



**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru

ISSN 2618-6829



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

МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ
№22(91)

г. МОСКВА, 2020



МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ

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

№ 22 (91)
Июнь 2020 г.

Издается с декабря 2017 года

Москва
2020

УДК 08
ББК 94
М75

Председатель редколлегии:

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

Редакционная коллегия:

Арестова Инесса Юрьевна – канд. биол. наук, доц. кафедры биозкологии и химии факультета естественнонаучного образования ФГБОУ ВО «Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева», Россия, г. Чебоксары;

Ахмеднабиев Расул Магомедович – канд. техн. наук, доц. кафедры строительных материалов Полтавского инженерно-строительного института, Украина, г. Полтава;

Бахарева Ольга Александровна – канд. юрид. наук, доц. кафедры гражданского процесса ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия», Россия, г. Саратов;

Бектанова Айгуль Карибаевна – канд. полит. наук, доц. кафедры философии Кыргызско-Российского Славянского университета им. Б.Н. Ельцина, Кыргызская Республика, г. Бишкек;

Волков Владимир Петрович – канд. мед. наук, рецензент АНС «СибАК»;

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

Комарова Оксана Викторовна – канд. экон. наук, доц. доц. кафедры политической экономики ФГБОУ ВО "Уральский государственный экономический университет", Россия, г. Екатеринбург;

Лебедева Надежда Анатольевна – д-р филос. наук, проф. Международной кадровой академии, чл. Евразийской Академии Телевидения и Радио, Украина, г. Киев;

Маршалов Олег Викторович – канд. техн. наук, начальник учебного отдела филиала ФГАОУ ВО "Южно-Уральский государственный университет" (НИУ), Россия, г. Златоуст;

Орехова Татьяна Федоровна – д-р пед. наук, проф. ВАК, зав. кафедрой педагогики ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова», Россия, г. Магнитогорск;

Самойленко Ирина Сергеевна – канд. экон. наук, доц. кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова, Россия, г. Москва;

Сафонов Максим Анатольевич – д-р биол. наук, доц., зав. кафедрой общей биологии, экологии и методики обучения биологии ФГБОУ ВО "Оренбургский государственный педагогический университет", Россия, г. Оренбург;

М75 Молодежный научный форум. Электронный сборник статей по материалам ХСІ студенческой международной научно-практической конференции. – Москва: Изд. «МЦНО». – 2020. – № 22 (91) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://nauchforum.ru/archive/MNF_interdisciplinarity/22%2891%29.pdf

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

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

Оглавление

Рубрика 1. «Науки о Земле»	5
МОНИТОРИНГ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ РЕКИ СОДЕМЫ Стрекаловская Анна Сергеевна	5
Рубрика 2. «Политология»	9
РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАТЕРИНСКИЙ КАПИТАЛ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОДДЕРЖКИ МНОГОДЕТНЫХ СЕМЕЙ В СУБЪЕКТАХ УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА Булатова Алина Дмитриевна	9
АНТИГЛОБАЛИЗМ КАК ОТВЕТНАЯ РЕАКЦИЯ НА ФЕНОМЕН ГЛОБАЛИЗАЦИИ Морозов Максим Сергеевич	13
Рубрика 3. «Психология»	19
ПОНЯТИЕ СЕМЕЙНЫХ КОНФЛИКТОВ И ПРИЧИНЫ ИХ ВОЗНИКНОВЕНИЯ Дрокова Виктория Альбертовна Михалец Ирина Викторовна	19
КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ: ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ «ЗА» И «ПРОТИВ» Ильина Анастасия Сергеевна Бубновская Олеся Владимировна	23
ГОТОВНОСТЬ СТУДЕНТОВ К САМОРЕАЛИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ВУЗА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПСИХОЛОГИИ Сайфетдинова Эльвина Фатиховна Михалец Ирина Викторовна	29
ВОЗДЕЙСТВИЕ ОТРИЦАТЕЛЬНЫХ ЭМОЦИЙ НА ЧЕЛОВЕКА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПСИХОЛОГИИ Филимонова Элина Игоревна Михалец Ирина Викторовна	34
Рубрика 4. «Социология»	38
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЛУЖБ В ПУБЛИЧНОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ (на материалах Пермского края) Бученкова Екатерина Дмитриевна Гасумова Светлана Евгеньевна	38

Рубрика 5. «Технические науки»	43
РАЗВИТИЕ 5G В РОССИИ	43
Евлушина Дарья Андреевна	
ПОДВЕСКА АВТОМОБИЛЯ. АКТИВНАЯ ПОДВЕСКА. СУЩЕСТВУЮЩИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПОДВЕСКОЙ	46
Юшков Никита Сергеевич	
Кромов С. И.	
Битюков Дмитрий Алексеевич	
Шароватов В. Т.	
Рубрика 6. «Филология»	56
ОСНОВЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	56
Караматдинова Айжамал Дженгис кызы	
РЕКЛАМА: ПРИНЦИПЫ И ПРАКТИКА	60
Караматдинова Айжамал Дженгис кызы	
ЗАРУБЕЖНАЯ И ОТЕЧЕСТВЕННАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ	64
Пащыева Гулджемал Батыровна	
Лепшокова Елизавета Ахияевна	
ПРОИСХОЖДЕНИЯ АНГЛИЙСКИХ ПОСЛОВИЦ И ПОГОВОРОК	69
Солтанова Говхер Аширгельдыевна	
Лепшокова Светлана Мурзакуловна	
Рубрика 7. «Экономика»	75
ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ КРИЗИСНОГО СОСТОЯНИЯ	75
Кожевников Фёдор Васильевич	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА	80
Шушпанова Ксения Дмитриевна	
ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ БИЗНЕСА И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ	85
Шушпанова Ксения Дмитриевна	

РУБРИКА 1.

«НАУКИ О ЗЕМЛЕ»

МОНИТОРИНГ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ РЕКИ СОДЕМЫ

Стрекаловская Анна Сергеевна

*магистрант, Вологодский государственный университет,
РФ, г. Вологда*

Вода имеет огромное значение для всего живого на Земле. Воды на нашей планете очень много, но людям, животным и растениям необходима прежде всего пресная вода, главным источником которой являются реки. В настоящее время из-за загрязнения, около 70% рек и озер России утратили качества источников питьевого водоснабжения, и в результате около половины населения потребляет загрязненную недоброкачественную воду. Водоохранные мероприятия проводятся как правило на крупных реках, в то время как малые реки, часто предоставлены сами себе, а ведь от малых рек и родников зависит состояние средних и больших рек, поэтому их состояние вызывает большую тревогу.

В Российской Федерации насчитывается около 2,5 млн. малых рек и ручьев. К этой категории водных источников относятся водотоки с площадью водосбора до 2 тыс. км² и средним многолетним расходом воды до 5 м³/сут за период низкого стока. По территории города Вологды протекают 2 реки, которые можно отнести к данной категории. Одна из них – это река Содема, в черте города именуемая Золотухой.

По данным государственного водного реестра России река Содема (Золотуха) относится к Двинско-Печорскому бассейновому округу, принадлежит речному бассейну реки Северная Двина. Содема берет свое начало из болот в районе села Можайское, впадает в р. Вологда в 31 км от истока по правому берегу. Длина водотока 13 км. В нижнем течении в реку Содему поступает большое количество поверхностных сточных вод,

канализационных стоков, твердых бытовых отходов. Река протекает по центральной части города Вологда, что и обуславливает значительную антропогенную нагрузку.

Целью исследования являлось оценить уровень загрязнения реки Содемы.

Исходя из цели работы были поставлены следующие задачи:

- определить содержание отдельных загрязняющих веществ в водах реки с использованием физико-химических методов;
- оценить токсичность вод водотока методами биодиагностики;
- дать общую оценку экологического состояния реки.

Материалом для данной работы послужили пробы воды, отобранные на реке Содема в городе Вологда. Исследование проводилось в период окончания зимы. Пробы воды были отобраны в 5 пунктах:

- Ул. Костромская (за гипермаркетом «Лента»)
- мост на Ул. Ярославская (до СХПК «Тепличный»)
- мост на ул.Петина (после СХПК «Тепличный»)
- Пешеходный мостик на ул. Мира
- Набережная р. Вологда, устье р. Содема

Для определения содержания в воде загрязняющих веществ были использованы следующие методы:

1) титриметрии (титриметрический) для определения сульфатов, хлоридов

2) колориметрии (колориметрический) для определения железа, марганца, ионов аммония, нитратов и нитритов

Оценка токсичности проб воды проводилась в соответствии с методикой, предназначенной для оперативного контроля токсичности вод различного назначения с использованием в качестве тест-объекта инфузорий — *Paramecium Caudatum*.

Метод определения токсичности вод основан на способности тест-объектов реагировать на присутствие в водной среде веществ, представляющих

опасность для их жизнедеятельности, и направленно перемещаться по градиенту концентраций (в направлении изменения концентраций) этих веществ (хемотаксическая реакция), избегая их вредного воздействия. Параметры поведенческой реакции инфузорий определяются с помощью приборов серии “Биотестер”.

Таблица 2.

Результаты биотестирования

Название пробы	Индекс токсичности	Степень токсичности
Ул. Костромская	0,28±0,10	Допустимая
Ул. Ярославская	0,54±0,10	Умеренная
Ул. Петина	0,44±0,06	Умеренная
Пешеходный мост у танка, ул. Мира	0,78±0,09	Высокая
Название пробы	Индекс токсичности	Степень токсичности

Так же был применен Allium test — растительная тест-система для оценки мутагенного, митозмодифицирующего и токсического эффектов факторов химической и физической природы на основе растения Allium сера — Лук репчатый (сорт Штутгартен). В качестве показателя токсичности использовалось изменение длины корней. Это очень чувствительный показатель, который легко регистрируется визуально и не требует никаких специальных реактивов и аппаратуры, хорошо коррелирует с микроскопическими параметрами и потому предложен в качестве краткосрочного скрининг-теста.

По результатам химического анализа самой загрязненной оказалась проба воды, взятой у пешеходного моста на ул. Мира. В пробах, отобранных ниже по течению от СХПК «Тепличный», наблюдается превышение предельно допустимых концентраций нитритов в 2-5 раз и фосфатов в 2-9 раз. Во всех пробах наблюдается превышение предельно допустимых концентраций железа и ионов аммония.

По данным биотестирования, пробы воды, отобранные у пешеходного моста на ул. Мира и у устья р. Содема, имеют высокую степень токсичности. Умеренную степень токсичности имеют пробы, отобранные на ул. Ярославская

и ул. Петина. Допустимую степень токсичности имеют пробы, отобранные на ул. Костромская.

Результаты Allium test-а показали, что наибольшую длину имеют корни луковиц, которые прорастали в пробах, взятых на ул. Ярославская до СХПК «Тепличный». Значительное превышение длины корней относительно контроля наблюдалось так же в пробах, отобранных у пешеходного моста на ул. Мира.

В результате проведенных исследований было установлено, что наиболее загрязненным участком реки является участок от улицы Петина и до устья реки Содемы. На данном участке наблюдается превышение предельно допустимых концентраций нитритов в 2-5 раз и фосфатов в 2-9 раз. Такое состояние объясняется высокой антропогенной нагрузкой. Возможными источниками загрязнения является СХПК «Тепличный», а так же сточные воды с прилегающих городских территорий.

Список литературы:

1. Методические рекомендации по применению методов биотестирования для оценки качества воды в системах хозяйственно-питьевого водоснабжения: ЦОС ПВ Р 005-95 // Техэксперт: инф.-справ. система / Консорциум «Кодекс».
2. Об утверждении нормативов качества воды водных объектов рыбохозяйственного значения, в том числе нормативов предельно допустимых концентраций вредных веществ в водах водных объектов рыбохозяйственного значения (с изменениями на 12 октября 2018 года): приказ М-ва Сельского хозяйства РФ от 13 декабря 2016 года N 552 [Электронный ресурс]: // Техэксперт: инф.-справ. система / Консорциум «Кодекс».

РУБРИКА 2. «ПОЛИТОЛОГИЯ»

РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАТЕРИНСКИЙ КАПИТАЛ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОДДЕРЖКИ МНОГОДЕТНЫХ СЕМЕЙ В СУБЪЕКТАХ УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Булатова Алина Дмитриевна

*магистрант, Уральский институт управления – филиал РАНХиГС,
РФ, г. Екатеринбург*

Формирование социальной политики страны основывается на установленных Конституцией гарантиях государственной поддержки материнства и детства, семьи, пожилых граждан и инвалидов, которая находится в совместном ведении Российской Федерации и субъектов Российской Федерации.

Оказание в полном объеме социальных обязательств государства перед многодетными семьями, можно считать одним из приоритетных направлений государственной политики в социальной сфере.

