендентов на должность экономиста – молодые женщины, имеющие высшее образование, их порядка 77% от общего числа соискателей, по данным исследования в 2017 году г. Челябинск. Молодые специалисты в возрасте до 30 лет занимают 72%. 91% экономистов имеет высшее образование, 17% свободно владеют английским языком. Исследователи уверены, что вопреки распространенному мнению роботы не заменят людей, а, наоборот, в эру цифровых технологий появится больше возможностей для карьерного и личностного роста [1]. Мы также полагаем, что 65% тех, кто сейчас учится в школе или в вузе, займут должности, которых сейчас еще не существует. В связи с этим молодые люди должны получать целый ряд новых знаний и навыков, стараясь отойти от традиционной модели образования, предполагающей узкую специализацию, а развивать транспрофессионализм [2].

Так, количество вакансий экономиста на headhunter.ru по всей России составляет 2744, а резюме 69314, другими словами, рынок перенасыщен, но нужно выяснить, по каким причинам молодежь идет учиться туда и как много работают дальше.

В течение октября-ноября 2018 года мы провели исследование предпочтений выпускников по выбору места работы. В ходе этого исследования удалось опросить 76 человек, преимущественно выпускников 2018 года экономических специальностей, и тех, кто будет выпускаться в 2019 году.

Большая часть опрошенных (69%) – это женщины в возрасте от 21 до 24 лет. Остальная часть (39%) – это мужчины в возрасте 22–25 лет.

На рисунке 1 можно увидеть ответы на вопрос: «Ваша экономическая профессия». В результате 44% получающих (получивших) профессию экономиста, 25% опрошенных – бухгалтера и 13% – страховые агенты, остальные направления – по 6% опрошенных.

Несмотря на перенасыщенность рынка труда такой профессией, как «экономист», студенты все равно ее выбирают.



Рисунок 1 – Структура ответов респондентов на вопрос: «Ваша экономическая профессия»

Следующим вопросом анкетирования: «По каким причинам Вы пошли учиться на эту профессию?». В результате 31% опрошенных сделал свой выбор из-за престижа данной профессии, 19% – по причине возможности получения высоких доходов в будущем, 13% – из-за возможности карьерного роста, 19% опрошенных пошли учиться из-за того, что кто-то из родственников уже работает по данному направлению и есть желание продолжить династию. Распределение ответов можно увидеть на рисунке 2.



Рисунок 2 – Структура ответов респондентов на вопрос: «По каким причинам вы пошли учиться на эту профессию?»

На вопрос, планируете ли дальше работать по выбранной профессии, всего 3% опрошенных задумываются о получении в дальнейшем другой профессии, остальные же наоборот уже работают либо будут, как закончат обучение в вузе.

Хотелось бы отметить, что тот, кто планирует дальше продолжать работать по выбранной профессии, они работают либо из-за каких-то дальнейших перспектив (43%), либо из-за того, что в дальнейшем хотят открыть свой бизнес (36%), либо работают просто из-за того, что с детства нравится все, что связано с цифрами (21%).

На вопрос, на какую заработную плату Вы рассчитываете в ближайшие 1-2 года, 60% опрошенных дали ответ 40000 руб., 30% опрошенных – 50000 руб.

На открытый вопрос, без чего экономическая профессия не может существовать сейчас, большинство ответило, что без хорошего специалиста или профессионала, также без цифр (рис. 3).



Рисунок 3 – Ответы респондентов на вопрос, без чего экономическая профессия не может существовать сейчас

Исходя из проведенного исследования, можно сделать вывод, что большая часть опрошенных выпускников 2018 года и студентов, обучающихся на 4 курсе, работает сейчас или планирует работать по специальности.

Библиографический список:

1. Александрова, Л.Д., Полушина И.С. Влияние цифровой трансформации коммуникативных технологий и систем на управление бизнес-процессами / Л.Д. Александрова, И.С. Полушина // Гуманитарная информатика. – 2016. – №5. – С. 82–87.

2. Полушина, И.С., Гончарова А.В. Практико-ориентированная система образования как залог развития человеческого капитала / И.С. Полушина, А.В. Гончарова // Умные технологии в современном мире: материалы юбилейной всероссийской научно-практической конференции, посвященной 75-летию Южно-Уральского государственного университета, 20–23 ноября 2018 г. / под ред. И.А. Баева. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2018. – Т.2. – С. 168–174.

ЛОПАТИН НИКИТА ЕВГЕНЬЕВИЧ

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ОВСЯНИЦКАЯ ЛАРИСА ЮРЬЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат технических наук, доцент

Научный руководитель: Овсяницкая Лариса Юрьевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат технических наук, доцент

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОВЕДЕНИЯ МАСТЕР-КЛАССОВ ПО ВЁРСТКЕ ОДНОСТРАНИЧНЫХ ВЕБ-САЙТОВ ДЛЯ УЧАЩИХСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ ШКОЛ И КОЛЛЕДЖЕЙ

Аннотация. В статье описываются результаты проведения мастер-классов, посвященных вёрстке одностраничных веб-сайтов, для учащихся старших классов школ и колледжей города Челябинска. Представлены достигнутые школьниками результаты после проведения авторского мастер-класса. Обоснована целесообразность выбора формата «мастер-класс» и представлена практическая значимость проведённого мероприятия.

Ключевые слова: индивидуальная образовательная траектория, мастер-класс, лендинг, вёрстка, сайт, обучение, практика.

На сегодняшний день большинство компаний при приеме на работу новых сотрудников уделяют большое внимание практическим навыкам. Учитывая данные тенденции, можно сделать вывод о том, что большая часть подготовки востребованного специалиста разных сфер должна быть направленной не только на закрепление теоретического материала, но и на оттачивание практических профессиональных навыков. Работник, знающий всю теорию, но имеющий мало опыта в практике, менее эффективен, чем работник с большим практическим опытом.

Нами было разработано и проведено обучающее мероприятие по типу мастер-класс (англ. Master class – оригинальный метод обучения и конкретное занятие по совершенствованию практического мастерства, проводимое специалистом в определенной области) [1, с. 2]. Форма мастер-класс отличается от других форм трансляции опыта тем, что в процессе его проведения идет непосредственное обсуждение и поиск творческого решения проблемы как со стороны участников мастер-класса (учеников), так и со стороны Мастера (специалиста, ведущего мастер-класс), за счёт чего во время обучения участники мастер-класса не только получают теоретические знания, но и обучаются на практике, придумывая новые решения профессиональных проблем или получая комментарии со стороны Мастера о своём варианте решения [3, с. 2].

Формат мастер-класса нами был выбран также из-за того, что в заданиях, которые даёт Мастер или ведущий, активно участвуют все или большинство обучающихся, в процессе мастер-класса обучающимся предлагается познакомиться с новой для них технологией или приемами работ, а также они могут задать интересные их вопросы Мастеру и получить на них ответы.

Представим результатов проведения мероприятий со старшеклассниками и студентами колледжа, проводимых в стенах Международного Института Дизайна и

Сервиса, направленных на обучение старшеклассников практическим навыкам вёрстке одностраничных веб-сайтов (лендингов).

Вёрстка сайтов подразумевает под собой написание кода веб-страницы при помощи языка гипертекстовой разметки HTML и языка стилей CSS (англ. Cascading Style Sheets – каскадные таблицы стилей). Используя язык HTML, разработчик создает каркас сайта, в котором перечисляются различные объекты и их положение в иерархии объектов страницы. При помощи CSS на этот каркас «надевается» дизайн красивой обложки каждого элемента веб-страницы.

Данных инструментов создания веб-сайтов может быть вполне достаточно для создания простых одностраничных сайтов, целью которых будет являться реклама того или иного бизнеса через Интернет. Разнообразие сайтов, созданных при помощи HTML и CSS, ограничивается только фантазией разработчика и ограниченным функционалом самого сайта, так как данные языки не являются языками программирования клиентской или серверной части сайта, но при необходимости их можно дополнить языками программирования.

Для добавления некоего функционала сайту могут использоваться такие языки, как PHP, JavaScript, Python и JQuery, но для их использования требуются более глубокие знания программирования, в то время как для HTML и CSS особых знаний программирования не требуется.

Во время проведения занятий мы прошли весь необходимый минимум теоретического материала, требуемый для начала работы. Весь теоретический материал закреплялся при помощи практических заданий во время самого обучения в аудитории и во время выполнения домашнего задания. При возникновении проблем с домашним заданием учащиеся всегда могли обратиться к Мастеру со своей проблемой или вопросом.

Ведущим мастер-класса являлся студент, будущий бакалавр в области информационных технологий, который не только обучается в вузе, но и имеет опыт практической работы в IT-компаниях и индивидуального выполнения работ на заказ.

Целью проведённых занятий являлось обучение старшеклассников таким гибким навыкам, как поиск профессиональной информации и применение её на практике, выбор оптимального с точки зрения удобства и стоимости инструмента и другие важные профессиональные навыки.

Первым шагом нашей деятельности было проведение отбора участников для проведения будущих мастер-классов. При выборе участников мы смотрим индивидуальную образовательную траекторию обучающихся, поскольку изначально школьники имеют разный уровень заинтересованности в данном мероприятии.

Следовательно, нас интересовал вопрос о цели получения навыков верстки сайтов школьниками. Поэтому нами была создана форма регистрации, в которую участники вносили информацию о себе и о том, для чего обучающийся хочет посетить данные мастер-классы.

Ещё одной важной задачей являлось обучение учащихся старших классов полезным практическим навыкам, которые они смогли бы использовать уже сейчас, поэтому для шаблонов сайтов, которые будут использоваться для практической деятельности на мастер-классах, использовались шаблоны выдуманных, но вполне рабочих рекламных сайтов для разного бизнеса (рисунок 1).



Рисунок 1 – Предлагаемые шаблоны сайтов для вёрстки (дизайн интерьера, цветочный магазин, автомастерская)

На рисунке 2 представлено меню сайта, разработанного во время мастер-класса учащимся школы.

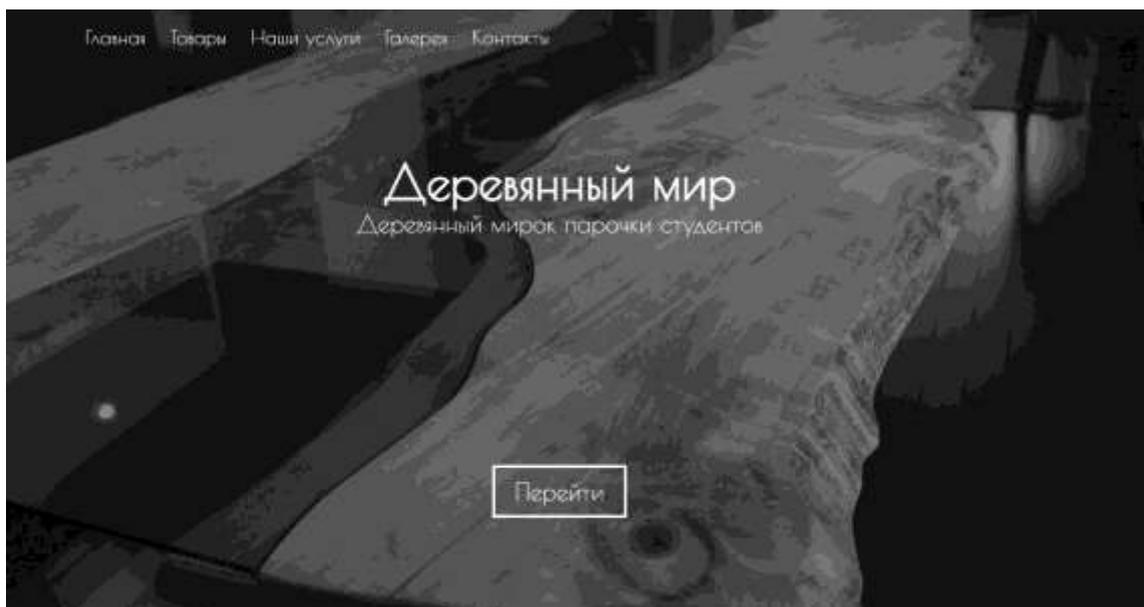


Рисунок 2 – Меню сайта, разработанного во время мастер-класса учащимся МБОУ «Школа-интернат спортивного профиля г. Челябинска»

Таким образом, после прохождения данных мастер-классов учащиеся получили достаточный набор знаний для практического использования полученных навыков. Данного набора компетенций достаточно, чтобы на данный момент и при дальнейшей самостоятельной практике выйти на рынок и успешно реализовать свой потенциал.

Библиографический список:

1. Андреева, Ю. Мастер-класс как форма практико-ориентированного обучения специалистов в области рекламы / Ю. Андреева. – Alma Mater: Вестник высшей школы. – 2005. – № 11. – С. 31–34.
2. Грошкова, А.А. Преимущества использования CSS / А.А. Грошкова, А.И. Махова // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2017. – №13.– С. 1071–1072.
3. Зайцева, Н.А. Использование технологии мастер-классов в вузах сервиса и туризма / Н.А. Зайцева // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2013. – №4. – С. 11–21.

МАИРКО ДАНИЛ АНДРЕЕВИЧ

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ДЕГТЕРЕНКО ЛЮДМИЛА НИКОЛАЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат исторических наук

Научный руководитель: Дегтеренко Людмила Николаевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат исторических наук

ИСТОЧНИКИ И ПРИЧИНЫ ЗАГРЯЗНЕНИЯ РЕЧИ

Аннотация. Актуализируется проблема чистоты русской речи. Описываются источники и причины загрязнения русского языка, приведены соответствующие примеры.

Ключевые слова: речь, речевая культура, загрязнение речи, кинематограф, жаргонизмы, неологизмы, слова, массовые коммуникации.

Русский язык – один из самых сложных языков во всем мире. Он широко распространён не только на территории нашей страны, но и за её пределами: в странах бывшего Советского Союза он продолжает главенствовать наряду с другими государственными языками, а в некоторых западных странах находятся литературные любители, которые читают собрания Достоевского и Пушкина в оригинале. Наш язык очень красив, но в связи с развитием общества ему приходится претерпевать изменения, и не всегда в лучшую сторону. В наше время филологи поднимают вопрос о загрязнении речи под влиянием различных источников.

В современной науке появилась по этому поводу даже специальная отрасль знаний – лингвистическая экология (экологическая лингвистика). К современным представителям, исследующим проблемы экологической лингвистики, можно отнести И.Г. Жирову [7], Д.А. Нурушеву [15], Е.Г. Железнову [6], С.А. Ковалевскую [10], А.П. Сковородникова [17], С.А. Актуганову [1], Л.А. Брусенскую, Э.Г. Куликову [2], З.И. Ломнину [12], Е.В. Иванову [8], Г.А. Копнину [11], Е.М. Пылаеву [16], Е.А. Мельникову [13] и др.

Одним из многих таких источников является зарубежный кинематограф. Японские мультипликационные сериалы оказывают влияние на молодёжь, а они являются сподвижниками модернизации языка. Разнообразные слова, образованные путем транслитерации, входят в состав русского языка и все чаще употребляются в речевом обороте. Например, слова «тян» и «кун» означают «девушка» и «мальчик», а «аригато» – «спасибо». Такие тенденции сейчас не редкость. Из английского языка к нам в речь перешли слова «ок», «сори», «хай» и т.д. Обусловлено это тем, что такие формы привычных нам слов намного проще, удобнее в использовании.

Другой тенденцией, влияющей на загрязнение русского языка, является сеть Интернет и иные массовые коммуникации. Она также тесно взаимосвязана с иноязычной лексикой. Так у нас в языке появились слова «чат», «смартфон» и подобные. Большинство из этих слов относится к неологизмам, и лишь некоторые из этого ряда крепко фиксируются в речи и занимают свою нишу в словарях русского языка [14]. Однако не все слова являются заимствованными. Например, многие из привычных для нас слов русского языка видоизменяются под особенности общения в сети Интернет – они укорачиваются посредством «ломания» конструкции слова

или даже целого предложения. Так появились слова «спс», «норм», «прив» и прочие из этого ряда. Кроме того, на просторах «всемирной паутины» четко отслеживается оскудение речи: уже сегодня большая часть населения в социальных сетях заменяет традиционное выражение эмоций так называемыми «улыбающимися» и «грустными» скобками. Используются они непосредственно в качестве показателя радости или недовольства чем-либо и применяются как автономно, независимо от окружения, так и в сочетании с практически любой частью речи.

Нередко и использование в речи жаргонизмов – слов, отличающиеся от привычного стиля речи своего речи своей специфичной лексикой, выраженностью эмоций, а также особыми словообразовательными средствами [5]. Тенденция к использованию жаргонизмов уходит своими корнями в средневековье, во времена дворцовых переворотов и дворянства. Сейчас же их применяют в определенных социальных группах, а слова эти являются частью просторечной лексики. В современной классификации жаргонизмов можно обозначить следующие группы.

1. Компьютерный жаргон, трансформировавшийся в повседневный. Это популярная среди молодёжи категория слов, дифференцированная на игровую и сетевую лексику. Многие из них мы часто употребляем в обыденной жизни. Например, «лайфхак» (дословно – «взлом жизни») или аббревиатура «ЛЮЛ» (от англ. «Laughing out loud» – громко смеяться).

2. Профессиональный жаргон. Используется исключительно в узких специализированных кругах. Слова этой категории зачастую являются аббревиатурами и сокращениями понятий, терминами. Сюда входит медицинская терминология – труп многие называют «тело», пациента кабинета иглорефлексотерапии – «дикобразом» [3]. Помимо первого вида терминологии сюда можно отнести военный, журналистский, радиолобительский жаргоны.

Диалектизмы являются практически схожей с жаргонизмами лексической единицей, но отличительной их особенностью является территориальная привязанность – они не используются повсеместно, лишь в определенных округах [4]. «Вехотка» (или «вихотка») – аналог слова «мочалка», широко распространенный в Уральском федеральном округе.

Исходя из вышеизложенного, невозможно однозначно сказать, являются ли описанные лексические единицы источниками и причинами загрязнения речи [9]: все они по-своему уникальны и привносят в язык экспрессию, окраску, «жизнь». Вопрос «экологии» языка очень сложен и требует времени для глубочайшего анализа.

Библиографический список:

1. Актуганова, С.А. Основные направления современных лингвоэкологических исследований / С.А. Актуганова // Новое слово в науке: перспективы развития. – 2015. – № 2 (4). – С. 253–255.

2. Брусенская, Л.А. Экологическая лингвистика / Л.А. Брусенская, Э.Г. Куликова. – Москва: ООО «Флинта», 2016. – 184 с.

3. Воронцова, В. Медицинский сленг. Кого врачи называют лыжниками, скрипачами и утконосами [Электронный ресурс] / В. Воронцова // «L!FE #Здоровье». – Режим доступа: https://life.ru/t/здоровье/883340/miedi-tsinskii_sliengh_kogho_vrachi_nazyvaiut_lyzhnikami_skripachami_i_utkonosami.

4. Диалектизм [Электронный ресурс] // Википедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Диалектизм>.

5. Жаргон [Электронный ресурс] // Википедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Жаргон>.

6. Железнова, Е.Г. К вопросу об экологии языка и экологической лингвистике / Е.Г. Железнова // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2016. – № 3. – С. 70–73.
7. Жирова, И.Г. Эколингвистика как новое направление современного языкознания / И.Г. Жирова // Перевод и когнитология в XXI веке VI Международная научная теоретическая конференция. – М.: Московский государственный областной университет, 2013. – С. 102–106.
8. Иванова, Е.В. Экологическое сознание и эколингвистика / Е.В. Иванова // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2012. – № 7. – С. 252–262.
9. Какие современные тенденции влияют на язык? Это влияние положительное или отрицательное? [Электронный ресурс] // Лекториум. – Режим доступа: <https://www.lektorium.tv/k-teme-21-kakie-sovremennye-tendencii-vliayut-na-yazyk-eto-vliyanie-polozhitelnoe-ili-otricatelnoe>.
10. Ковалевская, С.А. Эколингвистика как самостоятельное направление языкознания / С.А. Ковалевская // Личность и общество в современной культуре: Сборник статей Международной научно-практической конференции. – Челябинск: ООО НИЦ: «Антровита», 2017. – С. 31–37.
11. Копнина, Г.А. Экология языка и экология речи как разделы эколингвистики / Г.А. Копнина // Экология языка и коммуникативная практика. – 2014. – № 2 (3). – С. 78–89.
12. Ломинина, З.И. Эколингвистика: некоторые штрихи научного поиска / З.И. Ломинина // Сборник научных трудов SWorld. – 2012. – Т. 30. – № 2. – С. 68–69.
13. Мельникова, Е.А. Эколингвистика: истоки возникновения / Е.А. Мельникова // European Scientific Conference: сборник статей победителей III Международной научно-практической конференции: в 2 частях. – Пенза: Наука и просвещение, 2017. – С. 143–145.
14. Неологизм [Электронный ресурс] // Википедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Неологизм>.
15. Нурушева, Д.А. Эколингвистика как раздел языкознания / Д.А. Нурушева // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 5-4. – С. 890-893.
16. Пылаева, Е.М. Эколингвистика как новое направление в языкознании XXI века / Е.М. Пылаева // Вестник Пермского государственного технического университета. Проблемы языкознания и педагогики. – 2011. – № 5. – С. 106–113.
17. Сковородников, А.П. Лингвэкология, или эколингвистика / А.П. Сковородников // Эффективное речевое общение (Базовые компетенции). Словарь-справочники / под ред. А.П. Сковородникова. – Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2014. – С. 284–285.
18. Словарь неологизмов. Неологизмы XXI века [Электронный ресурс] // RusskiiYazyk.ru. – Режим доступа: <https://russkiiyazyk.ru/leksika/slovar-neologizmov.html>.

МАЙСТРЕНКО ЕВА ЮРЬЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Садовникова Наталья Валентиновна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат исторических наук, доцент

КИНО КАК СРЕДСТВО ПРОПАГАНДЫ СОВЕТСКОЙ ИДЕОЛОГИИ

Аннотация. В статье освещается вопрос о тесной связи киноискусства с советским государственным аппаратом и идеологией. Выявлены самые значимые и популярные кинокартины, созданные в эпоху СССР. Показаны особенности функционирования кинематографа в разные периоды существования СССР.

Ключевые слова: кинематограф, советская идеология, национализация, цензура, культ личности, бесконфликтность, агитация, пропаганда.

О функциях и возможностях кинематографа В.И. Ленин начал задумываться еще до прихода к власти в октябре 1917 г. С помощью кино можно было внедрить в массы идеалы революции, укрепить веру в светлое будущее, стимулировать людей помогать государству в строительстве социализма. В этом плане огромна роль декрета СНК РСФСР от 27 августа 1919 года «О национализации кинодела». Вся фотографическая и кинематографическая торговля и промышленность передавались в ведение Народного комиссариата по просвещению.

В одной из первых статей по вопросам советской кинематографии «Задачи государственного кинодела в РСФСР» нарком просвещения РСФСР А.В. Луначарский рассуждает о совершенно новых задачах, встающих перед отечественным кинематографом. В первую очередь он замечает невозможность в рамках сложившейся ситуации в стране снимать ленты «чисто художественного, литературного и даже объективно-научного характера». Все это, по его словам, страна может получить из-за рубежа. Советское же кино должно стать чем-то принципиально новым: «Мы должны делать то, чего никто другой сделать не сможет и не захочет. Мы должны помнить, что социалистическое государство должно придать социалистический дух» [4].

Естественно, не многие поддерживали такое отношение к киноискусству, но те, кто поддержал, устроили в кино настоящую революцию. Например, Дзига Вертов, советский кинорежиссёр и сценарист, один из основателей и теоретиков документального кино, полностью изменил отношение к монтажу и работе с камерой. Сергей Эйзенштейн создал самый знаменитый немой фильм «Броненосец Потёмкин», который считается одним из наиболее значимых фильмов за всю историю советского кино. Картина неоднократно попадала в различные списки лучших кинофильмов мира, составленные авторитетными изданиями и экспертами [3].

Период правления И. Сталина характеризуется введением первых пятилеток, ужесточением цензуры. Пятилетние планы не обошли стороной и киноиндустрию. 16 июля 1928 г. было подписано постановление «Об основных директивах по составлению пятилетнего плана развития кинодела в РСФСР», согласно которому полностью вытеснялись зарубежные ленты из отечественного проката, постановка фильмов производилась на отечественной производственной базе, началась подготовка советских кадров для киноиндустрии.

Художественных фильмов по-прежнему снимают меньше, чем агитационно-пропагандистских, но становятся актуальными экранизации литературных отечественных произведений, либо документальные фильмы о великих, опять же российских, полководцах или правителях («Пётр Первый» В. Петрова, «Александр Невский» С. Эйзенштейна, «Будем, как Ленин» М. Слущкого, «Чапаев» Г. Васильева). У героев фильмов разные судьбы, но все они целеустремлённые, смелые и жаждущие победы для себя и своего народа. Некоторые из них копируют жесты и манеры основателя первого в мире государства рабочих и крестьян В.И. Ленина [5].

К началу 40-х годов акцент смещается в сторону военно-патриотических фильмов, которые призывают народ укреплять оборонную мощь страны и в случае нападения врага встать на защиту Отечества. Актуальной стала сатира на «других, не советских».

Во время Великой Отечественной войны был снят документальный фильм «Разгром немецких войск под Москвой» (1941 г.), который как раз-таки и отражает ненависть к фашистам. Из воспоминаний И. Копалина о съемках фильма: «...Съёмки были очень тяжёлые. Тридцатиградусные морозы. Замерзал и забивался снегом механизм киноаппарата, окоченевшие руки отказывались действовать. Были случаи, когда в машине, вернувшейся с фронта, лежало тело погибшего товарища и разбитая аппаратура. Но сознание того, что враг откатывается от Москвы, что рушится миф о непобедимости фашистских армий, придавало силы...».

В послевоенное время та жизнь, которую демонстрировали в советских художественных фильмах, зачастую не соответствовала реальности. В фильмах воспевалась победа над врагом благодаря сплоченности и мужеству солдат, офицеров, партизан, тружеников тыла, но при этом не акцентировалось внимание на том факте, что многие советские люди потеряли родных, близких, отчий дом, перенесли огромные лишения. Пропагандировалась идея о том, что после освобождения от фашизма советский народ будет жить в мире и благоденствии. В сюжетах фильмов проявляется «теория бесконфликтности» (так она была названа позже), основанная на том, что поскольку в нашей стране нет борьбы классов, поэтому и серьезных общественных конфликтов быть не может.

Такое позитивное видение мира было не только в СССР. Вторая мировая война и кризис, который охватывал в то время множество стран, серьёзно пошатнули настроение людей, и, чтобы совсем не свести их с ума, снимали фильмы со счастливым финалом. Тем не менее в СССР «теория бесконфликтности» означала противостояние хорошего и прекрасного, напрочь убивая стандартное противопоставление хорошего и плохого, что, несомненно, тормозило развитие художественного кино.

Однако после разоблачения культа личности в 1956 году кино кардинально изменилось: исчезла помпезность и бесконфликтность, содержание фильмов стало более реалистичное. Появляются кинокартины, в которых речь идет о конкретных людях, их повседневной жизни и личных проблемах. Тема войны по-прежнему актуальна, но теперь режиссёры находят иной подход к её отображению: на экранах появляются герои, которые потеряли семью или как-то иначе пострадали от войны, раскрываются психологические переживания героев фильмов («Летят журавли» М. Калатозова, «Судьба человека» С. Бондарчука). В этом отражается гуманизм периода «оттепели» [1].

Цензура, безусловно, существовала, что ограничивало количество выпускаемых фильмов, но была уже не так радикальна и позволяла вскрывать некоторые проблемы общественной жизни: советский человек может быть бездельником и жуликом, плохим и одиноким («Большие неприятности» 1961). А фильм Э. Климова «Добро пожаловать, или посторонним вход воспрещён» с его шутками про кукурузу и намёками на Хрущёва всё-таки вышел в прокат. Режиссеры ищут свою аудиторию, экспериментируя с жанрами. Большое распространение получил

жанр комедии и фильмы Л. Гайдая («Бриллиантовая рука», «Операция «Ы» и другие приключения Шурика») соответственно.

Кинематограф брежневского застоя говорит сам за себя. После Хрущева к власти пришли конформисты с их нежеланием двигаться вперёд, что существенно ограничивало количество выпускаемых в тот период фильмов. Возможно, это было связано с тем, что не было четкого отслеживания статистики посещаемости или оценки фильмов, которая в общем-то и даёт представление о том, каким должен быть следующий фильм. Неправильное распределение жанров и экранного времени не позволяли семьям ходить на семейные фильмы, а влюблённым – на мелодрамы, поэтому падал спрос на фильмы в кинотеатрах [2].

Показательным примером нежелания экспериментов в кино является отношение к картинам Андрея Тарковского, который снимал фильмы в новом стиле. Его «Зеркало» Союз кинематографистов признал «непонятным, немассовым и в общем неудачным фильмом». Тарковский высказал на этот счёт своё мнение: «Поскольку кино всё-таки искусство, то оно не может быть понятно больше, чем все другие виды искусства... Я не вижу в массовости никакого смысла...». Фильм «Зеркало» вышел в ограниченный прокат и обострил скрытое противостояние режиссёра и власти.

В период перестройки цензура постепенно сошла на нет. Появляется множество разоблачающих фильмов, имеющих порой слишком резкие сцены и высказывания. В связи с тем, что идеология уже не так ожесточена контролем со стороны госаппарата, позволено пускать на экраны зарубежные фильмы. В период перестройки кино освободилось от влияния идеологических настроений, и, таким образом, наступило время свободы самовыражения режиссеров, которые выпускали фильмы, касающиеся не только разоблачение предыдущих тяжёлых лет, но и настоящего времени, где тоже происходили страшные вещи, но зато кино стало приближено к действительности.

Романтичным завершением эпохи является фильм Рязанова «Небеса обетованные», в котором несчастные советские люди, потерявшие работу, дом, уходят в новый мир к «инопланетянам», где всё иначе и даже лучше.

После революции 1917 года государство национализировало кино и взяло тотальный контроль над экранизацией фильмов. Чаще всего это были государственные заказы, которые имели одну цель: сформировать патриотическое, сплоченное общество; продемонстрировать, что советское кино и жизнь советского человека принципиально отличаются от другого западного мира. С течением времени цензура ослабевала, и режиссеры получили свободу самовыражения, возможность экспериментировать с героями, жанрами.

Библиографический список:

1. Вирова, М. «Кино «оттепели»: Манифест свободы и человечности, по которому соскучились» [Электронный ресурс] / М.Вирова. – Режим доступа: <https://www.wonderzine.com/wonderzine/entertainment/movies/225754-thaw-movies>.
2. Косинова, М.И. «Кинофикация советской кинематографии в годы «Застоя»» [Электронный ресурс] / М.И. Косинова. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/kinofikatsiya-sovetskoy-kinematografii-v-gody-zastoya>.
3. Лебедев, Н.А. Очерк истории кино СССР. Т.1. Немое кино. – М., 1947.
4. Луначарский, А.В. Задачи государственного кинодела в РСФСР [Электронный ресурс] / А.В. Луначарский. – Режим доступа: <http://lunacharsky.newgod.su/lib/o-kino/zadachi-gosudarstvennogo-kinodela-v-rsfsr/>.
5. Федоров, А. Российское кино: очень краткая история [Электронный ресурс] / А. Федоров. – Режим доступа: <https://www.kino-teatr.ru/kino/art/kino/175/>

МАТУСЕВИЧ МАРИНА ВЛАДИМИРОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ШАБАЗОВА РАЯНА АЛИКОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Ходак Нина Анатольевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат биологических наук,
доцент

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ КАК ФАКТОР, ПОВЫШАЮЩИЙ ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА

Аннотация. Представлены теоретико-методологические основы исследования психологической безопасности образовательной среды как фактора, повышающего здоровье учащихся. Повышение уровня психологической безопасности и психологической культуры в образовательной среде выступает превентивной мерой, влияющей на безопасность и культуру общества в целом. Изучен социальный аспект образовательной среды и выделены основные эмпирические составляющие психологической безопасности в системе среднего общего образования.

Ключевые слова: психологическая безопасность, образовательная среда, психологическое здоровье, образовательное пространство, факторы здоровья, психологическая культура.

Модернизация содержания современного образования связана с поиском эффективных механизмов решения сложной задачи: повышения качества обучения и воспитания при сохранении здоровьесберегающего характера образовательной среды.

Актуальность тематики, представленная в научных работах Л.В. Миллера., Н.Т. Магомедовой., П.А. Кислякова, К.А. Холуевой [3, 4, 5, 6, 7, 8], обусловлена противоречием между значимостью созданий условий психологической безопасности образовательной среды, в которой осуществляется развитие и формирование личности, и требованиями организации образовательного процесса в реализации федеральных государственных образовательных стандартов. Изучение психологической безопасности образовательной среды, как фактора, повышающего здоровье человека, является целью настоящего исследования.

Гуманистические тенденции [2] широко освещаются в исследованиях психологических аспектов безопасности образовательной среды в целях формирования психологически здоровой, социально адаптированной личности (В.В. Авдеев, Б.Г. Ананьев, Г.М. Андреева, И.А. Баева, Е.Н. Волкова, Р.Б. Гительмахер, Г.В. Грачев, И.В. Дубровина, Е.И. Исаев, Б.Ф. Ломов, В.А. Левин, В.И. Панов, Б.Д. Парыгин, А.А. Реан, Э.Э. Сыманюк, Д.И. Фельдштейн, Э. Фромм, В.А. Ясвин др.). Психологизация образовательной среды выступает, по мнению ученых, альтернативой агрессивности социальной среды; опирается на принципы развивающего образования; направлена на сохранение и укрепление здоровья её участников; обеспечение психологической защищенности личности; развитие социально-психологической умелости и снижение числа стрессовых ситуаций в условиях

взаимодействия субъектов образовательного процесса; создание в образовательной организации безопасных условий труда и обучения.

Исследования А.А. Аладьина, О.О. Андронниковой, И.А. Баевой, И.А. Фурманова [9] показали наличие низкого уровня психологической безопасности образовательной среды вследствие психологического насилия со стороны педагогов, не осознаваемого ими. В работах И.А. Баевой [1] психологическая безопасность – состояние образовательной среды, свободное от проявлений психологического насилия во взаимодействии, способствующее удовлетворению потребностей в личностно-доверительном общении, создающее референтную значимость среды и обеспечивающее психическое здоровье включенных в нее участников. В основе концепции психологической безопасности образовательной среды И.А. Баевой разработаны основные положения, такие как:

1. Образование есть отрасль человекопроизводства. Школа как социальный институт, производящий «сверхсложный продукт» (личность, способную к самоактуализации), должна создавать стабильные условия его производства и использовать технологии, которые содержат минимальный риск по нанесению вреда процессу формирования и развития личности.

2. Образовательная среда как часть образовательного пространства.

Образовательное пространство имеет территориальную обозначенность, позволяющую полноценно удовлетворять потребности развития, социализации и культурной идентификации детей и молодежи при обязательном соблюдении их безопасности.

3. Угрозы психологической безопасности образовательной среды. Основной угрозой во взаимодействии участников образовательной среды является получение психологической травмы, в результате которой наносится ущерб позитивному развитию и психическому здоровью, отсутствует базовое удовлетворение основных потребностей, то есть возникает препятствие на пути самоактуализации.

Определяющим фактором и условием создания и поддержания безопасной среды выступает психологическая культура, которая раскрывается в культуре педагогической деятельности и культуре педагогического взаимодействия. Психологическая культура – это интегральная характеристика образовательной среды, обеспечивающая психическое здоровье учащихся и педагогов, с одной стороны, и высокий уровень обобщенности образования, включающий связанные по координационному и субординационному принципам психологические свойства человека [1].

В модели психологической культуры следует выделять три основных уровня:

- **психологическая грамотность** как некоторый минимум психологических знаний и умений, которые обеспечивают более или менее адекватное поведение и социальное взаимодействие;
- **психологическая компетентность**, обеспечивающая эффективность поведения, деятельности или социального взаимодействия с людьми;
- **зрелая психологическая культура** как развитый механизм личностной саморегуляции, которая обеспечивает и эффективное, и безопасное, и гуманное взаимодействие с людьми [1].

Актуальность поиска путей формирования психологически безопасной образовательной среды обусловлена тем, что только такая среда является условием возникновения стремления личности к самоактуализации (А. Маслоу, К. Роджерс), сотрудничеству и поддержанию позитивных отношений с другими людьми (А. Адлер, Э. Эриксон), формирования социальной компетентности и повышения уровня толерантности личности (О.О. Андронникова).

Таким образом, основной инструмент превращения образовательной среды в психологически безопасное и развивающее пространство – педагогическое взаимодействие [9], являющееся центральным звеном образовательного процесса, а главный параметр определения среды как психологически безопасной – отсутствие психологического насилия.

Очевидно, что основной субъект, определяющий степень психологической безопасности образовательной среды, – это педагог, поскольку в силу ряда причин (возрастных, ролевых, социальных) ему делегируется право первенства в определении характера взаимодействия с учащимися.

Соответственно, необходимо формирование психологической компетентности педагогов в области педагогического взаимодействия, которая, будучи основанной на гуманистической направленности личности и ценностном отношении к субъектам и процессу взаимодействия, позволит существенно снизить уровень психологического насилия в образовательных учреждениях и обеспечить психологическую безопасность учащихся. Реализация принципа психологизации образовательной среды в организации учебного процесса особенно важна для проектирования индивидуальной траектории учащихся.

Библиографический список:

1. Баева, И.А. Безопасность образовательной среды, психологическая культура и психическое здоровье школьников / И.А. Баева, В.В. Семикин // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2005. – №12.
2. Бичева, И.Б., Филатова О.М. «Безопасность образовательной среды» как категория современного профессионально-педагогического знания / И.Б. Бичева, О.М. Филатова // Вестник Мининского университета. – 2017. – №1 (18).
3. Гаязова, Л.А. Обеспечение комплексной безопасности образовательной среды и ее психологическое сопровождение / Л.А. Гаязова // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2011. – №142.
4. Кисляков, П.А. Психологический мониторинг образовательной среды вуза по критерию социальной безопасности студентов / П.А. Кисляков // Вестник ННГУ. – 2014. – №2-1.
5. Лактионова, Е.Б. Основные подходы к проблеме рисков в образовательной среде / Е.Б. Лактионова // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2008. – №52.
6. Магомедова, Н.Т. Психологическая безопасность образовательной среды в учреждениях интерна / Н.Т. Магомедова, А.М. Омарова, Х.Г. Омарова // Известия ДГПУ. Психолого-педагогические науки. – 2013. – №2 (23).
7. Миллер, Л.В. Психологическая компетентность специалистов образовательных учреждений как опорный ресурс психологической безопасности образовательной среды / Л.В. Миллер // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2013. – №155.
8. Холуева, К.А. Психологическая безопасность образовательной среды / К.А. Холуева, А.Ю. Мухарлямова // Концепт. – 2013. – №S1.
9. Яценко, Т.Е. Учебное и межличностное педагогическое взаимодействие как основа формирования психологически безопасной образовательной среды / Т.Е. Яценко // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. – 2013. – №1.

МЕЖЕНИНА АНГЕЛИНА ВИКТОРОВНА

г. Магнитогорск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова» Многопрофильный колледж

ПАВЛОВСКАЯ ЮЛИЯ ВИКТОРОВНА

г. Магнитогорск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова» Многопрофильный колледж

Научный руководитель: Павловская Юлия Викторовна

г. Магнитогорск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова» Многопрофильный колледж

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ. РАЗЛИЧИЯ МЕЖДУ БРИТАНСКИМ И АМЕРИКАНСКИМ ВАРИАНТАМИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Молодому поколению важно понимать, что владение иностранным языком является перспективным и несет характер необходимости в современном обществе. Процесс коммуникации является обязательным взаимопониманием партнеров. Для эффективной и успешной коммуникации с представителями разных культур необходимы определенные знания, навыки и способности, которые формируют адекватное и верное взаимопонимание партнеров по коммуникации. Как мы увидели, различия между британским и американским вариантом английского языка довольно заметны. Они прослеживаются и в фонетике, и в лексике, и в правописании, и в грамматике.

Целью проекта является систематизация основных отличий этих двух вариантов английского языка.

Объект исследования: лексика, грамматика и фонетика британского и американского вариантов английского языка, их основные особенности.

Предмет исследования: слова и словосочетания современного английского языка (британского и американского), лексические, грамматические и фонетические разновидности различий.

Гипотеза. Языковая картина мира, включающая в себя три компонента – мир действительности, мир мышления и мир языка, – будет понята и познана только в том случае, если мы будем:

- изучать язык;
- овладевать значением слов;
- общаться на языке;
- вживаться в межкультурную коммуникацию;
- понимать и принимать лингвистические особенности различий между двумя вариантами английского языка (британского и американского).

Споры по поводу того, какой из вариантов английского языка следует считать «образцовым» и следует ли считать американский английский самостоятельным языком, окончательно обособившимся от британского английского, продолжают и по сегодняшний день.

Проанализировав данный материал, мы пришли к выводу о том, что различия между американским и британским вариантом английского языка довольно заметны, но не столь существенны. В основном, словарный состав и американского, и

британского варианта английского языка один и тот же, не учитывая небольшого количества лексических единиц. Система фонетики, орфографии и грамматики та же самая, за исключением упрощения некоторых структур и правил.

Всё это свидетельствует о том, что американский английский – это всё же разновидность английского языка, а не свободный и независимый язык.

Изучив литературу и результаты анкетирования, мы приступили к разработке справочника «Британский и Американский варианты английского языка» и решили включить в него наиболее употребляемые слова и словосочетания на английском (британском и американском) языке. Справочник состоит из двух частей:

1) Теоретическая часть:

- фонетические различия;
- различия в написании;
- лексические различия;
- грамматические различия.

2) Практическая часть.

Материал в справочнике систематизирован для удобного использования студентами Многопрофильного колледжа. Справочник содержит полезную информацию для изучающих английский язык. Практические задания подобраны таким образом, чтобы студенты смогли почувствовать разницу между британским и американским вариантами английского языка. Его можно использовать на учебных занятиях при работе с оригинальной литературой, при выполнении интернет-экзамена (ФЭПО).

Библиографический список:

1. Голденков, М.А. Осторожно! Hot dog! Современный активный English / М.А. Голденков. – М., 2000. – С. 6.
2. Евдокимов, М.С. Краткий справочник американо-британских соответствий / М.С. Евдокимов, Г.М. Шлеев. – М.: Флинта, 2000.
3. Кристалл, Д. Английский язык как глобальный / Д. Кристалл. – М., 2001.
4. Маслова, В.А. Лингвокультурология. Учебное пособие / В.А. Маслова. – М., 2001.
5. Фрик, Т.Б. Основы теории межкультурной коммуникации: учебное пособие / Т.Б. Фрик. — Томск: Томский политехнический университет, 2013. – 100 с.
6. Чернов, Г.В. Американский вариант. Англо-русский и русско-английский словарь / Г.В. Чернов. – М., 2001.

Интернет – ресурсы

<http://fb.ru/article/42318/mejkulturnaya-kommunikatsiya---novaya-sovremennaya-nauka>

http://www.englishlang.ru/globalizaciya_angliiskogo_yazyka

http://www.5english.ru/English/Why_English.htm

<http://www.homeenglish.ru/ArticlesVarianty.htm>

http://english.language.ru/news/american_british.html

МЕЛЬНИКОВА ЕКАТЕРИНА СЕРГЕЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Абрамова Елена Николаевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой лингвистики и межкультурной коммуникации

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ЮМОРИСТИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В АНГЛИЙСКИХ АНЕКДОТАХ

Аннотация. В статье рассматриваются особенности английского юмора и лексические средства, помогающие достичь юмористического эффекта.