В последнее время гарантированная Конституцией поддержка материнства, отцовства, детства и семьи помимо социальной защиты населения приобрела демографический аспект.

Одной из главных задач демографической политики является увеличение ожидаемой продолжительности жизни и улучшение качества жизни. Для достижения данной цели государством предпринимаются меры по росту уровня рождаемости, в том числе за счет увеличения числа многодетных семей. Преодоление демографического кризиса является приоритетной задачей федерального уровня, что в свою очередь заставляет субъекты РФ уделять первоочередное внимание многодетным семьям.

По инициативе федеральной власти субъекты РФ начали вводить региональные меры социальной поддержки многодетных семей, к наиболее значимым для граждан относятся ежемесячное пособие за рождение третьего

или последующих детей, выделение земельных участков и региональный материнский капитал.

В некоторых субъектах Российской Федерации действуют региональные законы о материнском капитале. В таблице 1 представлены размеры региональных материнских капиталов, предназначенных за рождение третьего или последующих детей, на примере Уральского Федерального округа. В его состав входят 6 субъектов: Курганская область, Свердловская область, Челябинская область и Тюменская область, в состав которой входят Ханты-Мансийский автономный округ-Югра и Ямало-Ненецкий автономный округ.

Таблица 1.

Размеры региональных материнских капиталов

Субъект Уральского Федерального округа	Размер регионального материнского капитала (руб.)
Свердловская область	141 227
Челябинская область	100 000
Курганская область	40 000
Тюменская область	100 000
Ханты-Мансийский автономный округ-Югра	116 092
Ямало-Ненецкий автономный округ	500 000

Согласно данным таблицы, самым большим размером материнского капитала является сумма в 500 000 рублей в Ямало-Ненецком АО, что превышает в 5 раз размер материнского капитала Тюменской области, в состав которой он входит. С 2020 года отличительной чертой ЯНАО является не только размер капитала, но и его неоднократность. Сертификат выдаётся на третьего и каждого последующего рождённого (усыновлённого) ребёнка.

Особенностью получения материнского капитала в Курганской области является то, что воспользоваться им имеют право лишь те семьи, в которых рождаются одновременно двое или более детей. В то время как в других регионах УРФО данная мера социальной поддержки предоставляется семьям, в которых родился третий или последующие дети.

Однако в Свердловской области и ХМАО-Югра сумма материнского капитала увеличена для родивших одновременно нескольких детей.

В некоторых субъектах региональный материнский капитал выдаётся не в форме сертификата, а денежной выплатой. Соответственно, направления их реализации не ограничены и не контролируются органами власти.

В тех же субъектах, где материнский капитал выдаётся в форме сертификата, направления его реализации строго ограничены региональным нормативно-правовым актом, регулирующим данный вопрос.

Лидерами по количеству возможных направлений использования капитала являются Ханты-Мансийский автономный округ-Югра, Челябинская и Свердловская области. Основными направлениями всех регионов являются улучшение жилищных условий и получение медицинской помощи членами семьи (родителями и (или) детьми) в медицинских организациях. Единственным субъектом УрФО предоставляющим возможность реализации капитала на приобретение транспортного средства является Ханты-Мансийский автономный округ-Югра. Некоторые регионы позволяют распорядиться средствами для получения детьми, родителями образования.

Таким образом, изучив особенности регионального материнского капитала субъектов Уральского Федерального округа, было выявлено, что в каждом регионе предусмотрена данная мера поддержки многодетных семей, что говорит о направленности деятельности субъектов на активную реализацию государственной политики в сфере предоставления гарантий для многодетных семей.

Список литературы:

1. О материнском (семейном) капитале в Ямало-Ненецком автономном округе: закон Ямало-Ненецкого автономного округа от 1 июля 2011 года № 73-ЗАО [электронный ресурс]// СПС КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 01.05.2020)
2. Об областном материнском (семейном) капитале: закон Свердловской области от 20 октября 2011 года № 86-ОЗ [электронный ресурс]// СПС КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 01.05.2020)

3. О мерах по улучшению демографической ситуации в Курганской области: Законом Курганской области от 9 марта 2007 года № 232 [электронный ресурс]// СПС КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 01.05.2020)
4. О региональном материнском (семейном) капитале: Постановление Правительства Тюменской области от 27 декабря 2011 № 503-П [электронный ресурс]// СПС КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 01.05.2020)
5. О дополнительных мерах поддержки семей, имеющих детей, в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре: Закон Ханты Мансийского автономного округа - Югры от 28 октября 2011 года № 100-ОЗ [электронный ресурс]// СПС КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 01.05.2020)
6. О дополнительных мерах социальной поддержки семей, имеющих детей, в Челябинской области: Законов Челябинской области от 15 декабря 2011 года № 251-ЗО [электронный ресурс]// СПС КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 01.05.2020)

АНТИГЛОБАЛИЗМ КАК ОТВЕТНАЯ РЕАКЦИЯ НА ФЕНОМЕН ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Морозов Максим Сергеевич

магистрант, Саратовский национально исследовательский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского, РФ, г. Саратов

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема возникновения такого феномена как «антиглобализм». Нами определены понятия глобализма и антиглобализма. Применялся метод анализа научной литературы с целью выявления предпосылок появления идей антиглобализма. Результатом исследования является выявление наличия предпосылок для возникновения идей антиглобализма в феномене глобализации.

Ключевые слова: глобализм; антиглобализм.

В связи с серьезными изменениями, произошедшими в мире в конце XX века, доминирующей тенденцией развития стала либеральная глобализация под руководством ведущих стран «золотого миллиарда» и международных финансовых организаций. Характерными признаками данных изменений стало, с одной стороны, появление новых институциональных объединений (партий, движений, органов международного управления и контроля), выступающих за ускорение процессов глобализации в современном обществе, а с другой – возникновение движений и идеологий, борющихся против интеграции мировых политических и экономических систем.

Такие понятия как «глобализм» и «антиглобализм» возникли сравнительно недавно, но в связи с тем, что процесс глобализации влияет на все население планеты, они получили широкое распространение.

Изучением проблемы глобализации занимаются социологи, историки, политологи и т.д. При этом, сам термин «глобализация» употребляется в различных значениях. Его происхождение приписывается Т. Левитту, опубликовавшему в «Гарвард бизнес ревью» в 1983 г. статью, в которой глобализация «обозначалась как феномен слияния рынков отдельных

продуктов, производимых крупными многонациональными корпорациями». [1]
В этом определении прослеживается очевидный упор на глобальные сдвиги в экономической системе.

Согласно определению социолога Р. Робертсона, глобализация — это процесс всевозрастающего воздействия различных факторов международного значения (например, тесных экономических и политических связей, культурного и информационного обмена) на социальную действительность в отдельных странах.[2]

Несмотря на множество определений, обобщенно можно утверждать, что глобализация – это процесс интеграции экономики, социально-политической и духовно-культурной сферы общественной жизни на нашей планете. Во многом этот процесс обусловлен развитием технического прогресса. Для него характерен рост взаимозависимости стран и народов. Глобализация – разносторонний процесс, в него входят политическая, экономическая, социальная и другие составляющие.

Многие последствия глобализации послужили причиной формирования у определенной части людей критического отношения к процессам глобализации, которое позже переросло в движение, получившее название антиглобалистского. Для выявления причин возникновения и более полного понимания явления антиглобализма необходимо рассмотреть содержание явления глобализации, выявить те аспекты, которые непосредственно стали причиной появления антиглобализма.

Глобализация — это не только экономический процесс поступательного развития производительных сил общества, но и конкретная политика, которая обслуживает определенные интересы, а также соответствующая идеология. Глобализации, как и другому сложному процессу, присуще как отрицательные, так и положительные аспекты. Они связаны с процессом интеграции человечества, который сопровождается ростом уровня жизни и уровня благосостояния, а также развитием производства, ускорением политического и экономического развития государств, повышением качества обмена

технологическими, научными и другими достижениями. Но одновременно глобализация сопровождается негативными последствиями.

Так, В. И. Кудашов указывает, что антигуманизм современного материального производства порождает иррациональные формы развития человека.[3] Это связано с тем, что современная либеральная глобализация ориентируется прежде всего на экономическую эффективность, что неизбежно, с учетом капиталистической сущности глобализации, а социальные, культурные и этические ценности нередко игнорируются или отрицаются.

Антиглобалисты выделяют две формы глобализации: «глобализация сверху, отражающая сотрудничество ведущих государств и основных агентов накопления капитала», и «глобализация снизу, множества транснациональных социальных сил, движимых заботой об окружающей среде, правах человека, враждебностью к патриархату и представлением о человеческом сообществе, основанном на единстве разнообразных культур, стремящимся положить конец бедности, притеснению, унижению и коллективному насилию».[4]

Антиглобалисты в большинстве отрицают не сам процесс мирового развития, а его современную форму, которая, по их мнению, отражая интересы ведущих стран, международных организаций и транснациональных компаний, не учитывает в должном объеме интересы и проблемы всего остального мира.

В своей работе социолог З. Бауман писал, что видит выход из сложившейся ситуации в построении альтернативного хозяйства, которое должно быть самодостаточно и основываться на местном производстве. Росновой торговых и деловых отношений должны стать международные связи между народными силами. Акцент делается на коллективную собственность, кооперативное хозяйство, при этом подчеркивает, что кооперативы прекращают господство капитала над людьми. «В полностью кооперированном обществе мы сами контролировали бы наше продовольствие, нашу экономику и нашу жизнь».[4]

Получается, что антиглобализм включает в себя не отрицание объективного процесса мирового развития, а протест против его современных

форм, отражающих интересы ведущих субъектов глобализации, которые не учитывают в достаточном объеме проблемы и трудности остального мира. Так, по мнению В. А. Решетникова, растущее движение антиглобалистов – «индикатор интуитивного и достаточно массового осознания антигуманизма международных корпораций».[3]

Антиглобалисты выдвигают на первый план проблему более справедливого распределения выгод глобализации, оказания помощи той группе государств, которые сами не в состоянии справиться с нищетой, голодом и т.д., это способствует формированию антиглобалистской концепции, основа которой состоит в критике существующей формы глобализации и разработке альтернативного пути развития современного мира.

Антиглобалистов зачастую называют «альтерглобалистами». По их мнению, нужна другая форма глобализации, задающая всем интеграционным процессам направленность на реализацию основных общечеловеческих ценностей, решению мировых проблем. Основой для такой формы глобализации, могут послужить идеалы гуманизма.

Само движение, как заявляют его участники, направленно не против глобализации как таковой, а против ее негативных последствий и несправедливости, против концентрации богатства в руках транснациональных корпораций и отдельных государств. Так же, например, С. Джордж, на первом Всемирном социальном форуме в Порту-Алегри в январе 2001 г. сказала: «Мы «проглоболисты», потому что мы выступаем за общие дружбу, культуру, кухню, солидарность, богатство и ресурсы».[5]

При этом сами представители антиглобализма не определили, кому конкретно они противостоят, в их работах встречаются идеи о противостоянии и либеральной форме глобализации и капитализму, или же и тому и другому одновременно.

Сами антиглобалисты чаще всего выделяют два направления: против негативных аспектов глобализации и против капитализма.

Обращая внимание на специфические проявления антиглобалистского движения, нужно выделить, что, на данный момент, в рамках самого движения более или менее четко обозначились два принципиально разных подхода к его конечным стратегическим целям.

Одни занимают умеренно-реформаторские позиции и считают, что современный глобализм можно и нужно реформировать изнутри, вводя набор экономических и политических мер по его регулированию, и изменить принципы организации важнейших международных финансовых организаций и т. п. Их можно назвать сторонниками реформаторской формы антиглобализма.

Другие, напротив, уверены, что видоизменение глобализма изнутри ничего не даст, поэтому выступают против глобализации как таковой, они представляют революционно-радикальное крыло. Это сторонники радикальной формы антиглобализма.

Революционно-радикальное крыло антиглобализма считает, что реформирование капитализма изнутри ничего не даст. Идеология базируется преимущественно на трудах марксистов, троцкистов и анархистов.

Граница между реформаторской и радикальной формами антиглобализма подвижна. Нередко представители умеренного крыла по некоторым вопросам выражают радикальную позицию и наоборот. Несмотря на то, что основная масса антиглобалистов является приверженцами так называемых «левых» взглядов, к антиглобалистам часто относят себя ультраправые националисты и изоляционисты, выступающие против объединения мира, против миграции рабочей силы и т. д.

Важно отметить, что, если во время зарождения антиглобалистов, их деятельность в значительной степени носила стихийный характер, то со временем она приобрела относительно оформленную идеологию, направленную против изъянов глобализации.