Ключевые слова: лексические средства, английский юмор, анекдоты.

Словарь С.И. Ожегова дает следующее определение термину *юмор*: «понимание комического, умение видеть и показывать смешное, снисходительно-насмешливое отношение к чему-н. В искусстве: изображение чего-н. в смешном, комическом виде. Насмешливая и шутливая речь» [3, с. 305]. Согласно Cambridge Dictionary, *humour* is the ability to be amused by something seen, heard, or thought about, sometimes causing you to smile or laugh [6] (юмор – способность быть довольным от чего-то увиденного, услышанного или обдуманного, иногда он является причиной твоей улыбки или смеха).

В соответствии с толковым словарем Т.Ф Ефремовой, анекдот – это короткий рассказ о каком-либо вымышленном событии, забавном случае или же само это событие, сам этот случай [1].

Необходимо отличать такие понятия, как «юмор» и «сарказм». По толковому словарю Д.Н. Ушакова, «сарказм – это язвительная насмешка, едкая ирония. Едко-насмешливое замечание» [5, с. 246].

Английский юмор имеет характерные отличительные черты [4]:

1) в основе лежит игра слов, шутки над самим собой, своими традициями и довольно часто заканчивается парадоксом;

2) в английской шутке собеседник пытается запутать, заинтриговать и рассказывает все в мельчайших подробностях;

3) шутят англичане обычно с серьезным лицом, это особенность английского юмора.

Существует множество лексических средств, используемых в английских анекдотах и помогающих достигнуть юмористического эффекта.

Материалом исследования явились английские анекдоты из книги С.А. Матвеева «Самые лучшие английские анекдоты» в количестве 106 единиц [2].

Анекдоты, основанные на полисемии

Полисемия – многозначность, многовариантность, то есть наличие у слова (единицы языка, термина) двух и более значений, исторически обусловленных или взаимосвязанных по смыслу и происхождению [1].

Passenger: «Guard! How long will the next train be?» (Пассажир: «Охрана! Как скоро будет следующий поезд?»)

Guard: «About six carriages, sir» (Охрана: «Около шести экипажей, сэр»)

В английском языке слово *long* используется в двух своих значениях: сначала – времени, затем – длины. В приведенном анекдоте вопрос *How long?* можно по-

нять двумя способами 1) Насколько длинный? 2) Как скоро? На этом и основывается непонимание, вызывающее комический эффект в приведенном анекдоте.

Анекдоты, основанные на абсурде

Абсурд – нечто алогичное, нелепое, противоречащее здравому смыслу [1].

A little boy runs down into the lounge and shout, «Daddy, daddy, can I have another glass of water?» (Маленький мальчик сбегает в гостиную и кричит: «Папа, папа, можно мне еще стакан воды?»)

His father replies, «What's wrong with you, son, that's your eleventh glass of water in a row?» (Его отец отвечает: «Что с тобой, сынок, это уже одиннадцатый стакан воды подряд?»)

«I know, my bloody bedroom is on fire» («Я знаю, моя чертова спальня горит»)

Тушить пожар, выливая воду стаканами, возможно, но бессмысленно, и это вызывает улыбку. Можно противопоставить малый и большой абсурд: в одном случае нарушаются привычные стереотипы поведения или представления действительности, но в целом мы понимаем, что могло произойти на самом деле, в другом случае мы сталкиваемся с нелепостью, которая принципиально недопустима в реальности.

Анекдоты, основанные на реализме

Реализм – художественный метод в литературе и искусстве, следуя которому писатель изображает жизнь в соответствии с объективной реальностью [5].

«Broken off your engagement to Mary?» («Разорвал помолвку с Мэри?»)

«She wouldn't have me» («Она не любила меня»)

«You told her about your rich uncle?» («Ты рассказал ей о своем богатом дяде?»)

«Yes. She's my aunt now» («Да. Теперь она моя тетя»)

Аргумент, которым пытался воспользоваться неудачливый жених, сработал против него: его возлюбленная вышла замуж за его богатого дядю.

Анекдоты, основанные на обманутом ожидании

Эффект обманутого ожидания – это средство усиления выразительности текста, основанное на нарушении предположений, ожиданий и предчувствий читателя [5].

Tommy had just returned from his first lesson of English at school. He proudly announced that the master had already spoken to him in English (Томми только что вернулся с первого урока английского в школе. Он гордо объявил, что учитель уже говорил с ним по-английски).

«Well, said his father, What did he say to you?» («Ну, – сказал отец, – что он тебе сказал?»)

«He told me «Keep quiet!» » replied Tommy. («Он сказал мне: «Тише!» – ответил Томми).

Данный текст также построен на эффекте обманутого ожидания. Мальчик гордится тем, что уже на первом уроке английского языка учитель заговорил с ним на английском, но оказывается, что учитель просто сделал ему замечание.

Анекдоты, основанные на гиперболизации

Гиперболизация – способ художественного обобщения, при котором художественная образность достигается путем намеренного преувеличения какого-либо свойства, качества, особенностей предмета, явления или процесса [1].

Margaret Thatcher died, and a few days later, the Devil dragged her by the hair to the pearly gates (Маргарет Тэтчер умерла, и через несколько дней Дьявол потащил ее за волосы к жемчужным вратам).

God asked him, «What do you think you're doing? I don't want her» (Бог спросил его: «Что ты делаешь? Я не хочу ее»).

«Oh come on, do me a favour,» replied the Devil, «I've only had her three days and she's already closed down four furnaces!» («Да ладно тебе, сделай мне одолжение, – ответил дьявол, – она у меня всего три дня, а уже четыре печи закрыла!»)

С помощью этого текста англичане могли юмористически показать свое отношение к политике бывшего премьер-министра Маргарет Тэтчер, которая волевым решением закрывала государственные нерентабельные предприятия и передавала их в частную собственность: попав в ад, даже там умудрилась закрыть печи, поэтому Дьяволу пришлось упрашивать Бога взять ее к себе в рай. Маргарет Тэтчер представляет опасность для дьявола в аду – это явная гипербола. Таким образом, этот анекдот осуждает чрезмерную настойчивость в выполнении задуманного.

Анекдоты, основанные на имитации или звукоподражании

Имитация – (от лат. *imitatio* — подражание) – точное или неточное повторение в каком-либо голосе мелодии, непосредственно перед этим прозвучавшей в другом голосе [3].

An Englishman wanted to imitate what the Russians say when somebody sneezes and concluded that if somebody sneezes in his presence he should say: «Boots are off» (like Russian «будь здоров») (Англичанин хотел подражать русским, когда кто-то чихает, и пришел к выводу, что если кто-то чихает в его присутствии, он должен сказать: «Сапоги сняты»).

Then he understood that whenever a Russian wished to say to a girl: «I love you» (я люблю вас), he said a phrase that sounded in English like «yellow blue bus» (Тогда он понял, что всякий раз, когда русский хотел сказать девушке: «Я люблю тебя», он говорил фразу, которая звучала по-английски, как «желто-синий автобус»).

С помощью английских слов англичанин попытался произнести выражения из русского языка.

После проделанной работы мы выявили процентное соотношение лексических единиц в английских анекдотах на примере книги С.А. Матвеева «Самые лучшие английские анекдоты».

Анекдоты, основанные на полисемии, составили 35,8%, что является самым высоким показателем. Это может объясняться тем, что в английском языке довольно распространена многозначность слова. Далее идут анекдоты, основанные на абсурдности (32%), на реализме (14,1%), на гиперболизации (8,4%), на эффекте обманутого ожидания (6,6%) и на подражании. Это может быть обосновано тем, что это самый молодой лексический прием и довольно сложный для своей интерпретации.

В данной статье были проанализированы понятия «юмор», «сарказм», «анекдот», выявлены особенности английского юмора, выделены лексические средства, помогающие достигнуть юмористического эффекта в анекдотах.

Впоследствии были рассмотрены анекдоты из книги С.А. Матвеева «Самые лучшие английские анекдоты» и распределены по категориям полисемия, абсурдные шутки, юмор реальности, обманутое ожидание, этнические шутки и имитация.

Библиографический список:

1. Ефремова, Т.Ф. Словарь грамматических трудностей русского языка: более 2 500 слов / Т.Ф. Ефремова, В.Г. Костомаров. – М.: Астрель, 2009. – 379 с.
2. Матвеев, С.А. Самые лучшие английские анекдоты [Электронный ресурс] / С.А. Матвеев // Самые лучшие английские анекдоты. Адаптация текста, выражения, комментарии и словарь // ООО «Издательство АСТ». – 2014. – Режим доступа: <https://e-libra.ru/read/374785>

3. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка: около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов; под ред. Л.И. Скворцова. – 26-е изд., испр. и доп. – М. : Оникс, 2009. – 1359 с.
4. Проскурина, А.В., Нефедова Н.В. К вопросу о характерных особенностях английского юмора / А.В. Проскурина, Н.В. Нефедова // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. – 2015. – № 46. – С. 52–57.
5. Ушаков, Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка: 180000 слов и словосочетаний / Д.Н. Ушаков. – М.: Альта-Принт, 2008. – 1239 с.
6. Cambridge dictionary online [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org>

МЕРЗЛИКИНА ДАРЬЯ СЕРГЕЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ВЫРУПАЕВА АННА ПАВЛОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Вырупаева Анна Павловна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

**ОТ «ФОРДА» К «БУРГУ»:
НАЗВАНИЕ ГОРОДОВ В СРЕДНЕВЕКОВОЙ ЕВРОПЕ**

В данной статье рассматриваются некоторые закономерности в названиях городов средневековой Европы. Особое внимание уделяется их истории, отражённой в названиях такими частями как «бург», «форд» или «сент».

Ключевые слова: средневековье, город, Святой Давид, храм, крепость, замок, брод.

История оставляет людям разные памятники, среди которых особое место занимают названия городов. Каждая эпоха, страна и регион руководствуются своими правилами в наименовании населённых пунктов. На Урале преобладают географические и «фамильные» названия, т.е. города и сёла наречены либо в честь природных объектов (например: Челябинск – речка Челябинка, Еманжелинск – Яманелга, т.е. Плохая река, село Каратабан – Карасье озеро), либо по имени первых поселенцев (Новосинеглазово, Долгодеревенское) [5]. Однако в нашем регионе можно найти и другие примеры. Таковыми, безусловно, являются Екатеринбург и Оренбург, получившие свои имена по западноевропейской средневековой традиции. Что же это была за традиция, перекочевавшая на Урал? И как называли города в средневековой Европе?

В современной Западной Европе – множество городов, возникших еще в V – XV столетия. При изучении карты можно заметить, что многие названия имеют сходные части: «сент», «бург», «берг», «форд», «честер», «бридж» и пр.

Так, часть «сент» или «сан» переводится как «святой». Это свидетельствует о том, что город возник у стен монастыря или храма. Одним из таких является Сент-Дэйвидс, расположенный на юго-западе Великобритании. Именно здесь, как утверждают историки, около 500 г. родился епископ Святой Давид. Легенда гласит, что ранее в этом месте, в заливе Сент-Нонс-бей, высоко над морем находилась часовня. Именно здесь некая Нонна родила сына, Святого Давида. Спустя время здесь был основан город, а на месте, где родился будущий епископ, был воздвигнут собор. Во время средневековья Сент-Дэйвидс стал одним из важнейших святилищ для католиков.

Ещё один город, носящий «святое» имя Сент-Олбанс, располагается в южной части Великобритании. Его история начинается с того, что в начале IV века легионер по имени Альбан стал первым святым мучеником Британских островов. Он был обезглавлен за то, что укрыл в своем доме скрывавшегося от гонений пресвитера, который обратил его ко Христу [2]. Согласно преданию, когда властям стало известно, что в жилище Альбана скрывается христианин, туда были направлены войска, чтобы схватить ненавистного иноверца. Однако Альбан Британский решил

спасти своего гостя, надев его платье и выдав себя за пресвитера. Приведенный к судье, он стал проповедовать христианство, отказался приносить жертвы и после пыток был приговорен к смертной казни: усечению головы мечом [2]. Всё это произошло в городе Веруламиуме, ныне Сент-Олбанс. В честь этого святого был воздвигнут храм и на протяжении некоторого времени он являлся самым большим в христианском мире.

Отметим, что селиться вокруг монастырей и храмов в средние века было крайне выгодно, т.к. церковь не грабила поселенцев, как феодальные владельцы, притом давала более средств к обогащению, ибо туда стекалось множество народа на богомолья и ярмарки [3].

Часть «форд» или «фурт» переводится как «брод». Именно эта часть присуща тем городам, для которых удобна была переправа через реку.

Например, английский город Херефорд, расположенный на юго-западе Великобритании и основанный саксонцами в VII веке, первоначально являлся военным поселением [1]. Его местоположение было очень выгодно, т.к. он располагался возле протекающей рядом реки Уай в районе брода. То же самое относится и к таким крупным немецким городам, как Эрфурт и Франкфурт-на-Майне, расположившимся у рек в районе удобной переправы.

Другое распространённое окончание «бург» говорит о каком-то изначальном укреплении, которое дало начало городу, и означает «крепость» или «замок».

В качестве примера возьмем город Фленсбург, расположившийся в самой северной части Германии. Предположительно, он был основан в начале VIII века и представлял собой маленькое торговое поселение, находящееся на восточном берегу Фленсбургского фьорда. В 1284 году поселение получает так называемое «городское право» от герцога Вальдемара IV, что свидетельствовало о высокой торговой активности его жителей [4]. К середине XIV века восточное и западное поселения объединяются в одно целое, после чего принимается решение обнести Фленсбург крепостной стеной. На сегодняшний день от нее остался лишь небольшой фрагмент вблизи центральной площади.

Еще один крупный город в Германии Ольденбург находится на северо-западе, а его главной достопримечательностью долгое время служил роскошный замок-резиденция, построенный на этом месте графами Ольденбурга ещё в XII веке, чтобы контролировать торговые пути, проходящие из Вестфалии в Восточную Фризию [4]. Собственно замок или «бург» по-немецки и положил начало городу, т.к. вскоре вокруг него люди начали строить различные жилые и хозяйственные постройки. Так, на карте Германии появился город Ольденбург.

Строить города рядом с замками было очень выгодно с той точки зрения, что бывшие крестьяне, ставшие ремесленниками и торговцами и отвыкшие от оружия, во времена набегов и утеснений получали защиту от воинственного дворянства, живущего в своих замках [3].

Таким образом, называя новые поселения, российские власти в XVIII веке использовали европейский опыт и нарекли тогда два уральских центра «бургами». Это соответствовало действительности, т.к. оба города начинались с постройки крепости: Екатеринбург как завод-крепость, а Оренбург как заслон против набегов среднеазиатских степняков.

Библиографический список:

1. Английский город Херефорд. Туризм. Электронная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://turizm.world/anglijskij-gorod-xereford.html>

2. Британский, А. Православная энциклопедия [Электронный ресурс] / А. Британский. – Режим доступа: <http://www.pravenc.ru/text/115636.html>
3. Грановский, Т.Н. Лекции по истории Средневековья / Т.Н. Грановский. – М.: Наука, 1986.
4. Иванов, К.А. Средневековый город и его обитатели [Электронный ресурс] / К.А. Иванов – Режим доступа: https://www.e-reading.club/bookreader.php/136048/Srednekovyui_gorod_i_ego_obitateli.pdf
5. Моисеев, А.П. Память челябинских улиц / А.П. Моисеев. – Челябинск: Южно-Уральское книжное издательство, 1988.

МЕРКУЛОВА АЛЁНА СЕРГЕЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

АЛЕКСАНДРОВА ЛЮДМИЛА ДМИТРИЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат философских наук

Научный руководитель: Александрова Людмила Дмитриевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат философских наук

КАЧЕСТВО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ОТЕЛЯХ КАК ФАКТОР ПРИВЛЕЧЕНИЯ РАЗЛИЧНЫХ КАТЕГОРИЙ ГОСТЕЙ

Аннотация. В статье рассматривается категория «качество обслуживания» как одна из базовых составляющих менеджмента в гостиничных предприятиях, проанализированы основные виды конфликтов с гостями и предложены способы их разрешения. Кроме того, представлены рекомендации, которые позволят улучшить качество обслуживания гостей и повысить конкурентоспособность отеля.

Ключевые слова: качество обслуживания, гостиничное предприятие, отель, потребности, проблемы, конфликты, качество услуг, гость, конкурентоспособность, менеджмент, персонал.

Качество обслуживания – это комплексная категория, один из важнейших показателей эффективности функционирования гостиничных предприятий, объект анализа, планирования и управления [1, с. 23]. Главной составляющей системы обслуживания является качество гостиничных услуг. Выделим факторы, которые влияют на качество обслуживания в отеле:

- наличие и структура обслуживающего персонала;
- технология обслуживания (стандарт);
- требования к обслуживающему персоналу, их обязанности.

В международном менеджменте по определению качества обслуживания выделяется два подхода. Первый подход: качество обслуживания определяется на основе оценки полезных характеристик процесса предоставления услуг. Согласно первому подходу критерием высокой оценки качества обслуживания в гостиницах является наличие полезных свойств и особенностей процесса предоставления услуг, которые предопределяют удовлетворение клиентов. Второй подход: оценка недостатков в процессе обслуживания клиентов. Сущность второго подхода связывается с устранением и предотвращением недостатков обслуживания, что способствует достижению высокого уровня управления и взаимодействия с гостем [3, с. 56].

Непосредственно взаимодействуют с посетителями по вопросам обслуживания гостей следующие отделы:

- служба приема и размещения;
- служба обслуживания гостей;
- хозяйственная служба или служба эксплуатации номерного фонда.

Гости, приехавшие в гостиницу, оценивают её с первых минут. Для них важны первые визуальные впечатления от холла, уместности созданного антуража и коммуникация на ресепшен. Если у гостя возникнут вопросы, он может обратиться к сотрудникам отеля и получить необходимые разъяснения. Безусловно, важным

является хорошая встреча, улыбка и доброжелательный настрой администратора на стойке ресепшен, искренний посыл: «Мы рады Вас видеть в нашем отеле» [2, с. 18].

Работа по обслуживанию гостей сложная. Такая работа требует не только соответствие с профилем сотрудника, но и присутствие определенных психофизических качеств – это физический либо умственный труд, позитивный психологический настрой, которые персонал должен демонстрировать на протяжении всего рабочего дня, поэтому сотрудники должны обладать высокой степенью выносливости. Честность – один из самых важных пунктов, поскольку гости доверяют самые дорогие вещи, и если доверие нарушено, следует увольнение. Любой работник сферы обслуживания должен уметь контактировать с гостями, выслушивать их претензии, решать их вопросы и проблемы. Сотрудник должен выполнять работу качественно и быстро, как можно меньше попадаться гостю на глаза.

Следует разделять гостей на категории, чтобы не происходили конфликтные ситуации и жалобы по обслуживанию в отеле. Проанализируем основные категории гостей и представим их в таблице 1.

Таблица 1 – Категория гостей

Тип гостя	Тип обслуживания
VIP	Более тщательная уборка Дополнительная комплектация комнаты Фирменные полотенца
Семейные пары	Семейная пара с ребенком (детьми) У таких гостей следует убирать днем до 12.00, учитывая просьбы
Группа людей	Обычно у такой категории гостей происходят заседания, конференции днем, уборка должна производиться в течение дня, не вечером

Категории гостей, которые приведены в таблице 1, сотрудник должен учитывать, чтобы не допустить конфликтных ситуаций. В высокий сезон сотрудник (особенно неквалифицированный) иногда допускает ошибки в обслуживании гостей, а также случаи конфликтов не обходятся и в коллективе.

Рассмотрим виды конфликтов, приведя самые распространенные проблемы, способы разрешения и недопущения в таблице 2.

Таблица 2 – Виды конфликтов

Тип	Участники	Причина	Способ разрешения	Способ недопущения
Персональный	Работник службы обслуживания гостей, гость	Были жалобы клиента на неверный расчёт за услуги отеля	Принести извинения и объяснить порядок расчета, предоставив официальные бумаги (прайсы за тот период, когда клиент проживал в гостинице за подписью ди-	Следует предоставлять более четкую информацию, фиксировать ее для клиента, предоставлять сразу после получения расчетов, включая их в общий счет

Тип	Участники	Причина	Способ разрешения	Способ недопущения
			ректора, договор об оказании услуг)	
Персональный	Работник службы приема, гость	Работник службы приема не записал все данные	Принести извинения, исправить ошибки	Продумать организацию рабочего места работников службы приема. Вести записи переговоров с клиентами
Штатный	Горничная, супервайзер	Плохая, некачественная уборка	Супервайзер должен извиниться перед гостями и отправить горничную убрать номер снова. Горничной выговор	Супервайзер должен всегда проверять, как горничной выполнена уборка в том или другом номере

Проанализировав основные конфликты, рассмотрим решения и действия, которые будут влиять на то, чтобы персонал более внимательно относился к гостям, и минимизировать конфликтные ситуации.

Таблица 3 – Проблемы и решения

Проблема	Решение	Ответственный
Недостаточная тщательность исполнения требований клиентов	Ужесточение контроля качества обслуживания путем проведения регулярных опросов. Мотивация персонала на соблюдение качества обслуживания	Руководитель службы обслуживания
Нарушение технологий обслуживания	Обучение персонала технологиям взаимодействия с клиентами	Руководители отделов: приема и размещения, хозяйственного, обслуживания

Таким образом, представленный комплекс мер позволит улучшить качество проводимых работ и повысит конкурентоспособность отеля. С целью устранения конфликтных ситуаций необходимо спланировать следующие управленческие шаги. Представим данную последовательность на рисунке 1.

В данной схеме есть определенные акценты. В первую очередь, это единый план групповых обучений, если речь идет о внутреннем обучении. Еще одним важным отличием является контроль результатов обучения. Данное отличие заключается в том, что не сами сотрудники пишут отчет о результатах обучения. Эту работу проводит менеджер по работе с персоналом. В рамках контроля обучения он

может предложить заполнить анкеты сотрудникам относительно их мнения по результатам обучения. После анализа результатов обучения цикл начинается с начала. Через определенное время после реализации плана вновь принимается решение об обучении персонала.

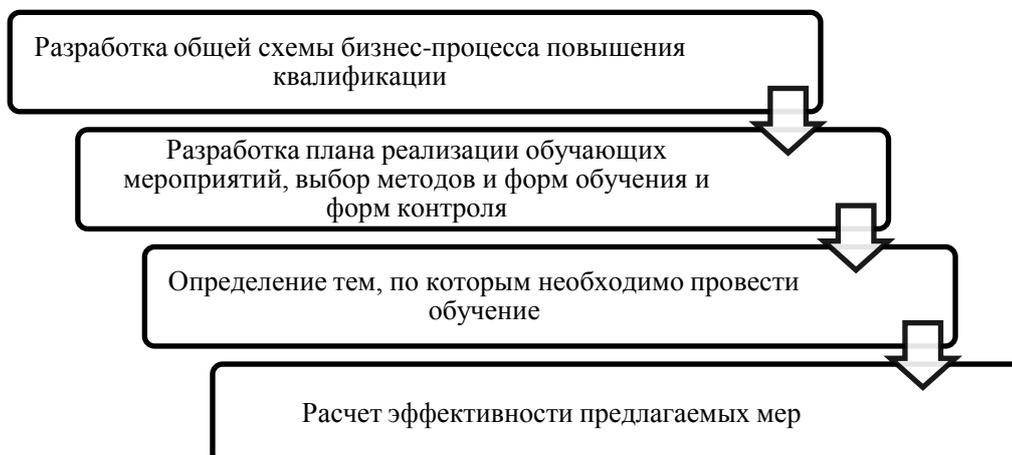


Рисунок 1 – Последовательность реализации мер по совершенствованию системы повышения квалификации в отеле

Уровень удовлетворенности гостей и качество их обслуживания влияет на успех деятельности гостиничного предприятия, а также на желание клиента что-либо приобрести и воспользоваться данными услугами вновь. Именно от уровня развития коммуникативных навыков, личностных и профессиональных особенностей сотрудников, а также корпоративной культуры зависит конкурентоспособность и позиционирование на рынке гостиничных услуг.

Библиографический список:

1. Карнаухова, В.К. Сервисная деятельность: учебное пособие / В.К. Карнаухова, Т.А. Краковская; под общ. ред. Ю.М. Краковского. – Изд. 2-е. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2012. – 195 с.
2. Контроль качества в отеле возлагается на гостей // Деловой журнал «Современный Отель». – 2013. – № 7. – С.17–20.
3. Лесник, А.Л. Организация и управление гостиничным бизнесом / А.Л. Лесник, И.П. Мащицкий, А.В. Чернышев. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 188 с.

МЕШКОВ ДАНИИЛ АНДРЕЕВИЧ

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ЛЬВОВ ЛЕОНИД ВАСИЛЬЕВИЧ

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат педагогических наук, доцент, руководитель проектно-аналитического центра, доцент кафедры экономики и управления

Научный руководитель: Львов Леонид Васильевич

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат педагогических наук, доцент, руководитель проектно-аналитического центра, доцент кафедры экономики и управления

МОДЕЛИРОВАНИЕ СТРУКТУРЫ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Аннотация. В статье обосновывается важность развития человеческого капитала, а также взаимосвязь с экономикой нового времени. Рассматриваются модели человеческого капитала, способствующие его накоплению и дальнейшему развитию.

Ключевые слова: человеческий капитал, индивидуальный человеческий капитал, развитие человеческого капитала, модели человеческого капитала, зависимость человеческого капитала и экономики нового времени.

В результате проведенной работы, в ходе которой мы исследовали теоретические основы человеческого капитала, а также взаимосвязь с экономикой нового времени, нами были подведены следующие итоги:

- индивидуальный человеческий капитал относится к категории неотчуждаемых видов человеческого капитала, уровень, развитие которого обуславливает развитие коллективного и общественного (национального) капиталов;
- дальнейшее исследование может быть направлено в контексте развития индивидуального человеческого капитала с целью решения глобальной проблемы дефицита квалифицированных кадров в период цифровой трансформации [3].

Человеческий капитал изначально также понимался как потенциал человека, но в процессе экономического развития человеческий потенциал начали рассматривать как ресурс для достижения основных целей предприятия. Объясняется это тем, что современная конкурентоспособность зависит напрямую от человеческого фактора. От его развития зависит дальнейшая судьба предприятия, фаза роста или спада в жизненном цикле предприятия. В результате именно реализованный человеческий потенциал и стали называть человеческим капиталом, однако суть понятия становится намного шире [1].

Соответственно, когда происходит развитие человеческого капитала, развивается и сама компания. Развитие индивидуального человеческого капитала влечет за собой прогресс коллективного капитала, а, следовательно, это влияет и на национальный человеческий капитал.

Актуальность заключается в том, что развитие национального человеческого капитала напрямую влияет на экономическую ситуацию страны. Развитие индиви-

дуума, приведет к развитию коллектива и далее к нации, соответственно цепочка приходит к развитию экономики, что и является одним из самых важных аспектов данной темы.

Исходя из подведения данных итогов, мы переходим к самому важному этапу нашего исследования, а именно рассмотрение основных моделей человеческого капитала.

Модель «черного ящика» (рис. 1), показывает суть человеческого капитала, а именно важность по отношению к предприятию. В качестве основных параметров выступают образование, воспитание, здоровье, то есть фундамент, который делает человека объектом воплощения капитала, а в результате мы получаем определенную социальную полезность, то есть ту выгоду, которую приносит человеческий капитал предприятию. Она может быть выражена как в материальном показателе (определенный процент прибыли, рост различных финансовых показателей), так и в нематериальном (престиж предприятия, корпоративный дух, интеллектуальная собственность и др.) [2].

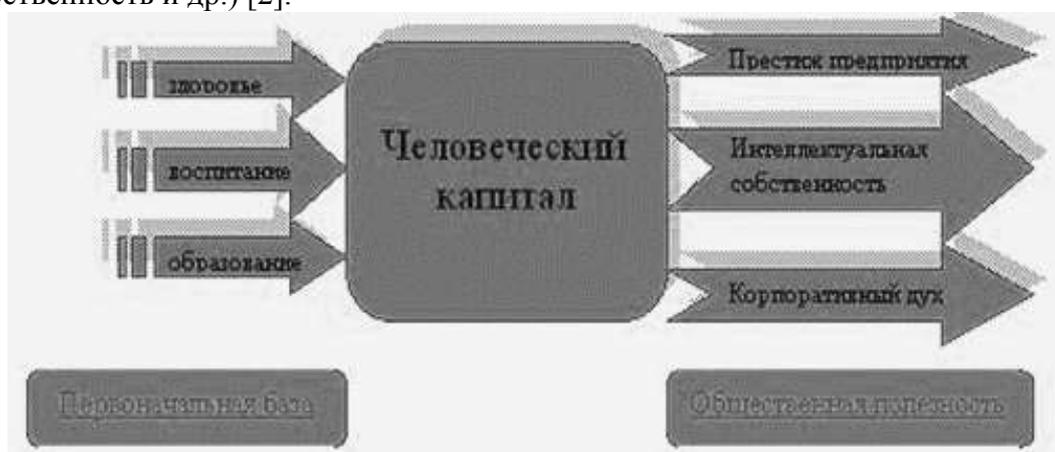


Рисунок 1 – Модель «Черного ящика»

Модель состава (рис. 2), позволяет представить состав человеческого капитала, выделить главные его составные части, чтобы затем исследовать эту категорию с определенной степенью подробности. [2]

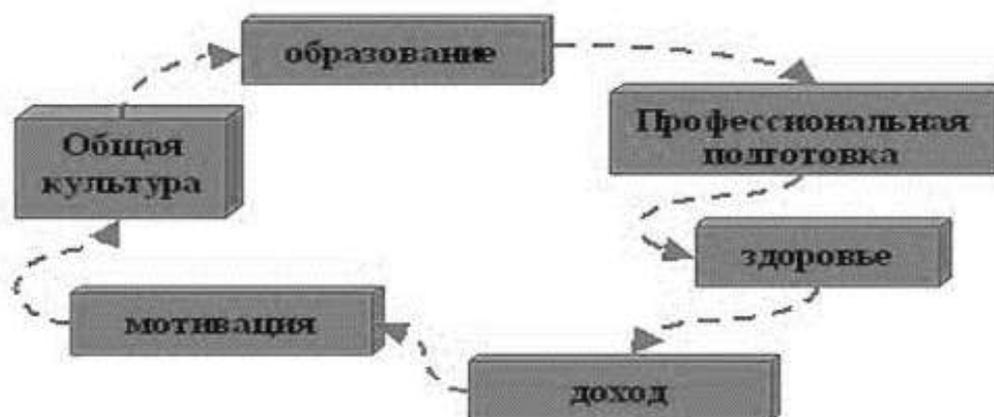


Рисунок 2 – Модель состава человеческого капитала

Основополагающие теоретики, изучающие человеческий капитал, по-разному определяют его состав. Ильинский И.В. выделяет следующие составляющие: капитал образования, капитал здоровья и капитал культуры. Добрынин А.И. понимает под человеческим капиталом имеющийся у человека запас здоровья, зна-

ний, навыков, способностей, мотиваций, которые содействуют росту его производительности труда и влияют на рост доходов (зарботков).

Сравнив разные авторские точки зрения о структуре человеческого капитала, можно выделить следующие элементы изучаемой категории, а именно: образование, профессиональную подготовку, здоровье, мотивацию, доход, общую культуру.

Модель структуры человеческого капитала (рис. 3), которая представляет собой описание каждого из элементов рассматриваемой категории и взаимосвязь между ними [4].

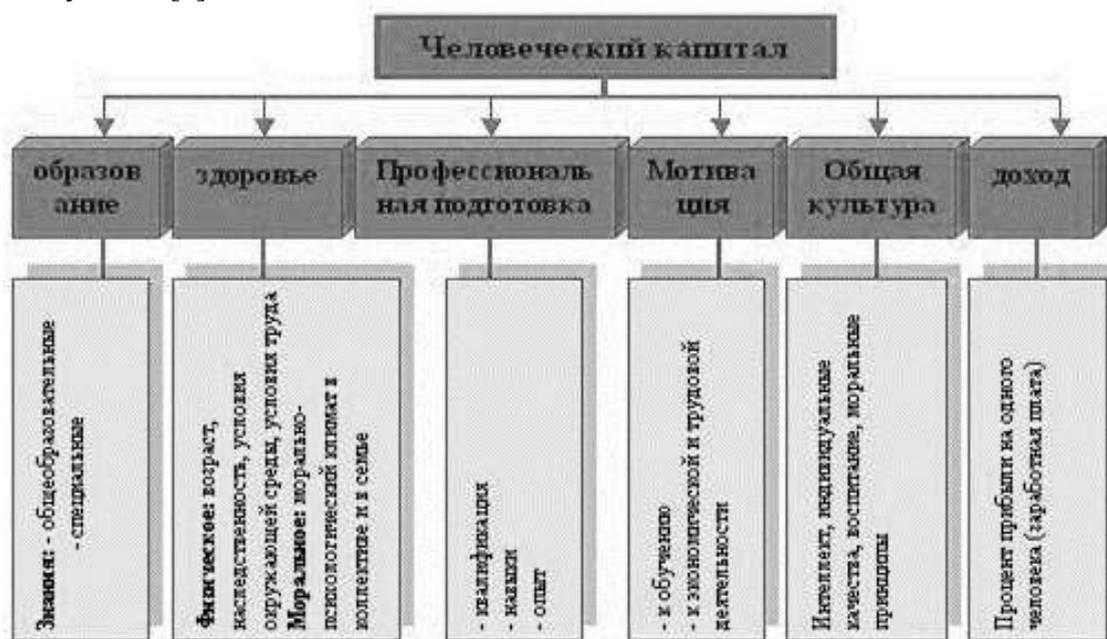


Рисунок 3 – Модель структуры человеческого капитала

Образовательный элемент включает в себя все те знания, которые человек получает на протяжении своей жизни, то есть общеобразовательные (школьное образование и общеобразовательные дисциплины в высших учебных заведениях) и специальные знания (специальные предметы, нацеленные на получение знаний в конкретной области).

Работоспособный элемент человека в любой сфере экономики, на любой должности в значительной степени зависит от его здоровья. Элемент «здоровье» можно разделить на две составляющие: моральное здоровье и физическое здоровье. Физическое – это все то, что человек получает при рождении и приобретает потом, влияющее на его физиологию, а именно, наследственность, возраст, условия окружающей среды и условия труда. Моральное здоровье обеспечивается морально-психологическим климатом в семье и в коллективе [4].

Профессиональная подготовка включает в себя квалификацию, навыки и опыт работы.

Мотивация может быть как к обучению, так и к экономической и трудовой деятельности.

Все элементы так или иначе взаимосвязаны: развивая один элемент, можно развить последующие. Все знания, навыки и умения в результате кумулятивного накопления трансформируются в человеческий капитал, который в дальнейшем приносит пользу на предприятии. Предприятие в свою очередь платит заработную плату за имеющийся человеческий капитал, что одновременно действует и мотива-

цией для каждого человека, ведь чем выше ценность индивидуального человеческого капитала, тем выше может быть заработная плата [4].

Подводя итоги, мы можем сделать следующие выводы:

- человеческий капитал является главной ценностью современного общества, а также основополагающим фактором экономического роста как страны в целом, так и отдельно взятого предприятия. И чтобы увеличить человеческий капитал, необходимо обращать внимание на каждую его составляющую;
- для развития индивидуального человеческого капитала, необходима взаимосвязь в процессе с коллективным и национальным человеческим капиталом;
- моделирование человеческого капитала является важным этапом для глубокого анализа структуры человеческого капитала, что способствует более качественному развитию.

Библиографический список:

1. Быков, Д.Ю. Определение финансовой устойчивости организации на основе денежных потоков и оборачиваемости активов и пассивов / Д.Ю. Быков // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. – 2011. – № 2. – С. 15–20.

2. Кобзистая, Ю.Г. Индивидуальный человеческий капитал: теоретические аспекты анализа [Электронный ресурс] / Ю.Г. Кобзистая // Вестник СибАДИ. – Выпуск 2 (42). – 2015. – Режим доступа <https://cyberleninka.ru>

3. Мешков, Д.А. Управление человеческим капиталом в эпоху цифровой трансформации / Д.А. Мешков, Л.В. Львов // Цифровая экономика в социально-экономическом развитии России: взгляд молодых: сборник статей и тезисов докладов XV международной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов (26 февраля 2019 г.) / Уральский филиал Финуниверситета. – Москва: Издательство «Перо», 2019. – 16,9 Мбайт. [Электронное издание]. – С. 397-400.

4. Смирнов, В.Т. Человеческий капитал: содержание и виды, оценка и стимулирование / В.Т. Смирнов, И.В. Сошников, В.И. Романчин, И.В. Скоблякова; под ред. д.э.н., профессора В.Т. Смирнова. – М.: Машиностроение-1, Орел: ОрелГТУ, 2005. – 513 с.

МИТУС АЛИСА АНАТОЛЬЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Хабибуллина Инга Ильгизовна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», старший преподаватель кафедры дизайна, рисунка и живописи, член Союза Дизайнеров Москвы

ПРИНЦИПЫ ВЛИЯНИЯ ВИЗУАЛЬНОГО ОФОРМЛЕНИЯ НА ПРОДАЖИ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ

Аннотация. В век информационных технологий основными инструментами продаж в малом бизнесе становятся социальные сети. Для их грамотного ведения необходимо придерживаться определенных принципов, которые ярче всего показаны в социальной сети Инстаграм, на чьем примере и основана статья.

Ключевые слова: Инстаграм, фотография, принципы оформления, таргетинг, малый бизнес, реклама, продвижение.

Современные механизмы работы малого бизнеса разительно отличаются от принципов его ведения 5 или 10 лет назад. Сейчас предприниматели хлынули в Интернет и с огромной скоростью осваивают его инструменты.

Сегодня одной из основных площадок продаж стал Инстаграм – социальная сеть преимущественно визуального восприятия. Это обусловлено следующими факторами.

1. Доступность. Приложение Инстаграм доступно на мобильные устройства с любым типом операционной системы (Windows, Android, IOS).

2. Моментность. Вы можете делиться с подписчиками информацией, которая актуальна здесь и сейчас при помощи встроенного инструмента «Инстаграм Истории». Эта информация не появляется в ленте, однако способствует привлечению аудитории в профиль.

3. Удобство использования. Это немаловажный фактор, так как зачастую владельцы бизнеса отказываются вводить в свое окружение различные сайты, домены и платформы: это сложно сделать самому без привлечения наемной сторонней силы. Однако приложение Инстаграм позволяет регулярно обновлять ассортимент продукции вручную, своими силами, со своего мобильного устройства.

4. Распространение. Согласно последним данным (информация от 20.06.18), взятым из официального пресс-релиза Инстаграм новостным порталом «Ведомости», в Инстаграм зарегистрирован 1 миллиард уникальных пользователей. А согласно официальной статистике от Инстаграм по Russian community, в России 32 миллиона активных пользователей социальной сети [1].

5. Настройка параметров публикации. Не секрет, что в Инстаграме одними из рабочих инструментов для поиска публикации являются хэштеги, также геолокация. Согласно исследованиям популярного портала, Medium за 2018 год, у записей минимум с одним хэштегом показатели вовлеченности в среднем на 12,6% выше, чем у публикаций без хэштегов. Кроме того, если попасть в топ-9 по довольно популярному хэштегу, то публикацию увидят еще больше людей. Также с 2018 года существует подписка на хэштеги [3].

6. Реклама в Инстаграм. Она бывает двух видов: у других пользователей и у самого сервиса. Причем наиболее интересен второй тип рекламы, так как именно в

нем можно настроить показы публикации только для ядра целевой аудитории. Согласно информации с портала «Блог манимейкера», грамотно настроенный таргет в Инстаграм дает в 2,5 раза больше кликов по публикации. Кроме того, реклама в Инстаграм приносит большое число подписчиков, где до 40% – ваша целевая аудитория [2].

7. Визуальная составляющая. Сейчас один из основных параметров успешного бизнеса в Инстаграме – это визуальный образ профиля, стилистическое соответствие его элементов, узнаваемость обработки и т.д. Чем более грамотно составлен профиль, тем лучше будут идти продажи продуктов.

Конечно, кроме явных плюсов Инстаграм, как платформы продаж для малого бизнеса, существует и минус. Да, он всего лишь один, но весьма существенный: визуальная составляющая. Абсолютно не каждый пользователь Инстаграм обладает нужными ресурсами для создания хорошего визуального контента для ведения профиля. Так, у многих нет базового понятия хорошей картинке – насмотренности. Другим не позволяет технический аспект. Третьи не могут найти время и таких причин оказывается довольно много.

Однако рассмотрим основные визуальные элементы профиля Инстаграм на примере профиля фотографа.

Итак, среди основных элементов различают иконку профиля, описание профиля, иконки актуального или «HIGHLIGHTS», настраиваемую кнопку действия и непосредственно ленту фотографий.

Профессиональные таргетологи уверяют, что лента фотографий, иконки актуального и фотография профиля должны быть единого стиля, в то время как описательная часть уникальна и креативна.

Также советуют, чтобы на основной фотографии профиля была четкая и контрастная фотография, на которой видно человека или логотип компании. Кроме того, на иконках актуального больше внимания уделяется тематике содержимого: не стоит ставить на обложку что попало, важно, чтобы и обложка и название отражали содержание серии.

Также, если у компании или ИП есть какой-либо прайс, то его тоже необходимо вынести в отдельное актуальное. Согласно психологии потребления, это располагает клиента к себе и дает ему понять, что все честно, все прозрачно и лишнего накручивать цены никто не будет.

Однако вернемся к стилистической составляющей профиля. Так, инстаблогерами доказано, что светлый профиль больше привлекает пользователя и, кроме того, когда речь идет именно о компании малого бизнеса, все чаще используется создание единой ленты, разбивая ее на сегменты публикаций. Такой прием органично смотрится в профиле-портфолио, например, когда отдельно существует персональный профиль представителя компании, и он в своем – личном – блоге рекламирует свои услуги или общается с потенциальными покупателями, то профиль-визитка или профиль-портфолио отлично дополнит общую картину.

Кроме цветового решения публикаций, несомненно, важно их качество и креативная составляющая, так как, по мнению известных блоггеров-таргетологов, таких, как Митрошиной и Dark Princess, сейчас креатив – это залог успеха блога.

Так, чтобы фотографии в ленте были узнаваемыми и подчинялись единому стилю, следует обратиться к профессиональному фотографу, который делает съемки для блогов. Это могут быть фотографии не на профессиональный фотоаппарат, а на мобильную фотокамеру в смартфоне, однако сделанные с профессионализмом и долей разнообразия. Так, за несколько часов съемки можно сделать имиджевые кадры на два или три месяца ежедневных публикаций. Такой пакет будет содержать

и общие планы, и фото с человеком, и раскладки, и детали, и все, что может пригодиться для создания ленты.

Однако не стоит забывать, что не только качество фото влияет на успех блога: обработка, как уже было сказано ранее, светлая. Конечно, это тоже обусловлено, к примеру, тем, что светлая фотография сама по себе более контрастная, чем темная, а также светлая обработка в теплых тонах вызывает более позитивные эмоции, связанные с предметом или человеком на фото. Однако аспект обработки – это очень спорная часть ведения блога. Для начинающих действительно совет один: светлая, однако, когда вы уже разобрались в механизмах и поняли, что для вашего продукта подойдет другой стиль, смело переходите именно на него. Все же индивидуальность – намного более важный аспект в инстаблоггинге.

Также одной лишь обработкой кадры при разном освещении невозможно привести к общему виду: чтобы профиль смотрелся органично и целостно, необходимо делать фотографии при одинаковом освещении.

Более того, сегодня Инстаграм допускает публикацию фотографий с определенным текстом на них. Этот прием вносит в профиль определенный ритм, позволяет создать информативные публикации, а также задает общую узнаваемую стилистику профилю: спустя некоторое время подписчик, наблюдая вашу публикацию в своей ленте, уже точно знает, к какому профилю это принадлежит.

Таким образом, существует несколько критериев успешного и привлекательного для потребителя профиля малого бизнеса в Инстаграм:

- единый стиль ленты;
- информативные публикации;
- визуальное соответствие элементов профиля;
- креативная описательная часть;
- подходящая обработка.

Как уже было сказано выше, совокупность этих аспектов приносит наиболее удачные комбинации стилевой составляющей блога, а это значит, что грамотная визуальная часть, подкрепленная инструментарием Инстаграм (таргетированной рекламой, геолокацией и хештегами) принесет малому бизнесу развитие, а блогу продвижение и потенциальных покупателей в лице подписчиком аккаунта.

Библиографический список:

1. Аудитория Инстаграм достигла 1 млрд человек [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.vedomosti.ru/technology/news/2018/06/20/773370-auditoriya
2. Реклама в Инстаграм: виды, стоимость, эффективность [Электронный ресурс] //Блог манимейкера. – Режим доступа: sergey-ivanisov.ru/reklama-v-instagram-vidy-stoimost-effektivnost.html
3. Хэштеги в Instagram 2018 [Электронный ресурс] // Medium. – Режим доступа: medium.com/@transformatorTV/хэштеги-в-instagram-2018-исследование-6445c3356190

МИШАРИНА ВИКТОРИЯ НИКОЛАЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Ходак Нина Анатольевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат биологических наук, доцент

УБЕЖДЕНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕГУЛЯЦИИ АГРЕССИВНЫХ ФОРМ ПОВЕДЕНИЯ

Аннотация. Проявление форм агрессивного поведения является актуальной проблемой современного общества. В статье представлены способы психологического влияния как фактора регуляции агрессивного поведения и формы психологической защиты во взаимоотношениях людей в обществе. В статье изучены практические рекомендации по регуляции агрессии человека и подробно описаны классификационные признаки агрессивного поведения.

Ключевые слова: психологическое влияние, агрессия, психическая регуляция, формы поведения, убеждение, внушение.

В последнее время проблема агрессивного поведения личности стала объектом изучения психологии широкого научного, практического интереса современного общества. Уровень агрессии в обществе постоянно растет. Сегодня с ней столкнуться можно повсюду: в магазинах, поликлиниках, на дорогах, в госучреждениях и даже в образовательных учреждениях [2]. В наше время с точки зрения агрессии, грубости и ненависти к своему окружению россияне занимают первое место в Европе [1].

Термин «агрессия» происходит от латинского *aggressio*, означающего «нападение» и восходящего, в свою очередь, к глаголу *aggredi* – «подходить, нападать» [3].

Агрессивность человека и его склонность к агрессивному поведению существенно детерминируются особенностями его индивидуального развития. В появлении агрессивного поведения участвуют многие факторы, в том числе возраст, индивидуальные особенности, внешние физические и социальные условия. Например, потенцировать агрессивность вполне могут такие внешние обстоятельства, как шум, жара, теснота, экологические проблемы, метеоусловия и т.п. Но главную роль в формировании агрессивного поведения личности, по мнению большинства исследователей данного вопроса, играет ее непосредственное социальное окружение [5].

У взрослых людей проявления агрессивного поведения более разнообразны, так как определяются преимущественно их индивидуальными особенностями. В качестве индивидуально-личностных характеристик, потенцирующих агрессивное поведение, обычно рассматривают такие черты, как боязнь общественного неодобрения, раздражительность, подозрительность, предрассудки (например, национальные), а также склонность испытывать чувство стыда вместо вины [4].

Из существующих способов психологического воздействия на психику человека не все являются эффективными, особенно если речь идет о формах агрессивного поведения.

Психологическое влияние – это процесс и результат изменения поведения другого человека, его установок, намерений, представлений, оценок в ходе взаимодействия с ним [7].

Так, подражание, давление, манипуляция, заражение при воздействии на человека оказывают прямо противоположное влияние при регуляции сложных форм проявления агрессии. Способствуют разжиганию, распространению ярко выраженных девиантных и делинквентных форм поведения.

Тогда как одним из наиболее распространённых и действующих способов психологического влияния на поведение человека с целью регуляции его агрессивных форм является внушение, т.к. основано на апелляции к бессознательному, к эмоциям человека. Внушение носит вербальный характер с акцентом на экспрессивность интонаций и обращений. Внушение это тонкий механизм и воспользоваться им может отнюдь не каждый человек, тем более изменить характер поведения. Внушающий должен быть авторитетным, значимым для человека, проявляющего агрессию. Во всех других случаях данный способ влияния неэффективен.

Следующим способом, позволяющим достичь эффекта в регуляции агрессии как психического состояния, выступает убеждение, действующее на разум человека, начинающееся с восприятия и оценки источника информации:

1) слушатель сравнивает получаемую информацию с имеющейся у него информацией и в результате создается представление о том, как источник преподносит информацию, откуда он ее черпает, если человеку кажется, что источник не правдив, скрывает факты, то доверие к нему резко падает;

2) создается общее представление о человеке и его убеждениях, но если источник допускает логические ошибки, никакой официальный статус и авторитет ему не помогут;

3) сопоставляются установки источника и слушателя: если расстояние между ними очень велико, то убеждение может быть неэффективным. В этом случае наилучшей стратегией убеждения является следующая: убеждающий сообщает об элементах сходства со взглядами убеждаемых, в результате создается понимание и предпосылка для убеждения [7].

Может быть применена и другая стратегия, когда сначала сообщают о большом различии между установками, но тогда убеждающий должен уверенно доказать истинность своих мыслей.

Всякое доказательство состоит из трех частей: тезис, доводы и демонстрация. Тезис – это мысль, истинность которой требуется доказать, тезис должен быть ясно, точно, недвусмысленно определен и обоснован фактами. Довод – это мысль, истинность которой уже доказана, и поэтому она может быть приведена для обоснования истинности или ложности тезиса. Демонстрация – логическое рассуждение, совокупность логических правил, используемых в доказательстве. Представленная триада доказательства допустима только при четкой взаимосвязи всех ее частей и может рационально влиять на психику человека.

Наверняка людям, работающим на профессиях типа человек-человек (менеджер, стюардесса, преподаватель и т.д.), приходилось сталкиваться с агрессивным поведением. Агрессивный клиент, недовольный покупатель – варианты могут быть самыми разными. Как обращаться с такими людьми?

Линн Тейлор, представитель CEO агентства Lynn Taylor Consulting [6], разработал отличную мнемонику CALM, помогающую справиться со стрессом при столкновении с агрессивными клиентами или недоброжелательными сослуживцами:

- Коммуницируйте (Communicate) открыто и регулярно.
- Предвосхищайте (Anticipate) – готовьтесь к возможным проблемам до того, как ситуация начнет ухудшаться, имейте заранее подготовленные решения.

- Будьте проще (Levity) – так вы снизите общий градус напряжения и поможете начальнику или клиенту осознать, что вы в одной лодке. Главное не переборщить.
- Управляйте (Manage Up) – внимательно изучите, как использовать позитивное и негативное подкрепление, скоординируйте список приоритетов и ожиданий, ролевую модель и необходимое поведение, очертите границы. Особое внимание автор уделяет практическим навыкам по управлению агрессивными формами поведения:

1) *отзеркаливание*. Недовольные покупатели способны вести себя вызывающе и крайне неприятно. Для этого вы должны сделать все возможное для решения проблем покупателя, даже если он ведет себя достаточно резко. Избегайте эмоциональных реакций, работайте с фактами. Например:

Клиент: «Вы заверили меня, что все будет готово сегодня! Надо было отказаться от Ваших услуг!»

2) Вы (*рассеивание*): «Я понимаю Ваше огорчение: Я бы на Вашем месте тоже был бы недоволен, приношу извинения за возникшее непонимание».

3) *Проявление интереса*: «Мы все сделаем к 3 часам дня, Вас это устроит?» (Клиент соглашается)

4) Вы (*разрешение конфликта*): «Все будет сделано к назначенному сроку».

В данном случае психологическое воздействие информации на человека предполагает изменение механизмов регуляции поведения и деятельности человека.

Изменения социальной структуры общества, интенсивных процессов расслоения населения по имущественному признаку по отношению к различным формам собственности во многом приводят к проявлению крайних форм агрессии, которыми возможно научиться управлять, но полностью устранить их нельзя, т.к. выступают сильнейшим инстинктом человека.

Библиографический список:

1. Агрессия растет [Электронный ресурс] // Россия сегодня. – Режим доступа: // <https://inosmi.ru/russia/20131230/216161613.html>
2. Дикова, В.В. Педагогическая агрессия как профессионально обусловленная деформация учителя / В.В. Дикова, Э.Ф. Зеер // Образование и наука. – 2005. – №4.
3. Ключевская, А.Ю. Концептуальное поле «Агрессия» как объект лингвистического исследования / А.Ю. Ключевская // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2011.
4. Нурмухаметова, И.Ф., Галяутдинова С.И. Понимание агрессивности и возрастная динамика ее проявлений / И.Ф. Нурмухаметова, С.И. Галяутдинова // Вестник Башкирского ун-та. – 2010. – №4.
5. Об агрессии в нашем мире [Электронный ресурс] // Наша психология. – Режим доступа: // <https://www.psyh.ru/v-tochke-kipeniya/>
6. Принципы научного менеджмента [Электронный ресурс] // Организация времени. – Режим доступа: // <http://www.improvement.ru/bibliot/taylor/>
7. Психологическое влияние: факторы и механизмы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // <https://psyfactor.org/lib/kornev-00.htm>

МУХАМЕДЬЯНОВА АННА ДМИТРИЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ПОЛУШИНА ИРИНА СЕРГЕЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат экономических наук, доцент

Научный руководитель: Полушина Ирина Сергеевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат экономических наук, доцент

КОУЧИНГ КАК ФОРМА РАЗВИВАЮЩЕГО ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА

Аннотация. Статья посвящена вопросу развития персонала посредством внедрения коучинговых технологий в организации. Определены виды обучения персонала. Рассмотрена суть данного метода развивающего обучения и классификация коучинга в организациях. Даны обоснования актуальности и эффективности внедрения коучинговых технологий в качестве развивающего обучения для персонала.

Ключевые слова: персонал, развитие, обучение, коучинг, технологии, методы, повышение квалификации, профессиональный и личностный рост, эффективность, цель, менеджмент, управление.

Обучение персонала – основной путь получения профессионального образования. Это целенаправленно организованный, планомерно и систематически осуществляемый процесс овладения знаниями, умениями, навыками и способами общения под руководством опытных преподавателей, наставников, специалистов, руководителей и т.п. [1].

Следует различать три вида обучения (рис. 1) [3].

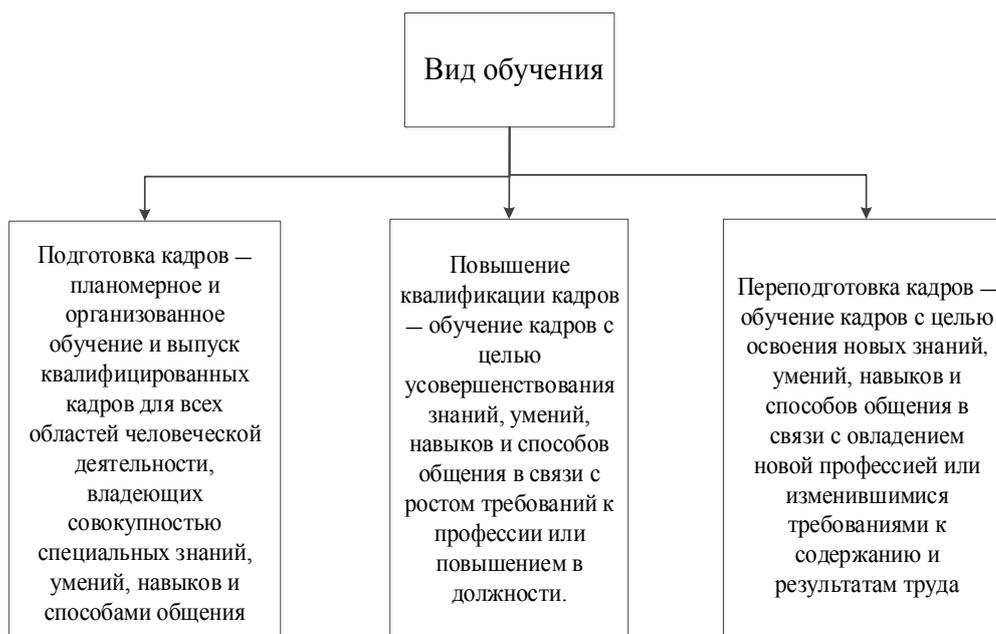


Рисунок 1 – Виды обучения

Согласно Трудовому кодексу Российской Федерации работники имеют право на профессиональную подготовку, переподготовку и повышение квалификации, включая обучение новым профессиям и специальностям [5, с. 196].

В зависимости от целей и возможностей конкретной организации обучение может быть узкоспециальным (профессиональным) и корпоративным, проходить в форме лекций, семинаров, тренингов. Также сейчас модным стало дистанционное обучение через Интернет. Организовать учебный процесс можно по-разному: привлечь специалистов и менеджеров фирмы, пригласить внешних преподавателей, тренеров, экспертов. Компании обычно используют смешанные формы обучения, а крупные организации создают собственные учебные центры и корпоративные университеты.

Для того, чтобы максимально повысить результативность труда, раскрыть потенциал своих сотрудников и вовлечь их в деятельность компании и достижение ее целей, руководителям приходится вкладывать немало временных и порой финансовых ресурсов, используя при этом большое количество технологий и новинок. Одним из таких инструментов, активно используемым в зарубежной практике и постепенно популяризирующимся в России, является коучинг. Консультирование в таком формате представляет собой единую образованную систему, включающую в себя методы активного наблюдения и слушания, вопросов технологий, проективных методик, нейролингвистического программирования, элементов глубинной психологии и психотерапии.

Под коучингом будем понимать процесс, построенный на принципах партнерства, который стимулирует размышления и творчество клиентов, чтобы вдохновлять их на максимальное раскрытие своего потенциала, как личного, так и профессионального [2].

В коучинге применяется вопросно-ответный метод для формирования осознанности и ответственности у клиента относительно его личных особенностей, обеспечения его структурой, поддержкой и обратной связью. Данный процесс в результате помогает выявить и определить путь для достижения профессиональных и личных целей быстрее и легче.

Говоря о видах коучинга, несложно заметить, что не существует единой, общепринятой классификации. Разные специалисты и организации, осуществляющие деятельность в этой сфере, различают отдельные его виды по-своему. Тем не менее классифицировать виды в данной работе мы предлагаем следующим способом (рис. 2) [4].

Данная классификация дает более структурированное представление о всем многообразии коучинга, о вариативности целей и задач, на решение которых этот процесс направлен.

Таким образом, можно заметить, что коучинг представляет собой многоставной и очень сложный процесс, суть и результат которого зависит от нескольких обстоятельств его проведения.

В настоящее время тема коучинга стала одной из самых востребованных в области менеджмента и консалтинга. По данным европейских специалистов, это один из эффективных методов в менеджменте.

Эта методика предназначена для расширения возможностей людей, осознавших потребность в изменениях и ставящих перед собой задачи профессионального и личностного роста. Она может быть направлена на реализацию планов в самых различных областях жизни: бизнесе, карьере, образовании, межличностных отношениях и семье.

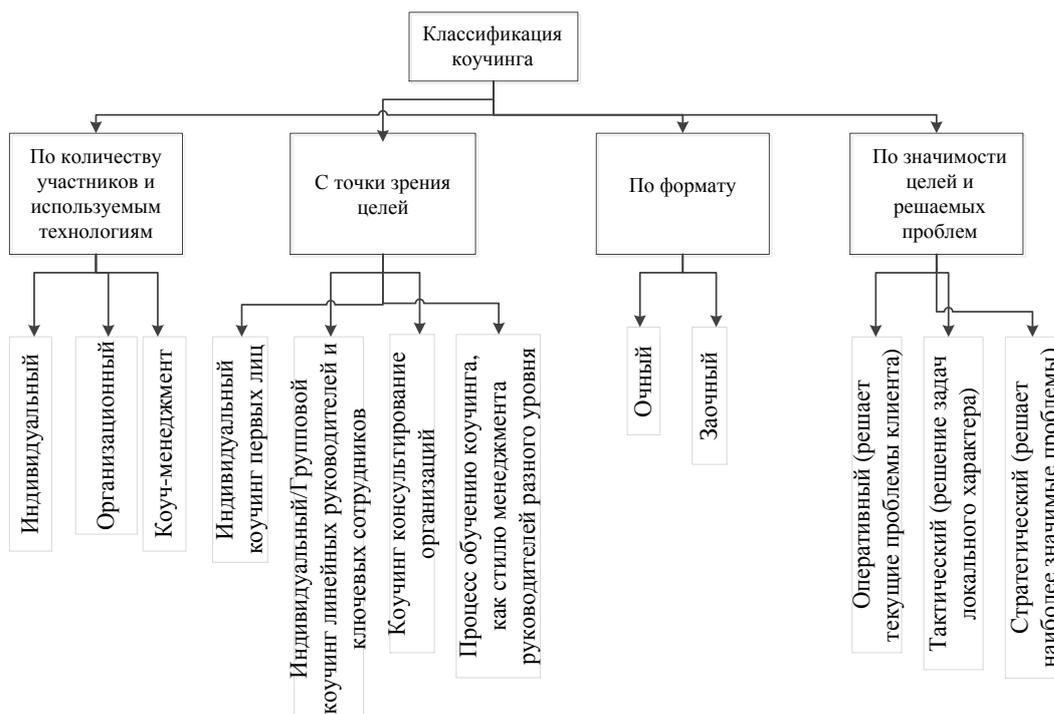


Рисунок 2 – Структурированная классификация коучинга

Все используемые в коучинге методы направлены, главным образом, на то, чтобы сосредоточить внимание человека на целенаправленном действии и побудить его совершить это действие, получив от этого удовольствие.

Коучинг существует и как вид менеджмента, и тогда это целенаправленный процесс развития потенциала сотрудников, способствующий максимизации их личной производительности и успешной деятельности всей компании в целом. Многие организации стали применять принципы данной технологии, повышая эффективность каждого сотрудника на каждом организационном уровне.

Итак, можно сказать, что коучинг – это специальная деятельность, имеющая своей целью развить потенциал человека или группы и использующая для этого специальные методы.

По данным исследования Manchester Inc., организации, инвестирующие в коучинг для своих топ-менеджеров, получили почти шестикратную прибыль. Во-первых, это объясняется тем, что коучинг сосредоточивает людей на выполнении дел, которые увеличивают прибыль организации. Во-вторых, он дает компании-клиенту «капитал» самомотивации и ответственности персонала, которые максимизируют продуктивность и эффективность организации, что опять же ведет к увеличению прибыли.

Стратегически мыслящий руководитель уже понимает, что невозможно двигаться вперед, используя старые модели поведения, что следует использовать новые принципы в своей деятельности.

Конкурентное преимущество компании лежит не в сфере владения информационными технологиями – они есть у всех. Не найти его и в сфере багажа знаний персонала – почти каждый «хороший» менеджер сегодня имеет степень MBA. На эффективность работы организации влияет не то, что умеет и знает персонал, а то, что он хочет делать и как это делает. Коучинг позволяет получить инициативных и деятельных сотрудников, которые по своему желанию выкладываются на все 100%.

Этот новый стиль управления людьми позволяет работникам почувствовать, что они не безразличны и о них действительно заботятся.

Библиографический список:

1. Зайцева, Ю.А. Обучение на рабочем месте и оценка его эффективности: Управление развитием персонала / Ю.А. Зайцева. – М.: Экзамен, 2011. – 208 с.
2. Международная Федерация Коучинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.icfrussia.ru/>
3. Студенческая библиотека. Виды, формы и методы обучения персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://students-library.com/library/read/48150-vidy-formy-i-metody-obucenia-personala>
4. Сайт бизнес-сообщества, ориентированного на менеджеров высшего и среднего звена. Принцип коучинга и классификация его видов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-executive.ru/wiki/index.php>
5. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 11.10.2018) [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/d17243696427a3cc7eb092bb37c57021e5f64abe/

ОЗЕРСКАЯ ДАРЬЯ СЕРГЕЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Ходак Нина Анатольевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат биологических наук, доцент

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Аннотация. В статье представлен прикладной аспект защиты персональных данных пользователей в сети Интернет. Изучены способы защиты информации, практикуемые Лабораторией Касперского как надежной международной компании, работающей в сфере информационной безопасности. Подробно изучен Новый Генеральный регламент ЕС по защите данных.

Ключевые слова: безопасность, безопасность сети интернет, информационная безопасность, личные данные, пользователь сети интернет, персональные данные.

Удивительно, но всего 70 лет назад с компьютерами работали исключительно специально обученные люди, и область применения этих машин была очень ограничена. В настоящее время практически у каждого человека есть компьютер с доступом в Интернет. Он является одним из важнейших изобретений человечества. Ведь 21 век – это век развитых цифровых технологий. Интернет используется пользователями не только ради развлечений и обучения, но и для удовлетворения актуальных потребностей. Изучение информационной безопасности личных данных пользователей в сети Интернет явилось целью научной работы.

Достаточно высокий уровень развития информационных и цифровых технологий позволяет получить доступ к персональной информации, что делает жизнь разнообразней и удобней, но одновременно увеличивает риск утечки персональных данных. Ведь именно благодаря информации проводятся сделки компаний от крупного до малого бизнеса, происходит оплата товаров с сайтов, доставка еды на дом. Также Интернет стал средством для манипуляции, влияния на взгляды и убеждения пользователей.

Данные хранятся на подключенных к Интернету серверах, их покупают, продают, используют разнообразными способами, а иногда и воруют [5]. В настоящее время появление в сети личных фотографий звезд или случившейся трагедии стало распространенным явлением. Каждая социальная сеть – это бесценный источник информации для злоумышленников, собирающих персональные данные, которые они затем используют для обмана и мошенничества. Поэтому так важно правильно настроить конфиденциальность вашего профиля «Facebook», «ВКонтакте», «Одноклассников» и любой другой социальной сети [4].

Защита личных данных – это важная проблема для людей всех возрастов [4]. Интересен опыт защиты данных в странах Европейского Союза, который принял GDPR (Генеральный регламент по защите данных) в качестве нового нормативного документа, заменяющего Европейскую директиву о защите данных 1995 года. Новый Генеральный регламент ЕС по защите данных (вступил в силу 25 мая 2018 г.) предусматривает значительное ужесточение требований к обеспечению защиты

персональных данных, возлагая за это ответственность на организацию. Этот регламент действует во всем мире в отношении всех компаний, которые выполняют обработку персональных данных граждан ЕС. Например, персональные данные сотрудника, который проживает в Германии, но работает в компании, зарегистрированной в Нью-Йорке. Или клиента из Ирландии, который покупает что-то в Интернете у поставщика в Калифорнии. В регламенте приведено более широкое определение персональных данных. При этом центральное место в защите данных занимает именно личность человека, а также предусматриваются более строгие требования к обеспечению соблюдения регламента и повышение штрафов за несоблюдение этих требований. Не случайно такое ужесточение связано с новейшими тенденциями в сфере технологий (например, облачные вычисления, большие данные и интернет-вещей). При использовании любой из этих технологий сбор и качественный анализ данных становятся стратегическими конкурентными преимуществами. Признавая это, GDPR Евросоюза фактически идет в ногу со временем. В соответствии с новым регламентом персональными данными являются любые данные, которые прямо или косвенно позволяют идентифицировать личность пользователя. Для установления личности могут быть использованы совершенно разные виды данных. Например, IP-адрес или данные о местоположении теперь считаются данными, идентифицирующими личность (PII) и, соответственно, теперь подлежат защите как персональные. Это очень широкое определение, и в будущем оно, вероятнее всего, станет еще шире [2].

Особо актуальна проблема информационной безграмотности пользователей сети Интернет на территории России. Пользователи Интернета, часто не задумываясь, предоставляют персональную информацию, не удостоверившись в надежности источника запроса. Поэтому не удивительно, что многие сайты многое могут рассказать о нас: где мы живем, какие места посещаем и еще очень многое. Или мы, сами того не зная, устанавливаем вредоносные программы. Например, некоторые приложения из Google Play при установке на смартфон запрашивают разрешения на доступ к контактам и, если мы соглашаемся, то мошенники получают номера кредитных карт, пароли и номера телефонов. Или, публикуя информацию об отпуске в другом городе или стране, мы предоставляем мошенникам информацию о том, что дома никого не будет.

Огромную опасность таят и публичные точки Wi-Fi, так как в нее легко запустить вредоносную программу, которая будет устанавливаться на все устройства, подключающиеся к этой сети. Тогда вирус прикидывается обновлением для компьютера или ссылкой на сайт. И если этот вирус не причиняет вреда нашим данным, то он может нанести непоправимый ущерб компании, в которой «зараженный» работает, попав во внутреннюю сеть компании. Также хакер может начать использовать вычислительную мощь нашего устройства для майнинга криптовалюты. Подобные технологии «Лаборатории Касперского» защищают более 400 миллионов пользователей и 270 тысяч корпоративных клиентов во всем мире.

Существуют ли другие способы защиты? И как с этим бороться? Для защиты персональных данных достаточно соблюдать некоторые правила [1, 3, 6]:

1. Использовать сайты с двухфазной аутентификацией, т.е. после ввода логина и пароля вам на телефон приходит SMS с одноразовым паролем;
2. Использовать сайты с поддержкой HTTPS-протокола;
3. Использовать менеджеры паролей, так как они создают более надежные пароли;
4. Установить антишпионские и антивирусные программы и регулярно их обновлять;

5. Установить надежный фаерволл;
6. Пользуясь электронными платежными системами, следует скачивать специальные программы для работы с ними;
7. Не открывать подозрительные письма и не переходить по подозрительным ссылкам.

Исходя из всего вышеперечисленного, можно сделать вывод, что защитить свои личные данные достаточно просто.

Таким образом, защиту персональных данных в настоящее время следует рассматривать как стратегически важный вопрос, соответствующий четко разработанным нормативно-правовым требованиям, необходимым для внедрения в политику управления данными.

Библиографический список:

1. Батаева, И.П. Защита информации и информационная безопасность [Электронный ресурс] / И.П. Батаева. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zaschita-informatsii-i-informatsionnaya-bezopasnost>
2. Генеральный регламент по защите данных (GDPR): от проблем к возможностям [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.sas.com/ru_ru/insights/articles/data-management/general-data-protection-regulation-from-burden-to-opportunity.html
3. Как защитить личные данные в Интернете [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://lifelhacker.ru/protecting-your-personal-data/>
4. Как защитить личные данные в Интернете: 10 советов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.kaspersky.ru/blog/privacy-ten-tips/10390/>
5. Сапоненко, Д. Безопасность личности в информационном обществе [Электронный ресурс] / Д. Сапоненко. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/109243/>.
6. Сапоненко, Д. Безопасность личных данных в Интернет [Электронный ресурс] / Д. Сапоненко. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/109243/>

ОЛЬХОВАЦКАЯ ДАРЬЯ АНДРЕЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

АЛЕКСАНДРОВА ЛЮДМИЛА ДМИТРИЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат философских наук

Научный руководитель: Александрова Людмила Дмитриевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат философских наук

ОСОБЕННОСТИ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В данной статье представлена часть исследования по теории принятия управленческих решений с учетом жизненного цикла организации. Особое внимание уделено анализу понятия «управленческое решение», его сравнению с процессом повседневного принятия решений. Значительное внимание уделено моделированию управленческих решений и этапам его формирования, а также влиянию на социальные отношения в организации.

Ключевые слова: управленческое решение, организация, менеджмент, эффективность, управленческая задача, функции, система, альтернатива, трудовая деятельность

Процесс принятия управленческих решений актуален в силу того, что все больше расширяются масштабы, количество элементов и взаимосвязей подсистем в организационных системах. Усложнение связей между элементами системы и скорости взаимодействия вызывает неопределенность в знаниях и действиях, что может отразиться на эффективности управления и на результатах деятельности организации.

Для того чтобы проанализировать процесс принятия управленческих решений, раскроем основные понятия.

По мнению П. Друкера, «управление – это особый вид деятельности, превращающий организованную толпу в эффективную целенаправленную группу» [3]. Данное определение ориентирует нас на функциональное понимание процесса управления: управлять – значит прогнозировать и планировать, организовывать, руководить командой, координировать и контролировать. Что касается решения, то оно понимается как аналитический процесс, направленный на выбор альтернативы. Таким образом, «управленческое решение – это осознанный выбор, осуществляемый в рамках полномочий и компетенции, направленный на достижение целей и эффективную организацию процессов» [2].

Данный подход позволяет сравнить процесс принятия решения в организации и в повседневной жизни. Во-первых, управленческое решение всегда ограничено конкретными рамками организации (предприятия), в рамках которого оно принимается. Во-вторых, это неотъемлемая часть процесса управления. Если в обычной жизни ежедневные решения не являются необходимостью, то принятие решений на предприятии обязательно. В-третьих, управленческое решение обусловлено ответственностью за целое, за сложную функциональную систему. И в этом смысле увеличивается нагрузка и ответственность руководства, которое должно сделать правильный выбор, понимая главную цель управленческого реше-

ния, учитывая проблемы и их оптимальное решение и удерживая стратегическую динамику движения к цели.

Рассмотрим основные этапы (шаги) в процессе принятия управленческого решения:

1 этап – осознание «симптомов», изменений, затруднений или имеющихся возможностей;

2 этап – выяснение причин выявленных симптомов и затруднений.

3 этап – это формулировка ограничений. Например, рамки и ресурсы организации, ограничение во времени, ограничения, связанные с законом и так далее.

4 этап – определение альтернатив. На этом этапе обдумываются, обнаруживаются и анализируются предварительные варианты возможных решений, которые в дальнейшем нужно будет проанализировать.

5 этап – реализация решения, другими словами, приведение к исполнению. Однако очень важно после этого сделать следующее: 6 этап – контроль за исполнением решения [2]. Контроль приведения решения к исполнению – это важнейшая управленческая задача.

Таким образом, принятие решений в управлении – это функциональный и системный процесс. Это подтверждает то, что процессы управления предприятием очень многообразны, многомерны и имеют сложную структуру. В общем смысле процесс управления состоит из общих функций управления, которые объединяются в «циклы управления» [1].

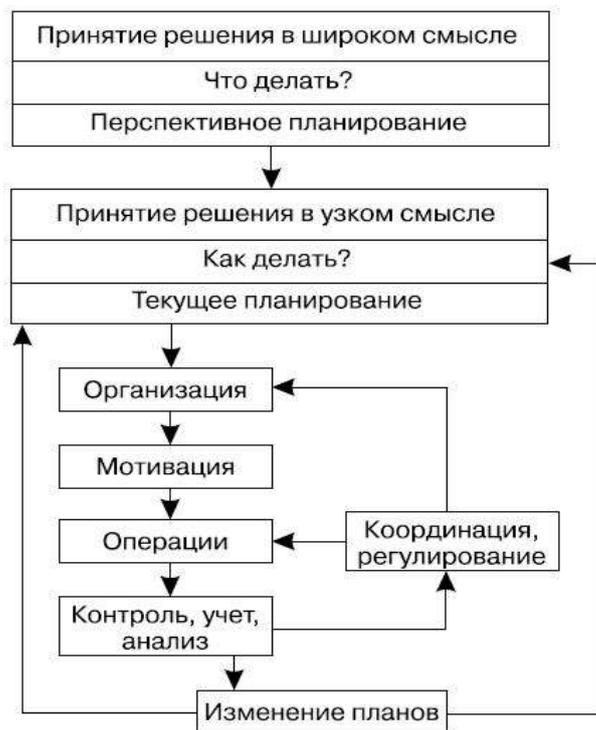


Рисунок 1 – Цикл принятия решения

Как видно из схемы, принятие решений в более широком смысле является еще и планированием, в более узком – выбором альтернативы и отражается на всех аспектах управления. Этот процесс является частью ежедневной работы организации. Проблема принятия управленческих решений занимает одно из центральных мест в социологии организации. Считая организацию инструментом управления, многие социологи и специалисты по теории управления, начиная с М. Вебера, прямо связывают ее деятельность в первую очередь с подготовкой и реализацией

управленческих решений. Эффективность управления во многом обусловлена качеством таких решений. Интерес экономистов и социологов к этой проблеме обусловлен тем, что в решениях фиксируется вся совокупность отношений, возникающих в процессе трудовой деятельности и управления организацией, отражающих цели, интересы, связи и нормы существования социальной группы.

Библиографический список:

1. Ивасенко, А.Г. Разработка управленческих решений [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова, Е.Н. Плотникова. – М., изд-во КНОРУС. – Режим доступа: <https://iknigi.net/avtor-anatoliy-ivasenko/104591-razrabotka-upravlencheskih-resheniy-anatoliy-ivasenko/read/page-1.html>.

2. Литвак, Б.Г. Разработка управленческого решения / Б.Г. Литвак. – М., изд-во «Дело». – 178 с.

3. Управленческие идеи П. Друкера / Официальный сайт Информационно-управленческого портала «Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы. – Режим доступа: <https://port-u.ru/en/manekzamenotveti/1608-upravlencheskie-idei-p-drukera>.

ОРЕНБУРКИН КОНДРАТИЙ ОЛЕГОВИЧ

г. Магнитогорск МОУ «СОШ № 48»

Научный руководитель: Оренбуркина Маргарита Владимировна
г. Магнитогорск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова» Многопрофильный колледж

СЕРДЦЕБИЕНИЕ - КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ЖИЗНИ

Цели и задачи работы

- Наглядно продемонстрировать связь физики с человеческим организмом.
- На примере механических колебаний рассмотреть колебания сердца.
- Установить зависимость продолжительности жизни от частоты колебаний сердечной мышцы.

Колебания – один из самых распространенных процессов в природе и технике.

Колеблются высотные здания, высоковольтные провода под действием ветра, автомобиль на рессорах во время движения, уровень реки в течение года, температура человеческого тела при болезни.

Звук – это колебания плотности и давления воздуха

Факты из физики

Частота колебаний – это физическая величина, характеристика периодического процесса, равна количеству повторений или возникновения событий (процессов) в единицу времени.

Сердцебиение – это колебания, совершаемые мышцей, они должны соответствовать норме. Необходимо обратить внимание на то, что каждый вид живого организма, в том числе и нашего, имеет свои оптимальные значения пульса и массы, выход за пределы которых вызывает различные болезни и сокращение продолжительности жизни. Ни для кого не секрет, что люди, чей рост выше 195 сантиметров, живут 30–50 лет, то есть значительно меньше тех, у кого рост меньше 180 сантиметров, которые живут 60–100 лет, а иногда и более.

Немного научных фактов

Сердцебиением принято называть такое состояние, когда человек начинает ощущать удары собственного сердца. При обычных условиях сокращение сердца уловить невозможно, а потому вполне естественно, что появление подобных ощущений всегда настораживает и даже пугает.

Сердце – главный маятник, от которого зависит вся наша жизнь. Именно от частоты пульса и размера сердца зависит скорость и продолжительность жизни или старения. И у любого живого организма это точный и совершенный механизм времени и измеритель скорости жизни.

Если пульс в пределах 60–90 ударов в минуту, артериальное давление остается в рамках нормы, нет болей в грудной клетке, головокружения, предобморочного состояния, то с высокой вероятностью в таком состоянии нет ничего страшного.

Пульс колибри в полете, к примеру, составляет 1200 ударов в минуту, в покое – 500 ударов, а в оцепенении – всего 50 ударов. А пульс крокодила в норме составляет 25–40 ударов в минуту, а в состоянии оцепенения 1–5 ударов в зависимости от массы. Колибри живут 1–2 года, некоторые виды до 9 лет, крокодилы 5–8 лет, некоторые виды могут прожить до 100 лет, а киты живут 30–50 лет, некоторые виды китов до 200 лет и более. Человек, конечно, не может обходиться без пищи полгода и

тем более год, как крокодил, и тем не менее его адаптационные реакции тоже могут изменяться в широких пределах, как и колебания пульса при этом. Так, при охлаждении пульс замедляется, а при выполнении работы или болезни резко возрастает. При этом чем сильнее эти колебания, тем обычно выше глубина тонуса организма.

Именно эти закономерности в работе сердца и его пульса легли в основу пульсовой диагностики и определения состояния организма, спортивных перспектив, репродуктивных свойств, глубины тонуса и возможной продолжительности жизни.

Придавая и нашему организму расслабленность, комфорт и идеальную биохимию, стимулируя выработку или вводя готовые гормоны, можно получить увеличение продолжительности жизни, меняя пульс в соответствии с внешним воздействием. Статистика показывает то, что именно нервные и перевозбужденные люди часто болеют и сокращают жизнь из-за истощения резервов организма. Для популяции важна благоприятность внешней среды, чем тяжелее внешние условия, тем короче период между поколениями. Так, с появлением комфортных условий средняя продолжительность жизни людей выросла в три раза.

Сравним количество ударов сердца в минуту человека и некоторых животных и сопоставим их с продолжительностью жизни:

Таблица 1 – Продолжительность жизни животных

Вид животного	Достижимый возраст, годы	Частота сердцебиения
Слоны	120-200	40-50
Лошади	40-50	40
Собаки	10-15(20)	100-140
Домашние кошки	9-10	140
Мыши	3-3,5 (5)	320-780
Кролики	5-7	120-310
Человек	60-100	60-80

Частота пульса и его характеристики являются показателями здоровья. Следить за ним необходимо.

Библиографический список:

1. Гармонические колебания. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/320661>
2. История физикальных методов диагностики. под редакцией д.м.н. Бутова М. А. (посвящается 190-летию открытия Рене Теофиля Гиацинта Лаэннека). – Рязань, 2007.
3. Кузовлев, Ф.Н. Анализ состояний радиальных пульсов как метод диагностики / Ф.Н. Кузовлев. - 2007.
4. Пульс и лишний вес. – Режим доступа: <http://souz-service55.ru/puls-i-lishnij-ves/>
5. ЧСС и пульс – отличие и методы измерения. – Режим доступа: <http://keeprun.ru/health/chss-i-puls-otlichie-i-metody-izmereniya.html>

**ОСТАПЧУК ЕКАТЕРИНА СЕРГЕЕВНА,
КРАВЧЕНКО ВЯЧЕСЛАВ АНДРЕЕВИЧ**

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Ходак Нина Анатольевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат биологических наук,
доцент

**ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ
КАК ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Аннотация. В статье изучены механизмы использования психологии воздействия как элемента управленческой деятельности. Уровневая и сущностная организация управленческого воздействия повышает эффективность его применения с позиции системообразующего подхода. Подробно представлен анализ видов убеждающего воздействия наиболее целесообразных для учета индивидуально-личностных особенностей подчиненных.

Ключевые слова: психологическое воздействие, управленческая деятельность, управленческое воздействие, психология влияния, убеждающее воздействие.

Психологическое воздействие широко включается в процессы труда, воспитания, управления и другие сферы жизнедеятельности. Действуя преднамеренно или непреднамеренно на сознаваемом или неосознаваемом уровнях, оно может играть как положительную, так и отрицательную роль: мобилизовать или демобилизовать потенциальные силы и способности личности и группы, повышать или снижать трудовую активность, формировать положительные или отрицательные качества личности [4].

Психология воздействия – одно из базовых направлений современной психологии управления, что объясняется прямым выходом этой проблематики на раскрытие механизмов, способов и методов управления подчиненными. Отечественный психолог В.Н. Куликов [1, 4] рассматривал психологическое воздействие как структурную единицу, компонент общения. По своей сущности оно представляет «проникновение» одной личности (или группы лиц) в психику другой личности (или группы лиц). Целью и результатами этого «проникновения» является изменение, перестройка индивидуальных или групповых психологических явлений (взглядов, отношений, мотивов, установок, состояний).

Управленческое воздействие используется преимущественно в системе, где доминируют статусные роли (в первую очередь такие, как «руководитель», «подчиненный» и др.). Исходя из этого, управленческое воздействие должно рассматриваться как замкнутая система, структурные компоненты которой объединяются в единое целое сложными многоуровневыми связями и отношениями. Эти связи и отношения, как бы надстраиваясь друг над другом, влияют друг на друга и на эффективность управленческого воздействия двух уровней.

Когнитивный уровень партнеров управленческого воздействия связывает взаимное, хотя и с разными целями, познание. Так, руководитель стремится познать подчиненного для того, чтобы определить тактику воздействия, наиболее эффективный прием. В свою очередь, подчиненный познает руководителя, прежде всего, с целью определения меры доверия или недоверия к нему, к его воздействиям.

Эмоциональный уровень происходит своеобразное «вчувствование» руководителя и подчиненного. Эмоциональные отношения могут иметь как положительный, так и отрицательный знак, быть доброжелательными и недоброжелательными, но в обоих случаях они влияют на направленность и силу управленческого воздействия [4].

По своему внутреннему существу управленческое воздействие представляет три взаимосвязанных между собой и последовательно переходящих друг в друга этапа. Во-первых, **операционный этап**, заключающийся в воздействии руководителя на подчиненного. Во-вторых, **процессуальный этап**, заключающийся в принятии или отвержении подчиненным оказываемого на него воздействия. В-третьих, **результативный этап**, представляющий ответные реакции подчиненного на воздействие руководителя.

В психологии и социологии различают **направленное и ненаправленное психологическое воздействие**. К направленному относятся такие методы психологического воздействия, как убеждение и внушение. К ненаправленному – заражение и подражание.

Самым безопасным и эффективным методом является убеждение. Оно направлено на снятие определенных страхов. Необходимых для устранения препятствий на пути информации к сознанию человека.

Практические правила и принципы организации эффективной, убеждающей информации. Вот главные из них:

- наиболее убедительными являются руководители, которые вызывают доверие и кажутся экспертами в своей области;
- доверие к руководителю увеличивается, если он ясно докажет и покажет, что отстаиваемая им позиция не приносит ему лично никакой выгоды, а важна для интересов дела;
- доверие к руководителю увеличивается, если он не пытается явно, «в лоб», повлиять на мнение подчиненных;
- чем выше авторитет руководителя, тем больше влияния на своих подчиненных он оказывает, даже если они и знают о его прагматических целях, из одного желания идентифицироваться с авторитетной фигурой, брать ее в пример;
- при высоком авторитете руководителя подчиненные будут тем более убеждаемы, чем большее противоречие будет существовать между начальным мнением подчиненных и точкой зрения руководителя;
- наибольший эффект дает апелляция руководителя к эмоциям (и положительным, и отрицательным) подчиненных в сочетании с логикой аргументации и конкретикой поставленных задач;
- восприимчивость подчиненных оптимальна, если они изначально спокойны, удовлетворены общением и заинтересованы в нем;

На повышение эффективности убеждения оказывают влияние следующие условия:

- умение установить контакт, вызвать доверие;
- выдержка, терпение и такт;
- умение доказывать, разъяснять, опровергать;
- подача новых идей так, чтобы они ассоциировались с уже усвоенными;
- личная убежденность, искренность;
- обеспечение одинакового понимания терминов, понятий и выражений, используемых сторонами;

- учет индивидуальных и возрастных особенностей убеждаемого и психологии малой группы.

Сама процедура убеждения включает следующие виды убеждающих воздействий [3].

Информирование представляет собой рассказ, то есть живое и образное изложение информации с целью сообщения подчиненному фактов и выводов, необходимых для побуждения его к определенным действиям.

Инструктивное разъяснение, в ходе которого работник должен запомнить сообщаемые сведения. Такое разъяснение ведется четким, ясным языком, короткими фразами.