Можно сделать вывод, что антиглобализм, рассматриваемый как социальное явление, представляет собой совокупность идеологических

воззрений протестного характера, которые были вызваны негативными последствиями процесса глобализации.

Главными методами борьбы антиглобалистского движения являются массовые акции, кампании протеста, а также социальные форумы, на которых обсуждают важнейшие вопросы мирового экономического, политического и социального развития. Практически все вышеперечисленные движения и организации в той или иной степени принимают участие в акциях протеста, в работе различных форумов и других мероприятиях.

В связи с тем, что проблемы, порожденные глобализацией, затрагивают огромное количество людей, они послужили поводом для создания большого количества общественно-политических организаций и движений, основной целью которых является борьба с последствиями глобализации.

Также можно отметить разнообразность этих организаций по своей структуре, составу и методам действий. Они не объединены какой-либо общей структурой. Среди организаций, можно проследить два принципиально разных подхода к стратегическим целям: умеренно-реформаторский и радикальный.

Список литературы:

1. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества / Пер. с англ. – М.: Весь Мир, 2004 г. – 188 с.
2. Бобров Е. Е. Теоретические подходы к исследованию процессов глобализации // Научный вестник МГТУ ГА. – 2007. – №113. – С. 74-80.
3. Каллиникос А. Антикапиталистический манифест. – М.: Праксис, 2005 г. – 192 с.
4. Селищева Т.А., Вэйди Чжоу, Потапенко А.В., Ананьев А.А. Евразийская экономика и идея многополярного мира в контексте глобализации и регионализации // ПСЭ. – 2016. – №1. – С. 55-61.
5. Современный гуманизм: проблемы и перспективы.: сборник научных трудов / под ред. В. А. Решетникова. Иркутск: Иркутский университет. – 2004. – С. 54-152.

РУБРИКА 3. «ПСИХОЛОГИЯ»

ПОНЯТИЕ СЕМЕЙНЫХ КОНФЛИКТОВ И ПРИЧИНЫ ИХ ВОЗНИКНОВЕНИЯ

Дрокова Виктория Альбертовна

*студент, Пензенский государственный университет,
РФ, г. Пенза*

Михалец Ирина Викторовна

*научный руководитель, канд. психол. наук, доцент,
Пензенский государственный университет,
РФ, г. Пенза*

«Семейные конфликты являются одной из самых распространенных форм конфликтов. По оценкам специалистов, в 80–85 % семей происходят конфликты, а в остальных 15–20 % возникают ссоры по различным поводам» [2, с. 240].

Безусловно, в нашей стране есть семьи, в которых ссоры и конфликты-не такое частое явление, но, к сожалению, в большинстве других зачастую сначала спокойная жизнь превращается в поток непрерывных выяснений отношений, разрушающих жизнь не только супругов, но и окружающих.

Семейная пара изматывает друг друга конфликтами, даже если они происходят не каждый день. Это не может не сказаться на физическом и эмоциональном здоровье членов семьи. Супруги начинают болеть и страдать, но тем не менее ссоры не прекращаются.

«Со стороны кажется, что супруги находят в частых конфликтах и примирениях своеобразное удовольствие, но на самом деле это не так. Лишь немногие личности истероидного склада отыскивают для себя в ссорах определенные психологические выгоды, способ компенсации эмоциональной пустоты жизни.

На деле большинство людей тяжело переживает семейные конфликты, старается избегать их, находить выходы из подобных ситуаций» [3, с. 130].

Итак, что такое семейные конфликты? «Семейные конфликты – это противоборство между членами семьи на основе столкновения противоположно направленных мотивов и/или взглядов» [2, с. 240].

«Причины супружеских конфликтов разнообразны, но исследователям удалось структурировать их в несколько больших групп. В.А. Сысенко (1981) подразделяет причины всех супружеских конфликтов на три большие категории:

- 1) конфликты на почве несправедливого распределения труда (разные понятия прав и обязанностей);
- 2) конфликты на почве неудовлетворения каких-либо потребностей;
- 3) ссоры из-за недостатков в воспитании» [1, с. 126].

Следует более подробно рассмотреть каждую категорию. Изучая первую категорию, стоит отметить, что в современном обществе супруги чаще всего сталкиваются с проблемой несогласованности, то есть не могут правильно распределить домашние обязанности, спланировать совместный досуг. Это, как правило, приводит к конфликту или его зарождению. Женщины в 21 веке не готовы брать всю работу по дому на себя. Как показывает практика, большинство женщин в современном мире стремятся построить карьеру, занимаются самообразованием, заботятся о своем здоровье.

Безусловно, мужчины тоже много работают, но стереотип «мужчины-добытчики, а женщины-хранительницы семейного очага» постепенно исчезает, и каждый из супругов должен быть готов брать на себя ответственность по поводу домашних обязанностей, чтобы избежать возникновения ролевого конфликта.

Обратимся к следующей категории. Конфликты, возникающие на почве неудовлетворенности семейно-брачных потребностей, стоит рассматривать, ссылаясь на возраст супругов.

Для женщин в возрасте 20-30 лет более значима душевная, сексуальная и эмоциональная сторона отношений. К возрасту 40-50 лет для женщины

становится важным то, как ее супруг выполняет обязанности отца по отношению к детям, сколько времени он уделяет семье. После 50 лет на первое место выходит финансовая поддержка со стороны супруга, а также помощь в выполнении домашних обязанностей.

Следует рассмотреть несколько причин конфликтов, которые возникают на почве неудовлетворенности потребностей:

1) Конфликты, связанные с неуважительным отношением одного из супругов, с необоснованной критикой, а также с оскорблениями.

2) Конфликты, которые возникают из-за неудовлетворенности сексуальных потребностей.

3) Ссоры, связанные с тем, что у одного из супругов есть различные пристрастия, например, к азартным играм или алкоголю.

4) Всевозможные финансовые разногласия, возникающие на почве неготовности или неумения распределять семейный бюджет, оказывать материальную поддержку друг другу в кризисные моменты (например, болезнь одного из супругов). Безусловно, только поддерживая друг друга, с помощью выстраивания конструктивного диалога, супруги смогут преодолеть те вышеперечисленные конфликтные ситуации.

Рассмотрим последнюю категорию. Ссоры из-за недостатков в воспитании связаны в большей мере с тем, что в браке у многих людей пропадет необходимость вести себя обходительно, уважать личное пространство другого и даже ухаживать за собой...

Такие, казалось бы, бытовые вещи могут являться настоящими раздражителями и вызывать негативную реакцию.

Не стоит забывать про еще один немаловажный факт:

Причины, составляющие третью категорию, берут свое начало в родительской семье супругов.

«С. Кратохвил отмечает, что будущий супруг учится мужской или женской роли в основном от своих родителей.

Причем, использование родительской модели семейных отношений происходит зачастую неосознанно, не зависимо от личного эмоционального отношения человека к данной модели. На сколько различны правила и условия перераспределения семейных ролей в родительских семьях молодоженов будут различны, на столько будет высока опасность возникновения конфликтов» [1, с. 168].

Конечно, дети (будущие супруги) перенимают от родителей не только модель их поведения в конфликтных ситуациях, но и способы разрешения подобных ситуаций.

При этом каждый уверен, что именно он знает, как правильно выйти из конфликта, а другая сторона-поступает не совсем так, можно сказать, «играет не по правилам».

Разногласия между супругами могут возникнуть по целому ряду причин: способы ведения домашнего хозяйства, воспитание детей, материальные расходы, работа и другое. «С. Кратохвил указывает на сниженную степень конфликтности в семьях, в которых супруги – это выходцы из семей, сходных по укладу и ценностным ориентациям.

Кроме того, многие авторы отмечают большую стабильность семей, которые росли и воспитывались в селах.

Этот факт объясняется традиционностью уклада жизни сельских семей, их готовности противостоять трудностям и прислушиваться друг к другу» [1, с. 180]. Безусловно, таких семей с каждым годом становится меньше, ведь сейчас большинство молодых людей, выросших в деревнях, стремятся перебраться в город, учиться там, строить карьеру и налаживать личную жизнь.

Список литературы:

1. Бобрышов, С.В. Конфликты в сфере семейных отношений: Социально-психологический аспект: учебное пособие / С. В. Бобрышов, В. В. Ивакина. – М.: Антропология детства, 2017. – 194 с.
2. Емельянов, С.М. Практикум по конфликтологии: учебное пособие / С. М. Емельянов. – М.: Питер, 2015. – 384 с.
3. Шнейдер, Л.Б. Семейная психология: учебник для вузов / Л. Б. Шнейдер. – М.: Юрайт, 2019. – 503 с.

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ: ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ «ЗА» И «ПРОТИВ»

Ильина Анастасия Сергеевна

*магистрант, Дальневосточный Федеральный университет,
Школа искусств и гуманитарных наук, Департамент психологии и образования
Школы искусств и гуманитарных наук,
РФ, г. Владивосток*

Бубновская Олеся Владимировна

*научный руководитель канд. психол. наук, доцент,
Дальневосточный Федеральный университет, Департамент психологии и
образования Школы искусств и гуманитарных наук,
РФ, г. Владивосток*

В современном мире информационно-коммуникационные технологии, такие как мобильные устройства, компьютеры, Интернет, играют значительную роль в жизни современного человека и общества в целом.

Изменение в структуре деятельности неизбежно приводит к тому, что сама человеческая психика претерпевает определенные изменения. Поэтому совершенно не удивительно, что воздействие информационных технологий на жизнь человека и общества представляет существенный интерес для современной психологии.

К настоящему времени видеоигры стали одной из популярнейших форм досуга среди детей и взрослых. По данным опроса в целом, в видео игры играют 52% россиян, 23% из которых уделяют этому время каждый день. В России, как и во всём мире, наиболее популярны компьютерные игры среди молодёжи в возрасте от 18 до 24 лет (40%) и от 25 до 34 лет (25%). Это вызывает опасения со стороны многих людей: от медицинских специалистов до родных и близких игроков, ведь влияние компьютерных игр на человека определены лишь отчасти [6].

Для того, чтобы провести психологический анализ влияния компьютерных игр, необходимо определить, что такое игры и как они классифицируются.

Компьютерная игра – это компьютерная программа, которая создаёт игровой процесс (геймплей), служащий чаще всего для развлечения

пользователя. Наиболее распространённая квалификация компьютерных игр, используемая как в отечественной и зарубежной литературе – по жанрам. Игру можно отнести к определённому жанру по совокупности различных критериев, например, таких как особенность построения сюжета, игровой дизайн, характер задач и целей, которые необходимо выполнить игроку для победы [4, с. 201].

В таблице ниже представлены жанры игр, которые выделяют большинство классификаций.

Таблица 1.

Жанры компьютерных игр

Жанр	Описание
Рпг (role-play games, rpg)	Многоплановые игры с нелинейным развёрнутым сюжетом, где игрок принимает на себя роль того или иного персонажа
Стратегия в реальном времени («rts» от англ. Real-time strategy)	Игры с преимущественно экономическим или военным сюжетом, требующие для достижения цели разработки и реализации определённых стратегий и тактик
Моба («moba» от англ. Multiplayer online battle arena – многопользовательская онлайн-боевая арена)	Тактический жанр игр, где одна из двух противоборствующих сторон одерживает победу при захвате вражеского главного строения, используя большое разнообразие игровых возможностей
Боевик («экшн» от англ. Action – действие)	Сражения, которые основываются на скорости реакции и быстроте планирования своих действий с врагами, которые имеют равные игровые возможности
Шутер от первого лица («стрелялка», от англ. To shoot – стрелять)	Жанр, основанный на стрельбе и одновременном перемещении, которые проходят на ограниченном пространстве, целью которых является ликвидация всех соперников
Файтинг (от англ. Fighting – поединок, борьба)	Жанр, имитирующий рукопашный бой (иногда с применением оружия разного рода) обычно двух персонажей в пределах ограниченной арены и ограниченный по времени
Аркада	Игры с примитивным сценарием, но интенсивным игровым процессом, заключающимся чаще всего в повторении одного и того же с последующим усложнением условий выполнения
Квест (от англ. Quest – поиск)	Приключенческая игра, продвижение по сюжету которой осуществляется с помощью решения различных головоломок
Симулятор	Игры, имитирующие какую-либо область реальности: управление транспортным средством, спортивной командой, жизнью человека и т.д
«традиционные игры»	Виртуальное переложение реальных игр, таких как шахматы, шашки, карточные игры.

Источник: собственная разработка

Влияние компьютерных игр на человека имеет множество аспектов, как положительных, так и отрицательных. Многие специалисты утверждают, что «чрезмерное» увлечение компьютерными играми – это современное психологическое расстройство, основанное на отсутствии контроля за импульсом, почти такого же как «навязчивая» азартная игра. Также не стоит исключать факта существования суровых игр, в которых процесс достижение конечной сюжетной цели кровопролитен. Такие игры могут крайне негативно влиять на психику человека, особенно юного поколения. «компьютерные игры такого характера способствуют деформации психики человека, вызывая неконтролируемые всплески агрессии» [5, с. 8]. У таких игр всегда есть ограничитель по возрасту (16+ и выше).