Повествующее разъяснение, в ходе которого работнику излагаются факты в виде живого рассказа, призванного привести к соответствующим выводам.

Рассуждающее разъяснение, в ходе которого активизируется мыслительная деятельность работника путем постановки перед ним ряда вопросов и последующими логическими рассуждениями подведение его к нужным выводам.

Проблемное разъяснение отличается от предыдущих тем, что руководитель ответа на поставленные вопросы не дает. К ответам приходит сам работник, но материалы для разъяснений подаются ему таким образом, чтобы натолкнуть на необходимый для руководителя вывод.

Доказательства при убеждении строятся по логическим законам тождества, противоречия, исключенного третьего и достаточного основания.

Убеждение предполагает обязательное стимулирование подчиненного путем словесного одобрения, поддержки хода его мыслей и действий. Для эффективного психологического воздействия важен учет индивидуальных особенностей подчиненных. Анализ темперамента, характера, способностей, интересов, потребностей, поведенческих стереотипов позволяет выявить определенную типологию объектов психологического воздействия. Знание этой типологии позволяет найти правильный ключ к деловому разговору, а самое главное дает рекомендации, как себя вести с таким собеседником [2].

Библиографический список:

1. Куликов, В.Н. Проблема психологического воздействия в мировой науке [Электронный ресурс] / В.Н. Куликов. – Режим доступа: https://psihologia.biz/psihologiya-psihologiya-obschaya_693/kulikov-problema-psihologicheskogo-17223.html
2. Основные виды психологического воздействия и влияния [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://psychoday.ru/obshchenie/vidy-psihologicheskogo-vliyaniya.html>.
3. Психология управленческого воздействия в деятельности руководителя [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stud24.ru/psychology/psihologiya-upravlencheskogo-vozdjestviya-v-deyatelnosti/285278-850967-page2.html>
4. Урбанович, А.А. Психология управления [Электронный ресурс]: Учебное пособие / А.А. Урбанович // Сущность управленческого воздействия руководителя. – Режим доступа: https://zakon.today/psihiatriya-psihologiya_915/suschnost-upravlencheskogo-vozdjestviya-78836.html

ПАВЛЮК АНАСТАСИЯ ЮРЬЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Ходак Нина Анатольевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат биологических наук, доцент

К ВОПРОСУ О РЕАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТНО ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ УЧАЩИХСЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация. В статье представлен теоретический анализ принципов психологической безопасности учащихся в образовательных организациях в рамках лично-стно ориентированного подхода. Подробно изучены сущность и методологические принципы организации образовательной среды, реализуемые в педагогическом взаимодействии. Доказана реализация принципов лично-стно ориентированного подхода в образовательных учреждениях, повышающие уровень психологической защищенности учащихся и образовательной среды, в целом.

Ключевые слова: образовательная организация, психологическая безопасность, лично-стно-ориентированный подход, самореализация личности, образовательная среда, гуманизация педагогического процесса.

Период реформации российской системы образования привел к колоссальным изменениям содержания образования. Проблема гуманизации и психологизации образовательного процесса, в целом, и педагогического взаимодействия, в частности [8] с ориентацией на личность учащегося [2] становится актуальной. В последние десятилетия интерес к реализации лично-стно ориентированного подхода с учетом индивидуально-типологических, биологических, психофизиологических [6, 7], лично-стно-мотивационных [2] характеристик учащихся образовательных организаций в обеспечении психологической безопасности значительно возрос [1].

В работах И.А. Баевой [1] психологическая безопасность – состояние образовательной среды, свободное от проявлений психологического насилия во взаимодействии, способствующее удовлетворению потребностей в лично-стно-доверительном общении, создающее референтную значимость среды и обеспечивающее психическое здоровье включенных в нее участников. Образовательная среда – это психолого-педагогическая реальность, сочетание уже сложившихся исторических влияний и намеренно созданных педагогических условий и обстоятельств, направленных на формирование и развитие личности ученика [3].

Психологическая безопасность – это не только состояние образовательной среды, но и переживание личностью психологического комфорта, выражающееся в осознании собственного статуса, чувства собственного достоинства и их неприкосновенности, а также в эмоциональном принятии себя [3].

Классический подход Т.Ф. Гуровой к сущности лично-стно ориентированного образования обеспечивает связь форм, методов, взаимоотношений педагогов и учащихся с гармоничным развитием у них лично-стных компонентов психики, ценностей, мотивов, установок и предпочтений. Принципами данного подхода являются следующие: 1) принцип активности, в котором человек находится в активно-деятельном отношении к миру и к самому себе, активность обучаемого выступает в своем творческом проявлении; 2) принцип природосообразности, позволяющий учитывать природные особенности обучающегося человека (физиологические, психологические, анатомические и др.)

и соответственно его возрастные особенности. Этот принцип предусматривает при организации учебного процесса опору на природные свойства учащегося, например, его любознательность, активность, способность. Этот подход нацеливает на развитие его эмоциональной сферы, в частности, интереса, мотивации к изучению материала, на стимулирование чувства удовлетворения, ощущения успеха от удачно осуществляемой деятельности; 3) принцип продуктивности, нацеливающий на продуктивную творческую деятельность, на создание реальных продуктов обучения. Это обеспечивает внутренние приращения не только в виде знаний, навыков и умений, но и в плане духовного развития личности, а также формирования опыта – как учебно-познавательного, так и социально-культурного, способствующего социализации духовных свойств личности; 4) принцип автономности предусматривает увеличение удельного веса самостоятельности студентов, наличие элементов само- и взаимообучения. С одной стороны, принципы способствуют всестороннему развитию личности учащихся, а с другой – учету психических, индивидуально-биологических, типологических свойств психики, одновременно и позволяя раскрываться в саморазвитии, и сдерживаться в рамках имеющихся природных способностей.

Формируя мировоззренческие и социально значимые качества личности, навыки творческого и профессионального мышления, создавая условия для самореализации, личностно ориентированное обучение по своей сути способствует достижению конечных целей образования будущих специалистов в конкретной области деятельности [5].

Реализация представленных принципов в образовательных учреждениях во многом повысит уровень психологической защищенности учащихся, и образовательной среды, в целом.

Библиографический список:

1. Баева, И.А. Безопасность образовательной среды, психологическая культура и психическое здоровье школьников / И.А. Баева, В.В. Семикин // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2005. – №12.
2. Косарев, В.Н. К вопросу о личностно-ориентированном подходе в обучении и образовании / В.Н. Косарев, М.Ю. Рыков // Вестник ВолГУ. Серия 6: Университетское образование. – 2007. – №10. – С. 89–94.
3. Психологическая безопасность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://communication_psychology.academic.ru/
4. Сериков, В.В. Личностная ориентация современных образовательных технологий / В.В. Сериков // Педагогические технологии в совершенствовании подготовки специалистов для органов внутренних дел. – Волгоград, 1996. – С. 4–7.
5. Туманова, Л.В. Сделать образование практическим / Л.В. Туманова // Российская юстиция. – 1999. – № 5.
6. Ходак, Н.А. Изучение особенностей психофизиологических функций у студентов вуза в учебно-профессиональной деятельности / Н.А. Ходак // Управление качеством образования на основе российских и международных стандартов. Современные образовательные тренды. Материалы Международной научно-методической конференции, посвященной 25-летию юбилею РБИУ. – Челябинск, 2017. – С. 162–167.
7. Ходак, Н.А. Особенности развития учебного стресса и уровня стрессоустойчивости у студентов гуманитарных и технических специальностей в системе высшего образования [Текст] / Н.А. Ходак // Современная высшая школа: инновационный аспект. – 2017. – №1. – С.48–51.
8. Яценко, Т.Е. Учебное и межличностное педагогическое взаимодействие как основа формирования психологически безопасной образовательной среды / Т.Е. Яценко // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. – 2013. – №1.

ПАНФЕРОВ МАКСИМ ДМИТРИЕВИЧ

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Казанцев Александр Иосифович

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕАЛИЙ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Аннотация. В статье анализируются подходы к определению понятия «реалия» в лингвистике. Рассматриваются способы и приёмы перевода слов-реалий с английского языка на русский на материале английской художественной литературы.

Ключевые слова: реалия, слова-реалии, безэквивалентная лексика, транслитерация, транскрипция.

Особое место в изучении словарного состава того или иного языка занимает безэквивалентная лексика. На сегодняшний день данный вид лексики является актуальным потому, что помогает передать национальные реалии отдельного народа.

Как лингвистическое явление реалии относятся к категории безэквивалентной лексики. Знание и понимание реалий немаловажно при исследовании взаимодействия языка и культуры друг с другом.

Само слово «реалия» происходит от латинского прилагательного среднего рода множественного числа *realis, -e; realia* – «вещественный», «действительный». Согласно словарным определениям, реалия есть «всякая вещь материального мира» [3, с. 441]. Л.Н. Соболев под термином реалия подразумевает «бытовые и специфически национальные слова и обороты, не имеющие эквивалентов в быту» [4, с. 53]. А.В. Федоров под реалиями понимает «слова, обозначающие национально-специфические реалии» [6, с. 46]. По нашему мнению, наиболее полное и четкое определения термина «реалия» дают болгарские ученые С. Влахов и С. Флорин в своей работе «Непереводимое в переводе»: «Реалии – это слова (и словосочетания), называющие объекты, характерные для жизни (быта, культуры, социального и исторического развития) одного народа и чуждые другому, будучи носителями национального и (или) исторического колорита, они, как правило, не имеют точных соответствий (эквивалентов) в других языках, и, следовательно, не поддаются переводу на общем основании, требуя особого подхода» [2, с. 47].

Будучи словами с ярко выраженной национальной спецификой, англоязычные реалии представляют большую трудность при переводе на русский язык. По нашему мнению, объем фоновых знаний, которыми обладают читатель и автор какой-либо работы, значительно отличаются друг от друга, поэтому переводчик стремится компенсировать этот разрыв «недопонимания» и передать всю информацию читателю таким образом, чтобы она была для него крайне ясна и понятна.

Выбор того или иного переводческого приема во многом зависит от контекста и экстралингвистической ситуации (включающей в себя ситуацию общения, предмет сообщения и участков коммуникации), в которых употреблена данная языковая единица [1, с. 5].

Среди трудностей, возникающих при переводе реалий, можно выделить следующие:

1) в переводящем языке нет соответствия (эквивалента) переводимой реалии из-за отсутствия у носителей этого языка обозначаемого реалий объекта (референта);

2) необходимость наряду с предметным значением (семантикой) реалии передать ее колорит (коннотацию), а также национальную и историческую окраску [5, с. 27].

Проблема перевода реалий привлекает внимание многих лингвистов. Самыми распространенными приемами перевода реалий являются транслитерация, транскрипция, перенос, калькирование, описательный, приближительный и трансформационный перевод.

На первоначальном этапе нашего исследования было выделено более 130 примеров перевода англоязычных слов-реалий, которые были отобраны нами методом сплошной выборки. Источниками информации для нас служила британская и американская публицистика: *The Times*, *Wired Magazine*, *The New York Times*, *Vanity Fair*, *Dazed*, *V Magazine*, *Flaunt*, *L'Officiel USA*, *NME* и т.д. Исходя из конкретного, имеющегося в нашем распоряжении материала, мы классифицировали наиболее встречаемые приемы перевода англоязычных реалий на русский язык следующим образом:

I. Транслитерация – способ перевода лексической единицы оригинала путем воссоздания ее графической формы с помощью букв языка перевода.

1) *I'm not in **Silver Lake** but I love all the stuff that's going on around there.*

*Мне не очень нравится инди-рок район **Сильвер-Лейк**, но мне нравится то, что там происходит.*

Silver Lake – это инди-район, расположенный на северо-западе Лос-Анджелеса, атмосфера которого уже возведена в культ и собрала вокруг себя толпы калифорнийских поклонников.

2) *Bankers' associations in **Texas and Florida** followed suit.*

*Ассоциации банкиров **Техаса и Флориды** пошли тем же путем.*

II. Перенос наряду с транслитерацией и транскрипцией относится к интерлинейному способу перевода, т.е. перевода, осуществляемого по формально-структурным соответствиям.

1) *I kind of was nervous about what he was going to say. I **FaceTimed** him – he was amazing.*

*Я немного переживала, не знала, что он скажет. Я набрала его по **FaceTime** – он был удивительным.*

FaceTime – это наименование технологии видео или аудиозвонков, включающей одноименную веб-камеру, разработанную компанией Apple.

III. Транскрипция – передача на письме тем или иным набором письменных знаков (фонетическим алфавитом) элементов звучащей речи (фонем, аллофонов, звуков).

1) *I would totally go see **Haight-Ashbury** in San Francisco.*

*Я бы точно хотела побывать в районе **Хейт-Эшбери** в Сан-Франциско.*

2) *And for the first time, she's also opening the door to a number of guest vocalists: **Abel Tesfaye, Stevie Nicks, and Sean Ono Lennon** on a Beatles-referencing song called «**Tomorrow Never Came**».*

*И впервые она открыла двери для многих артистов: **Эйбел Тесфайе, Стиви Никс и Шон Оно Леннон**, с которым она работала над композицией **Tomorrow Never Came** с отсылками к *The Beatles*.*

IV. Калькирование – средство передачи имен собственных, в котором часть слова, слово или словосочетание одного языка переводится соответствующими морфемами или лексемами другого языка.

1) *So no, I didn't get to pretend that I was with my old crush from My So-Called Life.*

Так что нет, я не притворялась, что я тут со своим давним объектом обожания из сериала «Моя так называемая жизнь».

My So-Called Life – это американский молодежный драматический сериал, выходивший на канале ABC с 25 августа 1994 по 26 января 1995 года.

2) *Last year when I was doing Of Mice and Men on Broadway, I watched Lana Del Rey's video for «Ride» while I was waiting to go onstage.*

В прошлом году я играл в спектакле «О мышах и людях» на Бродвее и смотрел видеоклип на композицию Ride Ланы Дель Рей, пока ждал выхода на сцену.

«Of Mice and Men» – повесть Джона Стейнбека, опубликованная в 1937 году, рассказывающая трагическую историю двух работяг во время Великой депрессии в Калифорнии и касающаяся таких понятий, как мечта, вина и сочувствие.

V. Добавление

1) *I fantasised about Laurel Canyon.*

Я фантазировала о престижном районе Лос-Анджелеса – Лорел Каньон.

VI. Описательный перевод – используется в тех случаях, когда в языке не существует никакой другой возможности передачи языковой единицы вследствие отсутствия аналогов и эквивалентов.

1) *She worked at the prepared food counter at Pathmark – “I fried the chicken, made the hoagies.*

Она работала за прилавком готовой еды в компании «Пасмарк» – «Я жарила курицу, делала большие сэндвичи из булки с мясом, сыром, помидорами».

Проанализировав выбранные нами слова-реалии, мы пришли к выводу, что по частоте употребления приемов перевода чаще всего англоязычные реалии переводятся путем транслитерации (30%) и переноса (25%), реже – путем описательного перевода (2%). В статьях изданий встречаются этнографические, ономастические и географические реалии.

Библиографический список:

1. Бархударов, Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л.С. Бархударов. – М.: «Международ. отношения», 1975. – 240 с.

2. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – М.: Международные отношения, 1986. – 416 с.

3. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – 4-е изд., доп. – М.: Азбуковник, 2000. – 940 с.

4. Соболев, Л.Н. О переводе образа образом / Л.Н. Соболев // Вопросы художественного перевода. – М.: Сов. Писатель, 1995. – С. 290.

5. Теория перевода: основные понятия и проблемы / М.Ю. Илюшкина; [науч. ред. М. О. Гузикова]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 84 с.

6. Федоров, А.В. Основы общей теории перевода / А.В. Федоров. – М.: Высш. шк., 2013. – 303 с.

7. Darling, J. The Taxi Driver's Daughter / J. Darling. – London: Penguin Books, 2004. – 264 с.

ПЕДОШЕНКО КИРИЛЛ АНДРЕЕВИЧ

г. Таганрог, Таганрогский институт имени А.П. Чехова (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

ХОЛОДКОВСКАЯ НАТАЛИЯ СЕРГЕЕВНА

г. Таганрог, Таганрогский институт имени А.П. Чехова (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», доцент кафедры экономики и предпринимательства

Научный руководитель: Холодковская Наталия Сергеевна

г. Таганрог, Таганрогский институт имени А.П. Чехова (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», доцент кафедры экономики и предпринимательства

СООТВЕТСТВИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВЫБОРА СТАРШЕКЛАССНИКОВ ПОТРЕБНОСТЯМ РЫНКА ТРУДА РЕГИОНА

Аннотация. В работе отражены результаты исследования, устанавливающие соответствие между выбором профессии старшеклассников г. Таганрога и востребованностью этой профессии на рынке труда региона.

Ключевые слова: старшеклассник, выбор, профессия, престиж, регион, социальная сфера.

В сложившихся условиях влияния неблагоприятной внешнеэкономической и внешнеполитической конъюнктуры постоянно возрастает роль концепции устойчивого развития России. «Реализация модели устойчивого развития страны в целом возможна путем интеграции управления социально-экономическими системами на федеральном, региональном, муниципальном уровнях, при этом ключевым является управление устойчивым развитием региона» [1, с. 182].

При оценке экономической устойчивости регионов социальные факторы и соответствующие им критерии занимают одну из главных ролей. «К внутренним факторам устойчивости социальной системы регионального развития относятся демографические факторы, факторы уровня жизни, здоровья населения, состояния трудовых ресурсов, криминогенной ситуации, социальной сферы и инфраструктуры» [1, с. 182].

Решение широкого спектра проблем в социально-экономической сфере может быть обеспечено путем повышения эффективности функционирования рынка труда.

Способствовать повышению уровня развития отдельных социальных факторов в регионе призван своевременный прогноз состояния рынка труда.

Цель работы – установление соответствия между выбором профессии старшеклассников г. Таганрога и востребованностью этой профессии на рынке труда региона.

В соответствии с целью работы были сформулированы следующие задачи: 1) подобрать инструментарий для проведения статистического исследования по проблеме выбора профессии обучающимися школы; 2) изучить рейтинг востребованных профессий в регионе; 3) выявить профессиональные предпочтения обу-

чающихся 8–11 классов г. Таганрога; 4) нацелить учащихся на выбор профессии с учетом ее востребованности.

Статистическое наблюдение было проведено методом анкетного опроса. Респондентами выступили обучающиеся 8-11 классов г. Таганрога. Всего в исследовании приняли участие 94 человека. Полученные данные по каждому вопросу анкеты мы группировали в таблицы, на основе которых были составлены общие сводные таблицы по всем классам.

Рассмотрим вопрос №1. Какую профессию вы планируете освоить в будущем? Анализ результатов опроса показал, что старшеклассники МОБУ СОШ № 6 остановили свой выбор будущей профессии на таких специальностях, как военный, спецназ, пожарный, МЧС (17%), врач, фармацевт (11%), менеджер, предприниматель (16%), программист (20%).

Отметим, что рабочие профессии выбрали только 28% опрошенных. Это достаточно низкий показатель для нашего промышленного региона.

Рассмотрим вопрос № 2. Чем вы руководствуетесь при выборе будущей профессии?

Анализ ответов показал, что при выборе профессии приоритетами школьников являются возможность заниматься любимым делом (65%) и высокооплачиваемая работа (64%). Такой актуальный фактор, как «востребованность профессии на рынке труда», отметили в своих ответах лишь 17 % опрошенных.

Рассмотрим вопрос № 3. Из каких источников вы получаете информацию о преимуществах и недостатках различных профессий?

Информацию о преимуществах и недостатках различных профессий большинство обучающихся (78%) находят в Интернете. 46 % респондентов изучают плюсы и минусы различных профессий с родителями, 30% прислушиваются к мнению друзей. Таким образом, родители и друзья оказывают существенное влияние на профессиональный выбор детей. Но иногда правильному выбору профессии мешают установки друзей или родителей. Важно сделать собственный выбор и не перепутать его с чужим, а родители должны помочь детям лучше разобраться в своих склонностях и возможностях. Педагоги школы, как источники информации о профессиях, играют незначительную роль. Только 12% опрошенных указали их как источник информации.

Рассмотрим вопрос 4. Реализация каких мероприятий облегчит вам ваш профессиональный выбор?

Ответы старшеклассников на этот вопрос распределились следующим образом: большинство респондентов (57%) ответили, что необходимы специально организованные беседы со специалистами, также немаловажными факторами являются организация экскурсий на различные предприятия (40%) и введение в школе курса по профориентации (32%).

Рассмотрим вопрос №5. Какие профессии сейчас популярны и востребованы в вашем регионе проживания (Ростовской области)?

Мода ряда популярных и востребованных профессий (по мнению обучающихся) – строитель, сварщик. Эти профессии указали 38 человек (40% опрошенных). На втором месте по популярности ответ «врач, фармацевт». Такой вариант предложили 34 человека, или 36% респондентов.

Сравним мнения старшеклассников о востребованных профессиях в нашем регионе и действительным положением дел.

Список востребованных профессий в Ростовской области, утвержденный губернатором Василием Голубевым, включает 73 специальности, среди которых преобладают рабочие и инженерно-технические профессии.

Далее сопоставим профессиональный выбор старшеклассников и реальной востребованностью данной профессии в нашем регионе.

В лидеры выбора старшеклассников вошли программист, военный, менеджер, предприниматель, врач, фармацевт, бухгалтер, экономист. Из выбранных профессий старшеклассниками в списке востребованных в регионе лишь профессии врача и программиста.

Сопоставив данные исследования с востребованностью профессий на региональном рынке труда, можно сделать вывод, что мнения учащихся не в полной мере соотносятся с потребностями рынка труда Ростовской области, что, безусловно, отрицательно влияет на эффективность его функционирования.

Сделаем выводы и сформулируем предложения по проведенному наблюдению.

Сфера профессиональных предпочтений обучающихся 8–11 классов смещены в пользу образовательных организаций высшего образования. Как следствие, профессии, которые приобретают выпускники, не дают им возможности быть востребованными на рынке труда. Несоответствие структуры профессионального образования актуальным и перспективным потребностям рынка труда по квалификационному уровню и профессиональной структуре приводят к дефициту квалифицированных кадров по ряду профессий и специальностей, что может стать существенным ограничением для ускорения темпов экономического роста Ростовской области.

Следует помнить, что, помогая обучающимся с выбором профессии, необходимо рассматривать профессии, которые пересекаются с увлечениями и любимыми занятиями обучающихся. Необходимо информировать старшеклассников о востребованности профессии на рынке труда, размещая на стенде адреса сайтов, содержащих интересную и полезную информацию об инженерных и рабочих профессиях. В рамках профориентационной работы следует включить в тему классных часов беседу «Повышение престижа инженерных и рабочих профессий», усилить работу по проведению специальных экскурсий на различные предприятия с целью знакомства старшеклассников со спецификой работы на них, организовать цикл мастер классов специалистов различных профессиональных сфер.

Рынок труда является составной частью экономической системы страны, а значит, он зеркально отражает большинство политических и социально-экономических процессов, происходящих в государстве.

Библиографический список:

1. Холодковская, Н.С. Оценка социальных показателей устойчивого развития региональной экономики / Н.С. Холодковская // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2017. – № 4. – Ч.5. – С. 182–186.
2. Дианина, Е.В. Потребности рынка труда как социальный фактор, влияющий на профессиональный выбор старшеклассников / Е.В. Дианина // Вестник ГУУ. – 2016. – №9. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/potrebnosti-rynka-truda-kak-sotsialnyy-faktor-vliyayuschiy-na-professionalnyy-vybor-starsheklassnikov>.

ПОНОМАРЕВ НИКОЛАЙ ЕВГЕНЬЕВИЧ

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Бодрова Екатерина Григорьевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления

АНАЛИЗ БАНКА ПО ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ БАНКА ВТБ (ПАО))

Аннотация. В данной статье рассматривается порядок анализа деятельности банка на основании финансовой отчетности. Анализ деятельности банка проводится по направлению формирования финансовых результатов.

Ключевые слова: коммерческий банк, Центральный Банк РФ, анализ деятельности, финансовая отчетность банка, финансовый анализ, принципы финансового анализа.

Коммерческий банк – такой же субъект экономики, как и предприятие. Коммерческие банки относятся к особой категории деловых предприятий, получивших название финансовых посредников. Коммерческим банком является учреждение, осуществляющее на договорных условиях кредитно-расчетное и иное банковское обслуживание юридических лиц и граждан путем совершения операций и оказания услуг [1, с. 152–158].

Анализ деятельности банка имеет огромное значение для самого банка, для клиентов, а также для Центрального Банка РФ. Банк на основе анализа своей деятельности, а также деятельности других банков может оценивать эффективность и качество своей работы и определять направления ее улучшения. Акционеры и клиенты банка на основании такого анализа получают возможность оценивать его надежность и доходность для решения вопроса о целесообразности дальнейших взаимоотношений, в этом и заключается актуальность исследования [5, с. 83].

Коммерческие банки в рыночной экономике являются по своей природе коммерческими фирмами в области денежного рынка. Они привлекают ресурсы и размещают их по определенным направлениям, будучи мотивированными критериями прибыльности, увеличения капитала и надежности. Коммерческие банки различаются по структуре капитала и уровню надежности операций, форме собственности на капитал, структуре пассивов и активов.

Коммерческие банки в условиях продолжающегося экономического кризиса сталкиваются со многими трудностями. Наблюдавшийся в последнее время существенный недостаток ресурсов коммерческих банков, скорее всего, приведет к одному из двух последствий: либо дальнейшее их укрепление, либо специализация на определенных видах деятельности или регионах.

Финансовая отчетность банка служит основным источником информации о его деятельности. Полный всесторонний анализ отчетности необходим, прежде всего, собственникам и администрации банка для принятия управленческих решений [3, с. 26].

Важным аспектом управления деятельностью коммерческого банка (как кредитной организации и финансового посредника) выступает рост прибыли, кото-

рая рассматривается как прибавочная стоимость в разрезе банковских операций, банковских продуктов и деятельности банковского учреждения в целом [4, с. 59].

Деятельность любого банковского учреждения во всех ее проявлениях нацелена на максимизацию получаемого финансового результата.

На основании отчетности банка ВТБ (ПАО) проведен анализ финансовых результатов банка, данные представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ формирования финансовых результатов банка ПАО ВТБ

Показатели	2016 г., тыс. руб.	2017 г., тыс. руб.	2018 г., тыс. руб.	Изменение в 2018 г. с 2016 г.	
				тыс. руб.	%
1. Чистые процентные доходы (отрицательная процентная маржа) после создания резерва на возможные потери	119 556 511	85 903 071	285 666 123	166 109 612	138,94
2. Общая сумма чистых доходов от операций с финансовыми вложениями (финансовые активы и обязательства, доходы от участия в капитале других юридических лиц)	-30 637 811	107 105 065	147 399 023	178 036 834	581,10
3. Общая сумма чистых доходов от операций с иностранной валютой и драгоценными металлами	28 300 746	-42 088 682	-35 029 379	-63 330 125	-223,78
4. Общая сумма сальдо комиссионных доходов и расходов	25 047 145	27 858 429	95 822 787	70 775 642	282,57
5. Прочие операционные доходы	22 320 210	19 428 034	85 018 663	62 698 453	280,90
6. Операционные расходы	82 906 315	128 588 605	290 515 994	207 609 679	250,41
7. Изменение резерва по прочим потерям	195 860	3 331 274	-6 175 955	-6 371 815	-3 253,25
8. Прибыль до налогообложения (стр. 1 + стр. 2 + стр. 3 + стр. 4 + стр. 5 – стр. 6 + стр. 7)	81 876 346	72 948 586	282 185 268	200 308 922	244,65
9. Возмещение (расход) по налогам	12 788 001	-28 319 590	51 278 365	38 490 364	300,99
10. Чистая прибыль (убыток)	69 088 345	101 268 176	230 906 903	161 818 558	234,22

В 2016 г. получению прибыли способствовали проводимые банком операции по привлечению и размещению средств (сумма чистого дохода после создания резервов – 119 556 511 тыс. руб.); операции с иностранной валютой и драгоценными металлами (сумма чистого дохода – 28 300 746 тыс. руб.); комиссионные операции (сумма чистого дохода – 25 047 145 тыс. руб.). Убыточными оказались операции,

связанные с инвестиционной деятельностью (с ценными бумагами и вкладами в капитал других юридических лиц; сумма чистого убытка – 30 637 811 тыс. руб.).

В 2017 г. получению прибыли способствовали проводимые банком операции по привлечению и размещению средств (сумма чистого дохода после создания резервов – 85 903 071 тыс. руб.); операции, связанные с инвестиционной деятельностью (с ценными бумагами и вкладами в капитал других юридических лиц; сумма чистого дохода – 107 105 065 тыс. руб.); комиссионные операции (сумма чистого дохода – 27 858 429 тыс. руб.). Убыточными оказались операции с иностранной валютой и драгоценными металлами (сумма чистого убытка – 42 088 682 тыс. руб.).

В 2018 г. получению прибыли способствовали проводимые банком операции по привлечению и размещению средств (сумма чистого дохода после создания резервов – 285 666 123 тыс. руб.); операции, связанные с инвестиционной деятельностью (с ценными бумагами и вкладами в капитал других юридических лиц; сумма чистого дохода – 147 399 023 тыс. руб.); комиссионные операции (сумма чистого дохода – 95 822 787 тыс. руб.). Убыточными оказались операции с иностранной валютой и драгоценными металлами (сумма чистого убытка – 35 029 379 тыс. руб.).

В итоге сумма финансового результата от проведения кредитно-депозитных операций увеличилась на 166 109 612 тыс. руб. (темп изменения составил +138,94%) за 2016–2018 гг., что положительно характеризует рассматриваемый аспект формирования чистого финансового результата банка [2, с. 56].

Используем корреляционно-регрессионный анализ для более подробного изучения взаимосвязей между факторами, влияющими на прибыль банка [6, с. 171]. Назовем рассматриваемые факторы:

- В1 – процентные доходы банка, полученные от кредитования юридических лиц;
- В2 – процентные доходы банка, полученные от кредитования физических лиц;
- В3 – комиссионные доходы банка;
- В4 – комиссионные расходы банка;
- В5 – процентные расходы банка по срочным депозитам юридических лиц;
- В6 – процентные расходы банка по срочным депозитам физических лиц;
- В7 – операционные расходы;
- В8 – прочие расходы.

Значение результативных и факторных показателей, влияющих на прибыль банка ВТБ (ПАО) представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Значение результативных и факторных показателей, влияющих на прибыль банка

Период	Прибыль (А)	Факторные показатели							
		В1	В2	В3	В4	В5	В6	В7	В8
2016 г.	377,65	723,47	449,86	188,9	17,68	84,17	276,79	466,38	139,56
2017 г.	311,2	886,79	576,7	241,11	23,9	126,46	279,6	598,67	364,77
2018 г.	218,39	1147,00	630,7	297,7	31,76	235,6	468,86	619,8	500,99

При заполнении значений таблицы 3 необходимо соблюдение выполнения условия – формула 1:

$$A = B1 + B2 + B3 - B4 - B5 - B6 - B7 - B8 \quad (1)$$

Корреляционный и регрессионный анализ взаимосвязи между прибылью и факторами, влияющими на её формирование, после преобразования, представим в таблице 3.

Таблица 3 – Матрица коэффициентов парной корреляции

Прибыль	А	Факторные показатели							
		В1	В2	В3	В4	В5	В6	В7	В8
А	1								
В1	0,789	1							
В2	0,758	0,725	1						
В3	0,789	0,774	0,965	1					
В4	0,796	0,766	0,967	0,982	1				
В5	0,763	0,768	0,965	0,962	0,978	1			
В6	0,745	0,796	0,963	0,987	0,963	0,872	1		
В7	0,763	0,789	0,962	0,961	0,897	0,889	0,785	1	
В8	0,796	0,698	0,892	0,899	0,899	0,865	0,779	0,965	1

По данным таблицы 3 можно отметить, что прибыль банка тесно связана с факторами:

- процентные доходы от кредитования юридических лиц (0,789);
- процентные доходы от кредитования юридических лиц (0,758);
- комиссионные доходы банка (0,789);
- комиссионные расходы банка (0,796);
- операционные расходы банка (0,763).

Однако на одном показателе наблюдается мультиколлениарность ($V_i V_i > 0,8$), данный показатель может усложнить отбор факторов для отбора построения адекватной регрессионной модели. Проанализируем показатель прибыли банка от изменения значения факторных показателей В1 и В8:

а) регрессионная статистика:

- множественный показатель $R = 0,94894143$;
- R квадрат = 0,900489838;
- нормированный R квадрат = 0,883904811;
- стандартная ошибка = 43,52220345;
- наблюдения = 15.

б) дисперсионный анализ (таблица 4).

Таблица 4 – Дисперсионный анализ

Показатель	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	Значимость <i>F</i>
Регрессия	2	205690,5683	102845,3	54,29535	9,71
Остаток	12	22730,18632	1894,182	-	-
Итого	14	228420,7546	-	-	-

По данным вычислений можно отметить, что качество регрессионной модели прибыли банка оценивается как высокое (R и R - квадрат близко к 1).

Исходя из результатов корреляционно-регрессионного анализа, можно сделать вывод, что для улучшения финансового состояния и системы его управления необходимо усовершенствовать систему управления банком.

Финансовый анализ является прерогативой высшего звена управленческих структур банка, способных влиять на формирование финансовых ресурсов и на потоки денежных средств.

При проведении финансового анализа основываются на основных принципах финансового анализа деятельности любого субъекта, в том числе и коммерческого банка.

Библиографический список:

1. Банковское дело: розничный бизнес: учебное пособие / кол. авторов; под ред. Г.Н. Белоглазовой и Л.П. Кроливецкой. – М.: КНОРУС, 2018. – С. 152–158.
2. Бодрова, Е.Г. Управление запасами на основе ABC-анализа как способ повышения экономической эффективности деятельности предприятия (на примере ООО «Вендинг-Юг») / Е.Г. Бодрова, А.А. Лещукова // Вестник Поволжского государственного технологического университета. Сер.: Экономика и управление. – 2018. – № 4 (40). – С. 56–65.
3. Вайсман, Е.Д. Цифровизация VS занятость: опыт банковского сектора / Е.Д. Вайсман, М.В. Подшивалова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2018. – Том 12. – № 4. – С. 26–34.
4. Смирнова, Н.А. Развитие механизма формирования обменного курса рубля в России / Н.А. Смирнова // Финансовый журнал. – 2015. – № 6(28). – С. 59–66.
5. Степанова, Е.А. Оценка кредитных операций коммерческого банка (на примере банка «ВТБ 24» (ПАО) [Текст] / Е.А. Степанова // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы VI Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2017 г.). – СПб.: Свое издательство, 2017. – С. 83–86.
6. Четыркин, Е.М. Финансовая математика: Учебник / Е.М. Четыркин. – 3-е изд. – М.: Дело, 2018. – С. 171–180.

ПОСОХИНА КРИСТИНА ВЛАДИМИРОВНА

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет»

Научный руководитель: Коняева Елена Александровна

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет», кандидат педагогических наук, доцент

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОРИЕНТАЦИИ СТАРШЕКЛАССНИКОВ НА РАБОЧИЕ ПРОФЕССИИ

Аннотация. Статья посвящена актуальной проблеме – ориентации обучающихся школы на рабочие профессии. Обоснована необходимость повышения мотивации у молодежи на получение профессий востребованных в реальном секторе экономики. Современный мир шагает в технологический быстрее, чем может казаться, сокращая перечень вакансий, которые когда-то были нужны. Подросток вынужден полагаться на самого себя, необходимо быть мобильным в ориентировании на любой специальности. Выпускники школ не имеют представления о реальном спросе на специалистов на современном рынке труда.

Ключевые слова: рабочие профессии, выпускники, школа, профориентация, работа, востребованность.

Прежде чем приступить к рассмотрению проблемы ориентации обучающихся школы на рабочие профессии, обратимся к определению. Под рабочей профессией понимается определенная трудовая деятельность, комплекс знаний и навыков, осваиваемых в учреждениях начального или среднего профессионального образования и, как правило, связанная с физическим трудом. К рабочей профессии, как правило, относят такую профессию, где важно не столько образование, сколько профессиональный опыт, а также такую работу, где требуется образование и физическая сила. И даже несмотря на то, что среди рабочих профессий далеко не всегда удается избежать чистоты, спецодежда подчеркивает благородство профессии рабочего.

Статистика явно указывает на то, что в современном обществе нет большой потребности в экономистах, юристах, гуманитариях и математиках. Всех и всегда можно заменить – количество претендентов на место зашкаливает. Этого явно не скажешь о рабочих профессиях, где рекрутеры часто вынуждены заманивать специалистов льготами, а не только заработной платой.

Взаимосвязь школы, колледжа (техникума), производства – необходимое условие профессиональной ориентации обучающихся на рабочие профессии. Миллионы обучающихся ежегодно оканчивают среднюю школу и принимают решение идти на производство, то есть становиться рабочими. Новоявленный рабочий, опираясь на полученные и усвоенные знания в школе, начинает овладевать выбранной профессией и вырастает в новый коллектив.

Для того чтобы процесс «вращения» в новую социальную среду прошел успешно, необходимо проводить в школе профориентацию и подведение обучающихся к овладению определенной профессией вплотную. Большую помощь в этом оказывают различные учебно-производственные комбинаты, учебные цехи и участки предприятий [3].

Какие же конкретно мероприятия могут и должны проводиться в школе? Прежде всего, это учеба в форме семинаров руководителей и учителей школы, занимающихся трудовым обучением по проблемам профориентации обучающихся, рассмотрение возможных форм совместной работы школы. Здесь важно, чтобы представители колледжей и предприятий знакомили обучающихся с профессиональными учебными заведениями, предприятиями города, района, также основными профессиями и потребностями в них.

Еще одной формой профориентации может выступить экскурсия. Организуя экскурсии нужно постараться рассказать об основных профессиях, показать их специфику, чтобы у ребят сложилось положительное мнение о важности той или иной профессии. Живой рассказ передовиков производства выпускникам школы оставит определенное впечатление, заинтересует их.

Огромное значение для профориентационной работы имеет создание в профессиональных образовательных организациях и на учебно-производственных комбинатах с помощью базовых предприятий хорошей материально-технической базы.

Связь учебно-производственного комбината со школой может быть выражена и в проведении таких совместных мероприятий, как недели науки и производства, вечера встречи с передовиками и ветеранами труда, совместные вечера, диспуты, викторины и конкурсы по профессиям (с участием обучающихся профессиональных образовательных организаций и комплексно-молодежных бригад предприятий), экскурсии на предприятия и в колледжи, районные встречи обучающихся-выпускников.

Ориентиром для тех, кто только выбирает свою профессию, могут служить конкурсы профессионального мастерства, проводимые на базе профессиональных образовательных организаций и предприятий. Так, в системе профессионального образования Челябинской области проводится целый ряд таких конкурсов (и олимпиад) профессионального мастерства студентов и мастеров производственного обучения по профессиям и специальностям СПО. В частности, проводились олимпиады профессионального мастерства студентов по таким специальностям СПО, как:

- Техническое обслуживание и ремонт автомобильного транспорта;
- Сварочное производство;
- Технология машиностроения;
- Техническая эксплуатация и обслуживание электрического и электромеханического оборудования (по отраслям),
- Конструирование, моделирование и технология швейных изделий, и конкурсов профессионального мастерства студентов и мастеров производственного обучения по профессии «Парикмахер» [4, с. 32].

В старших классах подшефных школ совместно с шефствующими предприятиями возможна организация факультативов по профориентации.

Советы по профориентации предприятий должны оказывать помощь школам в проведении профессиональных консультаций обучающихся. С этой целью необходимо проводить беседы с учащимися школ и профессиональных образовательных организаций о конкретной специализации, оформлять стенды и рекламные буклеты, альбомы и видеофрагменты о профессиях.

Большую помощь в проведении профориентационной работы учителям-предметникам и классным руководителям оказывает школьный библиотекарь. Формы совместной работы могут быть различными. Это и наблюдения за чтением школьников, и проведение анкетных опросов, и анализ данных о прочитанных книгах, и проведение индивидуальных бесед, и рекомендация книг для чтения по профориентации (составление тематических планов чтения по отраслям, профессиям).

В проведении профориентационной работы с учащимися помогает наглядная агитация: оформление стендов, щитов, стенгазет, витрин, рассказывающих о массовых профессиях, в которых нуждается экономика области, о передовиках и рационализаторах производства.

Успешное решение задач подготовки высококвалифицированных кадров для экономики в значительной степени зависит от организации профессионального отбора (подбора), трудоустройства и профессиональной адаптации молодежи в трудовом коллективе. Одним из направлений профориентационной работы является проведение чемпионатов по профессиональному мастерству «Молодые профессионалы» (WorldSkills). Так, в г. Челябинске только за 4 дня проведения Межрегионального отборочного чемпионат в 2016 г. на его площадках профориентационную диагностику прошел 2405 учащихся из 99 образовательных организаций, проведено 5125 профориентационных проб по 12 профессиям [5, с. 71].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что правильно поставленная профориентационная работа позволяет поднимать престиж тех рабочих профессий, в которых нуждаются те или иные предприятия и экономические регионы страны.

Библиографический список:

1. Пряжников, Н.С. Профориентация в школе и колледже. Игры, дискуссии, задачи-упражнения. Методическое пособие [Текст] / Н.С. Пряжников, Л.С. Румянцева. – М.: Академия, 2014. – 304 с.
2. Захаров, Н.Н. Профессиональная ориентация школьников [Текст] / Н.Н. Захаров, В.Д. Симоненко. – М.: Просвещение, 1989. – 192 с.
3. Козловская, С.Н. Технологии организации профориентационной работы в школе. Практическое пособие [Текст] / С.Н. Козловская. – М.: Инфра-М, 2017 – 174 с.
4. Коняева, Е.А. Конкурсы профмастерства как механизм профессионального становления обучающихся (на примере Челябинской области) [Текст] / Е.А. Коняева, Е.М. Зайко // Профессиональное самоопределение молодежи инновационного региона: проблемы и перспективы: сборник статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции 23-27 ноября 2015г., г. Красноярск. – Красноярск: Изд-во КрасГАУ, 2016. – С. 30–34.
5. Коняева, Е.А. Профориентация как основа профессионального самоопределения молодежи (на примере Челябинской области) [Текст] / Е.А. Коняева, Е.М. Зайко // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2016. – № 10 (66). – С. 66–78.
6. Педагогический энциклопедический словарь / гл. ред. Б.М. Бим-Бад. – М.: Большая рос. энцикл., 2002. – 528 с.

ПРОХОРОВА ВАЛЕРИЯ АНДРЕЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Хабибуллина Инга Ильгизовна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», старший преподаватель кафедры дизайна, рисунка и живописи, член Союза Дизайнеров Москвы

ОФОРМЛЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ КНИЖНЫХ ИЗДАНИЙ

Аннотация. В статье рассматривается актуальная на сегодняшний день тема для книжных издательств: как нужно оформлять книгу, чтобы потенциальный покупатель обратил на неё внимание? Определяются основные аспекты, на которые читатель обращает внимание при выборе книги. Результатом проведённого исследования является вывод о том, как нужно подходить к определению концепции книги, стилистике иллюстраций, вёрстке, печати и общему оформлению издания.

Ключевые слова: книги, иллюстрация, дизайн, графика, тенденции, тренды.

От того, как книжное издательство оформит книгу в целом, учитывая все нюансы, зависит то, захочет ли потенциальный покупатель эту книгу приобрести. В этой статье не будут рассматриваться книги из низкого ценного сегмента, так как они направлены на аудиторию, для которой важно в основном чтение книги в бумажном варианте. Главной целью исследования являются книги как из среднего ценового сегмента, так и подарочные, коллекционные издания.