Другая из самых распространённых проблем – это игровая зависимость. Представления о том, что компьютерные игры вызывают зависимость и провоцируют агрессию, в настоящее время прочно утвердились в массовом сознании. Исследования в данном направлении проводятся не только в рамках киберпсихологии, но и в смежных областях – педагогике, социологии, медицине, нейронауках, информатике и др [2, с. 198].

Многие исследователи сравнивают игровую зависимость с более известными, такими как наркотическая, алкогольная и т. Д. Нельзя сказать, что они равны по уровню опасности, но всё же общие механизмы возникновения. Любая зависимость является результатом психологических проблем, которые и приводят к её возникновению и развитию. Игровая зависимость – величина непостоянная. Со временем она может вырастать, как, например, растет зависимость от наркотических веществ, хотя у многих игроков увлеченность компьютерными играми со временем проходит.

Можно выделить четыре стадии развития игровой зависимости, каждая из которых имеет свою специфику [1, с. 49-50]:

1. Лёгкая увлечённость. Зарождается после того, как пользователь положительно оценил «внешний вид» игры – графику, звук и музыку, насколько она реалистична. Во время игрового процесса игрок получает

удовольствие и хочет снова его пережить. Но такое стремление к игровой деятельности более ситуационного характера, чем систематического.

2. Увлечённость. Появляется потребность играть. Время, проведенное за игрой, переходит из ситуационного характера в систематический.

3. Зависимость. Потребность в игре становится настолько важной, что встаёт в «один ряд» с физиологическими. На этой стадии «больной» может ещё поддерживать контакты с людьми, от чего он не будет полностью поглощён виртуальным миром. А может уже и терять связь с окружающим реальным миром. На этой стадии вмешательство психолога обязательно и необходимо.

4. Привязанность. Игровая активность начинает угасать, и тогда психологическое содержание личности приходит в нормальное и стабильное состояние. Эта стадия может продолжаться в течение всей жизни.

Игровая зависимость может остановиться на любой из описанных выше стадий. При этом самой опасной является третья, где без специалиста не обойтись. Однако, при переходе в четвёртую стадию, опасности для пользователя игровая деятельность больше не представляет.

Умеренное время, проведённое за компьютерной игрой, может быть даже полезным. Игры – это ещё один источник информации. Они стимулируют освоение новых компьютерных технологий, изучение иностранных языков (многие из них не переведены на русский язык) [2, с. 196]. Более того, они способны тренировать человеческий мозг, потому что во многих играх для победы необходимо абстрактное мышление высокого уровня и другие когнитивные способности.

Шутеры (**OVERWATCH**, Counter-Strike), в первую очередь, отрабатывают реакцию, внимание, тактическое мышление, а также учат работать в команде. Во время игры игроку необходимо контролировать множество аспектов: передвижение соперников не только перед собой, но и на карте, быстрое прицеливание, точные выстрелы. Весь этот процесс нуждается в большой концентрации внимания, координации глаз и рук, в пространственном мышлении [3, С. 7].

Игры-стратегии (Heroes 5, CIVILIZATION) тренируют аналитические навыки. В процессе таких игр нет необходимости в быстрой реакции, однако крайне важны разработка стратегий и тактик, логика, умение распределять ресурсы. Игрок следит за множеством параметров, анализирует их и на основании этого принимает дальнейшие решения.

Игры-симуляторы (NFS, Spore, The Sims) расширяют кругозор и помогают разобраться во многих аспектах реальной жизни, например, технике. К примеру, в Америке начинающие пилоты учатся управлять самолётом на таких симуляторах, ведь они не несут реальной опасности – разбившись на симуляторе, пилот может учесть совершённые ошибки и попробовать вновь.

Ролевые игры (Skyrim, Dragon Age) развивают пространственное мышление, социальные навыки, внимание. Миры в таких играх огромны и геймеру приходится многое запоминать, а также искать. Также игрок взаимодействует с большим количеством персонажей разных по характеру, к каждому необходимо найти подход для решения различных задач.

Так же игры способны развивать математические способности, которые нужны для победы во многих играх из-за того, что часто требуется количественный анализ, правильное распределение ресурсов.

«Компьютерные игры развивают упорство. Во время прохождения более сложных уровней в играх человек после проигрыша не сдаётся, он продолжает пробовать снова и снова, используя накопленный опыт, пока не одержит победу» [3, С. 8].

Таким образом, однозначного мнения о том, какое влияние компьютерные игры оказывают на человека нет. С одной стороны, они способны отрицательно и даже пагубно повлиять на здоровье человека, как физическое, так и психологическое. С другой – игровая деятельность человека за компьютером может оказать и положительное влияние, проявляющееся, например, в развитии различных умений и навыков: от логических до социальных, которые необходимы во многих сферах жизни современного человека.

Список литературы:

1. Баловсяк Н.В. Компьютер и здоровье. Спб.: Питер, 2008. С. 48-50.
2. Беляева Е.Р. Положительное влияние компьютерных игр на развитие мозга человека // Научный альманах. 2016. № 3-4 (17). С. 196-198.
3. Титова П.А., Влияние компьютерных игр на человека // Международный студенческий вестник: тезисы докл. VII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». – 2017. – С. 1-9.
4. Green C.S., Bavelier D. Learning, attentional control, and action video games // Curr Biol. 2017. Vol. 22. № 6. P.197-206.
5. Khodakovskaia O.V., Bogdanovskaya I.M., Koroleva N.N. Problematic Internet Usage and the Meaning-Based Regulation of Activity Among Adolescents // Digital Transformation and Global Society. 2018. Vol. 859. P.1-12
6. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ): официальный сайт. URL: <https://www.wciom.ru/> (дата обращения: 02.03.2020).

ГОТОВНОСТЬ СТУДЕНТОВ К САМОРЕАЛИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ВУЗА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПСИХОЛОГИИ

Сайфетдинова Эльвина Фатиховна

*студент, Пензенский педагогический институт им. В.Г. Белинского
Пензенского государственного университета,
РФ, г. Пенза*

Михалец Ирина Викторовна

*научный руководитель, канд. психол. наук, доцент
Пензенского государственного университета,
РФ, г. Пенза*

STUDENTS READINESS FOR SELF-REALIZATION UNDER THE CONDITIONS OF THE UNIVERSITY FROM THE POINT OF VIEW OF PSYCHOLOGY

Elvina Saifetdinova

*Student, Penza Pedagogical Institute. V.G. Belinsky, Penza State University,
Russia, Penza*

Irina Mikhalets

*Scientific director, Cand. Psychol. sciences, associate professor
Penza State University,
Russia, Penza*

Современный рынок труда характеризуется высокой потребностью в специалистах, но при этом он во многом стихийен и не имеет сбалансированного характера. В этой связи будущее выпускников вузов оказывается неопределённым. Получение высшего образования сегодня не гарантирует выпускникам успешного трудоустройства. Поэтому студенты-выпускники вузов для повышения своей конкурентоспособности на рынке труда должны обладать не только высоким уровнем профессиональной подготовки, как теоретической, так и практической, но и социальной активностью, коммуникативными и организаторскими способностями, мобильностью, стремлением к самообразованию и самосовершенствованию, инициативой и творческим потенциалом, которые должны быть сформированы в процессе обучения в вузе. Следовательно, современная вузовская подготовка

специалиста должна сочетать в себе не только профессиональную, но и психологическую подготовку.

На современном этапе развития общества многие традиционные формы обучения студентов в университете пересматриваются, и это ставит проблему подготовки высококвалифицированных кадров на рынке труда, которые могут быстро адаптироваться к новым условиям жизни. Это делает актуальной задачу выявления профессиональных и личностных характеристик будущих специалистов, основных тенденций и уникальности профессионализации на этапе обучения в вузе.

Важную роль в процессе профессионального самоопределения играет не только необходимость адаптации к современным социально-экономическим условиям, но и естественная потребность девушек и юношей найти свое место в жизни и собственное дело. На этом фоне особенно важно изучить готовность студентов реализовать себя в университете. Это приводит к необходимости совершенствования профессиональной подготовки молодежи, основанной на способности сознательно развиваться лично и профессионально.

Характеристики самореализующейся личности рассмотрены в трудах отечественных и зарубежных психологов и педагогов (Б.С.Гершунский, В.П.Зинченко, И.С.Кон, А.Маслоу, К.Роджерс и др.). Проблема готовности человека к любой деятельности широко освещается в психолого-педагогической литературе (К.А.Абульханова-Славская, Е.П.Ильин, М.И.Лукьянова, А.В.Петровский и др.). При этом готовность к деятельности определяется современными учеными как: качество личности (М.И.Дьяченко, А.А.Кандыбович, А.Г.Ковалев, А.Д.Сазонов, В.Ф.Сахаров и др.), как состояние личности перед началом деятельности (А.В.Барабанщиков, К.М.Дугай-Новакова, А.А.Деркач, В.А.Крутецкий, Н.Д.Левитов, А.Ц.Пуни, Д.Н. Узнадзе и другие), как наличие определенных способностей (Б.Г.Ананьев, С.Л.Рубинштейн, В.А.Сластенин).

В связи с обозначенной актуальностью целью нашей работы является определение особенностей личностной готовности к самореализации в профессиональной деятельности студентов в условиях вуза.

Анализ психолого – педагогической литературы показал, что существуют различные взгляды на содержание термина «самореализация».

С точки зрения К.А. Абульхановой-Славской, самореализация – своего рода высшая стадия развития зрелой человеческой личности, результат личностного роста и развития, то есть, процесс приобщения к культуре, постоянного повышения уровня своих знаний и активной реализации себя в жизни. Она возможна лишь тогда, когда самопознание своих способностей уже окончено, полностью сформирован «образ Я» и имеется личностная готовность обеспечить всю совокупность внешних условий самореализации.

В.В.Сериков отмечает, что самореализация — это спектр функций, куда могут быть отнесены функции творчества, свободы, индивидуальности, самостоятельности, состоятельности с различными жизненными препятствиями, обеспечения духовного уровня культуры жизнедеятельности, несводимости её к вещизму, к повседневности.

В свою очередь, С.В. Кульневич считает что, самореализация – стремление к признанию своего «Я» окружающими, самостоятельное создание условий для его полного проявления.

Таким образом, мы можем определить самореализацию как процесс актуализации сущностных сил, а также в котором объективируется личный потенциал учеников, что является результатом самопознания на благо их самих, окружающих и общества в целом в социально необходимой, творческой деятельности посредством свободного выбора и путем принятия решений.

Существуют различные подходы к понятию «готовность к самореализации». П.А. Рудик рассматривает готовность как сложное психологическое образование и выделяет в ней роль познавательных психических процессов, отражающих важнейшие стороны выполняемой деятельности, эмоциональных компонентов, которые могут как усиливать, так

и ослаблять активность человека, волевых компонентов, способствующих совершению эффективных действий по достижению цели, а также мотивов поведения.

Т.И. Шалавина понимает готовность как индивидуализированное отражение действительности, выражающее отношение личности к тем объектам, ради которых разворачивается ее деятельность и общение. Такое толкование предполагает создание в учебном процессе ситуаций, обеспечивающих смыслотворческую деятельность, в результате которой происходит субъективное присвоение содержания профессиональной подготовки и целостно-личностное развитие будущего специалиста. Вследствие этого достигается высокий уровень его подготовки. С данной позиции готовность рассматривается как интегративное профессионально значимое свойство личности, обеспечивающее ей развивающий переход из системы вузовской подготовки в систему профессиональной деятельности и включающее совокупность профессиональных знаний, практических умений и навыков, опыт личности, личностные профессионально значимые качества.

В нашем исследовании мы более подробно остановимся на особенностях готовности студентов к самореализации в условиях вуза. При том, что готовность к самореализации в образовательном процессе мы определяем как устойчивую характеристику развития студентов, отражающую совокупность качеств и свойств, необходимых и достаточных для раскрытия сущностных сил и опредмечивания потенциала личности.

Профессионализм личности будущего специалиста представляется возможным при эффективном включении в процесс профессиональной подготовки внутренней активности. Тем самым мы можем говорить о необходимости создания в рамках учебной программы соответствующих условий для саморазвития, самосовершенствования и самореализации личности студента.

Готовность будущих специалистов к самореализации, возможно, стимулировать благодаря моделированию реальных профессиональных

ситуаций в учебном процессе с опорой на личностную рефлексию. В результате уже с первого курса студенты будут иметь возможность участия в деятельности с элементами будущей профессии, что помогает первокурснику получить целостный образ своей профессии и, что не менее важно, определить своё место в ней.