Первое, о чём стоит поговорить, это о внешнем виде книге [1]. Формат и обложка имеют первостепенное значение при продаже книги, так как это является первым, что бросается в глаза покупателю. От того, как выглядит издание, зависит, захочет ли читатель ознакомиться с описанием произведения и внутренним строением книги. На данный момент на книжных полках можно увидеть огромное количество как современных новинок, так и переизданий классики и выделиться среди них сложно.

Большинство книг имеют стандартный формат, и ещё одно издание похожего типа просто потеряется в этом потоке. Таким образом, более вероятно, что книга необычного формата быстрее сможет привлечь внимание покупателя [2]. Оформление обложки книги также имеет огромное значение. На данный момент множество книг имеет яркую обложку, забитую различными деталями. Обложки, имеющие более лаконичное оформление, лучше выделяются среди книжных полок. На этапе подготовки книги некоторые авторы просят художников создать несколько обложек и затем делают опрос в социальных сетях в целях выявления лучшего варианта. Это даёт возможность понять, чего хотят видеть большинство читателей в облике будущей книги. Конечно, формат книги необязательно должен быть нестандартным, так как интересная обложка может привлечь внимание и к книге обычного формата А5.

Аннотация – ещё один аспект, к которому необходимо подходить с определённой тщательностью. Плохая аннотация или её отсутствие может оказаться большим препятствием для покупки, так как читатель не будет знать, что за произведение приобретает. Если потенциальный покупатель не смог понять книгу исходя из аннотации, то он не будет уточнять содержание, а просто пройдёт мимо.

Иллюстрации в книге должны соответствовать тексту произведения и общей атмосфере издания. Важно то, что иллюстрации должны дополнять книгу, быть частью общей концепции, ведь книга должна быть единым целым. Стоит отметить, что специфические иллюстрации не привлекут внимание большой аудитории, а многих могут даже и оттолкнуть. Иллюстрируя книгу, художник должен понимать свою целевую аудиторию и знать, какие приёмы, техники и образы использовать. «Цель художника-графика – самовыражение, а задача оформителя книги, осознающего свою ответственность и долг, – самоустранение» [3, с. 2]. Ян Чихольд явно даёт понять, что художник должен абстрагироваться от собственного выражения и подчиниться произведению. Читатели также очень ценят дополнительное оформление внутри книги в виде различных мелочей таких, как букваца, заставки, рамки и виньетки.

От хорошего издания читатели ждут не только приятное и интересное общее оформление книги. Издание должно быть качественным. Бумага должна быть плотной и не просвечивающей, иллюстрации должны быть хорошо пропечатаны. Шрифт должен быть чётким и удобочитаемым. Люди также чаще отдают предпочтение твёрдому переплёту, нежели мягкому. Также было замечено, что присутствие ляссе и достаточно больших полей является обязательным атрибутом среди коллекционных изданий.

Стоит также отметить важную проблему, которая существует на книжном рынке – несоответствие цены и качества издания. Часто можно встретить, что даже подарочное издание имеет плохо сшитый переплёт, тонкую газетную бумагу и некачественную печать иллюстраций. Подобный облик книги возмущает читателей и они не готовы платить деньги за такой продукт.

Интересно также то, что запечатанные в плёнку книги отталкивают покупателя, так как читатель не имеет возможности ознакомиться с внутренним оформлением книги и качеством бумаги. Таким образом, человек, видя лишь обложку книги и прочтя аннотацию, редко решится на покупку такой книги, не зная, какое качество издания его ждёт внутри.

Делая выводы, можно сказать о том, что покупателями выше всего ценятся книжные издания, в которых с особой тщательностью проработаны все аспекты книги. Нельзя сделать только интересные иллюстрации, но при этом слабо проработать вёрстку. Или, например, создать необычную обложку, но напечатать некачественное издание с нечитаемым текстом или плохой бумагой. Однако можно с однозначностью сказать, что внешний облик книги имеет явно первостепенное значение, и поэтому пункт необходимо прорабатывать с особой тщательность, так как именно обложка это первое, на что обращает своё внимание покупатель.

Библиографический список:

1. Ключко, Е. Оформление книг: правила, образцы [Электронный ресурс] / Е. Ключко. – 2016. – Режим доступа: <http://fb.ru/article/246496/oformlenie-knig-pravila-obraztsy>.
2. Кондратьев, А. Встречают по обложке. Красивые книги покупают лучше [Электронный ресурс] / А. Кондратьев. – 2018. – Режим доступа: <https://vc.ru/design/48726-vstrechayut-po-oblozhke-krasivye-knigi-pokupayut-luchshe>
3. Ян Чихольд. Облик книги. Избранные статьи о книжном оформлении и типографике [Электронный ресурс] / Ян Чихольд. – Студия Артемия Лебедева, 2018. – 288 с. – Режим доступа: <https://knigogid.ru/books/849534-oblik-knigi/toread/page-2>.

РАССОМАХИНА ЕЛИЗАВЕТА АНАТОЛЬЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»

БАТАЛИНА ОЛЬГА СТЕФАНОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Баталина Ольга Стефановна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»

МАРКЕТИНГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА

Аннотация. В данной научной статье представлена роль и значение маркетинга и маркетингового планирования, различные методы анализа маркетингового планирования, цели и задачи маркетинга, а также рекламная модель и каналы сбыта, маркетинговый план на примере проекта.

Ключевые слова: маркетинг, план маркетинга, SWOT-анализ и PEST-анализ, каналы сбыта продукции, рекламная модель.

В современном мире маркетинг является главным стратегическим инструментом в планировании современного бизнеса. Объяснить это можно быстрым развитием научно-технического процесса, обновлением товарного ассортимента и ужесточением конкурентной борьбы [1, с. 20]. Так, становится неэффективным разделение потребителей по социодемографическим характеристикам, так как им не обязательно будут интересны схожие продукты. Также многие рынки уходят в киберпространство, что делает связь с потребителем гораздо быстрее и проще. Однако стираются границы между местными и глобальными рынками, а значит, и маркетологам необходимо перестраиваться на более широкую географию. Основываясь на множестве существующих определений и учитывая экономические особенности современных рынков, можно сделать вывод, что маркетинг – это система взаимосвязанных мероприятий, направленных на установление диалога с потребителем с целью удовлетворения и осознания ими их нужд и потребностей с помощью обмена. От маркетинга на 80% зависит деятельность предприятия.

Роль и назначение маркетингового плана в бизнес-плане заключается в детальной разработке каждого подпункта маркетингового плана, за счет которого можно не только спланировать начальную стадию развития бизнеса, но и использовать экономические наработки непосредственно на каждом этапе коммерческой деятельности. Как правило, маркетинговая часть бизнес-плана состоит из следующих основных компонентов: цели и задачи маркетинга включают в себя информацию о компании или фирме, а также об их направлении деятельности; описание выпускаемой продукции или предоставление услуг имеет своей целью дать полную и качественную характеристику основному продукту производства; определение целевой аудитории, представители которой будут являться основными потребителями производимого продукта; ценообразование показывает экономические пути определения стоимости продукции или услуг; анализ рынка и конкурентов способствует продвижению реализации создаваемого продукта; прогнозирование затрат на производство; способы продвижения; сбыт продукции является ключевым моментом маркетингового плана; расчет бюджета маркетинга позволяет четко устано-

вить, столько необходимо вложить финансовых средств для успешной реализации бизнес идеи.

При составлении маркетингового плана проекта изготовления подарочных коробочек «HintBox» мы преследовали следующие цели: увеличение роста клиентов и продаж, продвижение разработанного продукта, а также улучшение качества продукта. Задачи – умение правильно продавать продукт, рекламирование и продажа продукта по России.

SWOT-анализ проекта выявил сильные стороны: большой простор для творчества; большие возможности для маркетинга; возможность организовать всё в одиночку. Слабыми сторонами являлось следующее: требуется искать поставщика для товаров; имеются конкуренты в других городах России; на страте проекта никто о тебе не знает. Возможности: легко набрать аудиторию через Instagram; возможность рекламировать продукт через блогеров. Угрозой являлся низкий спрос на товар.

Следующим этапом маркетингового планирования являлся PEST-анализ, в ходе которого было установлено четыре фактора, которые могут повлиять на реализацию и прибыль проекта. Таковыми факторами являются Political (политический), Economical (экономический), Socio-cultural (социальный), Technological (технологический). Пример PEST анализа проекта «HintBox» представлен на рисунке 1.



Рисунок 1 – PEST- анализ проекта «HintBox»

Анализируя каналы сбыта продукции проекта, мы выявили то, что каналом сбыта продукции данного проекта является: непрямой, то есть в процессе дистрибуции принимает участие один или несколько посредников. В нашем случае продукция для наполнения подарочных коробочек приобретается через оптовый склад или в розничной торговой сети.

Приступая к последнему пункту маркетингового планирования, мы выбрали модель AIDA, т.к. она самая известная и актуальная из всех рекламных моделей, а также самая «призывающая» и «кричащая».

Используя эту рекламу, можно предложить и продать как можно больше товара, чем с помощью других рекламных моделей, привлечь, завоевать внимание возможного клиента к объекту рекламы, повысить интерес клиента к идее, основ-

ным элементам сообщения стимулировать желание, потребность клиента в приобретении.

Таким образом, составив маркетинговый план, можно сделать вывод о том, что планирование маркетинга играет огромную роль в деятельности предприятия. Знание принципов и технологии разработки плана маркетинга, а также эффективное его использование позволяет привести фирму к успеху на рынке. Грамотно составленный план маркетинга поможет в решении проблем, стоящих перед каждым руководителем: повышение прибыльности, привлечение и удержание потребителей, определение наиболее перспективных направлений развития бизнеса.

Библиографический список:

1. Березин, И.С. Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение / И.С. Березин. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2016. – 369с.
2. Вуд, М. Роль маркетингового планирования / М. Вуд // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – №2(70). – С. 131–142.
3. Капон, Н. Управление маркетингом / Н. Капон, В. Колчанов, Д. Макхалберт. – СПб.: Питер, 2015. – 866 с.
4. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М., 2014. – 485 с.
5. Маркетинг. Учебник для студентов бакалавриата / под ред. И.В. Липсца. – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2015. – 576 с.

РЕДИКУЛЬЦЕВА ДАРЬЯ АЛЕКСАНДРОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ДЕГТЕРЕНКО ЛЮДМИЛА НИКОЛАЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат исторических наук

Научный руководитель: Дегтеренко Людмила Николаевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат исторических наук

ИНТЕРНЕТ КАК ИСТОЧНИК ИЗУЧЕНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА

Аннотация. В статье рассматривается роль Интернета как учебного ресурса в изучении русского языка. Анализируется содержание некоторых интернет-сайтов, являющихся источниками изучения русского языка. Рассматриваются положительные и отрицательные стороны изучения дисциплины посредством глобальной сети.

Ключевые слова: русский язык, Интернет, обучение, изучение, интернет-ресурсы, дистанционное обучение.

Русский язык – один из наиболее распространенных по количеству говорящих и по количеству стран языков мира. Входит в пятерку самых переводимых языков мира. Является самым сложным языком. В мире на русском говорит 260 миллионов человек.

Отметим, что мы живем в XXI веке, и нынешняя эпоха является эпохой цифровых технологий, в том числе активного развития Интернета. Интернет в короткие сроки стал популярен во всем мире. Ежедневно тысячи новых пользователей получают возможность его использовать. Всемирная сеть стала привычным источником информации, в том числе и для получения новых знаний по русскому языку. Актуальность данного вопроса обусловила формулировку цели данного исследования – изучения путей использования сети Интернет как источника для изучения русского языка.

В новом веке Интернет охватил еще и сферу образования. Он становится одним из мощных факторов мотивации в изучении, повторении и углублении знаний, например, по русскому языку. В связи с этим возникает вопрос: как сделать изучение русского языка в Интернете более эффективным?

Возможности обучения в Интернете огромны. Глобальная сеть создаёт условия для получения любой информации для учащихся и преподавателей, находящихся в любой точке земного шара: книги, фильмы, словари, справочники, новости, статьи из газет и журналов, необходимую литературу и т.д. Мы получаем «живое» общение, возможность участвовать в конференциях, конкурсах и олимпиадах.

В сети много возможностей для изучения русского языка. Существуют сайты с доступом к справочному и учебному материалу. Кроме этого, в Интернете есть доступ к видеоурокам, тестам, книгам и фильмам на русском языке.

Мы выделяем следующие преимущества изучения русского языка в Интернете:

- самостоятельное изучение материала и прохождение тестирования;
- возможность ознакомиться с речевым этикетом, особенностями культуры, традициями страны изучаемого языка;

- неограниченный доступ к материалу;
- коммуникативные ресурсы;
- самостоятельная подготовка к экзаменам.

Рассмотрим различные сайты и сервисы, направленные на изучение русского языка.

«Грамота.ру» (<http://gramota.ru/>) – это справочно-информационный портал, предоставляющий информацию по русскому языку для всех категорий пользователей [4]. Содержательными разделами портала являются: «Словари», «Библиотека», «Справка», «Класс» и др.

Онлайн-тренажеры «Веб-грамотей» (<https://gramotei.cerm.ru/>) [2]. Портал может использоваться вместо обычного домашнего задания по русскому языку или в дополнение к нему, направлен на формирование орфографической грамотности пользователей. Функциональность портала определяется принципами:

- *индивидуализации*, то есть ориентация заданий на конкретного ученика. Программа запоминает ошибки пользователя. При обнаружении тренажёр заставляет ученика повторять проблемное правило в следующих упражнениях. Так до тех пор, пока не будет отработано правило до автоматизма;
- *игрофикации*. Согласно этому принципу некоторые материалы представлены в игровой форме, что делает обучение увлекательным и повышает учебную мотивацию;
- *мониторинга*. Согласно данному принципу педагог может контролировать учебный процесс и анализировать качество, скорость, объем выполнения обучающимися заданий тренажера. Кроме того, тренажёр формирует отчёт по каждому ученику, позволяя отследить прогресс формирования навыков.

«Learn Russian» (<http://learnrussian.rt.com/>) и «Русский онлайн» (<http://www.rus-on-line.ru/index.html>) содержат сотни уроков по русскому языку как иностранному. Хранилище таблиц и заданий [1; 8].

Бесценную помощь преподавателю и студенту предоставляет образовательный портал «Национальный корпус русского языка» (<http://ruscorpora.ru>). Это информационно-справочная система, включающая тексты на русском языке в электронной форме. «Национальный корпус» представляет русский язык во всем многообразии жанров, стилей, территориальных и социальных вариантов с учетом этапа исторического развития языка [7].

При помощи Интернета вы всегда можно участвовать в различных олимпиадах и конкурсах. Они играют важную роль в изучении русского языка. Благодаря им вы сможете узнать много нового и проверить свои знания.

Одним из преимуществ в изучении русского языка с помощью Интернета является дистанционность обучения. В данном аспекте интересно содержание Единого портала интернет-тестирования в сфере образования [5]. Дистанционное обучение – это информационный процесс, построенный по принципу обратной связи. Средством обучения являются электронные учебники по дисциплинам, содержащие модель требуемых знаний, только они могут полноценно заменить преподавателя при работе обучающегося с электронным учебником [6].

Интересным проектом является Викиверситет (<http://ru.wikiversity.org/wiki/>), представляющий форму интерактивного образования [3]. В нем систематизированы различные лекции, презентации, задания курсов. Портал позволяет интерактивно обучаться, задавать вопросы и отвечать на них. Это подобие дистанционного университета, с делением на активные и малоактивные формы обучения. Формой дистанционного контроля знаний студентов является Федеральный интернет-экзамен в сфере профессионального образования. Данный вид контроля прово-

дится в форме компьютерного тестирования и ориентирован на проверку выполнения требований федеральных государственных образовательных стандартов.

Обучение русскому языку и изучение русского языка посредством использования Интернета дает возможность изучать русский язык всем, у кого есть компьютер или смартфон с доступом к глобальной сети, но есть ряд достоинств и недостатков. Рассмотрим их.

Достоинства:

- гибкий график,
- экономия,
- разнообразие форм обучения.

Недостатки:

- отсутствие преподавателя;
- недостаток контроля из-за отсутствия преподавателя;
- необходимость качественной интернет связи.

Как известно, язык – это не наука, а часть человеческой психики. Поэтому важным является возможность почувствовать язык, живую речь на слух, послушать правильное произношение, употребление слов и выражений, построение предложений.

В заключение отметим, что с появлением Интернета определяется новая стадия развития информационно-образовательных технологий. Они оказывают большое влияние на изучение и преподавание русского языка. Интернет хранит в себе большой информационный и коммуникационный потенциал. Благодаря Интернету можно создать языковую среду. Это будет способствовать формированию речевых навыков, совершенствованию лексической и грамматической сторон речи, развитию самостоятельности и мотивации учебной деятельности, появлению навыков самоанализа речевой культуры. Наконец, глобальная сеть способна обеспечить повышение качества преподавания.

Библиографический список:

1. Learn Russian [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://learnrussian.rt.com>.
2. Веб-грамотей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gramotei.cerm.ru>.
3. Викиверситет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikiversity.org/wiki/>.
4. Грамота.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gramota.ru>
5. Единый портал интернет-тестирования в сфере образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://i-exam.ru>.
6. Касымова, О.П. Информационные технологии в филологическом образовательном пространстве / О.П. Касымова // Новые информационные технологии в образовании. Материалы Международной научно-практической конференции. – Екатеринбург: РГППУ, 2012. – С. 153–155.
7. Национальный корпус русского языка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ruscorpora.ru>.
8. Русский онлайн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rus-on-line.ru/index.html>.

РЕДИКУЛЬЦЕВА ДАРЬЯ АЛЕКСАНДРОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ДЕГТЕРЕНКО ЛЮДМИЛА НИКОЛАЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат исторических наук

Научный руководитель: Дегтеренко Людмила Николаевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат исторических наук

ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ КАК ИСТОЧНИК ИЗУЧЕНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА: ЗА И ПРОТИВ

Аннотация. Рассматривается проблема изучения русского языка посредством использования интернет-ресурсов. Проводятся результаты анкетирования студентов по обозначенной проблеме. Отмечаются достоинства и недостатки использования интернет-ресурсов как источника изучения русского языка

Ключевые слова: изучение русского языка, интернет-ресурсы, сайты по русскому языку, возможности образовательных сайтов и сервисов.

Задумываясь над проблемой влияния Интернета на нашу речь, мы отмечаем, что в виртуальном пространстве используется свой особенный набор фраз, свои способы подачи информации, свой юмор и манера общения. Нельзя не обратить внимания на то, что глобальная сеть откладывает свой отпечаток на устную и письменную речь современного человека. С одной стороны, проблема влияния Интернета на язык представляет собой один из аспектов проблемы взаимовлияния языка и компьютера. Действительно, иногда кажется, что нет ничего плохого в том, что пользователи Интернета внедряют в обиход новую терминологию, несмотря на то, что зачастую она переносится из виртуального мира в реальную жизнь, заменяя грамотную речь потоком сокращений и интернет-сленга. Но с другой стороны, Интернет является источником изучения русского языка. Это подтверждают данные проведенного нами анкетирования.

На вопрос «Используете ли Вы ресурсы Интернета для изучения русского языка?» 84,9 % опрошенных ответили утвердительно. При ответе на вопрос, связанный с частотой использования Интернета как источника изучения русского языка, около 74% процентов респондентов ответили, что они довольно часто обращаются к глобальной сети, 16% – редко, 10% вообще не используют интернет-ресурсы для изучения русского языка.

Первое место в рейтинге используемых ресурсов, как показал опрос, заняли образовательные сайты и сервисы (57%), второе – сайты и порталы, предполагающие участие в олимпиадах, конкурсах и тестированиях (28%), третье место респонденты отвели онлайн-урокам, вебинарам и конференциям (15%).

Самым популярным сайтом, содержательно связанным с изучением русского языка, оказался сайт «Решу ЕГЭ» (64%). Очевидно, сказала недавняя сдача ЕГЭ по окончании средней школы (опрос проводился на первом курсе). Вторую позицию поделили «InternetUrok.ru» и «Незнайка.ру» (по 29%). Третьим по популярности стал сайт «Фоксфорд» (7%).

Отметим, что академические сайты «Грамота.ру», «Веб-издание правил русского языка», «Культура письменной речи», «Текстология» и т.п. остались за границами внимания респондентов. Данные сайты не были отмечены ни разу.

Анализ ответов на вопрос, в каких случаях вы обращались/обращаетесь к Интернету как источнику изучения дисциплины, показал, что, как правило, студенты ищут в Интернете готовые домашние задания, если таковых нет, то хотя бы алгоритм ответов (83%). 13% ответили, что используют сайты по русскому языку для того, чтобы найти лексическое значение слова или определение понятия. 4% – для того, чтобы выполнить какой-либо вид лингвистического разбора (слова, предложения и т.п.).

На вопрос о том, что предпочитают респонденты в качестве источника знаний – Интернет или книгу, 100% опрошенных выбрали первый вариант ответа. Свой выбор объяснили быстротой поиска, постоянным наличием под рукой современных гаджетов с выходом в мировую сеть, интерактивностью, диалоговостью, мгновенной передачей информации; взаимосвязанностью (некоторые из опрошенных пояснили, что данный признак построен на гипертекстовой технологии, позволяющей соединить любой текст с другими текстами и др.), доступностью, актуальностью, безграничностью и др.

Весьма интересным оказался ответ пользователей, отметивших, что одной из причин обращения к Интернету является отсутствие новых или крайне медленное обновление существующих словарей русского языка, включающих, помимо общеобразовательной лексики, современную экономическую, юридическую, политическую терминологию и техническую лексику, необходимую человеку, живущему в мире рыночной экономики и научно-технического прогресса.

На вопрос о том, какие из возможных технологий обучения русскому языку могут быть использованы из Интернета, респонденты ответили следующим образом:

- электронные учебники – 64%;
- интерактивные обучающие ресурсы (тренажеры) – 81%;
- компьютерные демонстрации – 94%;
- электронные базы данных – 17%;
- справочно-информационные источники (онлайн-переводчики и словари) – 57%;
- электронные библиотеки (в том числе электронные периодические издания, базы данных и архивов, электронные коллекции) – 100%.

В качестве недостатков интернет-ресурсов как источника изучения русского языка респонденты назвали:

- бессистемность расположения образовательных ресурсов в мировой паутине (отсутствие четкой классификации для пользователей-обучающихся и пользователей-ученых) – 32%;
- не всегда доступный для понимания стиль изложения – 74%;
- поверхностный (схематический) или излишне детальный характер изложения материала – 61%;
- разнообразие в способах предоставления информации – 97%.

Таким образом, с появлением Интернета определяется новая стадия развития информационных технологий. Большое количество интернет-ресурсов может использоваться сегодня как источник изучения русского языка.

Глобальная сеть дает нам огромное количество возможностей для повышения качества знаний, создает дополнительный стимул к обучению. Он является помощником в организации учебного процесса.

И, наконец, можно сказать, что интернет-ресурсы обладают значительными образовательными возможностями, а также находят применение в изучении русского языка.

Библиографический список:

1. Веб-издание правил русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://therules.ru>
2. Грамота.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gramota.ru>
3. Культура письменной речи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gramma.ru>
4. Незнайка.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://neznaika.info>
5. Решу ЕГЭ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ege.sdamgia.ru>
6. Текстология [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.textologia.ru>
7. Фоксфорд [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
8. InternetUrok.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

РЕДИКУЛЬЦЕВА ДАРЬЯ АЛЕКСАНДРОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат исторических наук

Научный руководитель: Садовникова Наталья Валентиновна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат исторических наук, доцент

ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ В РУССКИХ НАРОДНЫХ СКАЗКАХ

Аннотация. Статья посвящена детальному анализу женских образов в русских сказках. Также дается обобщенная характеристика типологии образов в русских народных сказках. Основное содержание исследования составляет анализ таких сказок, как «Василиса Прекрасная», «Елена Премудрая», «Марья Моревна», «Сестрица Аленушка и братец Иванушка». На основе проведенного анализа выделены три ключевых образа. Особое внимание уделено образу Бабы-яги. Раскрывается смысл ее имени, происхождение и характер. Также в статье описывается образ и характерные особенности одной из самых популярных героинь русских народных сказок – Василисы Премудрой.

Ключевые слова: русская народная сказка, женский образ, Баба-яга, героиня.

Волшебная сказка, пожалуй, наиболее прекрасный вид устной народной художественной прозы. Она пронизана стремлением к возвышенному и идеальному. Персонажи в волшебных сказках – всегда персонажи двух миров: явь и навь, причём в обоих мирах присутствуют и мужские, и женские образы. Герои обычно чётко делятся на положительных и отрицательных. В мире яви имеют человеческие черты, а герои навь – магические силы соответственно. Исходя из этого, можно в какой-то степени говорить о чудесной природе всех персонажей в волшебных сказках. Устойчивость характеров персонажей является одной из особенностей русских народных волшебных сказок.



Женские образы занимают важное место в типологии персонажей волшебной сказки. Все женские персонажи русских волшебных сказок делятся на две

большие группы: персонажи этого мира, то есть мира сказочного героя, и персонажи иного мира, куда идет сказочный герой, где находятся чудесные диковинки, где обитают враги [2].

В мире героя женщины бывают невинными, всеми притесняемыми героинями – это падчерицы, которых обижают мачехи; жены. Другую группу составляют любимые царские дочери, умницы и красавицы, которых любящие отцы оберегают от пагубного влияния мира. Эта чрезмерная опека приводит к тому, что рано или поздно царю приходится объявлять конкурс на руку своей дочери и придумывать для потенциальных женихов сложные задания, наиболее известным из которых является прыжок на коне до окошка царевны.

Персонажи иного мира существенно богаче. Они действуют в мире героя, но на самом деле являются существами иного мира. Это ведьмы и колдуньи, которые так или иначе вступают в контакт с героем или героиней. Это мачеха, которая на самом деле наделена магическими способностями и даже является в ряде сказок родственницей иномирных существ. Это всякие чудесные девы, которые каким-либо образом появляются на пути героя [5].

Герой может найти себе жену на границе миров, где она пребывает в зверином облике. Так, герой находит лягушку на болоте, которая по ночам превращается в Василису Премудрую, выполняющую все поручения отца героя с помощью своих чудесных помощников. Другой счастливчик находит жену в лесу, где она в виде голубицы сидит на березе. Наконец, Иван купеческий сын, проявив определенную смекалку, похищает платье девушки-уточки и соглашается обменять его только на обручальное кольцо, а с ее помощью не только обманывает морского царя, но и благополучно возвращается в свое царство-государство.

Но чаще о девушках из иного мира герою просто рассказывают. Обычно такие героини являются предметом поиска героя. Он идет за ними в тридцатое царство, спускается в подземный мир, опускается на дно моря-океана.

Следует отметить, что в сказках есть небольшая группа персонажей, которые обитают в пограничье между мирами. Прежде всего, это Баба-яга, чудесная старуха, и все те различные помощницы героя, которые появляются на дороге и помогают ему советами.

В русской сказке возраст героя часто неопределим. Говоря о том, что герой – мальчик, а героиня – девочка, сказочник совсем необязательно будет рассказывать о детях. Так, все привыкли, что в сказке «Крошечка-хаврошечка» действует девочка, но в конце сказки она выходит замуж за царского сына, то есть в произведении представлен не ребенок, а девушка на выданье. Подобная история и с сестрицей Аленушкой, которая также, несмотря на братца-козленочка, благополучно выходит замуж. Скорее всего, героиня-девочка появляется в небольшом числе сказок. Герой-ребенок – это довольно редкий тип для русских сказок, чаще всего это мальчик. Девочку можно встретить в нескольких сказках: это Снегурочка – девочка, вылепленная из снега и растаявшая от тепла костра. Наконец, скорее всего, как ребенок может рассматриваться героиня сказки «Гуси-лебеди».

Девочка очень редко встречается в русских сказках, потому что ребенок не может быть героем как таковым. Он может либо отличаться чудесным рождением, и тогда сказку волнует проблема, что там будет дальше, когда он вырастет и станет совершать подвиги, либо это чудесное рождение становится главным – Снегурочка тает [3].

Русская сказка не дает подробных описаний, это нетипично для жанра, соответственно, и идеала женщины в сказке нет. В сказках дается некий условный портрет, то есть мы можем предполагать, какой женщина могла бы быть. Мы даже

цвета волос ее обычно не знаем. Она просто красавица и, безусловно, умница (Елена Прекрасная, Елена Премудрая) [1].

Она красивая и умная одновременно, просто в зависимости от того, что в данный конкретный момент герою больше нужно: чтобы жена была умная или чтобы жена была красивая, — в зависимости от потребности сказочного сюжета именно такой образ женщины и будет реализован в сказке.

Мы можем предполагать, что у нее такая тонкая кожа, что мы видим все ее внутренности. Сложно сказать, красиво это или нет. Но сказочнику на момент рассказывания сказки это кажется показателем необыкновенной красоты. Если западные принцессы обычно золотоволосые, то наши сказочные героини могут быть и темноволосыми. Но и такая деталь, как цвет волос, упоминается в сказке крайне редко.

Одним из сеемых ярких образов в русской народной сказке является персонаж Бабы - яги. Это мифологический персонаж, который попал в сказку уже при разрушении мифологической системы. Он связан с образом жрицы при инициальных и похоронных обрядах [4]. Ее происхождение принято связывать с персонажами подземного мира, мира мертвых, чаще всего со змеями.

Мы можем говорить об этом на основании ее имени. Корень «-яг-» в ряде диалектов использовался для обозначения змей [4]. О змеином происхождении яги можно говорить по некоторым чертам ее облика, сохранившимся в сказках. Например, Баба-яга никогда не ходит — она прыгает. У нее костяная нога. Скорее всего, это единственная нога персонажа, а второй ноги у нее нет.

Если разбираться более подробно, обращаясь к мифологическим истокам этого образа, то становится понятно, что единственная нога яги не нога, а змеиный хвост. Баба-яга относится к так называемым змеиным божествам, которые являются хозяевами леса и мира мертвых. В некоторых сказках Бабе-яге подчиняются звери и птицы. Она может изображаться как труп, она находится в избушке, которая сама по себе напоминает гроб, она «лежит из угла в угол», «нос в потолок врос». В некоторых сказках у нее из тела могут торчать куски гнилой плоти. То есть она полуразложившийся труп. Будучи наиболее близка к миру смерти, она выступает как первопокойник, персонаж, первым прошедший через смерть, который знает, как пройти через мир мертвых.

Именно поэтому она помогает герою-искателю преодолеть трудности иного мира, получить тайные знания и сокровища, находящиеся там. Но, как известно, из мира мертвых не возвращаются, а герой благополучно прибывает домой. Причина этого в том, что сказка связана не только с представлениями о похоронных практиках, но и с обрядами инициального характера, в которых участник проходит через смерть, чтобы получить новую жизнь и новые социальные качества. Наиболее наглядно это видно в сказках о мальчике и Бабе-яге, когда герой с помощью хитрости избегает попадания в печь. Сказка в этом случае задействовала мотив перерождения героя через повторное рождение, поскольку печь в мифологии синонимична женскому лону. Баба-яга помогает герою переродиться [4].

Василиса - самый узнаваемый персонаж русской народной сказки. Собирательный идеализированный образ женского начала в сказках. Сочетает ум – житейскую мудрость и красоту. Считается дочерью морского царя и достается главному герою в награду за победу над злом. Известна под именами: Елена Премудрая, Василиса Премудрая, Марья Искусница, Марья Моревна. Часто меняет образы, перевоплощаясь в животных.

Василиса — очень древний славянский образ, идеализирующий женское начало. Имя "Василиса" можно перевести с греческого как "царственная". Так, образ

Василисы Премудрой украшается дополнительными смыслами. Это одна из самых привлекательных героинь, тем более, что кроме этих неизменных черт ее характера, ей присущи чистота души, доброта и скромность [7].

Итак, как она выглядит. Она непременно очень хороша собой. При виде царевны главный герой с первого взгляда влюбляется в нее. В конце любой сказки, Царевна становится женой главного героя. Однако путь к замужеству может быть различным. Образ Царевны (Василисы Прекрасной, Василисы Премудрой, Царь-Девы и др.) остается одним из самых возвышенных в русских народных сказках. С особой важностью здесь подчеркивается роль женского начала, нетривиальные свойства женского ума и многие другие достоинства.

Одной из самых любимых сказок нашего народа можно назвать краткую, но изобилующую сюжетными элементами «Сказку о сестрице Аленушке и братце Иванушке». В сборнике собирателя русского фольклора А. Н. Афанасьева записано целых четыре варианта сказки, которые собраны в различных уголках России [3].

Почти во всех версиях русской сказки сестрица Аленушка и братец Иванушка – сироты. Это означает, что помощи от родителей героям ждать не стоит, т. е. рассчитывать они должны друг на друга, что в сказке и происходит.

Оба героя обладают именами. Это тоже немаловажная деталь в сказках. Например, в сказке Александра Сергеевича Пушкина «О мертвой царевне и о семи богатырях» имена есть только у положительных персонажей. В рассматриваемой сказке – аналогично.

Главным положительным героем сказки является Аленушка. Через ее образ передается ментальное представление народа о главных достоинствах девушки: кротости, смиренности, милостивости, отзывчивости. Тем самым изображается основополагающая христианская добродетель – любовь. Именно такие аллюзии возникают при раскрытии образа Аленушки. Неслучайно Аленушка является старшей сестрой, что подразумевает ее ответственность за младшего брата [5].

Таким образом перед нами возникает образ девушки, которая уповаet на свои силы и на промысел Божий, при этом со смирением приняла потерю родителей и став, по сути, матерью для младшего брата. Аленушка – это прежде всего любовь, которая является главной добродетелью. Аленушка олицетворяет собою христианскую любовь, которую часто называют неиссякающим источником... Разве могла она не спастись в конце сказки? Конечно же нет. Спасение Аленушки и Иванушки являет собою соединение главных добродетелей – веры, надежды, любви, но любовь из них больше.

Таким образом, потенциал сказки велик, как и велико ее многообразие. Независимо от разновидности сказок, источника их создания, российские это сказки или иноземные, авторские или народные, волшебные или приключенческие — везде присутствуют образы женщины-матери, воспитательницы, труженицы, красавицы, почитаемой и почитательнице мужчин и др. Все это в совокупности и составляет понятие женственности. При анализе женских образов, отражаемых в сказках, представлен далеко не весь спектр сказочных героинь. Сказочный образ настолько содержателен, что на его основе можно создать и увидеть идеал женственности, к которому необходимо привлекать внимание детей с раннего возраста.

Сказки всегда были, и никогда не перестанут быть примером для поведения в реальной жизни, и навсегда останутся актуальными те ценности семьи, любви и благородства, которые несут нам волшебные сказки.

Библиографический список:

1. Главные красавицы русских сказок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zen.yandex.ru>
2. Добровольская, В.Е. Предметные реалии русской волшебной сказки / В.Е. Добровольская. – М., 2009.
3. Добровольская, В.Е. Героиня русской волшебной сказки (вопросы мифологического генезиса и эволюции персонажа) / В.Е. Добровольская // Фольклор народов России. Фольклор. Миф. Литература (к 90-летию проф. Л.Г. Бараг): Межвузовский научный сборник. – Уфа, 2001. – С. 53–65.
4. Добровольская, В.Е. Змей в русской волшебной сказке: к вопросу о природе и генезисе персонажа / В.Е. Добровольская // Традиционная культура. – 2007. – №2. – С. 24–40.
5. Лексическое воплощение образа женщины в русских народных сказках [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studbooks.net>
6. Пропп, В.Я. Морфология волшебной сказки / В.Я. Пропп. – научная редакция, текстологический комментарий И.В. Пешкова. – М.: Издательство “Лабиринт”, 2001. – 192 с.
7. Санаров, И.В. Образ жены в русских сказках [Электронный ресурс] / И.В. Санаров. – Режим доступа: <http://www.microarticles.ru>

РЕДЬКО ЮЛИЯ МАКСИМОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Бодрова Екатерина Григорьевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат экономических наук, доцент кафедры экономика и управление

ИССЛЕДОВАНИЕ ЗАВИСИМОСТИ ОТКРЫТОСТИ БЮДЖЕТА И ИНДЕКСА ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СТРАН

Аннотация. В статье исследуется влияние открытости и прозрачности бюджетов на положение стран по показателю Индекса человеческого развития (ИЧР). С использованием парной линейной регрессии и метода наименьших квадратов показано, что наблюдается значимое положительное влияние показателя бюджетной открытости на ИЧР.

Ключевые слова: бюджет, открытость бюджета, международное бюджетное партнерство, бюджетный процесс, индекс человеческого развития, индекс открытого бюджета.

Мировой опыт показывает, что когда обычные люди имеют доступ к всесторонней и своевременной бюджетной информации, навыки и возможности для участия, то это более широкое вовлечение общественности в процессы государственного бюджета может способствовать существенному улучшению бюджетного управления и бедности. Но в слишком многих странах бюджетные решения принимаются практически без учета общественных интересов. Результатом являются плохой выбор бюджетной политики, растрата ограниченных государственных ресурсов и, как правило, низкий уровень качества жизни населения. По данным International Budget Partnership в рамках обследования открытого бюджета 2017 Россия по индексу открытости бюджета занимает 74 место из 100 (рис.1) [6].

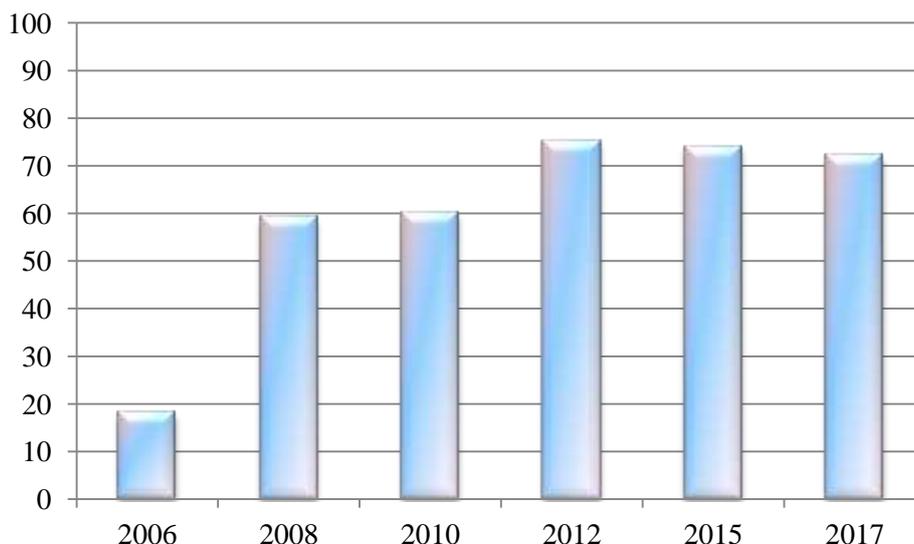


Рисунок 1 – Изменение показателя индекса открытого бюджета в России с течением времени

Международное бюджетное партнерство (МПБ) считает, что страны, набравшие более 60 баллов по Индексу открытого бюджета, предоставляют достаточную бюджетную информацию, чтобы позволить общественности участвовать в обсуждении бюджета на осознанной основе. Россия заняла 11-е место среди 102 стран-участниц обзора, что по градации индекса бюджетной открытости характеризуется как значительный уровень [6]. В последние годы международные организации проявляют все большую заинтересованность в бюджетной прозрачности и участии общественности в процессе бюджетирования, так как это способствует доступу общественности к информации о бюджетах, государственной политике и финансовой деятельности правительств. При высоких показателях открытости бюджета ниже уровень коррупции и лучше качество государственной политики [2, с. 180–186]. Прозрачность бюджета воздействует на политический процесс и работу правительства. Таким образом, открытость бюджетной системы и процесса составления и исполнения государственного бюджета положительно влияет на качество функционирования правительства [4, с. 427]. Также это оказывает существенные изменения на уровень жизни населения, его грамотности, образованности. Показатель, который является измерителем таких изменений и основных характеристик человеческого потенциала – Индекс человеческого развития (ИЧР), до 2013 года «Индекс развития человеческого потенциала» (ИРЧП). Вопрос заключается в том, как бюджетная открытость стран влияет на их развитие [5, с. 101]. В качестве зависимой переменной выбран Индекс человеческого развития. Данные для проведения исследования в виде выборки, которая включает в себя 19 стран и данные наблюдений за 2017 представлены в таблице 1. В качестве основной независимой переменной выбран рейтинг МБП по индексу открытости бюджетов. Рейтинг отражает оценку стран от 0 до 100 баллов, где 0 означает наименьшую оценку открытости в стране, а 100 – наивысшую.

Таблица 1 – Выборка стран для проведения исследования

Страна	Индекс человеческого развития	Индекс открытого бюджета (по 100 балльной шкале)
Новая Зеландия	0,917	89
Грузия	0,78	82
Мексика	0,774	79
Россия	0,816	72
Канада	0,926	71
Болгария	0,813	66
Япония	0,909	60
Украина	0,751	54
Албания	0,785	50
Монголия	0,741	46
Египет	0,696	41
Тунис	0,735	39
Азербайджан	0,757	34
Ангола	0,581	25
Камбоджа	0,582	20
Китай	0,752	13
Камерун	0,556	7
Саудовская Аравия	0,853	1
Нигер	0,354	0

Оценка влияния бюджетной открытости на Индекс человеческого развития проведена с использованием парной линейной регрессии и метода наименьших квадратов. Оценим качество уравнения регрессии с помощью ошибки абсолютной аппроксимации.

$$\bar{A} = \frac{2,227}{19} 100\% = 11,72\% \quad (1)$$

В среднем расчетные значения отклоняются от фактических на 11,72%. Значение средней ошибки аппроксимации до 15% свидетельствует о хорошо подобранной модели уравнения.

Рассчитываем показатель тесноты связи. Таким показателем является выборочный линейный коэффициент корреляции, который рассчитывается по формуле:

$$r_{xy} = \frac{\overline{xy} - \bar{x} \cdot \bar{y}}{s(x) \cdot s(y)} = \frac{35,628 - 44,684 \cdot 0,741}{27,4 \cdot 0,137} = 0,669 \quad (2)$$

Связи между признаками могут быть слабыми и сильными (тесными). В нашем примере связь между признаком Y и фактором X заметная и прямая. Проверим значимость коэффициента корреляции.

$$t_{\text{набл}} = 0,669 \frac{\sqrt{17}}{\sqrt{1 - 0,669^2}} = 3,713 \quad (3)$$

По таблице Стьюдента с уровнем значимости $\alpha=0,05$ и степенями свободы $k=17$ находим крит:

$$t_{\text{крит}}(n-m-1; \alpha/2) = (17; 0,025) = 2,11$$

Поскольку $|t_{\text{набл}}| > t_{\text{крит}}$, то отклоняем гипотезу о равенстве 0 коэффициента корреляции. Другими словами, коэффициент корреляции статистически значим.

Была изучена зависимость Y от X. На этапе спецификации была выбрана парная линейная регрессия. Оценены её параметры методом наименьших квадратов. Возможна экономическая интерпретация параметров модели – увеличение X на 1 ед.изм. приводит к увеличению Y в среднем на 0,00336 ед.изм.

Таким образом, бюджетная открытость оказывает существенное положительное влияние на Индекс человеческого развития стран. По традиции наиболее развитые страны оказываются в верхней части мирового рейтинга открытости бюджета, а более отсталые – в нижней [3, с. 10–12]. Но несмотря на то, что Россия несколько раз снижала свои позиции, по открытости бюджета имеет лучшие показатели, чем в других рейтингах. Результаты проведенного исследования с использованием модели наименьших квадратов показывают, что открытость и прозрачность бюджета положительно влияют на Индекс человеческого развития в странах. На основе полученных результатов подтверждается гипотеза о том, что бюджетная и прозрачная открытость – очень важные и существенные показатели, которые могут использоваться в качестве инструментов для повышения эффективности управления и сокращения бедности.

Библиографический список:

1. Бодрова, Е.Г. Координация взаимодействия органов государственного управления и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов / Е.Г. Бодрова, Д.Ю. Панкратова // В мире научных открытий. – 2016. – № 5-2 (77). – С. 42–51.

2. Кимпоеру, В.М. Прозрачность бюджета – поддерживающий фактор причинно-следственной связи между глобальной конкурентоспособностью и контро-

лем над коррупцией / В.М. Кимпоеру // ЭКОФОРУМ. – вып. 4. – 2015. – Специальный выпуск 1. – С. 180–186.

3. Климанов, В.В. Открытость и прозрачность российского бюджета в мировом измерении / В.В. Климанов, А.А. Михайлова // Финансы. – 2014. – № 7. – С. 10–12.

4. Редько, Ю.М. Принцип доступности бюджетирования как направление цифровой трансформации в финансовой сфере умного города / Ю.М. Редько, Л.В. Львов // Сборник статей и тезисов докладов XV международной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов (26 февраля 2019 г.). – Москва: Издательство «Перо», 2019.

5. Шагеев, Д.А. Повышение эффективности инвестиционного проекта промышленного предприятия при помощи управления денежными потоками / Д.А. Шагеев // Вестник МГУ. – Серия 6 «Экономика». – 2017. – № 2. – С. 90–107.

6. International Budget Partnership Международное бюджетное партнёрство: обследование открытого бюджета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.internationalbudget.org/open-budget-survey/>

РЕДЬКО ЮЛИЯ МАКСИМОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

РОМАНОВА СВЕТЛАНА ЕВГЕНЬЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат экономических наук, доцент

Научный руководитель: Романова Светлана Евгеньевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат экономических наук, доцент

ВВЕДЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО НАЛОГА КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПЛАТЕЛЬЩИКОВ В ОТНОШЕНИИ ОХРАНЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

Аннотация. В статье рассматривается разработанный Минфином России проект федерального закона, вводящего в Налоговый кодекс РФ новую главу «Экологический налог». Экологический налог должен прийти на замену действующей сейчас платы за негативное воздействие на окружающую среду. Важно понять: экологический налог является изменением всего лишь названия или содержания, которое действительно поможет изменить и повысить экологическую ответственность налогоплательщиков? В статье рассматриваются содержание вводимого налога, его отличия от заменяемой платы, а также положительные и отрицательные стороны введения на примере Челябинской области.

Ключевые слова: экологический налог, эконалог, окружающая среда, промышленность, Челябинская область, кодекс, воздействие, экологический.

Министерство финансов выступает за введение новых налогов. В Налоговый кодекс предложено добавить пять новых глав.

Согласно законопроекту, в Налоговый кодекс войдут главы об утилизационном сборе, сборе с пользователей автодорог, о гостиничном сборе, о налоге с операторов связи и об экологическом налоге. С 2020 г. планируется ввести экологический налог, а не сбор для организаций, ИП и физлиц. Объект налогообложения – негативное воздействие на окружающую среду в результате сброса в водные объекты сточных вод, содержащих запрещенные вещества, включенные в перечень. В Челябинской области одним из основных источников загрязнения являются стоки промышленных и коммунальных предприятий, содержащие нитраты, фосфаты, аммиак, нефтепродукты, те же тяжелые металлы, сбрасываются в реки области: Теча, Миасс, Урал и Ай. Содержание солей и железа в них значительно повышена. Экологический налог призван подтолкнуть промышленные «грязные» предприятия перейти на современные очистные сооружения, где будут использовать экологически чистые технологии очистки, считают чиновники. Но нужен ли действительно Челябинской области новый экологический налог? Каковы плюсы и минусы этого предложения?

В Росприроднадзоре по Челябинской области сказано, что государство уже помогает предприятиям, модернизирующим очистные сооружения: субсидирует процентную ставку по кредитам, взятым на эти цели. Такие субсидии уже были выделены 40 организациям на сумму 5,3 млрд. рублей [3].

Первый вопрос связан с тем, что вводимый эконалог может являться дубликатом уже существующих платежей, так как в федеральном законодательстве уже действует плата за негативное воздействие на окружающую среду. Этот законопроект претерпевает изменения, в ближайшие два-три года планируется увеличить штрафы в 5 раз по сравнению с мизерными действительными штрафными выплатами. Эти платежи носят комплексный характер: и загрязнение водоемов промышленными и бытовыми стоками, и вредные выбросы, и ущерб лесам и почвам. Поэтому есть мнение, что водный эконалог является частичным повторением описанного выше законопроекта, а замена одних экоплатежей другими ни к чему не приведет.

Мотивировать предприятия внедрять в свое производство экотехнологии, помимо штрафов, в Челябинской области предполагается принятием регионального закона об «экологической совести», в рамках которого предприятиям, которые занимаются внедрением инновационных экотехнологий, предоставляются налоговые и прочие льготы [1].

Для решения проблемы экологии идею для производства экотехнологии необходимо представить так, чтобы организации Челябинской области были финансово в этом заинтересованы и осознавали, что применение, допустим, современных очистных сооружений и модернизация использованных технологий будут экономически выгодными.

Такой налог и вопрос платы за сброс загрязняющих веществ должен носить более системный характер. Все это будет действовать лишь при комплексном решении проблем экологии Челябинской области.

Существует другая проблема, связанная с опасениями бизнеса. Все новые проекты о налогах, которые собираются внести в Налоговый кодекс, являются неналоговыми. И проблема интеграции неналоговых платежей в налоговый кодекс беспокоит бизнес-объединения. Они считают, что обновленный Налоговый кодекс увеличит нагрузку на бизнес. Приравнивание неналоговых платежей к налоговым позволяет налоговой блокировать счета компании за неуплату утилизационного или курортного сбора в рамках экологического налога. Как отметили в ведомстве: «Замена экологического сбора на экологический налог не повысит расходы бизнеса на выплаты за негативное воздействие на окружающую среду».

Причина появления экологического налога в том, что взимание платы за загрязнение окружающей среды неэффективно [2, с. 24–34]. Введение экологического налога позволит существенно увеличить природоохранные поступления, поскольку его расчет будет производиться исходя из необходимых ежегодных затрат бюджета на охрану экологии, отмечало ведомство. Но российский президент Владимир Путин призвал «не спешить» с введением экологического налога, так как в настоящее время нет окончательных формулировок основных параметров и показателей, регламентирующих введение экологического налога.

Руководитель департамента Института трейдинга и инвестиций «Феникс» Евгений Удилов говорит следующее об экологическом налоге: «Подобные законодательные изменения, скорее, ведут к росту эффективности финансового администрирования, то есть сбора денежных средств у предприятий, чем к экологическим улучшениям». По мнению эксперта, в сложной экономической обстановке более разумным стимулом к модернизации могли бы стать не новые налоги, а целевые вычеты из старых. Предприятия, которые имеют социальную ответственность перед обществом, выполняют государственные нормативы, это может стать для них дополнительной административной нагрузкой. «А для недобросовестных предприятий внедрение очистных технологий будет лишь вопросом сравнения расходов на

выплаты штрафов и налогов и затрат на эти самые очистные технологии», – говорит Евгений Удилов. Спецпредставитель президента по вопросам природоохранной деятельности, экологии и транспорта Сергей Иванов придерживается такого же мнения, ведь налоги должны касаться всех, а «негативное воздействие на экологию оказывает не вся промышленность».

На сегодняшний день, изучая данный вопрос, можно сделать вывод, что ведомственным органам, осуществляющим организацию введения экологического налога Челябинской области, необходимо проводить более тщательное исследование особенностей ведения предпринимательской деятельности организаций и индивидуальных предпринимателей нашей области в неразрывной связи с комплексным решением проблем экологии Челябинской области.

Библиографический список:

1. Аникиенко, Е. Нужен ли Челябинской области новый экологический налог? [Электронный ресурс] / Е. Аникиенко. – Режим доступа: <https://up74.ru/articles/news/109743/>.
2. Москвина, Т.П. Экологические налоги как инструмент обеспечения безопасности окружающей среды / Т.П. Москвина, Е.С. Шегурова // Е-SCIO. – 2016. – № 2. – С. 24–34.
3. Экологический налог в 2019 году – сроки уплаты, ставки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://nalog-nalog.ru/ekologicheskij_nalog/

РИЯНОВА АНАСТАСИЯ РИМОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ТРУШНИКОВА ЕКАТЕРИНА ЛЕОНИДОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат культурологии, доцент кафедры гуманитарных дисциплин

Научный руководитель: Трушникова Екатерина Леонидовна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат культурологии, доцент кафедры гуманитарных дисциплин

ПРОБЛЕМА СВОБОДЫ ЧЕЛОВЕКА В ОБЩЕСТВЕ

Аннотация. В данной статье затронута тема свободы человека в различные эпохи, показано, как люди себя ощущали в Индии, Греции, что изменилось с переменами в устройстве государств. Как христианство повлияло на его самоидентификацию. Какие изменения произошли в эпоху машинной революции, а также как человек ощущает себя в современном мире, чувствует ли он себя свободным.

Ключевые слова: свобода, индивид, проблема, государство, существование, человек, одиночество, зависимость.

Свобода – одна из основных философских категорий, характеризующих сущность человека и его существование. Она состоит из возможности личности мыслить и поступать в соответствии со своими представлениями и желаниями, а не вследствие внутреннего или внешнего принуждения.

Ни одна философская проблема, наверное, не обладала столь большим социальным и политическим звучанием в истории общества, как проблема свободы.

В обществе свобода личности ограничивается интересами общества. Желания человека не всегда совпадают с принятыми правилами и догмами, но если личность не поступает по общепринятым правилам, ее ждет изоляция, сильное отчуждение и критика.

С начала образования первых государств внутренняя обстановка сильно отличалась от существующей на данный момент. В данной работе мы сделаем попытку проследить какие изменения в самоопределении и ощущении свободы человека произошли, взяв на рассмотрение эпохи, начиная с древних государств до нашего времени. Также кратко исследуем, как проблема свободы человека представлена в гуманитарной мысли.

Для начала рассмотрим, как человек себя ощущал на ранних стадиях формирования первых государств, и проследим, как изменялось его самоопределение и его свобода в обществе.

Раньше картина мира общества и каждого индивида во многом определялась религией. Начнем с одного из самых древних государств – Индии. Индуизм формировался на кастовой системе, в которой человек знал свое место и никак не мог передвигаться по социальной лестнице. Своей системой индуизм проложил путь каждому человеку, по которому тот смиренно шел всю свою жизнь. Тем самым всегда был социально идентифицирован и жил с общепринятыми, навязанными целями и смыслами жизни. Позже появилось альтернативное учение – буддизм, где, напротив, отрицалось наличие этой системы. Правильную жизнь Будда Гаутама на-

зывал «Срединный путь», который заключается в духовном преодолении стремления к вещам и наслаждениям, в умеренном удовлетворении своих потребностей и в духовной практике. Тем самым буддизм призывал очищаться от внутренних раздражителей, которые руководят разумом в критические моменты, а также жить, не ограничивая, не изнуря себя, но и не становиться зависимым от благ. Можно сделать вывод, что буддизм призывал людей к правильной свободе, к свободе от подсознательного и негативного, к чистой осознанной жизни. Ведь из правильной и гармоничной жизни внутри человека его самоидентификация и свобода в обществе, вся внешняя жизнь тоже становится гармоничной [1].

На другом конце земного шара в XXX–XXI вв до н. э. возникла Элладская цивилизация, где господствовали родоплеменные отношения, в которых свобода была доминантой сознания. В систему ценностей свободного грека входили неразрывная связь с полисом, органичная включенность в него, надежность и защищенность существования, наличие широких возможностей для самореализации и в собственном совершенствовании, и в изменении своего социального положения. Человек чувствовал себя единым с природой, чувствовал защищенность и покой. После различных войн, распадов империй, формирования новых государств, жизнь человека внутри города стала совершенно другой, человек потерял устойчивость и уверенность в этом шатком устройстве мира, он больше не был в лоне природы, стал самостоятельным и одиноким. На помощь душевным мукам приходит религия. Христианская эпоха дала человеку ту необходимую почву и основу, которая ушла от него, после отделения человека от природы. Средневековое общество в отличие от современного характеризовалось отсутствием личной свободы. В раннем средневековье каждый был прикован к своей роли в социальном порядке. Человек почти не имел шансов переместиться социально – из одного класса в другой. Хотя человек не был свободен в современном смысле, при этом не был изолирован и одинок. Занимая определенное место в социальном мире с самого момента рождения, человек был закреплен в какой-то структурированной общности, его жизнь с самого начала была наполнена смыслом, что не оставляло места сомнениям, они и не возникали [2].

С развитием общества, технологий, государств, начиная с эпохи возрождения до промышленной революции, человеку дали возможность полностью отсоединиться от природы, почувствовать себя «творцом» своей жизни, самому принимать решения и быть ответственным за свои поступки и жизнь. Но в этой, казалось бы, прекрасной перспективе есть обратная сторона. Человек, превратившись в индивида, остался один на один с миром, в котором ему не на кого положиться, кроме себя. Теперь человек считается свободным, может развиваться и выражать свою сущность, но при этом он теперь освобожден от мира, который дал ему безопасность и покой.

Новая эпоха XX–XXI вв., технологический прорыв кардинально изменил существующий строй и мышление людей. Современные социологи и философы задаются вопросами о свободе современного человека и о том, нужна ли она ему. Человек наделен самостоятельностью, он независим от видимых авторитетов, но не замечает, как им управляют анонимные авторитеты, такие, как общественное мнение, из-за которого мы готовы себя вести в соответствии с желаниями остальных, не замечая, что мы боимся отличаться.

Все больше продвигаясь к современному обществу, человек начинал смотреть на себя объективно, меньше придаваться иллюзиям, развивалась политическая свобода, при появлении нового экономического строя средний класс мог завоевать власть или новые возможности, ранее ему не доступные. Таким образом, капита-

лизм внес большой вклад в свободу действий и возможностей человека. Но в то же время человек стал более одиноким и независимым, так как в отличие от средневековья, где он занимал определенное место в системе, капиталистический строй дистанцировал человека, теперь все, что он делал, касалось только его самого.

В современной экономической модели деньги стали самоцелью, счастье человека сводится к пополнению капитала. Если денег мало, то ты не играешь особой роли в обществе, ты лишь маленькая деталь в огромной системе денежного оборота. Убрав у человека высшую цель, капитализм лишил его общего смысла жизни, повесив решение этой задачи на самого человека. После того, как человека заставили самого управлять смыслами и своей жизнью, он отходит от коллектива, становясь все более эгоистичным. А эгоистичность – это сопутствующий признак недостаточной любви к себе, то есть человек, который постоянно недоволен собой, занят своей личностью, поскольку в нем нет уверенности в себе, он должен доказывать, что он не хуже остальных.

Человек, создав огромную систему товарооборота, включающую в себя заводы, машины, различные производства, не заметил, как сам превратился из хозяина в раба своей же системы. Даже человеческие взаимоотношения стали нести манипулятивный характер, являясь друг для друга лишь средством для достижения цели. В работе каждый человек стал товаром, который должен не только обладать определенными знаниями, но и соответствовать целому ряду требований: быть красивым, опрятным, веселым и так далее. Таким образом, уверенность в себе превращается лишь в отражение того, что думают о человеке другие.

Новая свобода, которую принес капитализм, усугубила действие, человек стал еще более одиноким, неуверенным, зависимым от общества. Сейчас каждый индивид живет лишь тягой к одобрению, которую в нас воспитывают с детства. Жаждающий быть прекрасным в чужих глазах, ищущий славы и уважения, человек приспособливает свое существование под текущий рыночный спрос, меняя свое мнение, жизнь и образ мысли под то, что гарантирует ему успех в публичном пространстве [4].

Наша жизнь стала невероятно зависима от многих факторов, и чтобы выжить и более-менее прилично жить, нам приходится прилагать невероятные усилия. Все обычные жители мегаполисов зависят от «волшебных» цифр на экране: цен на акции, курса валют, ВВП, инфляции. Слишком много ненужных и сдерживающих факторов, которые мешают жить в комфортных условиях. Каждый человек понимает, что его жизнь не зависит напрямую от него, он не может быть уверен в своей работе, зарплате. К такому постоянному стрессу человека готовят с детства, заставляя его делать выбор в самом несознательном возрасте, подавляя и подстраивая его желания под зарплату, от которой зависит его жизнь.

Западный человек по большей части имеет свободу, но не имеет воли. Вот почему его условная свобода – неотъемлемая основа его существования. Попробуйте западного человека лишить свободы – он будет воевать за неё. Русский же человек, наоборот, по-прежнему имеет волю и весьма ограничен в свободе. И чем больше он скован неустроенностью жизни, безденежьем, коррупцией, невозможностью поступать так, как он хочет, осознанием собственного несовершенства, тем сильнее у него скрытая тяга к свободе – мощная внутренняя энергия, которую он раскрывает и показывает своим неординарным и новым взглядами.

В заключение необходимо сказать, что современное общество все больше хочет автоматизироваться и совершенствоваться. Все мечтают о прогрессе, который сделает наше общество лучше, комфортнее для проживания. Но чем дальше мы заходим в этот самый «прогресс», тем менее комфортным и свободным стано-

вится наше общество. Мы перестаем замечать, как мы все больше заворачиваем себя в различные коконы зависимости, начиная от социальных сетей и Интернета, заканчивая нашим выживанием. Мы уже не замечаем, как погрязли в якобы «комфорте», без которого мы уже не представляем свою жизнь.

Хочется закончить словами известного писателя Виктора Пелевина: «То, что называют «прогрессом», опустило человека гораздо ниже живущего на свободе животного. Образ жизни зверя – есть экологически чистую пищу, жить в самых подходящих для организма климатических условиях, много двигаться и никогда ни о чем не волноваться – сегодня доступен только ушедшему на покой миллионеру. А обычный человек всю жизнь работает, высунув язык от усталости, а потом умирает от стресса, успев только кое-как расплатиться за норку в бетонном муравейнике» [3].

Библиографический список:

1. Научно-популярный журнал VIDYĀ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vidya613.wordpress.com/>
2. Савельев, А.Е. Культура Древней Греции: Учеб. пособие / А.Е. Савельев. – М.: Высшая школа, 2008. – 460 с.
3. Сайт творчества Виктора Пелевина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pelevin.nov.ru/interview/o-empire/1.html>.
4. Фромм, Э. Бегство от свободы / Э. Фромм; пер. с англ. и примечания А.И. Фета. – Philosophical arkiv, Nyköping (Sweden), 2016. – 231 с.

ТИМЕРШИНА ВАЛЕНТИНА ФАНИСОВНА

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет»

ЕВПЛОВА ЕКАТЕРИНА ВИКТОРОВНА

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет», кандидат педагогических наук, доцент

Научный руководитель: Евплова Екатерина Викторовна

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет», кандидат педагогических наук, доцент

ВНУТРИФИРМЕННОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

Аннотация: В данной статье рассматривается история и виды бизнес-планирования, дается его определение. Проанализированы ошибки начинающих и неопытных бизнесменов. Представлены основания для написания бизнес-плана, а также стадии планирования. Выявлена и обоснована необходимость написания плана. Исследовано, с какой целью используется бизнес-планирование. Дан ответ на вопрос, почему возникла необходимость планирования в бизнесе.

Ключевые слова: планирование, бизнес, предприятие, бизнес-план, история, виды, стадии, ошибки бизнесменов.

Для того чтобы предпринимательская деятельность могла приносить хороший доход, очень важно ответственно отнестись к бизнес-плану. С помощью планирования бюджета можно предусмотреть риски, спланировать свою тактику ведения бизнеса и оценить всевозможные исходы.

Бизнес-план – план, программа осуществления бизнес-операций, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности [1].

Хотелось бы начать с небольшой истории развития внутрифирменного планирования.

С возникновением электронных устройств на предприятиях экономика организации со временем стала сложнее. Возникла необходимость в предсказывании и использовании сложных вычислительных методов. Однако до начала XX столетия бизнесмены в основном трудились, используя интуицию, без каких-либо исследований.

В 30-е и 40-е годы возник этап массового производства, тогда образовались первые признаки бизнес-планирования. Начали создаваться отделы, которые брали на себя роль написания и формирования планов.

В 40-е и 50-е годы начали зарождаться функциональные бюджеты – годовые, квартальные и месячные. Необходимыми становятся финансовые бюджеты, бюджеты затрат, организации сбыта и тому подобное.

В 50-е и 60-е годы на предприятиях возникает среднесрочное и долгосрочное планирование. Но в основном внимание акцентируется на долгосрочном прогнозировании.

70-е годы характеризуются важными преобразованиями на макроэкономическом уровне. Применяются все виды планирования – долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное. Начинает набирать популярность стратегическое прогнозирование.

С 80-х годов оживленно проводится создание и осуществление стратегий становления бизнеса. Однако показатель стратегического планирования превысил 60%. Вслед за этим написание подобных планов вошло в стратегическое ведомство и стало его частью.

В 90-е годы прогнозирование на микро- и на макроуровне понемногу исчезает. Началось сокращение кадров, занимающих должности в плановых подразделениях. Взамен таковых начали возникать маркетинговые службы. Но на отдельных предприятиях такие службы остались. Отличие заключается в том, что они не осуществляют прогнозирование будущего становления предприятия, а абсолютно противоположными вещами, к примеру, снижением налогов [3].

Планы могут быть:

- Краткосрочными – длительностью в один год;
- Среднесрочными – длительностью в три-пять лет;
- Долгосрочными – длительностью более пяти лет.

Кроме того, планы могут быть количественными и качественными. Количественные показатели определяют количество денежной выручки, размер ассортимента и сырья, численность рабочих; качественные показатели – увеличение производительности труда, нарастание эффективности, падение затрат.

Бизнес-планирование используется, как правило, для того, чтобы увидеть полную картину бизнеса; определить место на рынке, количество работников, ассортимент или вид услуг; выявить направление бизнеса и т.д.

Многие неопытные бизнесмены ничего не планируют в бизнесе и нацелены всего-навсего на свою наблюдательность и интуицию. Такая стратегия обычно не всегда работает, разрабатывать и использовать бизнес-план очень полезно для ведения бизнеса. К основаниям для написания бизнес-плана можно отнести следующее.

- Когда появляется нужда в деньгах для развития предприятия, приходится искать инвестора. Обычно они предпочитают инвестировать предприятие с написанным бизнес-планом, так как он поможет понять, будут ли вложения выгодными.
- Разработав бизнес-план, можно определить цели, для того чтобы стремиться к ним и тем самым развивать свой бизнес.
- Создавая план, не нужно рассматривать только оптимистический сценарий. План поможет предвидеть разные обстоятельства, в том числе самые плохие, чтобы в дальнейшем постараться их избежать.

Таким образом, можно выделить 7 главных стадий планирования:

- 1) Подготовка к оформлению документов, сбор всей необходимой информации.
- 2) Определение целей.
- 3) Поиск инвесторов. Это могут быть партнеры по бизнесу, государственная поддержка и тому подобное.

4) Определение будущего состава и структуры бизнес-плана. Например, описание предприятия и его продукции (услуг, товаров), исследование и анализ рынка, изучение конкуренции, плана маркетинга и производства, а также анализ провала и вычисления.

5) Сбор всех данных.

6) Осуществление бизнес-плана.

7) Разбор и анализ бизнес-плана, передача его инвесторам.

В основном начинающие бизнесмены совершают ошибки, к ним относятся:

- ошибка в определении потребителей и их потребностей;
- недостаток данных и информации о рынке;
- установка нереальных сроков;

- неучет конкурентов на рынке;
- неумение предусмотреть возможные риски [2].

Грамотно написанный план помогает обдумать стратегию и оценить, в какой мере возможно реализовать существующие идеи. Благодаря планированию появляется возможность избежать неточности, которые нередко доводят до провала.

Библиографический список:

1. Бизнес-планирование [Электронный ресурс] // Википедия: свободная энциклопедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>.
2. Бизнес-планирование на предприятии – основные правила и риски [Электронный ресурс] // Woman advice.ru. – Режим доступа: <https://womanadvice.ru/biznes-planirovanie-na-predpriyatii-osnovnye-pravila-i-riski>.
3. Руденко, И.В. Внутрифирменное планирование. [Электронный ресурс]: Лекция / И.В. Руденко. – Режим доступа: <http://timtaller.narod.ru/planing.html>.

ТИМОФЕЕВА ЮЛИЯ СЕРГЕЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

КОЛУНТАЕВА АРИНА АЛЕКСАНДРОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Ходак Нина Анатольевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат биологических наук, доцент

ИНДИВИДУАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РАБОТНИКОВ БАНКОВСКОЙ СФЕРЫ

Аннотация. В статье представлены результаты исследования соотношения профессиональной эффективности работников банковской сферы разных направлений деятельности с их индивидуально-психологическими характеристиками. Изучена классификация психологических стилей работников банковской сферы, отличающихся особенностями мышления, поведения и общения. Установлено, что для эффективной деятельности банковских работников важны личностные и профессиональные качества.

Ключевые слова: индивидуально-психологические особенности, банковский сектор, личностные качества, банковская сфера, подбор персонала, банковский работник.

Банковская система России является одной из самых важных для развития экономики страны систем и быстро развивающихся отраслей. Банковский сектор в настоящее время достаточно нестабилен, как и общая экономическая ситуация в стране. Эффективность деятельности организации, в том числе и банковской, напрямую зависит от компетентности, профессионализма ее персонала [4].

Значительную важность приобретает подбор персонала [7], требующий отбора работников по наиболее высоким показателям профессионального уровня, гибкости и умению осваивать новые виды работ. В связи с этим банк может предложить своим сотрудникам карьерный рост и высокий доход, поэтому многие хотят работать в банковской сфере, однако часто трудно соизмерить свои способности, возможности и личностные особенности с требованиями и спецификой данной сферы. Поэтому актуальным представляется изучение соответствия индивидуально-личностных характеристик работников особенностям банковской сферы [5].

Интересен комплексный подход А. Харрисона и Р. Брэмсона к классификации психологических стилей работников банковской сферы, отличающихся особенностями мышления, поведения и общения. В классификации подробно изучены пять способов или стилей мышления специалистов банка [6].

Первый стиль – у работников с развитым аналитическим складом мышления – аналитики. Успешно оперируют цифровыми данными и количественными характеристиками в своей работе, стремятся опираться на документы, инструкции, юридические нормы. Логичны, методичны, последовательны; работают тщательно, ответственно, продумывают детали. По своему характеру ориентированы на высокую успешность: не любят допускать ошибок, стремятся к высокому профессионализму и не терпят недобросовестности в работе коллег и подчиненных.

Второй стиль – противоположный аналитику психологический тип работника. Это практичные люди, строящие деловые отношения по принципу: «ты мне – я тебе». Успешные политики: гибкие, изворотливые, использующие для достижения своей цели все доступные (и не всегда доступные) средства. Их можно назвать прагматиками, поскольку в работе они всегда стремятся к получению конкретных практических результатов. Прагматики – это новаторы и революционеры, как «ледоколы», прорубающие в непроходимых льдах новую дорогу, или мощные «тараны», пробивающие стену там, где ее никто не может пробить. Они любят все новое: новые методы работы, новые условия, новых людей. Прагматики легко приспосабливаются к новому. Более того, именно в условиях новизны они чувствуют тонус, удовольствие, проявляют колоссальную жизненную энергию. В принципе это жизнерадостные и энергичные люди [3].

Третий стиль – реалист, реалистично мыслящий работник. Внешне реалисты похожи на прагматиков: живые, подвижные, активные и общительные, ведут себя открыто, энергично и напористо. Всегда имеют свое мнение и независимо его высказывают. В спорах и дискуссиях могут быть резкими и не терпеть возражений. Они выносливые, имеют высокую работоспособность. Любят веселые компании, склонны к грубоватому юмору. Быстро принимают решения, легко берут ответственность на себя, легко управляют собой и людьми.

Главное для них – всегда и везде управлять людьми и контролировать ситуацию. Вы можете встретить в банке человека, четко планирующего работу, осуществляющего контроль над выполнением заданий, входящего во все мелочи общей работы и указывающего даже на то, какой цвет стен должны иметь производственные помещения банка после ремонта. Вечером вы можете встретить этого же человека в неформальной компании, в которой он также лидер: он всех организует, направляет высказывания и тосты, устанавливает связи. Этот человек, одинаково лидирующий на работе и вне ее – без сомнения, реалист. Он всегда испытывает потребность управлять и контролировать.

Четвертый стиль – критики. Эти работники часто «кочуют» из одного банка в другой, не задерживаясь долго на одном месте работы. В их трудовой книжке множество записей, причем они могут резко повысить свой должностной статус, а затем резко снизить его. Довольно часто они становятся инициаторами конфликтов в коллективе. Могут «разогреть» конфликт и уйти в сторону. Критически мыслящие работники обычно имеют оригинальное, творческое мышление, позволяющее им сразу видеть недостатки и фиксировать ошибки. Они умеют быть как бы внутри профессиональных знаний и критически оценивать их из внешней позиции. Они никогда не делают культа из своей профессии, должности или профессии и должности своего партнера, поскольку всегда видят недостатки.

Во внешнем поведении часто ведут себя вызывающе, проявляют скепсис и неприятие высказываемой точки зрения. Характеризуются тем, что слишком увлекаются критикой и не предлагают конструктивных решений, как же реально улучшить ситуацию, которая после их критического анализа оказалась такой плохой. Они могут нарисовать безрадостную перспективу банка, говорить о его развале и совсем не задуматься над тем, что же действительно следует делать для совершенствования деятельности банка.

Критики любят говорить сложно [2], витиевато, с применением непонятных терминов. Используют в своей речи такие обороты: «Вероятно...» «В связи с тем, что...», «С одной стороны... — с другой стороны...», «В сущности...», «Главным образом...».

Пятый стиль – идеалисты. Эти работники обычно добрые, приветливые, с располагающей улыбкой, которые общаются внимательно и заинтересованно, проявляют доверие к партнеру. К таким работникам чаще всего обращаются за поддержкой и помощью, потому что у них открытое лицо и мягкий, внимательный взгляд. Они никогда не ведут себя дерзко и вызывающе. Больше всего они не любят конфликтов и противоречий. Обычно они стараются избежать возможных напряжений в отношениях и уступают только для того, чтобы сохранить положительный контакт с человеком [1].

Таким образом, делая вывод, отметим, что для эффективной деятельности банковских работников важны личностные и профессиональные качества. С большей вероятностью человек, обладающий развитыми аналитическими способностями, эмоциональной стабильностью, хорошим темпом деятельности и устойчивой продуктивностью, способен успешно реализоваться в своей профессии.

Библиографический список:

1. Бабаев, Т.М. Психологическая характеристика профессиональной деятельности успешных и менее успешных продавцов / Т.М. Бабаев // Вестник РУДН. Серия «Психология и педагогика». – 2010. – № 2. – С. 37–41.
2. Карпов, А.В. Психология менеджмента: учеб. пособие / А.В. Карпов. – М.: Гардарики, 2005. – С. 64–69.
3. Кужненкова, А.С., Новикова И.А. Соотношение показателей профессиональной эффективности и психологических характеристик работников банковской сферы / А.С. Кужненкова, И.А. Новикова // Акмеология. – 2014. – № 3–4 (специальный выпуск). – С. 97–98.
4. Личностные особенности эффективных работников банка [Электронный ресурс] // Sibac.info. – Режим доступа: <https://sibac.info/studconf/hum/xxx>
5. Методы отбора персонала: различия и эффективность использования [Электронный ресурс] // cfin.ru. – Режим доступа: // <https://www.cfin.ru/>
6. Психологические типы банковских работников [Электронный ресурс] // Bizbook.Online. – Режим доступа: <https://bizbook.online/upravlenie-personalom-book/psihologicheskie-tipyi-bankovskih-31136.html>
7. Ходак, Н.А. Гендерные особенности психофизиологических функций студентов технических и гуманитарных специальностей: автореферат дис. ... кандидата биологических наук: 19.00.02 / Н.А. Ходак. – Режим доступа: <https://search.rsl.ru/ru/record/01003491006>

ТИМЧЕНКО ВИКТОР АЛЕКСАНДРОВИЧ

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Казанцев Александр Иосифович

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации

ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ХУДОЖЕСТВЕННОГО И ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ТЕКСТОВ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Аннотация. В статье анализируются виды лексико-грамматических трансформаций. Приводятся примеры контекстуальных замен при переводе художественного и публицистического текстов с английского языка на русский.

Ключевые слова: трансформация, добавление, опущение, конкретизация, генерализация, компенсация.

В процессе перевода грамматические и лексические явления воспринимаются в неразрывной связи. Только в составе предложения раскрываются функции слова и устанавливается его конкретное значение. Выступая в различных контекстах, слово сохраняет свое семантическое тождество. Для того чтобы уметь правильно сопоставлять английские и русские лексические единицы при переводе конкретного текста, переводчик должен быть знаком с основными типами подобных сопоставлений, знать, какие факторы следует учитывать при выборе окончательного варианта перевода [3].

Работа переводчика над словом и словосочетанием не сводится только к нахождению эквивалентного или вариантного соответствия. Она включает в себя также работу над лексическими преобразованиями или трансформациями. Лексические трансформации включают три вида преобразований:

1. Добавление

В переводе недопустимы смысловые добавления. Переводчик имеет право делать смысловые добавления, то есть разъяснения, только вне переводимого текста, в своих примечаниях, которые выносятся за пределы текста с помощью сноски. Однако переводчик иногда бывает вынужден добавить слова в тексте, чтобы не нарушить нормы русского языка.

Например: *The jet airliner carried 78 passengers and 4 crew. На борту воздушного лайнера было 78 пассажиров и 4 члена экипажа.*

Переводчик вынужден добавить слово *члена*, так как этого требуют нормы русского языка.

2. Опущение

В ряде случаев переводчик бывает вправе делать некоторые опущения, если это необходимо для того, чтобы избежать нарушения лингвистических или стилистических норм русского языка. Однако каждый пропуск должен быть оправданным. Нельзя злоупотреблять этим правом и опускать все то, что трудно для перевода. Для английского языка характерно употребление парных синонимов. При переводе опускается один из равнозначных синонимов.

Например: *The treaty was pronounced rull and void. – Договор был признан **недействительным**.*

3. Замены

При лексических заменах происходит замена отдельных конкретных слов или словосочетаний исходного языка словами или словосочетаниями языка перевода, которые не являются их словарными соответствиями, то есть имеют иное лексическое значение, нежели слова исходного языка [5].

Особенности контекста могут вынудить переводчика отказаться в переводе от применения даже вариантного соответствия, не говоря уже об эквивалентном соответствии. В подобном случае он подыскивает вариант перевода, подходящий лишь для данного конкретного случая. Такой вариант перевода называют контекстуальной заменой.

Переводческая практика выработала шесть таких приемов.

1) Прием конкретизации

Конкретизация представляет собой замену слова исходного языка с более широким значением словом другого языка с более узким значением. В английском языке много слов с общим широким значением, которые при переводе всегда в той или иной мере конкретизируются.

В русском языке подобное использование слов с общим широким значением встречается крайне редко. Поэтому в переводе используются слова с более конкретным значением. Глагол *come*, например, переводится в разных контекстах по-разному: *прибывать, приезжать, приходить, подходить, прилетать* и т. д. Глагол *go* переводится на русский язык следующими лексическими единицами: *идти, ходить, плыть, летать, ехать, отправляться, сходить, проходить* и т. д.

2) Прием генерализации

Генерализация – это замена слова, имеющего более узкое значение, словом с более широким значением. Этот прием прямо противоположен приему конкретизации.

Например, словосочетание *the last ounce of effort in their bodies* лучше перевести по пути генерализации, как «из последних сил».

3) Прием антонимического перевода

Сущность приема антонимического перевода состоит в том, что переводчик заменяет утвердительную конструкцию отрицательной или наоборот, что сопровождается соответствующей лексической заменой единицы исходного языка его антонимом в языке перевода.

Например: *If you want to cross the street remember to look at the traffic lights first.* – *Если хочешь пересечь улицу, не забудь сначала посмотреть на светофор.*

4) Прием компенсации

Прием компенсации применяется в том случае, когда то или иное языковое явление не может само по себе быть передано в языке перевода. В этом случае, компенсируя потерю, возникающую в переводе оттого, что та или иная языковая единица исходного языка осталась непереуведенной адекватно, переводчик передает ту же самую информацию каким-либо другим средством, причем не обязательно в том же самом месте текста, что в подлиннике.

Например, *Я буду умирать* вместо *Я умру*.

5) Прием смыслового развития

Смысловое развитие при переводе заключается в том, что в переводе используется слово или словосочетание, значение которого является логическим развитием значения переводимой единицы. Смысловое развитие означает отход от прямого словарного соответствия данному слову или словосочетанию.

Например: *And he noticed with sour disfavour that June had left her wine-glass full of wine.* – *И он с раздражением заметил, что Джун не прикоснулась к вину.*

6) Прием целостного переосмысления

Когда при переводе словосочетания, смысловой группы или предложения не представляется возможным оттолкнуться от словарных соответствий, но необходимо понять смысловое значение всего переводимого целого и «перевыразить» его. Это один из самых трудных приемов трансформационного перевода.

Например: «*help yourself, please*» говорят англичане, а мы переводим: «*угощайтесь*», а не «помогайте себе» [5].

Далее в настоящем исследовании будет рассмотрено применение нескольких переводческих трансформаций в романе Джерома Дэвида Сэлинджера «Над пропастью во ржи» [7] в переводе Риты Райт-Ковалевой [4].

– Конкретизация

Yes, we had a talk We really did – Да, у нас был разговор. Поговорили.

I Doubt very much if you opened your textbook even on the whole term. Did you? – Я очень сомневаюсь, открывал ли ты учебник хотя бы раз в четверть Открывал?

– Генерализация

That smells all over the place. Vicks Nose Drops. – Тут еще пахнет группозными каплями на весь дом.

– Смысловое развитие

Then this guy gets killed because she's always speeding. – А потом девушка гибнет потому что вечно нарушает правила.

Gets killed? – Гибнет?

– Антонимический перевод

Hurry up! – Только не копайся!

No kidding I appreciate it I really do! – Честное слово, я очень это ценю, правда!

– Компенсация

That kind of stuff. The old bull. – Словом, наворачивал как надо.

It's awful. – Страшное дело.

– Замены

I got pretty run-down and had to come here and take it easy. – А потом я чуть не отдал концы, и меня отправили сюда отдохнуть и лечиться.

Так же анализ лексико-грамматических трансформаций представлен на примерах из статьи «Margaret Thatcher: No ordinary politician» из англоязычного журнала «The Economist» [6].

Against the background of a world recession, the result was a sharp rise in unemployment. – На фоне мирового экономического спада резко вырос уровень безработицы.

В данном примере мы можем наблюдать несколько трансформаций в пределах одного и того же предложения. Рассмотрим более подробно.

1. Трансформация лексического значения предлога *as* предлогом *на* в русском языке.

2. Конкретизацию – здесь присутствует замена более широкого смысла выражения *world recession* на более узкий в данном контексте *экономического спада*.

3. Опущение или нулевой перевод – при переводе опускается словосочетание *the result was*.

4. Замена части речи – существительное *rise* переведено глаголом прошедшего времени *вырос*.

... the children at posh public schools... – ... детьми, которые ходят в привилегированную частную среднюю школу...

Таким образом, в ходе исследования было выявлено, что большинство слов, как в русском, так и в английском языках, многозначно. Различные значения слова

связаны между собой и, как правило, объединяются вокруг общего, основного, исходного значения. Семантика слова выявляется в контексте, зависит от лексического окружения слова. Поэтому для точного раскрытия значения слово надо рассматривать не изолированно, а в связи с другими словами, а иногда нужен и более широкий контекст. Представление о переводе как о простой подстановке слов одного языка словами-эквивалентами из другого языка ошибочно, так как большинство слов в английском и русском языках многозначно, и вся система такого многозначного слова не может совпадать с системой слова другого языка.

Библиографический список:

1. Большая Советская Энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bse.sci-lib.com/article087980.html>

2. Коломейцева, Е.М. Лексические проблемы перевода с английского языка на русский [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Е.М. Коломейцева, М.Н. Макеева. – Режим доступа http://window.edu.ru/window_catalog/pdf2txt?p_id=5055&p_page=2

3. Крушельницкая, К.Г. Советы переводчику: учеб. пособие по нем. яз. для вузов / К.Г. Крушельницкая, М.Н. Попов. – Изд. 2-е, доп. – М.: АСТ, Астрель, 2006. – 316 с.

4. Сэлинджер, Дж.Д. Над пропастью во ржи [Электронный ресурс] / Дж.Д. Сэлинджер; перевод Риты Райт-Ковалёва. – Режим доступа: http://www.aelib.org.ua/texts/salinger_the_catcher_in_the_rye_ru.htm

5. Читалина, Н.А. Учись переводить (Лексические проблемы перевода) / Н.А. Читалина. – М.: Международные отношения, 1975. – 80 с.

6. Margaret Thatcher. No ordinary politician [Электронный ресурс] // The Economist. – Режим доступа: <http://www.economist.com/briefing/2013/04/13>

7. Salinger, Jerome David. *The Catcher in the rye*: книга для чтения на английском / Jerome David Salinger. – Санкт-Петербург: Антология: КАРО, 2011. – 282 с.

УСКОВА ПОЛИНА ЕВГЕНЬЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ТРУШНИКОВА ЕКАТЕРИНА ЛЕОНИДОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат культурологии, доцент кафедры гуманитарных дисциплин

Научный руководитель: Трушникова Екатерина Леонидовна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат культурологии, доцент кафедры гуманитарных дисциплин

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ МУЗЫ В ТВОРЧЕСТВЕ ХУДОЖНИКА

Аннотация. В данной статье раскрыта тема природы творческого вдохновения художника, в частности, степень влияния музыки на продуктивность работы и идейность человека. Рассматривается природа творческой мотивации, несколько примеров из жизни известных гениев живописи и литературы, а также понятие «музы» в контексте искусства: муза-вдохновение, как состояние ума, и муза-женщина, как реальный человек, который находится в тени мастера.

Ключевые слова: муза, вдохновение, мотивация, творчество, потребности, самоактуализация, пирамида Маслоу.

В мировом искусстве существует множество великих произведений, которые с момента создания и по сегодняшний день вызывают у людей отклик, оставляют отпечаток в разуме и сердце, а также являются культурной ценностью. Нет никакого сомнения в таланте каждого художника или поэта, ведь эти люди приложили не мало сил и времени, чтобы добиться мирового признания. Пикассо, Дали, Матисс, Гоген – список можно продолжать бесконечно, ведь все они внесли огромный вклад в мировую живопись, а некоторые стали олицетворением своей эпохи.

Безусловно, каждый из них прошел собственный путь: путь подъемов и спадов, творческого кризиса, культурных и политических противоречий. И каждому знакомо то самое состояние вдохновения – то, что побуждало раз за разом браться за работу, чтобы выразить себя, рассказать что-то окружающим посредством своего творчества. Что действительно включает в себя понятия «вдохновение» и «муза»?

Для того, чтобы проанализировать влияние музыки на творческий путь художника, первоначально необходимо выявить ключевые понятия. Муза является мотивацией человека к действию, но что есть мотивация? А. Шопенгауэр в своей статье «Четыре принципа достаточной причины» дает определение этому термину: «Мотивация – это некий образ или видение ценных для человека объектов, который определяет его деятельность, достижение которого является смыслом деятельности» [1, с. 320]. Мотивация воплощает собой некую человеческую потребность, которую он стремится удовлетворить.