Личностная готовность помогает юношам и девушкам осознанно и ответственно подойти к будущей профессиональной деятельности, понять и выбрать для себя наиболее предпочтительные направления работы. Тем самым способствует эффективной деятельности в выбранных направлениях, и в дальнейшем успешной профессиональной и личностной самореализации[1].

Мы, в след за Е.В. Шипиловой считаем, что готовность к профессиональной деятельности студентов - динамичное явление. В связи с этим необходимо в рамках учебного процесса организовать включение студента в реальную деятельность практикующих структур, решить вопрос о согласовании, совмещении форм практической деятельности с формами учебной деятельности.

Список литературы:

1. К проблеме профессионального становления личности// Проблемы развития и формирования личности в современных условиях: Сборник статей и тезисов. - М.: Изд-во «Гуманитарный институт», -2005. - С.71-73.

ВОЗДЕЙСТВИЕ ОТРИЦАТЕЛЬНЫХ ЭМОЦИЙ НА ЧЕЛОВЕКА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПСИХОЛОГИИ

Филимонова Элина Игоревна

студент, Пензенский педагогический университет им. В.Г. Белинского, РФ, г. Пенза

Михалец Ирина Викторовна

научный руководитель, канд. психол. наук, доцент, Пензенский педагогический университет им. В.Г. Белинского, РФ, г. Пенза

Эмоции и чувства составляют особую, очень важную сторону внутренней жизни человека. Все мы в каждый момент находимся в определенном эмоциональном состоянии, переживаем те или иные чувства. Отрицательные эмоции в плане адаптации к условиям среды важны едва ли не больше, чем положительные. Негативные эмоции – это сигналы о том, что что-то идет не так. Что в ситуации нам бывает некомфортно, неприятно, опасно, что-то задевает или ущемляет, кто-то нарушает границы или наносит вред.

Попытки отрицать и подавлять половину своих эмоций приводят в лучшем случае к телесной и психологической зажатости, а в худшем – к болезням и личностным проблемам. Гнев, злость и агрессия. На гнев у многих людей есть полный запрет. Нам с детства внушали, что надо быть добрым, вежливым и приятным. И если человек так воспитан, то он находит деструктивные способы выражения гнева. [3, с.3]

Отрицательные эмоции, по мнению Б. И. Додонова, играют более важную биологическую роль по сравнению с «положительными» эмоциями. Не случайно механизм «отрицательных» эмоций функционирует у ребенка с первых дней появления его на свет, а «положительные» эмоции появляются значительно позднее. Отрицательные эмоции вредны лишь в избытке, как вредно все, что превышает норму (в том числе и положительные аффекты). Страх, гнев, ярость повышают интенсивность обменных процессов, приводят к лучшему питанию мозга, усиливают сопротивляемость организма перегрузкам, инфекциям и т. д. [2, с.100]

Грот полагал, что «ощущения сами по себе еще не способны регулировать отправлений организма, к какой бы области — обмена вещества или обмена впечатлений — они ни относились. Ощущения служат только показателями того, что происходит в различных наших органах под влиянием разнообразнейших действий внешней среды. Они, следовательно, представляют только первый шаг к регулированию процессов организма, т. е. снабжают сознание основаниями для такого регулирования и дают ему первый толчок. Настоящим регулятором взаимодействия организма с окружающей средой является только весь психический оборот в совокупности, и каждый момент этого оборота есть новый шаг к окончательному регулированию такого взаимодействия»

Современная практика отходит от использования таких общих терминов, как «эмоциональная проблема», «эмоциональное нарушение» и «эмоциональное расстройство». Психологи пытаются анализировать отдельные аффекты и аффективные комплексы и воздействовать на них как на различные мотивационные феномены в жизни индивида.

Эмоции отражают не только биологическую, но и личностную значимость внешних стимулов, ситуаций, событий для человека, т. е. того, что его волнует. Об этом пишет А. В. Вальдман: «Эмоция — это такая форма отражательной психической деятельности, где на первый план выступает отношение к окружающей информации...»

Если заглянуть внутрь и проследить, как работают эмоции, из каких умственных операций строятся переживания, то можно приобрести власть над эмоциями. Психологи выделяют две формы стресса: положительную и отрицательную. Как та, так и другая форма может влиять и на эмоциональное состояние человека, так и на его физическое благополучие. Эмоции должны быть адекватными при взаимодействии с телом. Иначе их неадекватность может грозить психосоматическими расстройствами.

Эмоции, которые переживает человек, оказывают влияние на качество его деятельности. Постоянно злоупотреблять негативными эмоциями нельзя, так

как они разрушают человека. Поэтому такими эмоциями нужно уметь управлять. Очень важным моментом в психологии является умение правильно проживать эти эмоции.

Эмоции – наш спутник по жизни. Долгие, затяжные отрицательные эмоции оказывают влияние также и на здоровье человека, которые могут привести к срыву. Источники таких эмоций могут быть разные. Одни из них те, которые мы не можем никак избежать, например, смерть кого-то нам из близких людей, но также есть такие, которые зависят от самого человека, от его поведения и поступков.

Теория эмоций дает нам лишь общие ориентиры в понимании текущих эмоциональных явлений и чувств, оставляя за рамками анализа, как весь круг когнитивных процессов, так и целый спектр психофизиологических явлений. Именно последние, в свою очередь, дают ответы на вопросы о возникновении многих пароксизмальных и психосоматических явлений в результате эмоциональных переживаний. Как известно, один и тот же стрессор, например безответная любовь, может закалывать одного человека и приводить к хроническому заболеванию у другого. [1, с. 93]

Многообразие форм проявления стресса, а также причин возникновения эффектов его влияния на здоровье и профессиональную деятельность людей обуславливается, как полагают ученые, тем, что практически каждый человек в своей жизни неоднократно переживал состояния стресса. [4, с.10]

Еще одним психологическим проявлением чрезмерного стресса являются депрессивные реакции. Установлено, что стрессорирующие события, приводящие человека к представлению о том, что он находится в безвыходном положении, ученые связывают с психофизиологическим стрессовым возбуждением. Активацией проявления этого стрессового возбуждения и является депрессия. [5, с. 42]

Таким образом, эмоции могут оказывать как положительное, так и негативное влияние на человека. Отрицательные эмоции не менее важны, чем

положительные, иногда им нужно давать волю, но все должно быть в меру, иногда выпускать и уметь контролировать.

Список литературы:

1. Бреслав Г.М. «Композиционная теория эмоций: к пониманию моральных эмоций и любви»// Психология. Журнал высшей экономики. – 2015. – Т. 12. – №4.
2. Ильин Е.П. «Эмоции и чувства». – СПб: Питер, 2001. – 752 с: ил. – (серия «Мастера психологии»)
3. Психология все тонкости разума. – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://obu4ayka.ru/psihologiya/negativnye-emotsii-psihologiya.html/> (Дата обращения 12.06.20).
4. Серебрякова Т.А. «Психология стресса». – Н.Новгород: ВГИПУ, 2007. – 143 с.
5. Серебрякова Т.А. «Психология стресса». – Н.Новгород: ВГИПУ, 2007. – 143 с.

РУБРИКА 4. «СОЦИОЛОГИЯ»

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЛУЖБ В ПУБЛИЧНОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ (НА МАТЕРИАЛАХ ПЕРМСКОГО КРАЯ)

Бученкова Екатерина Дмитриевна

магистрант, Пермский государственный национальный исследовательский университет, РФ, г. Пермь

Гасумова Светлана Евгеньевна

*научный руководитель канд. социол. наук, доцент,
Пермский государственный национальный исследовательский университет,
РФ, г. Пермь*

В настоящее время проблема имиджа социальных служб актуальна, и связано, прежде всего, с их деятельностью, которая направлена на оказание помощи определённым категориям граждан, по тем или иным причинам попавших в трудную жизненную ситуацию, где в зависимости от эффективности взаимодействия и оказания помощи специалистов клиентам и формируется имидж в профессиональной сфере деятельности.

Феномен имиджа является предметом исследования социологов, психологов и педагогов на протяжении последнего столетия. Это во многом связано с необходимостью изучения и раскрытия специфики человеческого выбора, самоопределения в процессе личностного и профессионального роста.

Понятие «имиджа» - одно из ключевых в public relation. Под имиджем понимается искусственно сконструированный образ [1, с.39].

Обобщая трактовки из различных научных направлений, можно сказать, что имидж определяется как мнение, оценочное суждение, которое опирается на процесс социального оценивания как социальный портрет, совокупность свойств, приписываемых объекту рекламой, пропагандой, модой, предрассудками, традицией с целью вызвать определенные реакции по

отношению к нему; как составная часть определенной социальной роли, то есть как совокупность представлений, сложившихся в общественном мнении о том, как должен вести себя человек в соответствии со своим статусом [2, с.356].

В современной России, специалисты по социальной работе не имеют тщательно проработанного и конкретно сформированного имиджа, который бы отражал специфику и характер их профессиональной деятельности и популяризировал профессию в молодежной среде.

Важным нюансом здесь также выступает недостаточная информированность о профессиональных компетенциях специалистов по социальной работе, вследствие чего формируется ситуация недоверия со стороны потенциальных клиентов социальных служб.

Ведущими целевыми аудиториями для работы с имиджем можно считать различные социальные группы клиентов учреждений, широкую общественность, представителей СМИ, которые формируют образ профессии в массовом сознании.

На сегодняшний день невозможно представить без Интернета жизнь человека. Соответственно он становится мощнейшим оружием в формировании имиджа организаций. Теперь организация может быть доступна 24 часа в сутки, благодаря интернет-технологиям.

Именно социальные сети обладают наибольшим потенциалом и важными инструментами в реализации социальной коммуникации в интернет-пространстве.

С целью выявления особенности позиционирования в публичном информационном пространстве социальных служб было проанализировано 30 сайтов социальных служб.

Анализ включал в себя три блока анализа информационного пространства: сайты государственных учреждений социальной сферы Пермского края, сайты коммерческих социальных служб и сайты общественных социальных служб. Количество учреждений в каждом блоке – 10. При анализе тридцати интернет-

сайтов государственных, коммерческих и общественных социальных служб Пермского края было выявлено следующее.

Полнота информации о деятельности служб представлена в большей мере в государственных сайтах. С одной стороны это может быть связано с соблюдением ст. 13 Федерального закона от 28.12.2013 N 442-ФЗ «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» об информационной открытости поставщиков социальных услуг. С другой стороны – с более многочисленным контролем вышестоящими органами подведомственных учреждений и их регламентацией.

Несмотря на то, что коммерческие учреждения нацелены на получение прибыли и должны привлекать клиентов, многие организации не уделяют достаточное внимание содержанию сайтов, в них мало основной информации. Часто нет уставных документов, или локальных документов, регламентирующих деятельность. Сведения о специалистах отсутствуют (или минимальны). При этом, на некоторых сайтах такая закрытость объясняется соблюдением требований ФЗ от 27.07.2006 N 152-ФЗ «О персональных данных».

Среди сайтов общественных организаций в 80% есть только краткие сведения о дате создании, миссии, направлениях и только в 20% сведения об организациях подробные. В отличие от государственного сектора организаций и коммерческих, в общественных социальных службах на хорошем уровне представлена команда специалистов на сайте (в 70%).

Большая проблема для коммерческих и общественных организаций – размещение публичной отчетности о деятельности на сайте. Только в 10% коммерческих и 50% сайтов общественных организаций находились отчеты, при этом половина из них были устаревшие (за 2016, 2018 годы.) Лишь на одном сайте был размещен отчет за 2019 год.

Практически все службы размещают на сайте необходимую контактную информацию об учреждении (полное наименование, адрес, телефон,

электронную почту и расположение на карте, контакты структурных подразделений и филиалов).

Коммерческим и общественным службам следует внести более подробную информацию о направлениях работы, добавить уставные документы и свидетельства о регистрации, актуализировать в целом информацию (особенно в сфере тарифов, публичных отчетов). Это будет способствовать росту уровня доверия среди клиентов.

Организациям всех форм собственности необходимо разместить контактную информацию на главной странице в легко просматриваемом месте. Можно дополнить сведения наиболее подходящими маршрутами следования до организаций, видами транспорта и ближайшими остановками.

Качественный новостной контент в большей мере характерен для сайтов государственных социальных служб (информация в разделе «Новости» постоянно обновляется, как минимум два раза в неделю). Но, есть примеры, когда в новостной ленте перечисляются планы на неделю вместо краткой информации с фотоотчетом.

У 80% сайтов коммерческих организаций вообще нет разделов «Новости/События/Мероприятия».