Современный человек имеет несколько базовых потребностей, к которым испытывает тягу в большей или меньшей степени. Существует пирамида потребностей, которую в 1954 году предложил Абрахам Маслоу [4, с. 94]. Говоря об искусстве, вернее будет выделить три основные потребности: в признании, в самоактуализации, в познании и понимании. Данные потребности обусловлены социальной природой человека. Нас побуждает желание верить в себя и находить положитель-

ную оценку в лице окружающих, желание максимально выразить свои личные возможности в материальном мире и обыденное любопытство. Маслоу также считал, что время от времени потребность в самоактуализации может вытеснять даже физиологические потребности, такие как сон и голод [4, с. 178].

Катализатором подобной творческой деятельности являются эмоциональные впечатления, переживаемые автором, в которых находят отклик его индивидуальные вопросы. Подобное состояние характеризуется повышенной работоспособностью, концентрацией, креативным мышлением: человек максимально сосредоточен и вовлечен на момент работы.

Рассматривая ближе творческие и научные достижения, можно отследить одну общую тенденцию – наивысшую точку, «инсайт», пиковое состояние творческого процесса. Момент вдохновения, исключительного подъема творческой мощи, сила интуиции иногда достигают такой интенсивности, что не осознаются целиком самим автором.

Существует множество влияющих факторов, один из которых мы рассмотрим более подробно – роль музы в жизни и творчестве великих художников. Здесь и далее термин «муза» используется как «женщина, которая вдохновила».

С первого взгляда муза – это уникальная женщина, которая своими лучшими качествами побудила художника на создание шедевра. Именно такое представление складывается, когда зритель видит конечный продукт – картину, поэму, роман и т.д. Подобное суждение может быть верным, если принимать во внимание обстоятельства, при которых муза вошла и существовала в жизнь автора.

С одной стороны, можно рассматривать музу как женщину в толпе, которая яркой вспышкой осветила сознание человека и впечатлила его на дальнейшую деятельность. В таком случае реальная женщина не играет особой роли, первостепенным является ее фантазийный образ, который в секунды сложился в сознании, тогда человек мотивирован запечатлеть его и поделиться с окружающими своим переживанием.

Однако в ином контексте, когда муза является спутницей жизни, образ нимфы, лишенной всяких земных обязательств, рассыпается и противоречит реальной жизни. Углубляясь в историю каждой женщины, которая прошла долгий путь рука об руку с гением, можно сделать вывод, что жизнь музы полна лишений, смирения и подчинена одному – ее маэстро, гению, за спиной которого она существует. Такая женщина мотивирует тем, что создает условия для творчества, вкладывает свои личные ресурсы в развитие другого, примиряется с особенностями характера и привычками человека, как это делали Фрида Кало, Лидия Делекторская, Елена Дьяконова и другие женщины, чьи имена были связаны с гениями искусства.

Ярким примером неприглядности жизни «великой женщины за спиной великого мужчины» является Софья Толстая. Помимо того, что она была женой и матерью тринадцати детей, Софья Андреевна вела хозяйство и всецело поддерживала мужа на его творческом пути: переписывала от руки черновики «Войны и мира», вела переговоры с издателями и занималась документацией. В книге «Моя жизнь» Толстая в подробностях описывает детали совместной жизни с мужем: «Жизнь делалась все более замкнутой, без событий, без участия в жизни общественной, без художеств и без всяких перемен и веселья» [2, с. 369].

Вспоминая союз Елены Дьяконовой и Сальвадора Дали, который в первые годы был особенно крепким, можно увидеть колоссальное влияние зрелой женщины на юного художника. Помимо вдохновения, которое Гала дарила художнику, она также являлась его менеджером, создателем «бренда» Дали. В одну из первых встреч Елена Дьяконова заявила: «Мы больше никогда не расстанемся, мальчик

мой» [3, с. 67]. Она умела видеть, чувствовала его талант и знала, как его продать. Среди ее знакомых было немало влиятельных и состоятельных людей, которым она предлагала вкладывать деньги в творчество мужа, потихоньку создавая все больший ажиотаж вокруг его имени.

Возвращаясь к пирамиде потребностей Маслоу, можно четко выявить роль музы как фантастического, так и реального образа. Если говорить об образе, таинственная муза здесь удовлетворяет потребность в познании и самоактуализации. Муза в реальной жизни берет на себя некоторые обязательства, а потому удовлетворяет как базовые физиологические потребности, потребность в безопасности, так и потребности в любви, познании и понимании.

Опираясь на частные истории взаимоотношений с женщиной-музой, можно сделать вывод, что быть музой – значит всецело разделять и поддерживать своего гения в любые моменты. Представление о музе как о легкой неземной богине, которая только и делает, что дарует человеку состояние творческого экстаза, ошибочно. Рассмотрев более подробно жизнь таких женщин, мы можем увидеть, что порой им приходилось совмещать в себе жену, любовницу, музу, личного секретаря, агента, помощника, друга, сиделки. Не каждой женщине под силу следовать за великим художником, оставаясь в тени, мириться с его переменчивым настроением и положительно влиять на его работу.

Библиографический список:

1. Выготский, Л.С. Психология искусства / Л.С. Выготский. – М.: Педагогика, 1991. – 320 с.
2. Гончаренко, Н.В. Гений в искусстве и науке / Н.В. Гончаренко. – М., 1991. – 369 с.
3. Дали, С. Тайная жизнь Сальвадора Дали, рассказанная им самим / С. Дали. – М.: Ахил-З, 1993. – 302 с.
4. Маслоу, А.Г. Мотивация и личность / А.Г. Маслоу. – СПб.: Евразия, 1999. – 478 с.
5. Тихомиров, О.К. Психологические исследования творческой деятельности / О.К. Тихомиров. – М., 1998. – 253 с.

УСТЬЯНЦЕВА ИРИНА ДМИТРИЕВНА

г. Челябинск, Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» Уральский филиал

ПОСТОВАЛОВА ИРИНА ПАВЛОВНА

г. Челябинск, Уральский филиал федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», кандидат физико-математических наук, доцент

Научный руководитель: Постовалова Ирина Павловна

г. Челябинск, Уральский филиал федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», кандидат физико-математических наук, доцент

МЕТОДЫ УМЕНЬШЕНИЯ РИСКА ФИНАНСОВЫХ ОПЕРАЦИЙ

Аннотация. На финансовые результаты предприятия влияют финансовые риски: некорректное управление финансовыми рисками может привести не только к финансовым потерям, но и к банкротству предприятия. В связи с этим основной задачей организации является выявление и контроль финансовых рисков, влияющих на его деятельность.

Ключевые слова: финансовый риск, методы, финансовые операции, диверсификация, хеджирование, опционы, страхование.

Контроль и управление финансовыми рисками сводит к минимуму их влияние на предприятие. Эффективность работы предприятия в целом зависит от правильно выбранного инструмента.

Финансовый риск – это вероятность возникновения события, связанного с потерей капитала в результате инвестиционной или предпринимательской деятельности [1, с. 18]. Чтобы предприятие эффективно функционировало, необходимо использовать методы уменьшения риска финансовых операций, такие как диверсификация, хеджирование, опционы, страхование. Рассмотрим каждый метод более подробно.

По мнению Хоминича, диверсификация – это распределение капитала между несколькими, не связанными друг с другом направлениями [3, с. 152]. К видам диверсификации относят диверсификацию финансового рынка, депозитного портфеля, финансовой деятельности компании, валютной корзины, портфеля ценных бумаг и т.д. Рассмотрим применение данного метода на следующем примере.

С увеличением числа некоррелированных операций их среднее арифметическое имеет эффективность из промежутка эффективностей этих операций, а риск уменьшается – эффект диверсификации.

Разберем ситуацию: ЛПР имеет возможность составить операцию из четырех некоррелированных операций, эффективности и риски которых даны в таблице 1.

Таблица 1 – Условия для задачи по диверсификации рисков

I	1	2	3	4
e_i	3	5	8	10
r_i	2	4	6	8

Рассмотрим несколько вариантов составления операций из этих операций с равными весами.

1. Операция составлена только из 1-ой и 2-ой операций, тогда: $e_{12}=(3+5)/2=4$; $r_{12}=\sqrt{2^2 + 4^2}/2 \approx 2,24$.

2. Операция составлена только из 1-ой, 2-ой и 3-ей операций, тогда: $e_{123}=(3+5+8)/3=5,3$; $r_{123}=\sqrt{2^2 + 4^2 + 6^2}/3 \approx 2,49$.

3. Операция составлена из всех четырех операций, тогда $e_{1234}=(3 + 5 + 8+10)/4=6,5$; $r_{1234}=\sqrt{2^2 + 4^2 + 6^2 + 8^2}/4 \approx 3,54$.

При составлении операции из большего числа операций риск растет весьма незначительно, оставаясь близко к нижней границе рисков составляющих операций, а эффективность каждый раз равна среднему арифметическому составляющих эффективностей.

Понятие «хеджирование» И.П. Хоминич определяет, как защита от рисков изменения цены на материальные ценности по коммерческим сделкам и контрактам в будущем [3, с. 160]. Существует несколько видов хеджирования: на повышение, т.е. покупка опционов или срочных контрактов, и на понижение, т.е. продажа срочных контрактов.

«Пусть O_1 – основная операция, ее риск r_1 ; O_2 – некоторая дополнительная операция, ее риск r_2 ; O – операция-сумма, тогда дисперсия этой операции $D=r_1^2+2k_{12}r_1r_2+r_2^2$, где k – коэффициент корреляции эффективностей основной и дополнительной операций. Эта дисперсия может быть меньше дисперсии основной операции, только если этот коэффициент корреляции отрицателен (точнее: $2k_{12}r_1r_2+r_2^2<0$, т.е. $k_{12}<-r_2/(2r_1)$)», – предлагает Малыхин [2, с. 110].

Рассмотрим пример. Пусть ЛПР решает проводить операцию O_1 (рис. 1).

O_1 :	-10	20
	0,5	0,5

S :	5	-5
	0,5	0,5

O :	-10	20
S :	5	-5
O	-5	15
	0,5	0,5

Рисунок 1 – Условие операции

Ему рекомендуется одновременно выполнить операцию S , связанную с O . По сути обе операции должны быть изображены с одним и тем же множеством исходов. Обозначим суммарную операцию через O , эта операция есть сумма операций O_1 и S . Вычислим характеристики операций: $M[O_1]=5$, $D[O_1]=225$, $r=15$; $M[S]=0$, $D[S]=25$; $M[O]=5$, $D[O]=100$, $r=10$. Средняя ожидаемая эффективность операции осталась неизменной, а риск уменьшился из-за сильной отрицательной коррелированности дополнительной операции S по отношению к основной операции.

На практике нелегко выбрать дополнительную операцию, которая отрицательно коррелирует с основной: чаще всего допускается небольшая отрицательная эффективность дополнительной операции, и из-за этого эффективность всей операции становится меньше, чем основной.

Один из универсальных инструментов хеджирования – опцион. Опцион на покупку дает владельцу право купить актив по цене, указанной в документе (цена

исполнения), не позднее определенной даты (американский опцион) или на момент этой даты (европейский опцион).

Рассмотрим более подробно европейский опцион на покупку: когда наступит дата исполнения опциона, держатель сравнивает рыночную цену для актива S и цену исполнения R , т.е. указанную в опционе, если $S > R$, затем он реализует свое право покупки актива по цене R , покупает актив по этой цене (и может немедленно продать его и получить прибыль $S - R$).

Рассмотрим пример. Инвестор приобретает рисковый актив за 100 д.е. на 2 месяца, чтобы продать его. Одновременно за 2 д.е. инвестор приобретает европейский опцион на этот актив, срок исполнения которого через два месяца и ценой исполнения 103 д.е. Для этого инвестор занимает 102 д.е. под 9% годовых с непрерывным начислением процентов. Какую прибыль принесет данная операция?

Через два месяца инвестор должен вернуть сумму $102 * e^{\frac{0,09 * 2}{12}} = 103,54$ д.е. Пусть S_T — цена базового актива на момент его продажи. Тогда прибыль составит $S_T - 103,54$ — если $S_T > 103$, и $-0,54$, если $S_T \leq 103$ ».

Еще одним методом снижения риска финансовых операций является страхование. Хоминич И.П. утверждает, что страхование — это оформление сделки, подразумевающей выплату компенсации страховой компанией в случае полной потери прибыли или ее части [3, с. 166]. Страхование осуществляется от банкротства, непредвиденных расходов, сокращения или остановки производственных процессов, покрытие судебных издержек.

Страхование является выгодной мерой с точки зрения снижения риска, если бы не страховой платеж, т.к. в некоторых случаях страховой платеж составляет значительную часть страховой суммы.

Таким образом, при управлении финансовыми рисками необходимо учитывать их источники происхождения, а также влияние, которое они оказывают друг на друга, и, чтобы уменьшить риск финансовых операций, используются различные методы, применяющиеся в различных ситуациях по решению ЛППР.

Библиографический список:

1. Ванькович, И.М. Финансовые риски: теоретические и практические аспекты / И.М. Ванькович // Российское предпринимательство. — 2014. — Том 15. — № 13. — С. 18–33.
2. Малыхин, В.И. Финансовая математика: Учеб. пособие для вузов / В.И. Малыхин. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 237 с.
3. Хоминич, И.П. Управление финансовыми рисками: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И.П. Хоминич [и др.]; под ред. И.П. Хоминич, И.В. Пешанской. — Москва: Издательство Юрайт, 2017. — 345 с.

ФАЙДА АНЖЕЛА ВИТАЛЬЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Кузюкова Ольга Сергеевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Аннотация. Рассматривается сущность малого предпринимательства, виды и сферы деятельности предпринимательства, тенденции развития на современном этапе.

Ключевые слова. Малое предпринимательство, рыночная экономика, предприниматель, анализ.

За последние десятилетия экономика России претерпела значительные изменения. На разных этапах развития страны складывались особенные условия, рыночные отношения принимали различную форму.

Малое предпринимательство – это сектор экономики, определяемый деятельностью субъектов малого предпринимательства на рынке товаров, работ и услуг.

Предпринимательство является одним из ведущих секторов экономики, связано со всеми сферами жизнедеятельности общества, определяет темп экономического роста, занятость населения, структуру и качество валового национального продукта [1].

Предприятия малого бизнеса играют решающую роль в следующих отраслях экономики:

- промышленность;
- строительство;
- транспорт;
- сельское хозяйство;
- вся сфера услуг, в том числе ремонт и техническое обслуживание машин и оборудования;
- консультационные услуги;
- бытовое обслуживание населения;
- научно-техническая сфера;
- торгово-закупочные операции;
- посредническая деятельность.

В зависимости от вида деятельности и выбранной предприятием стратегией поведения на рынке, выделяют малые предприятия: коммутанты, пациенты и эксплеренты.

Коммутанты специализируются на изготовлении отдельных узлов и деталей, осуществляют промежуточную сборку. Они взаимодействуют с крупными предприятиями через системы кооперационных связей. С помощью этих предприятий крупное производство освобождается от невыгодного ему вспомогательного неэффективного производства.

Пациенты – предприятия, специализирующиеся на выпуске конечной продукции, ориентированные в целом на локальные рынки сбыта, которые имеют ог-

раниченный спрос на местные источники сырья и материалов. Это производство продуктов питания, одежды, обуви.

Эксплоренты – инновационные предприятия, которые занимаются научными, конструкторскими разработками, коммерческим освоением технических открытий, производством опытных партий товаров [3].

Таким образом, малое предпринимательство – это неотъемлемый элемент современной рыночной системы хозяйствования, без которого экономика и общество не могут нормально существовать и развиваться.

Анализируя сложившуюся в стране предпринимательскую среду, можно выделить ряд причин, тормозящих развитие в России малого предпринимательства:

- сложная финансовая и экономическая обстановка в стране: инфляция, разрыв хозяйственных связей, низкая платежная дисциплина, высокий уровень процентных ставок, недостаточная правовая защищенность предпринимателей;
- низкий уровень организационно-экономических и правовых знаний предпринимателей, отсутствие должной деловой этики, культуры хозяйствования как в бизнесе, так и в государственном секторе;
- низкий уровень организационных и правовых основ регулирования развития предпринимательства на региональном уровне;
- слабость действия механизма государственной поддержки малого предпринимательства.

Развитие малого предпринимательства отвечает потребностям всех сфер экономики и тенденциям мировых экономических процессов. Малый бизнес, являясь рыночной структурой, способен обеспечить свободу предпринимательского выбора и стимулировать эффективную организацию производства.

Государственной поддержкой малого предпринимательства в России является финансовая помощь на возмездной и безвозмездной основе; финансирование федеральных программ поддержки и развития малого предпринимательства; предоставление налоговых льгот малым предприятиям, осуществляющим приоритетные виды деятельности; льготное кредитование и страхование субъектов малого предпринимательства; предоставление малым предприятиям на конкурсной основе государственных заказов на производство и поставку отдельных видов продукции и услуг для государственных нужд и другие формы поддержки.

В концепции государственной политики поддержки и развития малого предпринимательства сформулированы следующие комплексные меры по поддержке малого предпринимательства:

- оптимизация нормативно-правовых основ государственного регулирования малого предпринимательства;
- прогресс системы налогообложения малого предпринимательства;
- совершенствование системы финансово-кредитной поддержки предпринимательства;
- развитие механизмов использования государственного и муниципального имущества для развития малого предпринимательства;
- улучшение информационной поддержки;
- укрепление и развитие системы подготовки кадров для малого предпринимательства;
- активная антимонопольная политика и пресечение недобросовестной конкуренции по отношению к малым предприятиям;
- совершенствование деятельности органов государственной поддержки малого предпринимательства [2].

Эффективное функционирование малых форм производства определяется рядом их преимуществ по сравнению с крупным производством: близость к местным рынкам и приспособление к запросам клиентуры; производство малыми партиями, исключение лишних звеньев управления.

Развитие малого предпринимательства способствует созданию благоприятных условий для развития экономики, так как развивается конкурентная среда, создаются рабочие места, рынок насыщается товарами и услугами.

Предприятия малого бизнеса являются динамичной и гибкой формой реализации предпринимательской деятельности, позволяющей выразить деловой и творческий потенциал. Создание сети предприятий способствует обеспечению занятости населения, увеличению на рынке товарной массы и потребительских услуг. Малые предприятия способствуют развитию совершенной конкуренции, включая свободное развитие и многообразие форм собственности, противодействие монополизму крупных фирм, оживляют инвестиционную деятельность.

Малое предпринимательство способно быстро реагировать на изменение спроса. Небольшие размеры малых предприятий, их технологическая, управленческая гибкость позволяют своевременно отвечать на изменяющуюся конъюнктуру рынка путем быстрого восприятия технических новинок, перестройки номенклатуры и ассортимента продукции.

Узкая специализация на определенном сегменте рынка услуг и товаров, отсутствие управленческих иерархий, возможность начать дело с небольшим стартовым капиталом – эти черты малого предпринимательства являются его достоинствами, повышающими устойчивость на рынке.

Библиографический список:

1. Буров, В.Ю. Основы предпринимательства : [в 3 ч.] / В.Ю. Буров // Малое предпринимательство в условиях цифровой экономики. – 2018. – С. 12.

2. Грицунова, С.В. Развитие малого предпринимательства в России / С.В. Грицунова, К.М. Лотарева // Интернет-журнал «Мир науки». – 2015. – №2. – С. 12–16.

3. Классификация типов конкурентного поведения фирм инновационного характера на эксплеренты, пациенты, и коммутанты [Электронный ресурс] // Краткая характеристика типов конкурентного поведения фирм инновационного характера. – Режим доступа: <https://articlekz.com/article/11860>

ФЕДОТОВА ЯНА ВЛАДИМИРОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ПОЛУШИНА ИРИНА СЕРГЕЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат экономических наук, доцент

Научный руководитель: Полушина Ирина Сергеевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат экономических наук, доцент

ОБЕЗЛИЧЕННЫЙ МЕТАЛЛИЧЕСКИЙ СЧЕТ КАК СОВРЕМЕННЫЙ СПОСОБ ИНВЕСТИРОВАНИЯ

Аннотация. В статье рассмотрены современные способы инвестирования. Выявлены преимущества и недостатки обезличенного металлического счета по сравнению с другими способами инвестирования. Рассмотрены виды обезличенного металлического счета и даны рекомендации по его открытию.

Ключевые слова: инвестирование, обезличенный металлический счет, преимущества, доходность.

Обезличенный металлический счет возник в России сравнительно недавно, но довольно быстро занял устойчивые позиции среди инструментов инвестирования в драгоценные металлы. Обезличенный металлический счет – способ сохранить, а впоследствии и приумножить сбережения. Инвестор при выборе оптимального инструмента вложений денежных активов задается множеством вопросов, в том числе о перспективах своего дохода от использования того или иного способа вложений.

Обезличенные металлические счета делятся на следующие виды: счета клиентов (срочные и до востребования), в том числе корреспондентские счета банков, а также счета учета займов в драгоценных металлах, выданных клиентам.

Рассматривая покупку виртуального металла, также естественным будет вопрос о доходности такого счета. Рост курса металла – основной показатель, на основе которого складывается доходность обезличенных металлических счетов. При расчётах надо опираться не только на курс золота и других металлов по Центральному Банку России, но и на стоимость выкупа банком, где открыт конкретный счёт.

Таблица 1 – Виды обезличенного металлического счета [1]

Текущие (до востребования)	Депозитные (срочные)
Доход формируется с учетом роста курсовой стоимости драгоценного металла на счете. При этом владелец счета имеет возможность снимать с него средства, а также пополнять вклад. При росте котировок он может сразу же зафиксировать доход и вывести наличные средства. Такой вариант является подходящим для тех лиц, которые отдают предпочтение	При открытии срочного вклада прибыль формируется из процентов. Их начисление происходит в граммах драгоценного металла и за счет роста курса золота на мировых рынках. Сроки хранения сбережений на срочном счете ограничены, они оговариваются при его открытии. Такой тип вклада является идеальным решением

Текущие (до востребования)	Депозитные (срочные)
спекулятивной тактике инвестирования. Это значит, что они рассчитывают за короткое время заработать на драгоценных металлах. Проценты при открытии данного типа вклада не начисляются. Время хранения золота, платины или другого драгоценного металла не ограничено	для долгосрочной стратегии, когда во главу угла ставится стремление получить стабильный доход за счет процентов, а не за счет курсовой разницы. В случае досрочного расторжения контракта с банком выплаты комиссии не предусмотрены

Банки на официальных сайтах стараются выкладывать котировки основных металлов.

Как отмечают банковские аналитики, самым серьезным недостатком данного инструмента инвестирования и в то же время большим риском для инвестора является отсутствие страхования обезличенных металлических счетов в системе страхования вкладов. ОМС не попадают под действие федерального закона № 177-ФЗ от 23 декабря 2003 года «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации». Это означает, что, если банк, в котором вы открыли ОМС, обанкротится или у него отзовут лицензию, ваш вклад не будет покрыт страховыми возмещениями «Агентства по страхованию вкладов», и инвестор попадает в общую очередь кредиторов банка [3].

Процедура открытия обезличенного металлического счета идентична процедуре открытия обычного вклада. Физическому лицу необходимо предоставить паспорт и ИНН (при наличии), после чего заключается договор. Клиенту на руки выдают его экземпляр договора и приходный кассовый ордер о зачислении драгметалла на счет.

Металлические счета открываются и обслуживаются на основании договоров. Каждому виду металлического счета соответствует свой вид договора металлического счета. Прежде чем открывать ОМС, необходимо внимательно изучить банковский договор, который может описывать различные комиссии и лимиты, обесценивающие все выгоды депозитного хранения. Договор металлического счета определяется как договор, по которому банк обязуется принимать и зачислять поступающие на металлический счет, открытый клиенту (владельцу металлического счета), драгоценные металлы, а также выполнять распоряжения клиента о переводе, выдаче соответствующего количества драгоценных металлов и проведении других операций по металлическому счету клиента.

Многие инвесторы отдают предпочтение именно виртуальному золоту. Выбор объясняется множеством преимуществ, которыми отличается данная форма хранения сбережений. Основные плюсы ОМС:

- Полная ликвидность. Вкладчики без труда могут сконвертировать виртуальное золото в денежные активы, чего нельзя сказать о средствах в форме золотых слитков и инвестиционных монет;
- Отсутствие необходимости в перевозке и логистике драгоценного металла. При приобретении физического золота такие проблемы появляются;
- Разница между приобретением и реализацией золота в виртуальной форме является минимальной по сравнению со слитками и инвестиционными монетами;
- Отсутствие необходимости в уплате НДС при открытии банковского счета, ставка по которому составляет 18% [5];
- Операция не подлежит регистрации в налоговой инспекции, в отличие от покупки слитков золота;

- Счет может быть открыт в пользу третьих лиц;
- Операция покупки обезличенного драгоценного металла более простая в плане механики, чем приобретение реальных слитков;
- Открытие ОМС доступно почти всем категориям граждан, минимум, который может быть вложен, – 1 грамм драгоценного металла.

Как и у любого способа инвестирования помимо преимуществ существуют и недостатки [4].

- Спред, или разница между покупкой и продажей;
- Преимущественно долгосрочные вложения, рассчитанные на срок от 3 лет. Стратегия при работе с ОМС одна – купить и держать, основываясь на повышательном движении цен на длительных временных интервалах.
- Главный недостаток – это возможные падения цен. Может случиться так, что вы купите золото на пике стоимости, которое затем пойдет в затяжное пике и может длиться несколько месяцев, а то и лет.

Банки предоставляют возможность инвестировать средства в золото, серебро, платину или палладий. Несмотря на сильную волатильность и маленькие объемы рынка, большие запасы инвестиции в серебро являются более рискованными, чем в золото. С другой стороны, за счет скачков цен данный металл позволяет на коротком промежутке времени получить большую прибыль, чем золото [2].

Металлический счет, открытый в платине, принесет прибыль во время экономического роста и убытки в периоды нестабильности мирового финансового рынка. Спрос на этот металл противопоставляется спросу на золото. Стоимость платины практически приравнивается к её себестоимости. Палладий активно используется в промышленности, в частности, у автопроизводителей. Запасов металла больше, чем золота, но добыть его очень тяжело. Поскольку спрос на металл сильно превышает предложение, то цена растет. Поэтому инвестировать в палладий имеет смысл только на долгосрочный период.

Аналитики советуют открывать металлические вклады в период финансовой стабильности. В это время наблюдается рост котировок, и при долговременных вложениях можно получить дополнительный доход при закрытии ОМС. В нестабильное время, когда наблюдается скачок доллара, лучше обратить внимание на вклады в денежном эквиваленте. Государство страхует такой вид депозитов, и при любой неблагоприятной ситуации вкладчик гарантированно получит свои вложения. Замечено, что при росте доллара происходит снижение роста стоимости металлов. При этом в период инфляции не наблюдается значительного падения, как это бывает с рублем.

Библиографический список:

1. Виды обезличенного металлического счета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fincle.ru/oms.html>
2. Металлы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://businessman.ru/new-metallicheskie-scheta-cto-eto-takoe-vygodny-li-metallicheskie-scheta.html>
3. Правовые аспекты и основные условия оформления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mir-procentov.ru/deposits/biblioteka-vkladchika/obezlichennye-metallicheskie-scheta.html>
4. Преимущества и недостатки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sbankami.ru/vklady/chego-stoit-osteregatsya-delaya-metallicheskiy-vklad.html>
5. Налоги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kakzarabativat.ru/investirovanie/obezlichennyj-metallicheskiy-schet/>

ЦЫБУЛИЧ КАРИНА СЕРГЕЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

ДЕГТЕРЕНКО ЛЮДМИЛА НИКОЛАЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат исторических наук

Научный руководитель: Дегтеренко Людмила Николаевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат исторических наук

МОЛОДЕЖНЫЙ СЛЕНГ КАК ФОРМА САМОУТВЕРЖДЕНИЯ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. В статье рассматривается понятие молодежного сленга, описываются причины его использования, приводятся примеры употребления в речи. Представленный анализ причин употребления сленга свидетельствует о том, что речевая культура современной молодежи является одной из форм ее самоутверждения.

Ключевые слова: молодежь, сленг, жаргон, употребление, речь, речевая культура, самоутверждение.

В наше время молодежь использует в речи огромное количество иностранных слов и сленга. Общаясь с нынешним поколением, преподаватели, родители и представители старшего поколения приходят в возмущение от речи молодых людей. В целях «самоутверждения» молодое поколение употребляет в своей речи фразы и слова, отличающиеся от общепринятых речевых норм. Представители молодого поколения используют иностранные слова, профессионализмы, вульгаризмы, диалектизмы, жаргонизмы. Употребляются они как некий признак принадлежности к конкретному «клану» – возрастной группе. Зачастую они используются легкомысленно, бессознательно, их происхождение чаще всего неизвестно говорящему.

Кроме того, молодежный жаргон широко распространился и проник не только в разговорный язык, но и в печатные издания, Интернет, телевидение.

Давайте разберемся, что же такое «сленг» и почему молодежь его использует?

Согласно теории В.С. Елистратова, сленг «является сложнейшей и неотъемлемой частью не только любой человеческой жизни, человеческого поведения, но и всех атрибутов «высокой» культуры» [6, с. 5]. Он может рассматриваться как система словотворчества, в сленге осуществляется сложное взаимодействие языка и культуры.

Сленг – это открытая система ненормативных лексико-фразеологических единиц разговорного просторечного языка, предназначенные для выражения усиленной экспрессии и особой оценочной окраски (обычно негативной) [1]. Молодежный сленг – это отдельный пласт национального языка, который отражает в определенной мере уровень культуры, образованности, развития общества. В наше время он контролируем массовой культурой, под влияние которой попадают различные категории молодежи [4].

В современном языкознании нет единого мнения по определению и соотношению понятий «жаргон» и «сленг». Л.И. Антрушина, И.В. Арнольд, С.А. Кузнецова не различают понятий жаргона и сленга и толкуют их как речь социально и профессионально обусловленной группы, не совпадающий с нормой ли-

тературного языка [2, с. 55-65; 7]. То есть сленг противопоставляется литературной норме [3, с. 162-163]. В.Н. Ярцева называет сленг совокупностью жаргонизмов, употребляемых в социальных группах [5, с. 151]. И.Р. Гальперин дифференцирует эти понятия и указывает социальную принадлежность жаргона, имеющего определенное словарное значение. Сленгу же, по И.Р. Гальперину, трактовка не нужна [9]. В нашем исследовании мы будем рассматривать эти понятия как синонимичные, но при этом отметим, что молодежный сленг имеет сниженную, а часто и грубо фамиллярную окраску.

Выделим причины появления молодёжного сленга [8]:

- современная поп-культура;
- увлечение молодежи европейской, особенно американской культурой;
- Интернет, его обширные возможности, быстро развивающиеся компьютерные технологии;
- повальное увлечение компьютерными играми;
- потребность молодого поколения в самовыражении и понимании;
- низкий уровень воспитания в семье;
- бездумное увлечение низкопробной кинопродукцией, средствами массовой информации.

Рассмотрим несколько примеров сленга, который используют представители молодого поколения:

Ава – аватарка, картинка под именем пользователя.

Го – от английского «go», начать, дать, призыв к действию.

Поч – почему.

Зашквар – от тюремного слова «зашквариться», то есть использовать посуду опущенного, пожать ему руку, выкурить его сигарету или просто коснуться его. В подростковом сленге это значит «безумие», что-то немодное, несоответствующее общепринятому мнению.

Паль – подделка. От «паленый» – поддельный.

Няшный – милый, прелестный.

Топ – от английского «top» – нечто лучшее.

Гонишь – обманываешь.

Гамать – от английского «gate» – играть.

Прикол – шутка.

Облом – попасть в неприятное положение.

Кидалово – означает обман.

Клево – старое офенское слово, означает «хорошо».

Прикольно – забавно, хорошо, классно.

Стремно – стыдно, неловко, старомодно.

Фишка – изюминка, то, что удивляет, особенность.

Чмо – изгой.

Шняга – что-то плохое.

Шухер – «бежим!», тоже из языка уголовников.

Отвал башки – высшая степень восхищения.

Очковать – бояться.

Падать – садиться.

Битая ссылка – ошибка 404.

Глюк – сбой.

Запилить видосик - загрузить видеофайл.

Проведенное нами исследование показало, что большая часть респондентов (девушки – 59,2%, юноши – 69,8%) используют сленг в своей речевой практике (рис.1).

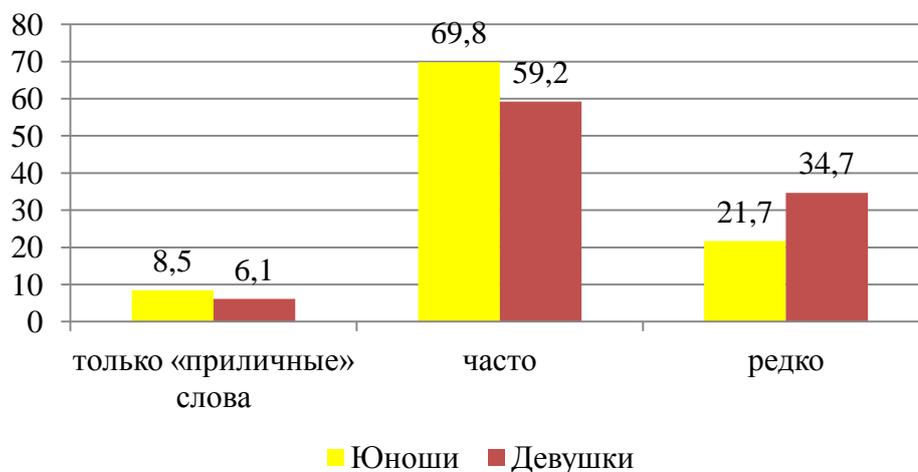


Рисунок 1 – Распределение по группам респондентов при ответе на вопрос «Употребляешь ли ты сленг в повседневном общении?»

Большая часть респондентов призналась в том, что употребление сленга позволяет самоутвердиться в социальной группе, выбрав в качестве ответа на вопрос о причинах использования сленга в речи позиции (рис. 2):

- достижение определённого социального статуса в группе (юноши – 48%, девушки – 39%);
- привлечение внимания к собственной персоне (юноши – 16%, девушки – 14%);
- создание собственной речевой маски (юноши – 12%, девушки – 18%).

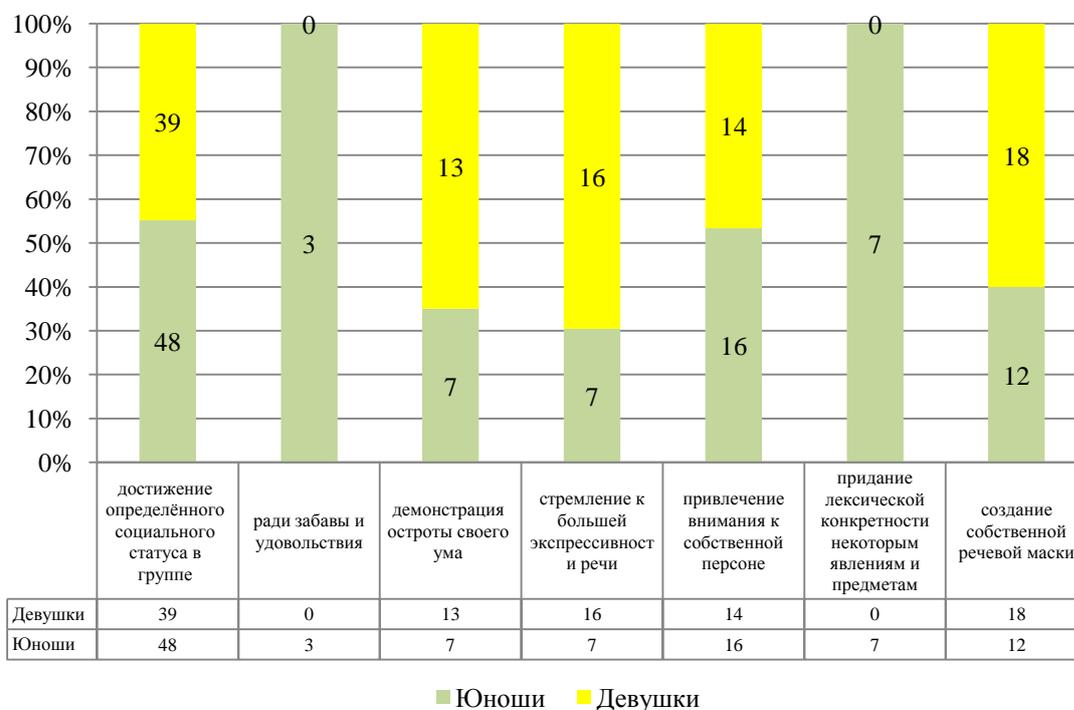


Рисунок 2 – Распределение по группам респондентов при ответе на вопрос «Причины использования сленга в речи»

Таким образом, можно утверждать, что употребление сленга является одной из форм самоутверждения молодежи. Но стоит отметить, в случае если не исключить сленг из речи, проблем не избежать. Сложно будет устроиться на приличную работу, трудно удержаться на ней из-за использования определенных слов.

Библиографический список:

1. Абросимова, Н.А. Некоторые вопросы перевода сниженной лексики английского языка на русский язык (на материале рассказов О. Генри, М. Твена, С. Ликока) / Н.А. Абросимова // Вестник Чувашского университета. – 2007. – № 3. – С. 132–137.
2. Антрушина, Г.Б. Стилистика современного английского языка / Г.Б. Антрушина. – СПб., 2002.
3. Арнольд, И.В. Стилистика / И.В. Арнольд. – М., 2002.
4. Баранник, Е.Ю. Молодежный сленг – интересный лингвистический феномен / Е.Ю. Баранник, А. Верещак, А. Малый // Вісник ПДАБА. – 2014. – №10. – С. 56–59.
5. Елистратов, В.С. Русское арго в языке, обществе и культуре / В.С. Елистратов // Русский язык за рубежом. – 1995. – № 1. – С. 82.
6. Елистратов, В.С. СЛЕНГ КАК ПАССИОЛАЛИЯ / В.С. Елистратов // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2000. – № 4. – С. 43.
7. Кузнецова, С.А. БТС русского языка / С.А. Кузнецова. – СПб., 2000.
8. Сартасова, А.С. Исследование молодёжного сленга как языкового и общественного явления [Электронный ресурс] / А.С. Сартасова // Студопедия.Нет – информационный студенческий ресурс. – Режим доступа: https://studopedia.net/2_1332_detalizi-rovannaya-smeta-rashodov.html.
9. Ярцева, В.Н. Языкознание / В.Н. Ярцева // БЭС. – М., 1998.

**ЧЕВТАЕВА ЕЛИЗАВЕТА ДМИТРИЕВНА,
ХАМИДУЛИНА КАРИНА САЛАВАТОВНА**

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Ходак Нина Анатольевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат биологических наук,
доцент

**ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ
ОТЧЕТНОСТИ В ФИНАНСОВЫХ СТРУКТУРАХ ОРГАНИЗАЦИИ**

Аннотация. В современном обществе профессия бухгалтера является одной из востребованных на рынке труда. В статье изучены гендерные особенности работника бухгалтерии, являющиеся менее значимыми при осуществлении бухгалтерской отчетности в финансовых структурах организации. Успешность выполнения бухгалтером финансово-экономических операций во многом зависит от степени сформированности его профессиональных качеств и компетенций.

Ключевые слова: бухгалтер, гендерные особенности, бухгалтерская отчетность, организация, финансовые подразделения, бухгалтерская деятельность, профессиональные качества,

Современные организации малого и среднего бизнесов являются одними из важнейших элементов рыночной экономики, так как во многом от них зависят темпы экономического роста, структура и качество валового продукта страны. В силу данной значимости финансовых организаций государство создает для них особые условия ведения экономической деятельности. В частности, это касается ведения бухгалтерского учета и формирования финансовой отчетности [4].

Профессия бухгалтера в настоящее время является одной из востребованных на рынке труда. Каждое предприятие желает, чтоб у них работал квалифицированный сотрудник. Всем фирмам нужны кадры с колоссальным опытом, высшим образованием, с огромными знаниями перечня бухгалтерских программ, а также учета требований к гендерным особенностям [6].

Большинство организаций публикуют вакансии со словами: «женщина» или «желательно женщина». Кому отдать предпочтение по ведению бухгалтерской отчетности – мужчине или женщине? Оценивать нужно и опыт, и профессиональные качества, и образование, и личностные характеристики кандидата. Не секрет, что в финансовой сфере успехов могут достичь как мужчины, так и женщины.

Каков же идеальный гендерный набор бухгалтера, который должен работать в компании? Есть качества, присущие женщинам и мужчинам, умелое сочетание которых позволит руководителям качественно решать любые вопросы [5].

На предприятиях приблизительно 95% бухгалтерских позиций занимают женщины. Но есть небольшое число «редких» компаний, которые все-таки предпочли бы принять на эту должность и мужчин. Надо заметить, что и мужчины-бухгалтеры чувствуют себя весьма гармонично в данной профессии [3].

Чаще всего должность бухгалтера по ведению бухгалтерской отчетности в финансовых структурах организаций занимает женщина, т.к. женщины более усидчивы и способны ответственно заниматься кропотливой работой. Данный факт представлен в исследованиях Н.А. Ходак свидетельствующий о высокой концен-

трации внимания у девушек финансово-экономических специальностях в отличие от более низких значений данного показателя у юношей [6]. Полученные данные свидетельствовали о высокой концентрации процессов возбуждения у девушек независимо от профиля обучения. Девушки финансово-экономических специальностей больше ориентированы на высокую точность, тщательность выполнения деятельности, на более строгий контроль над качеством выполнения заданий, зависящие в первую очередь от степени концентрации и распределения внимания. Они же более способны к длительной монотонной деятельности, менее подвижны, в отличие от юношей, которые испытывают трудности при выполнении однообразной работы в режиме гиподинамии, монотонии в течение длительного времени. Изученные индивидуально-типологические особенности личности у женщин в большинстве случаев важны в осуществлении ими исполнительских обязанностей. Тогда как руководящие должности чаще занимает мужчина в управлении финансовыми структурными подразделениями [2].

Мужчины чаще женщин занимают должность финансового директора, т.к. стремятся к карьерному росту и высоким доходам. Мужчинам легче прогнозировать стратегические цели и задачи управления организацией. Благодаря присущему ему стремлению делать карьеру, работу бухгалтером мужчины чаще всего рассматривают как «трамплин» к более высоким и руководящим постам в компании. Через рядового бухгалтера они стремятся попасть на должности главбуха, финансового директора и другие управляющие должности.

Стать профессионалом своего дела может одинаково как мужчина, так и женщина, и гендерные особенности являются второстепенными, тогда как ведение бухгалтерской отчетности в финансовых структурах организации требует от бухгалтера сформированности профессиональных качеств [1], которыми выступают следующие:

1. Знания. Требование обязательное и справедливое. Бухгалтер должен иметь прочную теоретическую базу, владеть терминами (основные средства, оборотные активы, баланс, проводка, первичные документы, отчетность и прочее), хотя бы минимально уметь работать на компьютере.

2. Опыт. Его наличие дает возможность бухгалтеру претендовать на более высокооплачиваемые вакансии или просить прибавки. Однако не стоит забывать, что опыт работы – это не просто наличие записи в трудовой книжке, которую показывают на собеседовании. Практические навыки должны присутствовать на самом деле. Наличие опыта дает возможность быстрее адаптироваться на другом месте работы, скорее вникать в процесс и не допускать ошибок при учете.

3. Грамотность. Навык необходим бухгалтеру. Ведь человек на этой должности постоянно работает с документами, письмами, отчетами. Присутствие ошибок в важных бумагах не будет плюсом в работе предприятия.

4. Владение специальными бухгалтерскими программами. Умение позволяет вести полноценный автоматизированный учет на предприятии, оптимизируя рабочее время.