Раздел Новости/Акции/События есть в 70% сайтов общественных социальных служб. В целом новости размещаются актуальные (но есть случаи не обновления в 2020 году).

На основании проведенного анализа можно сделать вывод о том, что коммерческим социальным службам следует на сайтах создать новостной раздел. Это способствует повышению уровня доверия клиентов, росту заинтересованности. Государственным организациям следует разнообразить новостную ленту видеосюжетами.

В целом, государственные и коммерческие организации не в полной мере осознают влияние социальных сетей для привлечения клиентов в учреждение, повышения имиджа. Наличие социальных сетей может стать ресурсным направлением в повышении уровня информированности населения

о деятельности и услугах учреждений, кроме этого это может способствовать росту количества посещений сайта и увеличению сборов пожертвований. В некоторых случаях, привязка сайта к социальной сети весьма целесообразна.

Проанализировав значимость имиджа в обеспечении успешной работы организации, можно сказать, что в условиях конкурентной борьбы деятельность по формированию имиджа необходима каждой структуре, стремящейся гарантировать активное, позитивное по направленности взаимодействие с различными социальными группами. Имидж позволяет показывать целевой группе главные преимущества конкретной организации по сравнению с остальными, производящими аналогичные услуги.

Список литературы:

1. Зазыкин В. Г. Материалы семинара: «Практические аспекты связей с общественностью». М., 2001.
2. Кравченко А. И. Социология: Общий курс: учеб.пособие для вузов. М.: ПЕРСЭ; Логос, 2002.

РУБРИКА 5.

«ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ»

РАЗВИТИЕ 5G В РОССИИ

Евлушина Дарья Андреевна

*студент, Поволжский Государственный Университет Телекоммуникаций и Информатики,
Россия, г. Самара*

В настоящее время в телекоммуникационную отрасль Российской Федерации начинается внедрение пятого поколения мобильной связи, что будет являться основой для построения инфраструктуры цифровой экономики. Согласно новому стандарту мобильной связи скорость передачи данных, по сравнению с предыдущими технологиями, увеличится в 40 раз, при этом себестоимость доставки услуг уменьшится примерно в 30 раз.

По прогнозам аналитиков, к 2024 году 30% мобильного трафика будет проходить через устройства поддерживающие 5G. К 2025 году на новый стандарт мобильной связи будет приходиться 15% всего мирового сектора мобильной телефонии, 30% для Европы и Китая и 50% для США.

В 2019 году началось активное развертывание коммерческих сетей нового поколения мобильных сетей 5G.

По данным компании Ericsson к концу года услугами сотовых сетей пятого поколения воспользовались 13 миллионов абонентов.

Строительство 5G в России уже началось, однако, покрытия сетями нового поколения городов-миллионников еще далеко. В настоящее время запуск сетей 5G в тестовом режиме.

Небольшие фрагменты опытных сетей с мая 2018 года разворачивает ПАО «Ростелеком».

Первая запущена в Иннополисе (Республика Татарстан).

Тестовая зона была развернута на оборудовании компании Huawei с элементами технологии 5G Massive MIMO.

Так же ограниченные зоны покрытия были развернуты в Эрмитаже (Санкт-Петербург) и Сколково (Москва).

Так же тестовые участки разворачивают и другие сотовые операторы.

В феврале текущего года так же сообщил о подключении базовых станций 5G. Сеть была создана на основе волоконно-оптической сети МГТС. Базовые станции 5G МТС действуют в постоянной пилотной зоне ВДНХ.

Так же МТС совместно с Ericsson провели тестирование на московском стадионе «Открытие Арена».

Тестовая базовая станция, работая в диапазоне 14,5-15,3ГГц, передала сигнал на прототип движущегося смартфона на скорости 25ГГбит/с.

Свою пилотную зону совместно с компанией Ericsson организовала и компания Tele2. К концу 2019 года она обеспечила сплошное покрытие пилотной зоны в районе ул. Тверская от Кремля до Садового кольца.

В сентябре 2019 года компания «Мегафон» сообщила об открытии цифровой лаборатории в СПбГУ и она получила название «5G Dream Lab». Здесь оборудована тестовая зона 5G, которая станет местом для разработки услуг на основе технологии сетей пятого поколения.

Так же в феврале компания «Мегафон» запустила международный роуминг 5G. Партнером стала телекоммуникационная группа Orange. Первой страной, где будет доступна эта услуга, стала Румыния.

Так же о запуске тестовой зоны в сентябре 2019года объявила компания Вымпелком. Совместно с компанией Huawei была развернута пилотная зона 5G на территории спортивного комплекса «Лужники».

Так же в ноябре компания сообщила о проведенном совместно с компанией Huawei, Российским обществом хирургов (РОХ), Российским обществом эндоскопических хирургов (РОЭХ) на базе клиники GMS Hospital удаленном консилиуме для сопровождения двух операций с использованием медицинского оборудования и сетей 5G.

Однако, запущенные операторами тестовые сети столкнулись с рядом проблем.

Все тестовые зоны использовали для работы диапазон 26,5—29,5 ГГц. Выделенный диапазон обеспечивает высокую пропускную способность и низкие задержки, но с другой стороны характеризуется высоким затуханием сигнала и низкой низкой проникающей способностью в помещениях.

Во всем мире 5G разворачивается в диапазоне 3,4 — 3,8 ГГц.

В России использовать этот диапазон на данный момент не предоставляется возможным т.к. он зарезервирован для нужд Министерства обороны Российской Федерации и в августе 2019 Президент РФ наложил запрет на использование диапазона для коммерческих сетей 5G.

В России для развертывания сетей 5G Российская Государственная комиссия по радиочастотам (ГКРЧ) рекомендовала диапазоны 4,8-4,99 ГГц и 25,5-29,5 ГГц.

Т.к. мировые производители производят в основном оборудование под диапазоны 3,4-3,8 ГГц, которые запрещены в России, развитие проекта 5G в нашей стране несколько отстает от других стран.

Требуется время на разработку индивидуального оборудования, что достаточно затратно, но совершенствование технологии поможет решить эту задачу.

Список литературы:

1. 5G Пятое поколение мобильной связи [Электронный ресурс]. URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:5G_\(пятое_поколение_мобильной_связи\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:5G_(пятое_поколение_мобильной_связи)) (Дата обращения: 20.05.20)
2. 5G в России. Перспективы, подходы к развитию стандарта и сетей [Электронный ресурс]. URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/5g-in-russia.html> (Дата обращения: 20.05.20)
3. Почему и как 5G изменит все: технологии, поэтапное внедрение и элементная база для абонентского оборудования [Электронный ресурс]. URL: <https://habr.com/ru/post/490404/> (Дата обращения: 20.05.20)
4. Представление мировой индустрии мобильной связи.[Электронный ресурс]. URL: <https://www.gsma.com/> (Дата обращения: 20.05.20)
5. Как развиваются сети 5G в России и мире. А. Жданов [Электронный ресурс]. URL: <https://telesputnik.ru/materials/tekhnika-i-tekhnologii/article/seti-5g-v-mire-i-v-rossii/> (Дата обращения: 20.05.20)

ПОДВЕСКА АВТОМОБИЛЯ. АКТИВНАЯ ПОДВЕСКА. СУЩЕСТВУЮЩИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПОДВЕСКОЙ

Юшков Никита Сергеевич

*студент, Балтийский Государственный Технический Университет
«ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Кромов С. И.

*студент, Балтийский Государственный Технический Университет
«ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Битюков Дмитрий Алексеевич

*студент, Балтийский Государственный Технический Университет
«ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Шароватов В. Т.

*научный руководитель, Балтийский Государственный Технический
Университет «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова,
РФ, г. Санкт-Петербург*

Подвеска автомобиля (рис. 1) выполняет одновременно несколько важных функций, от ее конструкции и рабочих характеристик зависят управляемость, устойчивость, плавность хода и другие свойства автомобиля, определяющие его безопасность, комфортность, надежность и экономичность. Так, на динамичность, устойчивость и управляемость автомобиля влияют кинематические характеристики подвески. Надежность автомобиля во многом зависит от надежности колес и подвески, так как они находятся ближе всего к дороге и подвергаются самым тяжелым условиям эксплуатации. От свойств подвески зависит физиологическое и эмоциональное состояние водителя и пассажиров, поскольку вибрации, быстрые и резкие изменения положения тела сильно утомляют человека, известно, что усталость напрямую зависит от изменений ускорения и частоты колебаний.

Основная проблема конструирования подвесок состоит в том, что требования к подвеске со стороны устойчивости, управляемости и комфортности оказываются противоречивыми. Так, с одной стороны, подвеска

должна быть по возможности более мягкой, чтобы исключить отрыв колес от дорожного полотна при наезде на неровность, а также увеличить комфортность автомобиля для пассажиров и водителя, обеспечить сохранность перевозимых грузов. С другой стороны, подвеска должна быть по возможности более жесткой, чтобы увеличить устойчивость и управляемость автомобиля, именно – чтобы не возникали опасные крены на поворотах, не было клевков корпуса автомобиля при разгоне и торможении, разгружающих переднюю или заднюю оси автомобиля.

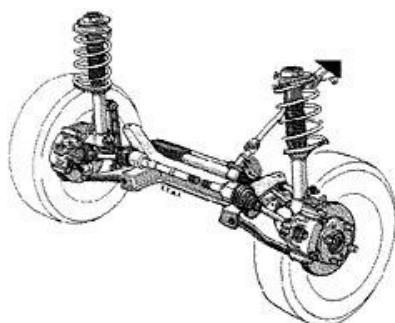


Рисунок 1. Пример подвески автомобиля

При описании подвески одного колеса учитывают (рис. 2): упругую шину, неподдресоренную массу m (колесо и части подвески), параллельно соединенные упругий (пружина) и демпфирующий (амортизатор) элементы, которые поддерживают корпус автомобиля – поддресоренную массу M (масса $\frac{1}{4}$ части корпуса автомобиля). Упругие элементы принимают на себя удары со стороны неровностей дорожного покрытия, преобразуя их в затухающие колебательные движения, а демпфер гасит эти колебания.

Свойства подвески определяются ее характеристиками, основные из которых описывают упругость пружины и вязкость амортизатора в зависимости от различных фаз их движения.

В большинстве обычных автомобилей характеристики подвески выбираются в результате поиска компромисса между противоречивыми требованиями устойчивости, управляемости и комфортности. Характеристики подвески оптимизируют с точки зрения среднестатистических условий, в которых будет работать данный автомобиль. Рассчитывается усредненное

значение массы автомобиля с учетом возможного веса его груза, оценивается и учитывается характер и качество дорожного покрытия тех дорог, для которых разрабатывается данный автомобиль, требования к динамическим свойствам данного автомобиля, зависящие от его назначения (спортивный автомобиль, пассажирский, грузовой, специальный и т.п.). Характеристики таких подвесок не меняются в процессе эксплуатации автомобиля, если не считать изменений, связанных с износом деталей подвески.

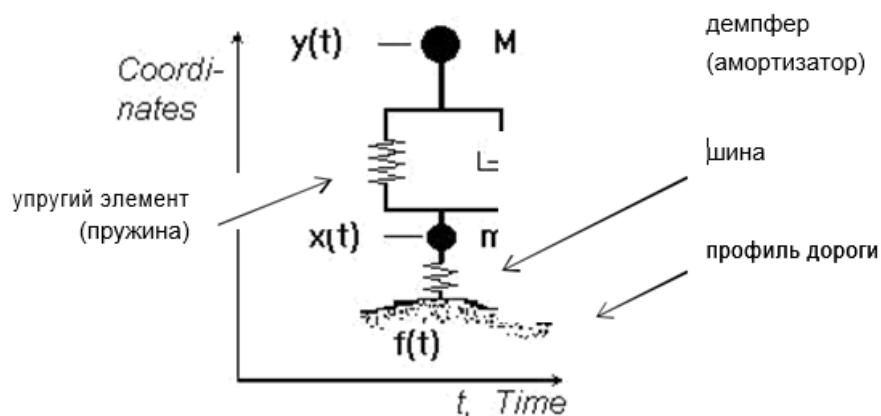


Рис. 2. Схема подвески одного колеса автомобиля; $x(t)$ – вертикальная координата оси колеса, $y(t)$ – вертикальная координата корпуса автомобиля в опорной системе координат, t – время.