Изученные в научной работе авторские подходы к проблеме гендерных особенностей ведения бухгалтерской отчетности в финансовых структурах организации позволяют эффективно реализовать интегрирующий принцип организации подбора персонала в сфере банковских услуг.

Библиографический список:

1. Главные качества бухгалтера: описание, требования и рекомендации [Электронный ресурс] // Businessman.ru. – Режим доступа: <https://businessman.ru/glavnyie-kachestva-buhgaltera-opisanie-trebovaniya-i-rekomendatsii.html>.
2. Материалы XVIII научно-практической конференции студентов и преподавателей (19 апреля 2012 года, г. Макеевка): Том И. Экономические науки [Текст]/ Ред. кол. В.И. Веретенников и др. – Макеевка: МЭГИ, 2012. – 365 с.
3. Мезенцева, В. Бухгалтер – мужская профессия? [Электронный ресурс] / В. Мезенцева. – Режим доступа: <https://copdoc.ru/articles/721.html>.
4. Милюков, А.В. Специфика ведения бухгалтерского учета и формирования бухгалтерской (финансовой) отчетности на малых предприятиях / А.В. Милюков // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. XXXII междунар. студ. науч.-практ. конф. 2019. – № 5(32). – Режим доступа: [http://sibac.info/archive/economy/5\(32\).pdf](http://sibac.info/archive/economy/5(32).pdf)
5. Пятинский, А. Профессиональная дискриминация: бухгалтер-мужчина – это не фантастика [Электронный ресурс] / А. Пятинский // Клерк.Ру. – Режим доступа: <https://www.klerk.ru/buh/articles/464006/>
6. Ходак, Н.А. Гендерные особенности психофизиологических функций студентов технических и гуманитарных специальностей: автореферат дис. ... кандидата биологических наук: 19.00.02 / Н.А. Ходак. – Челябинск, 2010. – 37 с.

ЧЕВТАЕВА ЕЛИЗАВЕТА ДМИТРИЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Кузюкова Ольга Сергеевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация. В статье рассматриваются кадры предприятия, главная цель персонала и задачи сопутствующей цели, функции управления персоналом.

Ключевые слова: кадры предприятия, рабочие, руководители, специалисты, служащие, производительность труда, промышленно-производственный персонал, внешние факторы, внутренние факторы.

В современном мире управлению персоналом уделяется много внимания. Вопросы эффективной работы производства и решения стратегических задач, связанных с повышением рентабельности любого предприятия, его стабильности, основаны на качественном составе кадров предприятия. Перспективы развития предприятия зависят от заинтересованности персонала в процессе улучшения организации [1].

Основным факторами производства являются средства труда, предметы труда и кадры. Главная роль принадлежит кадровому потенциалу в организации. Именно от кадров зависит, насколько эффективно используются средства производства на предприятии и насколько успешно работает предприятие в целом.

Кадры предприятия (персонал, трудовой коллектив) – это штатный состав квалифицированных работников предприятия, фирмы, организации.

Все работники предприятия делятся на две группы:

- промышленно-производственный персонал;
- непромышленный персонал, занятый в непромышленных подразделениях.

По характеру выполняемых функций промышленно-производственный персонал (ППП) подразделяется на четыре категории [2, с. 25]:

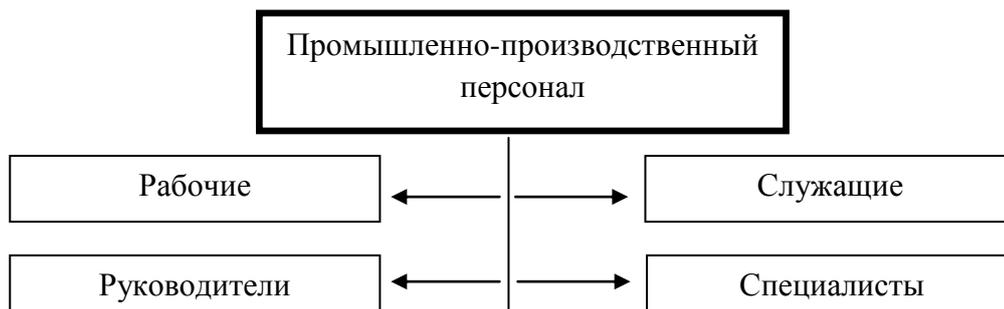


Рисунок 1 – Промышленно-производственный персонал

Главная цель работы персонала любой фирмы – это обеспечение создания продукции, удовлетворяющей требованиям заказчика и достижениям превосходства над конкурентами.

Для достижения цели необходимо реализовывать следующие задачи деятельности персонала предприятия:

- производство продукции в планируемые сроки;

- оптимизация планирования продаж, то есть максимизация прибыли при максимально возможных продажах;
- выполнение планов реализации готовой продукции при минимизации издержек.

Внешние и внутренние факторы, такие, как изменения уровня технологий, конъюнктуры рынка, новшеств, требования заказчика, могут воздействовать на процедуру управления персоналом. Эти изменения для предприятия могут потребовать проанализировать свои потребности, связанные с компетентностью трудового коллектива.

Функции управления персоналом представляют собой основные направления этого рода деятельности, ориентированные на удовлетворение определенных потребностей на предприятии. Функции (планирование персонала, маркетинг персонала, подбор, оценка и развитие персонала, управление конфликтами, мотивация персонала и др.) дают представление о содержании управления персоналом как специфического вида управленческой деятельности.

Функции управления персоналом осуществляются его субъектами – должностными лицами и организациями, непосредственно занятыми этой деятельностью. Субъектами управления персоналом являются руководители всех уровней; отделы кадров; органы трудовых коллективов, действующие на предприятии. К внешним регуляторам деятельности по управлению персоналом относятся государство и, прежде всего, те его органы, которые принимают законы, регулируют сферу трудовых отношений; ассоциации предпринимателей, вырабатывающие рекомендации в области управления, в том числе управления персоналом; организации, занимающиеся вопросами труда, в первую очередь, профсоюзы, собственники предприятий нередко устанавливающие особые правила в области управления персоналом.

В целом, можно сделать вывод, что без кадров ни одна организация, фирма не смогла бы работать. Кадры – наиболее ценная и важная часть производительных сил общества. В целом, эффективность производства зависит от выполнения главной цели работы персонала предприятия и сопутствующих ей задач.

Библиографический список:

1. Граб, В.П. Управление персоналом [Электронный ресурс] / В.П. Граб // cyberleninka.ru. – Режим доступа- <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-personalom>.
2. Замятина, Ю.В Экономика организации: Учебно-методическое пособие / Ю.В. Замятина. – Архангельск, 2016. – 63 с.
3. Функции управления персоналом [Электронный ресурс] // poisk-ru.ru. – Режим доступа: <https://poisk-ru.ru/s7968t1.html>
4. Яркина, Т.В. Основы экономики предприятия: Учебное пособие / Т.В. Яркина. – М., 2005. – 85с.

ШЕВЦОВА АЛЕКСАНДРА ИЛЬЯСОВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Ходак Нина Анатольевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат биологических наук, доцент

ОРГАНИЗАЦИЯ БЕЗОПАСНОСТИ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

Аннотация. В статье представлены законодательные и правовые основы целей, задач и комплекса мероприятий по организации политики безопасности в сфере гостеприимства в РФ. В рамках системного подхода изучены действия возможных внутренних и внешних угроз, отвечающих всем требованиям безопасности с целью предотвращения и прогнозирования опасностей разного уровня.

Ключевые слова: безопасная среда, безопасность, гостиничный комплекс, угроза безопасности, сфера гостеприимства

В современном изменяющемся мире велика вероятность внутренних и внешних угроз для жизни и здоровья людей, государства, общества в целом и отдельных сфер жизнедеятельности. В изменяющемся обществе развития цифровых коммуникаций возможности отдыха и досуга безграничны. И важно обеспечить безопасность на всех ее уровнях. Для этого гостиничные предприятия и туристические компании должны обеспечить безопасное нахождение в их комплексах.

В Законе РФ от 05.03.92 г. «О безопасности» в разделе 1, статье 1 указано, что безопасность – это состояние защищенности жизненно-важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз [2]. В статье 5 настоящего закона сформулированы принципы обеспечения безопасности, которыми являются:

- законность;
- соблюдение баланса жизненно важных интересов личности, общества и государства;
- взаимная ответственность личности, общества и государства по обеспечению безопасности;
- интеграция с международными системами безопасности.

Соблюдение данных принципов обеспечивает правовую основу организации безопасной среды в различных сферах деятельности, включая гостиничные и туристические предприятия, применяющие многокомпонентные системы обеспечения мер безопасности, в которые входят персонал (административно-управленческий, обслуживающий, службы охраны безопасности), а также технические и технологические меры (электронные замки, сейфы системы сигнализации и пожаротушения, видеонаблюдение и т.д.) [1].

Разработка комплекса мероприятий по обеспечению безопасности гостиничных услуг, механизмов его реализации проводится на основании анализа возможных угроз и рисков, имеющих место на конкретной территории, характерных для конкретного предприятия. Необходим системный подход, включающий анализ наиболее актуальных рисков и проработку имеющих место сценариев негативного проявления угроз.

На основе полученных результатов возможна выработка оптимальных вариантов противодействия угрозам. От правильности выбора технических средств и систем, мероприятий организационного и профилактического характера, от их оптимального сочетания зависит своевременность реагирования и предупреждения любых факторов опасности [4]. Угрозами внутреннего характера могут быть пожары, террористические угрозы, информационные, кражи, вандализм, нарушение общественного порядка, нарушение покоя постояльцев гостиничных комплексов. Кроме того, к угрозам внешнего характера относятся экономические, политические, природные, климатические, экологические, социальные и т.д.

Для предотвращения и прогнозирования действия возможных угроз необходимо четкое понимание предоставления услуг, отвечающих всем требованиям безопасности. Безопасность услуги с точки зрения В.М. Игнатенко – это выполнение комплекса мер, связанных с обеспечением безопасности жизни и здоровья потребителя/исполнителя услуги, а также его имущества с отсутствием негативного воздействия на окружающую природную среду в процессе оказания услуги [3].

Представленный перечень мероприятий организационного характера [1] по обеспечению безопасности, на наш взгляд, является полным и целесообразным для внедрения в обязательном порядке в сферы гостиничных и туристических услуг:

- регламентация правил поведения персонала предприятия, отвечающего за безопасность;
- выбор технологии осуществления обслуживания в гостинице;
- закрепление правил организации порядка доступа к гостиничным номерам и служебным помещениям и их охраны;
- правила доступа к коммерческой тайне и личным данным клиентов (обеспечение информационной безопасности);
- утверждение порядка действий персонала в экстренных ситуациях.

Задачами обеспечения безопасности гостиничных предприятий в рамках представленных мероприятий являются следующие:

- контроль безопасности работы персонала;
- обеспечение сохранности имущества гостиницы от краж, вандализма и т.д.;
- предоставление дополнительных услуг по обеспечению повышенной безопасности VIP-клиентов;
- охрана и обеспечение безопасности клиентов, их личного имущества в процессе оказания услуг;
- незамедлительное и эффективное реагирование персонала в случае происшествия;
- защита гостиницы от террористических угроз;
- обеспечение постояльцам покоя и конфиденциальности в процессе оказания услуг;
- поддержание общественного порядка.

В менеджменте управления предприятиями в сфере гостеприимства обеспечение мер безопасности, соответствующих законодательным, правовым, научно-методическим основам, является первоочередной задачей в области предоставляемых услуг как целостной системы оптимального сочетания реагирования и предупреждения внешних и внутренних факторов опасности.

Библиографический список:

1. Барчуков, И.С. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов: учебное пособие / И.С. Барчуков, Л.В. Баумгартен, Ю.Б. Башин, А.В. Зайцев. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: КНОРУС, 2013. – 168 с.
2. Закон РФ от 05.03.1992 № 2446-1 (ред. от 26.06.2008) «О безопасности» [Электронный ресурс] // Законы, кодексы и нормативно-правовые акты Российской Федерации. – Режим доступа: <https://legalacts.ru/doc/zakon-rf-ot-05031992-n-2446-1-o/>
3. Игнатенко, В.М. Организация безопасности услуг в гостиничных комплексах / В.М. Игнатенко // ТТПС. – 2018. – №2 (44). – С. 90–94.
4. Терехов, А.М. Характеристика рисков в гостиничном бизнесе и возможные пути их минимизации / А.М. Терехов // NovaInfo.Ru (Электронный журнал.) – 2015. – № 35.

ШУКШИН ЯРОСЛАВ АЛЕКСЕЕВИЧ

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет»

Научный руководитель: Коняева Елена Александровна

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет», кандидат педагогических наук, доцент

АДАПТАЦИЯ СТУДЕНТОВ ПЕРВОГО КУРСА К ОБУЧЕНИЮ В КОЛЛЕДЖЕ

Аннотация. В статье рассматривается проблема адаптации студентов первого курса к обучению в колледже. Рассмотрена сущность понятия «адаптация», раскрыты основные этапы адаптации. Представлены условия эффективности процесса адаптации.

Ключевые слова: адаптация; студент; колледж; психологическая адаптация; условия адаптации.

На сегодняшний день проблема социальной адаптации актуальна, особенно при подготовке будущих специалистов. Его уровень профессионализма будет зависеть от уровня его подготовки. На современном этапе развития среднего профессионального образования проблема психологической адаптации личности студентов является одной из наиболее интересных и значимых. Также она требует воплощения идеи личности в практико-ориентированных научных исследованиях.

Первый период обучения в колледже связан с социальными переменами, «ломкой» устоявшихся стереотипов, стрессовыми ситуациями, чрезвычайной тревогой и внутренним стрессом. Для обучающихся это может привести к некоторым трудностям и формированию деформированной социальной роли «студента», а именно: замена реального чувства взрослости такими поведенческими действиями, как свободная посещаемость, внешние формы реализации своего «я» (курение, манера общения). Это также относится к студентам с некоторыми трудностями, которые проявляют нежелание учиться [2].

Большое количество исследований посвящено изучению адаптации личности в различных группах и коллективах. Так, работы М.Н. Будякина, А.А. Русалинова, А.М. Растова, Н.А. Свиридова, Е.В. Таранова, А.И. Ходакова и другие. Проблема социально-психологической адаптации личности широко исследуется и в зарубежной психологии: З. Фрейд, А. Адлер, Э. Эриксон, Г. Олпорт, Д. Роттер, К. Роджерс и другие.

П.А. Процкий характеризует адаптацию как активно творческие тела студентов, новообетенных к условиям высших учебных заведений, в процессе которых у них формируются навыки и компетенции организации умственной деятельности, призвание к выбранной профессии, рациональный коллективный и личный режим труда, в свободное время и быты, система работы по профессиональному воспитанию и самовоспитанию профессионально значимых качеств личности [1].

В основе адаптации личности как динамичного явления лежит противоречие между требованиями, проявляемыми условиями новой среды и готовность личности к ним на основе предыдущего опыта. Разрешение этих противоречий путем коррекции деятельности и поведения личности, а также регулирование влияния объективных

факторов в процессе взаимодействия личности и окружающей среды обуславливает динамику процесса адаптации, показатели, которые действуют на качественные изменения в структуре личности и модели поведения её в новой ситуации.

Процесс адаптации имеет решающее значение для поддержания адекватных отношений человека и окружающей среды. Процесс создания оптимального соответствия личности обучающегося и требований колледжа в ходе выполнения свойственной деятельности позволяет удовлетворить и реализовать соответствующие значимые цели, обеспечивая при этом соблюдение психической деятельности требований обучения.

Психологическая адаптация появляется как изменение, реструктуризация психики индивида под влиянием объективных факторов окружающей среды, процесс деления старого и создания нового динамического стереотипа – стойкой системы временных нервных связей определенной интенсивности и последовательности реакций организма и психики изменения внешних и внутренних воздействий и осуществляющейся в виде общей деятельности больших полушарий головного мозга.

Процесс адаптации как специфический момент в развитии и становлении личности студента имеет особое значение. Во-первых, потому, что в ходе адаптации важно дать правильную ориентацию в системе поведения. Ибо подобная ориентация надолго определяет «лицо» студента, судьбу его развития. Во-вторых, потому, что в ходе этого процесса совершается важнейшее событие: формируется социально-психологическая общность студенческого коллектива.

Считают, что адаптация происходит на протяжении всех лет обучения. Стихийно лишь к третьему курсу формируются значимые для студента навыки самоконтроля, организованности, ответственности. Многочисленные исследования показывают, что наиболее «хрупкими» и уязвимыми во многих отношениях являются именно студенты первого курса. Поэтому именно в первом семестре первого курса максимально необходима и возможна помощь первокурснику [3].

Адаптация личности студента к обучению – это сложный, длительный, а порой острый и болезненный процесс. Он обусловлен необходимостью отказа от привычного, неизбежностью преодоления многочисленных и разноплановых адаптационных проблем и профессиональных затруднений.

Психолого-возрастные особенности студентов характеризуется эмоциональной незрелостью, открытостью, внушаемостью, самоидентификацией. В этот период имеет важное значение именно среда, в которой они находятся. Очень часто в группу попадают молодые люди с разными социальными уровнями, а именно провинциальные и городские жители. Период адаптации данных категорий будет отличаться.

Ряд авторов выделяют несколько этапов адаптации, отличающихся по своему психологическому содержанию.

1. Преадаптация. На этом этапе происходит приспособление к будущим вообразимым ситуациям, становление психологической установки на адаптацию.

2. Дезадаптация. Личность на этом этапе отвыкает от привычных условий, в которых находилась до сих пор.

3. Реадаптация. Происходит переход от одних, когда-то новых, а теперь уже ставших привычными, условий к другим.

4. Десадаптация. На этом этапе наступает неадаптированность, личность оказывается неспособной приспособиться к новым условиям среды [6].

На адаптацию студентов действует система образования колледжа в целом, которая характеризуется как структурными, так и функциональными компонентами.

Адаптивное положение вызвано новизной самой деятельности и условий, в которых она протекает. К ним относят:

- новизну целей студента; новизну деятельности, протекающей в рамках учебно-воспитательного процесса вуза;
- новизну ближайшего его социального окружения; для тех студентов, которые приехали в город из сельской местности.
- новизну более широкой социальной городской среды, к которой они также должны адаптироваться [7].

На наш взгляд, ведущим условием эффективности процесса адаптации, как показывает теоретический анализ материалов, является целенаправленное педагогическое управление этим процессом. Управление адаптивным процессом обучения студентов младших курсов колледжа означает сознательное и последовательное обеспечение перехода от одной фазы развития личностных отношений и ценностей к другой, более совершенной. Таким образом, педагогически целесообразно определение критериев и показателей, с помощью которых можно отслеживать степень успеха процесса личностной адаптации в условиях обучения в колледже.

Библиографический список:

1. Андреева, Д.А. Проблема адаптации студента / Д.А. Андреева // Молодежь и образование. – М.: Просвещение, 1972.
2. Коняева, Е.А. Активные методы обучения в практике подготовки будущих педагогов профессионального обучения / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Профессиональное образование: методология, технологии, практика: сборник научных статей / под ред. В.В. Садырина. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Цицеро», Челяб. гос. пед. ун-т, 2016. – Выпуск 9. – С. 89–94.
3. Коняева, Е.А. Готовность к использованию дистанционных образовательных технологий как условие социально-профессиональной мобильности будущих педагогов / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Социально-профессиональная мобильность в XXI веке: сб. материалов и докладов Международной конф. 29-30 мая 2014г. – Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2014. – С. 70–74.
4. Коняева, Е.А. Конструирование модульного содержания учебной дисциплины как средство формирования профессиональной компетенции будущих специалистов / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Профессиональное образование: методология, технология, практика: сборник научных статей / под ред. В.В. Садырина. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Цицеро»; Челяб. гос. пед. ун-т, 2015. – Вып.8. – С. 104–109.
5. Коняева, Е.А. Модульные интегрированные программы начального, среднего и высшего профессионального образования / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. «Вузовское преподавание: стратегия инновационного развития в условиях модернизации ВПО» г. Челябинск 27-28 октября 2009 г. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. пед. ун-та, 2009. – С. 173–175.
6. Рабинович, П.Д. Зависимость успеваемости студентов от их психологических особенностей / П.Д. Рабинович, М.П. Нуждина // Вопросы психологии. – 1987. – №6. – С. 114.
7. Юревиц, А.Ж. Адаптация к профессиональной деятельности / А.Ж. Юревиц, В.С. Аверьянов, О.В. Виноградова и др.; под ред. В.И. Медведева. – СПб., 1993.

ШУЛЬГА ДМИТРИЙ СЕРГЕЕВИЧ

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет»

Научный руководитель: Коняева Елена Александровна

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет», кандидат педагогических наук, доцент

ПРОБЛЕМА ВЫБОРА ПРОФЕССИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖЬЮ

Аннотация. В статье рассматриваются некоторые аспекты проблемы выбора профессии старшеклассниками. Представлены факторы, влияющие на процесс выбора будущей профессии.

Ключевые слова: профессия; старшеклассники; карьера; профессиональное становление.

Современные выпускники к своей будущей специальности подходят достаточно ответственно, так как любой из них хочет получить не только любимую работу, но и нужную, востребованную и хорошо оплачиваемую. Какие же профессии сейчас занимают лидирующие места в рейтинге популярности? Что выбирают современные студенты и чем руководствуются при этом: престижностью, потребностью, интересом к специальности или может быть только зарплатой?

Несмотря на более чем шестьсот наименований специальностей, которые насчитывает всероссийский классификатор, при выборе профессии особенных трудностей у нынешних абитуриентов не возникает. Вот уже несколько лет подряд их приоритеты почти неизменны: наиболее популярными профессиями остаются: юристы, экономисты, менеджеры, программисты, маркетологи и специалисты PR-отрасли. Эти профессии остаются популярными благодаря тому, что все они являются межотраслевыми, и спрос на этих специалистов всегда высок.

Экономисты, юристы, IT-специалисты могут работать в любой отрасли экономики: на производстве, в торговле, в государственных органах. Но даже учитывая универсальность самых популярных профессий, на которые не влияет выбор региона и отрасли народного хозяйства, рынок труда ещё несколько лет назад был перенасыщен этими специалистами, и только сейчас обстановка немного нормализовалась.

В связи с тем что долгое время в нашем обществе сохранялась тенденция предпочтения подрастающим поколением юридической и экономической сфер в качестве основной трудовой деятельности, ниша рабочих профессий оказалась почти пустой. Возник дефицит «обычных работяг», инженеров, профессионалов в нелегком труде, представителей «синих воротничков». Также было совсем «не в моде» быть врачом, учителем, как видим сейчас, ситуация исправляется.

Сегодня этот провал стараются компенсировать: в вузах открывают новые направления подготовки, конкурсы на них не столь сложны, как на более популярные специальности.

Основным условием успешной карьеры является правильный выбор профессии. Разрешение этой проблемы основывается на учете нескольких факторов [3].

Фактор 1. Нужно хорошо знать мир профессий и требования, которые предъявляются к человеку, выполняющему ту или иную работу. Уточнить для себя формулу выбранной профессии, с учетом возможных запасных вариантов выбора.

Фактор 2. Нужно правильно определить свои интересы и склонности, оценить свои возможности, состояние здоровья, способности и соответствие требованиям выбираемой профессии.

Фактор 3. Нужно изучить состояние рынка труда, его потребности и региональные особенности.

Фактор 4. Нужно исходить из реальных возможностей получения образования, переобучения и повышения квалификации.

Проделав все это, можно отобрать для себя несколько интересующих профессий и среди них отыскать свою, наметить профессиональный маршрут и выбрать индивидуальный путь достижения поставленной цели.

Если же говорить о будущем, то предсказать востребованность некоторых специальностей невозможно вовсе, потому что ныне таких даже не существует.

С покорением космоса, возможно, появятся интересные специальности, связанные непосредственно с работой на различных планетах Солнечной системы или, по крайней мере, Луне.

Всему миру требуются изобретатели, но это опять же не является профессией, хотя именно люди с нестандартным мышлением «на два шага вперед» двигают науку и жизнь [1].

Добавим, что выбирать специальность необходимо не только со строгим расчетом востребованности, но и с учетом личных предпочтений, поскольку неудовлетворенность работой приводит к снижению КПД, эмоциональному выгоранию, что вполне может сказаться на уровне оплаты труда [2].

Великий мультипликатор Уолт Дисней говорил: «Вы добьетесь своего, если будете работать не ради денег. Хорошо выполняйте свою работу. Вы не должны беспокоиться из-за денег, они сами придут. Просто делайте хорошо то, что лучше всего умеете, и используйте это как свой козырь».

В нашем обществе уже давно ведутся споры о том, нужно ли нам высшее образование и тем более нужно ли оно нам, если большая часть желающих стать обладателями диплома идут работать в другие области. Нам нужно высшее образование. Естественно, самое лучшее обучение – это самообразование, и никакие липово сданные экзамены, поставленные ни за что оценки, не прибавят ума, но в этой массе тех, кто шел учиться, потому что все шли – многие хоть чуть стали лучше.

Интересно, что многие современные работодатели отдают предпочтение «узким специалистам», и их позиция часто влияет на реформаторов от образования (сейчас модно говорить о том, что «высшая школа должна ориентироваться на запросы работодателей»). Хотя известные теоретики считают, что надо как минимум совмещать практическую направленность (специализацию) и формирование широкого профессионального кругозора современного специалиста. Заметим, что в некоторых вузах, таких как МГУ, всё популярнее у студентов становится идея получения сразу двух дипломов (по разным специальностям), а иногда даже и идея совмещение высшего и среднего профессионального образования, то есть ориентация на расширение кругозора, что делает человека не только образованнее, но и конкурентоспособнее на рынке труда.

Есть и ещё одна закономерность. Часто подростку сразу сложно выбрать именно профессию, тем более специальность, и он больше ориентируется на «профиль» обучения. Уже потом он может уточнить для себя и профессию, и специальность.

Таким образом, на каких-то этапах профессионального развития (и профессионализации) происходит расширение кругозора (например, у подростков), что позволяет им лучше сориентироваться в мире профессионального труда. На каких-то этапах (у студентов и у работающих специалистов) приходится сужать свои интересы как для лучшего освоения новой деятельности, так и для более эффективной работы. Но дальше по мере накопления опыта часто наблюдается расширение кругозора (освоение смежных работ, освоение навыков совместной работы в коллективе, что предполагает взаимозаменяемость и деловое сотрудничество, основанное на знании работы своих коллег, которые могут иметь и другие профессии).

Получается, что само соотношение «профессии», «специальности», «должности», «трудового поста» и даже определённых «трудовых функций» гораздо сложнее, что это многим представляется [4].

Более сложный выбор делает работник, когда пытается для себя уточнить (или заново найти) смыслы своей профессиональной деятельности. Парадокс в том, что применительно к одной профессии (специальности, должности, трудовому посту и так далее) смыслы могут быть разными.

Предполагается, что в идеальном случае сама профессия должна быть «призванием» для данного человека, когда он не только получает радость от самого процесса труда и гордится тем, что делает много доброго и полезного для окружающих, но и чувствует, что работа позволяет ему реализовать свои таланты и жизненные устремления.

Но часто сама профессия не так увлекательна, да и в плане самореализации возникает много проблем, особенно в так называемых «офисных профессиях». Большинство работников всё же не меняют даже такие профессии и организации, и главная причина здесь в том, что они не хотят терять относительно высокие зарплаты и отказываться от комфортного образа жизни.

Библиографический список:

1. Иванушкина, С.А. Восприятие событий жизненного пути как фактор профессионального самоопределения подростков / С.А Иванушкина, Н.С. Пряжников // Журнал практического психолога. – 2018. – №4.
2. Коняева, Е.А. Конкурсы профмастерства как механизм профессионального становления обучающихся (на примере Челябинской области) / Е.А. Коняева, Е.М. Зайко // Профессиональное самоопределение молодежи инновационного региона: проблемы и перспективы: сборник статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции 23-27 ноября 2015г., г. Красноярск. – Красноярск: Изд-во КрасГАУ, 2016. – С. 30–34.
3. Коняева, Е.А. Профориентация как основа профессионального самоопределения молодежи (на примере Челябинской области) / Е.А. Коняева, Е.М. Зайко // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2016. – № 10 (66). – С. 66–78.
4. Коняева, Е.А. Интеграция образования, науки и производства как фактор национальной безопасности / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Образование и социум: безопасность поликультурного пространства России: сб. материалов Всерос. заочн. науч.-практ. конф 27-28 ноября 2013 г./ ред. кол.: В.В. Садырин, Б.У. Хашагульгов, М.В. Потапова, Е.А. Гнатышина и др. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Цицеро», 2014. – С. 158–161.
5. Коняева, Е.А. Конструирование модульного содержания учебной дисциплины как средство формирования профессиональной компетенции будущих специалистов / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Профессиональное образование: методо-

логия, технология, практика: сборник научных статей / под ред. В.В. Садырина. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Цицеро»; Челяб.гос.пед.ун-т, 2015. – Вып.8. – С. 104–109.

6. Коняева, Е.А. Модульные интегрированные программы начального, среднего и высшего профессионального образования / Е.А. Коняева, А.С. Коняев // Материалы IX Междунар. науч.-практ.конф. «Вузовское преподавание: стратегия инновационного развития в условиях модернизации ВПО» г. Челябинск 27-28 октября 2009 г. – Челябинск: Изд-во Челяб.гос.пед. ун-та, 2009. – С. 173–175.

7. Резапкина, Г.В. Я и моя профессия: программа профессионального самоопределения для подростков / Г.В. Резапкина. – М.: Генезис, 2017.

ЩЕРБАКОВА ЯНА СЕРГЕЕВНА

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса»

Научный руководитель: Ходак Нина Анатольевна

г. Челябинск, Частное образовательное учреждение высшего образования «Международный Институт Дизайна и Сервиса», кандидат биологических наук, доцент

ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ БЕЗОПАСНОГО ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ

Аннотация. В статье представлен опыт европейских стран и России по внедрению цифровых технологий в организацию дорожного движения. С позиции практики доказана эффективность внедрения инвестиционных проектов в сфере дорожного хозяйства с возможностью применения передовых цифровых технологий мирового масштаба.

Ключевые слова: инновационные технологии, цифровые технологии, дорожное хозяйство, безопасность дорожного движения, проект, инвестиционная деятельность.

Количество новаторских идей и инновационных технологий, внедряемых в сфере дорожного хозяйства с целью сохранения жизни на дорогах, неукоснительно растет.

В настоящее время люди круглосуточно вынуждены быть участниками дорожного движения, редко чувствуя себя в полной безопасности. В мире очень остро стоит вопрос об организации безопасного дорожного движения [1, 3]. Интересен передовой опыт европейских стран в целесообразности применения цифровых технологий в решении данного вопроса.

Так, в Испании создали умный пешеходный переход со светодиодной подсветкой, вмонтированной прямо в дорожное покрытие. Стоит приблизиться к нему на определенное расстояние, как датчики давления тут же включают обрамляющие зебру LED-огни, сигнализирующие водителям о необходимости остановиться. Одновременно с этим загораются два знака, обозначающих пешеходный переход. Гаснут они, только когда последний человек покидает опасную зону. Таким образом, в Испании совершенствуют дорожное движение, так почему же в России такого нет, а может, это есть, но все находится в тайне? Такой умный пешеходный переход стоит 10 тыс. евро (725 тыс. рублей). Сразу возникает вопрос: кто захочет тратить столько денег на какой-то пешеходный переход, тем более их в стране очень много и каждый необходимо оборудовать. Так, в городе Коркино насчитывается около 150 пешеходных переходов, и если рассчитать стоимость таких инновационных пешеходов, то в сумме получаем крупную цифру в размере 109 млн. руб. Она очень большая для такого маленького города, и возникает вопрос, кто сможет инвестировать этот проект. Если смоделировать подобный пешеходный переход в крупных городах России с частой сменой климатических погодных условий, то такой вариант возможен в форме разработанного проекта с усовершенствованной водонепроницаемой конструкцией, инвесторами которого могут стать представители ведущих компаний. Несмотря на возможные инвестиционные риски, ученица 9 класса средней общеобразовательной школы города Екатеринбурга Свердловской области спроектировала «умный» пешеходный переход, в котором установлены два ультра-

звуковых, специально запрограммированных датчика. При появлении пешехода на определенной зоне датчики срабатывают и подают сигнал на выполнение программы. В течение некоторого времени работы загорается светодиодная лента и издается сигнал. Работы светодиодной ленты и действия сигнала регулируется оператором. При большом потоке пешеходов в течение работы основной программы время появления каждого следующего пешехода фиксируется. Время последнего пешехода добавляется ко времени основной программы, в дополнительное время светодиоды мигают и тем самым предупреждают пешеходов о заканчивающемся времени. Датчики выполняют программу, которая работает в бесконечном цикле, но с определенной периодичностью, что позволяет при большой интенсивности пешеходов продолжать движение транспортных средств. Преимущества данного проекта в особенностях звукового сигнала, позволяющего организовать движение пешеходов людям с ограниченными возможностями. Такие пешеходные переходы можно установить в центре города с насыщенностью людских потоков. А во всех остальных оставить обычные пешеходные переходы или же бюджетные 3D формате [2].

Первая такая зебра появилась в городе Калининграде, стоимость которой колеблется от 15–20 тыс. рублей. Зебра рисуется специальными красками, которые видны и ночью, и днем. Со стороны водителей кажется, что это каменные блоки, парящие в воздухе, а для пешеходов – это безопасное место. Стоимость подобной зебры допустима, не требующая крупных вложений и может быть реализована на многих пешеходных переходах. Но возникают сомнения в инвестировании данного проекта государства или бизнеса.

Таким образом, изученный опыт использования цифровых технологий в организации дорожного движения доказал эффективность внедрения инвестиционных проектов в сфере дорожного хозяйства с возможностью применения передовых цифровых технологий мирового масштаба [1, 2, 3].

Библиографический список:

1. Милешкин, К. Эти изобретения спасают жизнь в ДТП. А вы их используете? [Электронный ресурс] / К. Милешкин // За рулем. – Режим доступа: <https://www.zr.ru/content/articles/917227-что-спасает-в-момент-дтп.-а-в/>
2. Осипьянц, И. 6 идей и технологий, спасающих жизни на дороге [Электронный ресурс] / И. Осипьянц // За рулем. – Режим доступа: <https://www.zr.ru/content/articles/901171-6-idej-i-tehnologij-spasayushchikh/>
3. Соколов, Д.В., Колузакова Е.В. Актуальные проблемы обеспечения безопасности дорожного движения в Российской Федерации / Д.В. Соколов, Е.В. Колузакова // Наука. Мысль: электронный периодический журнал. – 2016. – №5-2. – С. 55–61.

ЯРУХИНА ДАРЬЯ АЛЕКСАНДРОВНА

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет»

Научный руководитель: Коняева Елена Александровна

г. Челябинск, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет», кандидат педагогических наук, доцент

ВРЕМЕННОЕ ТРУДОУСТРОЙСТВО КАК УСЛОВИЕ САМОРЕАЛИЗАЦИИ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ

Аннотация. В статье рассматривается проблема временного и постоянного трудоустройства учащейся молодежи. Представлен опыт работы некоторых молодежных организаций по предоставлению временной работы студентам, в частности Молодежной общероссийской общественной организации «Российские Студенческие Отряды».

Ключевые слова: молодежь; трудоустройство; самореализация; студенческий отряд.

Проблема трудоустройства молодежи на постоянную или временную основу является одной из серьезных проблем, так как безработных студентов становится все больше. Многие работодатели отказываются брать будущих специалистов на работу из-за отсутствия опыта работы, а производственные и учебные практики не дают нужный багаж опыта.

Основными факторами отказа в принятии студентов на работу являются возраст, форма обучения, отсутствие опыта работы, невостребованность специальности и уровень образования (бакалавриат).

Многие работодатели утверждают, что бакалавр – это неполное высшее образование, где изучают предметы не так полно, как на специалитете. Поэтому большое количество отказов вызвано именно тем, что студенты заканчивают учебу только четырьмя годами обучения.

Зачем же студенты идут работать? Многие обучающиеся, иногородние или местные, ищут работу для того, чтобы не быть зависимыми от родителей в денежном плане, или чтобы решить (полностью или частично) проблемы с деньгами. В основном это касается оплаты за учебу или жилье, покупки продуктов питания, необходимой одежды. В наше время деньги играют важную роль, и они необходимы в различных сферах. Именно поэтому многие студенты ищут возможность подработать. В основном работа для студентов – это один из способов доказать родителям, что они самостоятельны и готовы ко взрослой жизни.

Основным и популярным среди молодежи работодателем является места общественного питания. Бывает такое, что студент, устраиваясь на работу и думая, что это временно, остается там на несколько лет. В таких заведениях есть удобный (гибкий) график работы, неплохая заработная плата и перспективы в карьерном росте. На начальном этапе для студентов подходит та работа, где заработная плата в месяц составляет хотя бы от 8 до 13 тысяч рублей. Поэтому многие остаются работать на постоянной основе в таких заведениях уже после выпуска.

Работодатели при приеме на работу хотят видеть в потенциальных сотрудниках следующее:

- качество образования, которое они получили (фундаментальный характер образования, уровень профессиональных знаний и навыков);
- опыт работы, который повышает уровень их профессиональных знаний и навыков;
- способность пополнять и применять свои знания, в том числе в смежных и других областях, что выражается в способности к самообучению, гибкости и широте знаний при наличии дополнительного обучения [1].

Эффективными решениями проблем при приеме специалистов могут послужить многие факторы, в том числе:

- качество подготовки в вузах;
- разработка программ повышения квалификации с учетом долгосрочных тенденций развития отрасли и экономики в целом;
- структура и объем подготовки специалистов с высшим образованием в регионе, их соответствие текущим и будущим потребностям реальной экономики;
- обучение предпринимательству;
- профессиональная ориентация студентов на работу в компании и продвижение личностных качеств, требуемых рынком труда;
- развитие студенческой инициативы в области профориентации студентов, трудоустройства выпускников и их адаптации к рынку труда;
- адаптация и удержание молодых специалистов в компаниях, наставничество в развитии, социальные программы поддержки молодых специалистов;
- создание условий для самореализации молодежи, поддержки молодежных инициатив, успешного творческого, профессионального и профессионального роста молодых специалистов [2].

Временное трудоустройство предоставляет много молодежных организаций, например, Молодежная общероссийская общественная организация «Российские Студенческие Отряды» (далее – РСО). Целью РСО является организация временной занятости обучающихся в профессиональных образовательных организациях и образовательных организациях высшего образования, изъявивших желание в свободное от учебы время работать в различных отраслях экономики [3].

Отряды работают по разным направлениям: строительные, педагогические, сервисные, отряды проводников и другие.

Студенческие педагогические отряды ежегодно организуют каникулярный отдых детей, в первую очередь, в детских лагерях своих регионов, работают в детских центрах федерального значения. Традиционно большое количество вожатых МООО «РСО» работают в лагерях Краснодарского края, Республики Крым и города Севастополь. Главное, перед этим пройти курсы вожатых, в которые включены лекции, практики, а также выездные сборы. По окончании курсов студенты получают сертификат вожатого, с которым могут работать после того, как окончат образовательную организацию.

Студенческие отряды проводников. Ребята работают летом проводниками пассажирских вагонов в «Федеральной пассажирской компании», дочерняя ОАО «РЖД». Перед тем как приступить к работе, студенты также проходят трехмесячные курсы по подготовке проводников. Смысл работы проводника – обеспечить максимальный комфорт пассажирам вагона. Образно говоря, проводник – это «маленький хозяин большого вагона», населенного людьми, постоянно ме-

няющимися по пути следования поезда. Кроме того, проводник работает с техническим оборудованием вагона: водоснабжением, отоплением, электроснабжением, вентиляцией, а также поддерживает санитарную чистоту в вагоне.

Студенческие сервисные отряды – это работа в индустрии гостеприимства. Приветливо улыбаться, создавать комфортную атмосферу отдыха, заботиться о людях – все это и не только является частью работы бойца студенческого сервисного отряда. Бойцы работают официантами, барменами, кухонными работниками, спасателями, горничными, швейцарами, хостес, озеленителями и многое другое. Студенческие сервисные отряды обслуживают гостей в гостиничном и ресторанном бизнесе, в сфере общественного питания, отдыха и развлечений, во время проведения конференций, семинаров, выставок, крупнейших всероссийских и международных соревнований, а также работают в детских оздоровительных лагерях.

Студенческие строительные отряды – это работа на различных строительных объектах нашей страны как регионального, так и всероссийского масштаба.

В составе студенческого строительного отряда студенты работают по следующим специальностям: плотник, сварщик, каменщик, стропальщик, монтажник, арматурщик, кровельщик, дорожный рабочий, штукатур-маляр и др.

Российским Студенческим Отрядам доверяют строительство объектов Олимпийского значения, Универсиады в Казани, Бованенковского нефтегазоконденсатного месторождения, мостовых переходов во Владивостоке в рамках подготовки к Саммиту АТЭС, космодромы «Восточный» и «Плесецк», объектов к Чемпионату по футболу, а также многих других объектов всероссийского значения. Полторы тысячи студентов – будущих атомных энергетиков – работают на объектах Госкорпорации «Росатом». Ребята трудятся на Нововоронежской, Ростовской, Курской, Ленинградской АЭС, ПО «Маяк». В рамках международного обмена бойцы студенческих отрядов участвуют в строительстве Белорусской АЭС, АЭС в Китае, Турции, Индии и Бангладеш [2].

Таким образом, Российские Студенческие Отряды способствуют временному официальному трудоустройству студентов очной формы обучения с дальнейшими перспективами работы в данных направлениях. Так студенты за 2 месяца летних каникул могут заработать от 20 до 100 тысяч рублей. И, конечно же, это отличная возможность «попробовать» себя в другой специальности.

Подводя итог, можно сказать, что успех в поиске работы может быть достигнут только теми, кто открыт для перемен, общителен и развил способность постоянно учиться и развиваться. Молодым специалистам нужны глубокие знания в различных отраслях, дополнительное обучение и способность быстро адаптироваться к меняющимся обстоятельствам. И для того, чтобы получить хорошую работу и хорошую зарплату, студент должен использовать 100% возможностей для обучения, осознавать свои знания, способности, быть максимально независимым и, конечно же, верить в свои силы.

Библиографический список:

1. Коняева, Е.А. Социальное партнерство как основа трудоустройства выпускников вузов и профессиональных образовательных организаций (региональный аспект) / Е.А. Коняева // Инновационные технологии в подготовке современных

профессиональных кадров: опыт, проблемы: сборник научных трудов. – Челябинск: Челябинский филиал РАНХиГС, 2018. – С. 93–97.

2. Прессель, А.Г. Совмещение работы и учебы студентов дневной формы обучения: положительные и отрицательные аспекты / А.Г. Прессель, Е.А. Коняева// Профессиональное образование: методология, технологии, практика: сборник научных статей / под ред. В.В. Садырина. – Челябинск: Изд-во ЗАО «Цицеро», Южно-Уральский гос. гум-пед.ун-т, 2017. – Выпуск 10. – С. 286–289.

3. Устав молодежной общероссийской общественной организации «Российские Студенческие Отряды» (М. 2018 год). – Режим доступа: <https://xn--d1amqcgedd.xn--p1ai/dokumenty.html>

Научное издание

ИННОВАЦИИ. НАУКА. МОЛОДЕЖЬ

Материалы
Всероссийской студенческой
научно-практической конференции
20 мая 2019

ISBN 978-5-91394-096-4

Сдано в набор 10.06.2019. Подписано в печать 24.06.2019
Формат 60x84/16
Усл. печ. л. 17,57
Тираж 100 экз.
Заказ № 219

Издательство ЧОУВО МИДиС
454014, Челябинск, Ворошилова, 12
Тел./факс 216-10-30, E-mail: editorial_office@rbiu.ru
<https://midis.info/>