Однако очевидно, что подвеска, оптимизированная по всему диапазону условий эксплуатации автомобиля, оказывается неоптимальной в каждой из конкретных текущих дорожных ситуаций, отличающихся от расчетной среднестатистической. Так, при движении автомобиля по сравнительно гладкой дороге оптимальной является более жесткая подвеска, при движении этого же автомобиля по неровной дороге хотелось бы, чтобы подвеска становилась более мягкой. При движении по прямому участку дороги можно иметь более мягкую подвеску, увеличивающую плавность хода, а при прохождении поворотов, при разгоне и торможении подвеска должна становиться более жесткой, чтобы обеспечить устойчивость автомобиля, не допускать большого крена, тем более - опрокидывания. Хотелось бы также изменять жесткость

подвески при изменении веса груза. Имеются и много других факторов, от которых могут зависеть желаемые оптимальные в текущих условиях характеристики подвески (ускорение автомобиля, радиус поворота и т.п.).

Уже давно появились попытки конструирования таких подвесок, которые позволяли бы управлять их характеристиками вручную или автоматически. Например, водителю предоставляется возможность настраивать подвеску перед выполнением конкретной поездки в соответствии с ее планируемыми свойствами. Так, в некоторых автомобилях можно изменять высоту клиренса (дорожного просвета), или жесткость подвески, выбирая из двух-трех вариантов – спортивного (жесткая подвеска) или обычного (мягкая подвеска). Например, в подвеске “Hydractive”, устанавливавшихся на автомобилях Citroen XM, упругость подвески регулировалась пневматическими амортизаторами: на каждом мосте устанавливалось три пневматических резервуара, работающих в роли амортизатора. У водителя имелся кран, которым он мог задействовать только два, либо все три резервуара. В первом случае подвеска становилась более жесткой, во втором – более мягкой, чем и обеспечивалось изменение свойств подвески. Водитель мог также изменить клиренс, например, в зависимости от скорости движения, качества дороги, а также при остановке автомобиля.

Иногда обеспечивается возможность изменения характеристик подвески вручную непосредственно в процессе движения автомобиля. Однако такие манипуляции могут отвлекать водителя от управления автомобилем и известны случаи, когда это увлекательное занятие приводило к авариям. Подвески, параметры которых могут изменяться с целью управления, стали называть «активными», однако это не строгий термин, и в каждом случае полезно уточнить, что именно имеется в виду. Это же касается и слова «адаптивный», под которым может пониматься что угодно, начиная от возможности регулирования подвески вручную.

Попытки построения подвесок, параметры которых изменялись бы автоматически в зависимости от некоторых текущих условий, привели к появлению различных идей, которые можно подразделить на три класса.

Один класс представлен подвесками, у которых характеристики изменяются в результате некоторых чудес механики, гидравлики или пневматики. Например, специальное устройство пружинно-листовых амортизаторов Roadmaster делает подвеску тем более жесткой, чем больше вес автомобиля. Другим примером является называемая «активно-реактивной» или «активно-пассивной» подвеска Monroe Kinetic, где гидравлические диагональные связи между подвесками каждого из четырех колес, позволяют без использования процессоров, датчиков и приводных механизмов «информировать» каждое колесо о том, что происходит с другими, создавая определенное корректирующее смещение колес в разных ситуациях, например, во время поворотов или при наезде одного колеса на препятствие. Функциональное разнообразие действий таких подвесок не велико, при этом требуется установка дополнительного сложного технического и/или гидравлического оборудования, что утяжеляет машину, снижает ее надежность.

К другому классу можно отнести подвески, системы управления которых работают на основе электронных схем или контроллеров, реализующих значение параметров подвески по некоторому детерминированному закону. Такие системы требуют оснащения подвески определенными датчиками, и исполнительными устройствами. Контролер устанавливает фиксированное отображение показаний датчиков в заранее определенные команды исполнительным устройствам, реализующим указанные значения параметров подвески. Очевидно, что таким способом можно реализовать гораздо более сложные детерминированные законы управления, чем посредством механических и гидравлических устройств. Такого рода системы могут управлять подвеской гораздо более динамичнее, чем это может делать человек-водитель, и могут делать это более точно. Основные проблемы этого класса систем связаны как с трудностями построения точной математической модели

автомобильной подвески, так и с необходимостью создания специальных исполнительных устройств-актуаторов.

Поскольку автоматическая система может управлять не только выбором из двух-трех вариантов, но гораздо большим их числом, то возникает соблазн оснастить подвеску такими управляемыми элементами, которые допускали бы выбор между большим числом дискретных вариантов параметров или изменений их континуальных значений. Примером таких управляемых механизмов, которые можно было бы использовать в качестве исполнительных устройств - актуаторов в подвеске, является амортизатор с переменной вязкостью. Напомним, что демпфирующее свойство амортизатора достигается за счет того, что при сжатии или растяжении амортизатора в нем осуществляется перекачивание жидкости (масла) из одного резервуара в другой через узкий клапан. Изменяя диаметр пропускного отверстия клапана, можно в широком диапазоне изменять характеристику амортизатора. Поскольку не составляет большого труда сделать клапан с управляемым отверстием, то такой амортизатор является удобным актуатором. Амортизаторы такого типа использовались, например, в управляемых подвесках самолетов – шасси. Быстродействие такого актуатора довольно высокое, оно ограничивается возможностями переключающего механического устройства клапана. Однако еще более быстродействующим актуатором может являться амортизатор переменной вязкости, в котором в качестве жидкости используется так называемая магнито-реологическая жидкость (MRF), которая представляет собой суспензию в масле очень мелкодисперсных металлических магнитных частиц – диполей. Металлические диполи могут управляться внешним магнитным полем, создаваемым соленоидом, заставляющим их одновременно ориентироваться в заданном направлении, например, вдоль или поперек потока жидкости, что и приводит к изменению вязкости MRF в заданном направлении. Такой актуатор имеет очень высокое быстродействие, он может переключаться до 1000 раз в секунду. Высокое быстродействие системы и широкий диапазон рабочих режимов делают ее очень эффективной. Примером подвески с MRF

является подвеска MagneRide, устанавливаемая на автомобилях Cadillac Catera. Помимо таких пассивных управляемых элементов подвески были разработаны также активные элементы, например, амортизатор, в который из внешнего резервуара под высоким давлением может впрыскиваться, или, наоборот, откачиваться масло. Такой амортизатор сам может активно воздействовать на автомобиль, надо лишь правильно управлять этими воздействиями. Быстродействие такого актуатора заметно уступает системам с MRF, однако в целом эффективность его может быть выше за счет активного и сильного воздействия на подвеску. Примером такого рода активной подвески является подвеска "Active Body Control" (ABC), которой с 2002 года оснащаются автомобили Mercedes Benz CL500 и CL600. При помощи гидравлики высокого давления, многочисленных датчиков и мощных микропроцессоров эта активная подвеска мгновенно подстраивает поддресоривание кузова под соответствующую дорожную ситуацию. Таким образом ABC на 68 % уменьшает перемещения кузова при разгоне, движении в повороте и при торможении. Повороты Mercedes Benz CL500 проходит со значительно меньшими кренами и обеспечивает при резких маневрах объезда более высокий уровень безопасности, чем автомобили с традиционными системами подвески. При тесте „змейка" динамический крен кузова в зависимости от ситуации снижается на 50 % по сравнению со значениями предыдущей модели CL с пассивной подвеской и демпфирующей системой. Недостатком такой системы является повышенный расход топлива, требуемый для приведение в действие такой активной подвески.

Вторая проблема, с которой сталкиваются разработчики управляемых подвесок такого класса, состоит в следующем. Закон управления актуатором в зависимости от показаний датчиков, даже если он детерминированный, должен быть рассчитан заранее и зафиксирован в каком-либо виде в контроллере. Такой закон управления рассчитывается на основании анализа математической модели динамики объекта управления - движения корпуса и подвески автомобиля в тех или иных возможных условиях. Составляется математическая

модель объекта управления и находится ее обратное решение, которое указывает, какие управляющие воздействия следует развить актуатору, чтобы в текущих условиях привести объект управления к заданному желаемому состоянию. Математическая модель обычно представляет собой большую систему нелинейных дифференциальных уравнений, которые описывают движение как твердотельных элементов автомобиля, так и его осциллирующих элементов. Значения коэффициентов подбираются по результатам стендовых испытаний. Проблема состоит в том, что разработать точную математическую модель автомобиля очень трудно. Попытки учесть чуть более сложные и реалистические элементы автомобиля делают его математическую модель чрезмерно сложной и не поддающиеся расчетам. Ситуацию усложняет то обстоятельство, что свойства реального автомобиля постоянно изменяются даже в течение одной поездки – изменяется его масса в результате изменения числа пассажиров или массы груза, изменяется температурный режим, свойства конструктивных элементов, свойства дороги, режим движения. Поэтому всякая зафиксированная математическая модель в целом оказывается неверной, а качество управления, следовательно, ограничено. В этом классе существуют и адаптивные системы управления, которые строятся на эмпирическом уточнении значений параметров, при условии, что заранее известен набор характеристик, влияющих на целевую характеристику, и общий вид зависимости между характеристиками, т.е. решается задача идентификации модели. Несмотря на то, что теория этих систем весьма сильно развита, создается впечатление, что возможности классической математики для построения математических моделей такого рода объектов приближаются к своему пределу.

- третьему классу можно отнести активные подвески, управляющие системы которых строятся не на основе математических моделей, а на основе подходов, характерных для задач анализа «черного ящика», или задач управления «по прецедентам». Это системы нового поколения, основанные на идеях самообучения, автоматической работы со знаниями, с автоматическими

распознающими системами, использующие нечеткую логику, нейросети, гибридные системы и т.п. подходы. Работы над такими активными подвесками ведутся в настоящее время в ряде автомобильных компаний, но особенности технологии, реализованные в анонсируемых образцах, как правило, не освещаются. Из общих соображений можно предполагать, что все такого рода системы управления активными подвесками, даже если они эвристические, можно отнести к одному из направлений, известных сегодня в области управляющих систем: это экспертные системы, системы нечеткой логики, нейросети, системы с подкрепляющим обучением. Достоинством такого рода управляющих систем является то, что они основаны не на математических моделях объектов управления. Закон управления в них получается либо в результате автоматического обучения по прецедентам, либо в результате перенесения в управляющую систему формализованных знаний человека-эксперта. Каждый из названных здесь методов управления имеет свои ограничения, особенности и недостатки, а также способы сглаживания этих недостатков. Коротко обозначим их.

Экспертные системы позволяют зафиксировать знания человека-эксперта, который хорошо принимает решения в некоторой области, и затем тиражировать эти способности. Нечеткие системы являются разновидностью экспертных систем и удобны для построения управляющих систем. Однако в своих канонических вариантах эти системы не предполагают автоматического доучивания или переучивания, т.е. автоматической адаптации, их правила принятия решений задаются вручную при конструировании таких систем. Очевидно, что в области управления подвеской не существует экспертов, умеющих быстро и правильно менять параметры подвески, к тому же здесь требуется постоянное переучивание системы управления. Нейронные сети в своем каноническом виде предназначены для распознавания образов, которым они предварительно были обучены по обучающей выборке. Переобучение нейросети в процессе работы (что собственно и обеспечивает адаптивное управление) вызывает уже серьезные проблемы. К тому же и предварительное

обучение связано с трудностью подготовки обучающей выборки прецедентов, трудоемкостью обучения нейросети, проблемами сходимости. Системы с подкрепляющим обучением – одно из наиболее перспективных направлений, также имеют свои органические трудности. В каждой из названных областей проводятся исследования, направленные на поиск путей обхода соответствующих проблем.

Список литературы:

1. Жданов А.А., Метод автономного адаптивного управления // Известия Академии Наук. Теория и системы управления, 1999, № 5, с. 127-134
2. Воронов А.А. Устойчивость, управляемость, наблюдаемость. М.:Наука, 1979.
3. "За рулем" 2000 №6 - Живая вода "Московская".
4. Борисов С.В., Архипов А.И., Осипов В.И. Подвеска автомобиля: Учеб. Пособие. МАДИ ТУ, Ч.1. М.:, 1995

РУБРИКА 6. «ФИЛОЛОГИЯ»

ОСНОВЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Караматдинова Айжамал Дженгис кызы

*студент, Узбекский государственный университет мировых языков,
Узбекистан, г. Ташкент*

Любая конкретная фирма или предприятие в настоящее время имеет собственную, в большей или меньшей мере, успешную рекламу. Если совершить удачную проработку рекламного девиза, слоган станет долговечным, соответственно имя бренда сохранит свою популярность на протяжении десятилетий.

Хоть и существует много подходов касательно свойств слогана, стандартным считается выделять 3 шагов действия слогана.

Это так называемый путь реализации слогана.

Первый этап – это восприятие. Данный этап представляет собой процесс того, как потребитель обращает внимание на слоган.

Главным фактором при этом считается, целевая группа, то есть к кому слоган обращается.

Производитель адресует рекламное сообщение той аудитории, которой рекламируемый товар, возможно, был бы привлекателен.

Но недостаточно только сформулировать товар, для его восприятия потребителем требуется, чтобы слоган сливался в одно целое с продукцией. Важно, чтобы в сознании покупателя слоган ассоциировался с товаром. Никому не секрет, что некоторые очень известные слоганы настолько смогли «въесться» в память людей, что известны наравне как крылатые фразы из произведений, или как пословицы и поговорки.

Смотря на целевую аудиторию, при создании слогана нужно учитывать потребности аудитории, чтобы посредством слогана указать на необходимость приобрести товар. Потребитель напрямую должен видеть в товаре дальнейшее приобретение и удовлетворение потребностей.

2. Процесс, когда в сознании потребителя воссоздается образ товара, называется запоминанием, а это зависит оттого, что слоган формирует достаточный эффект при описании рекламируемого продукта. С этой целью при создании слогана лучше воспользоваться средствами как повторение, сравнительная степень прилагательного и т.п. Например: Gillette. Лучше для мужчины нет!

Иногда можно замечать, что связь между слоганом и рекламируемым объектом разрывается. Это означает, что слоган запомнился потребителем, а сам бренд, может быть, даже и забылся.

В целях не сталкиваться подобной проблемой, необходимо включать в слоган имя бренда, тем более, если бренд только- только появляется на рынке и формирует свой статус и рейтинг.

Однако, имя бренда в слогане должна существовать свободно, то есть быть только добавленным к нему. Из слогана можно исключить имя бренда, но он не теряет своего содержания и полноты.

Обычно, имя бренда занимает место либо в начале, либо в конце слогана.

Оно выделяется точкой, тире или двоеточием.

После того, как бренд закрепил за собой достойное место на рынке и более известна, то слоган продукции этого бренда, просто, может и не содержать в себе имени бренда.

Вышеупомянутые два этапа не столь важны, как третий.

Третий этап – это привлечение, в котором и заключается сложность.

Данный этап можно охарактеризовать как бросить вызов подсознанию.

Естественно, при восприятии или запоминании рекламы, у потребителей возникают положительные или отрицательные представления, но вопрос

состоит в том, чтобы создать мотив, который предусматривается рекламной кампанией.

Привлечение и есть тот самый результат, который необходимо достичь: чтобы, воспринимая рекламу, целевая аудитория стала покупателем, а еще лучше, постоянным клиентом.

Привлечение, обычно, достигается путём прямых обращений.

Примечательно, сто обращения выступают в слогане в виде местоимений «ты», «мы»: Будущее зависит от тебя. Мегафон.

Ты не ты, когда голоден. Не тормози – Сникресни! L' Oreal. Ведь вы этого достойны!; притяжательные местоимения «твой», «ваш»: Ford Excursion. Символ вашего превосходства; «Новопасит». Ваше спокойствие во всех отношениях.

Способом воздействия на человека возрастает эффективность продажи и набора клиентов, и это вполне оправдывается.

Опираясь на мнения психологов, и проводя анализ в спектре потребления, справедливо будет считать, что хорошо реализованная реклама обеспечивает импульсный успех в сфере пробуждения к покупке.

Иначе говоря, у покупателя возникает транс и стимул к покупке, это опосредовано рекламой.

В мышлении покупателей действует так называемый механизм, благодаря которому и возникает стимул к приобретению того или иного товара.

Этот механизм включает некоторые факторы: дефицит, авторитет, цена и т.д. если товар в дефицитном объеме, то стереотипно мышление со стороны покупателя, что данный товар, непременно, хороший и качественный. Создается впечатление, что чем меньше товар, тем больше на него спрос, ввиду того, что хорошего якобы не бывает много...

Создавая для себя достойный статус и авторитет на рынке, любой бренд закрепляет за собой доверие покупателей. Так как покупатели часто придерживаются мнения, что авторитет всегда заслуживает доверия.

Кроме того, в рекламном деле давно ужились принципы «географии» и «имени».

К примеру, безотказно действует мнение, что часы лучше, непременно, швейцарские покупать, а парфюм французский и т.п. Это касается и названия: кроссовки Nike продадутся намного быстрее, чем такие же кроссовки другой неизвестной фирмы, даже если, в качестве ничем не уступают.

Рекламисты давно привыкли осуществлять рекламную технологию с учётом данных факторов.

В центре всякой рекламы стоит приём манипуляции покупательским поведением, спрогнозировать которое порою, невозможно. Другими словами, это требование достижения того, чтобы выбор покупателя, обоснованное и взвешенное решение, остановился именно на рекламируемом товаре.

Список литературы:

1. Катернюк А. В. Рекламные технологии. Коммерческая реклама: Учеб. пособие. – Ростов н/Д: Феникс, 2001.
2. Кеворков В.В. Слоган? Слоган! Слоган. М.: РИП-холдинг, 1996. 405 с.
3. Кисмерешкин В. Г. Реклама в продвижении российских товаров / В. Г. Кисмерешкин. – М.: Экономика, 2000.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2000. – 896 с.
5. Льюис Д. Нейромаркетинг в действии. Как проникнуть в мозг покупателя. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. 274 с

РЕКЛАМА: ПРИНЦИПЫ И ПРАКТИКА

Караматдинова Айжамал Дженгис кызы

*студент, Узбекский государственный университет мировых языков,
Узбекистан, г. Ташкент*

Данная статья посвящается рассмотрению вопроса рекламы, рекламного слогана и выделению их особенностей.

Основы разработки и создания рекламы предполагают её эффективность, и в этой статье упоминаются факторы эффективности рекламного дела.

Так как реклама включает в себя не только информацию, но и творческий подход, важно учитывать все стороны данного вопроса.

Во время, когда всё остро встаёт вопрос привлечения потребителей и покупателей в самых различных областях деятельности человека, всё больше внимания уделяется путям поддержки статуса и имени на большой арене маркетинга, и не только поддержки, но и повышения конкурентоспособности. Объект изучения данной статьи широкое и многогранное в наше время понятие «реклама».

Сегодня, в 21 веке, мы уже, кажется, привыкли ежедневному потоку информации. Эта глобальная информатизация происходит на фоне изменений нравственных и социальных ценностей, возникновения нового образа и формы жизни. В условиях глобальной информатизации, реклама является неотъемлемой частью торговли, бизнеса, сферы услуг.

Наука рекламы тем и особенна, что не существует как такового единого подхода, чтобы трактовать те или иные понятия. Слово «реклама» встречается в нашей жизни часто, а за рекламой стоит огромная проделанная работа, люди, деньги и время.

Хорошо это или плохо, ныне без рекламы не обходится.

В данной статье речь идёт о рекламе со всех её сторон. Осуществление продажи без рекламы невозможно, но она способна оказывать влияние на психику людей и этим продвигается товар. Что бы там ни было, вычеркнуть рекламу из жизни современного общества нельзя.

Умы маркетинговых сил любого бизнеса задумываются над тем, чтобы привлечь как можно больше покупателей и потребителей, иметь своё достойное «имя» и предоставить товар так, чтобы, покупатели всё чаще доставали кошельки.

Недостаточно лишь качества товара или услуг, важно также как оно доходит до людей. Результатом хорошей рекламы будет обретение постоянных клиентов и репутации.

Рекламу мы видим везде: в СМИ, интернете, транспорте, на улице, в печати, в акциях и т.д. Над рекламой работают художники, дизайнеры, режиссеры, лингвисты, блогеры, веб-разработчики...

Данный список, кажется, можно продолжить бесконечно.

Однако, всё это имеет намерения убедить целевую аудиторию, зацепить её внимание, чтобы она запомнила обращение рекламы и остановила свой выбор именно на рекламируемом объекте.

Итак, можем сказать, что важными составляющими рекламы являются внимание, степень запоминания и убедительность.

Реклама – это двигатель торговли и расцвета бизнеса, и она может быть представлена различными способами, но всё же назначение её заключается в распространении сведений о товаре и привлечении клиентов, вследствие чего увеличится количество продажи товара.

Стоит отметить, что очень важно, чтобы интерес потребителей и покупателей не пропадал в течение длительного времени.

Это способствует продвижению той или иной организации, предприятия. Никому не секрет, что некоторые известные рекламы настолько вжились в жизнь людей и некоторые бренды не теряют популярности уже не первое десятилетие.

Рекламное дело в настоящее время настолько развита, что для достижения желаемого результата ставятся стратегические цели, анализируется рынок и позиция конкурентов, идёт постоянная и тщательная работа над качеством

товара или услуг, над максимальным охватом аудитории, происходит адаптация, то есть подстройка под изменения и тренды в обществе.

Возникновение отрасли контррекламы свидетельствует об актуальности маркетинговой сферы в современном обществе.

Реклама — это целенаправленное распространение информации, история которой уходит далеко за множество столетий и возникла вместе с развитием торговли и письменности.

Большой скачок развития объявления получили вместе с прогрессом науки, техники и СМИ в XX веке.

По способу распространения рекламу можно классифицировать по-разному. Сюда входят телевизионная, печатная или радиореклама, есть также наружная, внутренняя и прямая реклама. В настоящее время в силу большой аудитории пользователей ведущим становится интернет-маркетинг.

Термин “реклама” этимологически восходит к латинскому слову «reclamare» – «громко кричать» или «извещать» – так на базарах и площадях Древней Греции и Древнего Рима более 2000 лет тому назад громко выкрикивались и расхваливались различные товары.

Реклама в английском языке обозначается термином «advertising», что в переводе с английского означает уведомление и истолковывается как привлечение внимания потребителя к продукту (товару, услуге) и распространение советов, призывов, предложений, рекомендаций приобрести данный товар или услугу. Существует большое количество различных определений рекламы. Рассмотрим некоторые из них.

Известный маркетолог Филипп Котлер дает следующее определение: «Реклама – любая платная форма неличного представления и продвижения идей, товаров и услуг конкретного заказчика» [Котлер, 2000: 699].

Авторы вышедшей в 1968 г. книги «Реклама в торговле» Д.В. Беклешов и К.Г. Воронов так определяют рекламу:

«Реклама – это печатное, рукописное, устное или графическое уведомление о лице, товаре, услугах или общественном движении, открыто

исходящее от рекламодателя и оплаченное им с целью увеличения сбыта, расширения клиентуры, получения голосов или публичного одобрения».

Авторы книги «Реклама: принципы и практика» У.Уэллс, Дж. Бернет, С. Мориарти дают такое определение:

«Реклама – оплаченная неперсонализированная коммуникация, осуществляемая идентифицированным спонсором и использующая средства массовой информации с целью склонить к чему-то аудиторию или повлиять на нее» [Уэллс, 2001:32].

Суммируя вышеприведенные высказывания, можно дать следующее определение рекламы:

Реклама – это информация о лице, товарах, услугах или общественном движении, которая распространяется в различной форме и оплачивается рекламодателем для того, чтобы привлечь внимание к объекту рекламирования и увеличить сбыт.

В качестве *объекта* рекламы выступает товар (услуги, фирма, лицо и т. д.). *Предметом* изучения рекламы считаются стоящие цели и задачи.

Список литературы:

1. Рекламная коммуникация: Учеб. пособие / В. Л. Полукаров и др. – М.: Междунар. ун-т бизнеса и управления: Палеотип : ИТК «Дашков и К», 2002.
2. Ривз Р. Реальность к рекламе. –М.: Библос, 2017
3. Уэллс У. Реклама: принципы и практика: Пер. с англ. / У. Уэллс, Дж. Бернет, С. Мориарти. – СПб.: Питер, 2001. – 736 с.
4. Пирогова Ю.К. Рекламный текст. Семиотика и лингвистика. М., 2000.

ЗАРУБЕЖНАЯ И ОТЕЧЕСТВЕННАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ

Пащыева Гулджемал Батыровна

студент, Карачаево-Черкесский государственный университет
имени У. Д. Алиева,
РФ, г. Карачаевск

Лепшокова Елизавета Ахияевна

научный руководитель, канд. пед. наук, доцент,
Карачаево-Черкесский государственный университет имени У. Д. Алиева,
РФ, г. Карачаевск

Аннотация. Классификация фразеологических единиц является одной из актуальных проблем фразеологии. В нашей статье рассмотрено зарубежная и отечественная классификация фразеологических единиц.

Ключевые слова: классификация, фразеологизмы, семантическая структура, номинативная единица.

Существует огромное количество различных классификаций фразеологических единиц. Первая классификация представлена западными лингвистами, согласно которой устойчивые сочетания делятся на три типа:

- 1) фразеологические единицы (*phraseological units*);
- 2) идиофразеоматические единицы (*semi - idioms*);
- 3) фразеоматические единицы (*phraseomatic units*).

Фразеологические единицы, или идиомы— это раздельнооформленные единицы языка с полностью или частично переосмысленным значением:

e.g. hot dog, as pretty as a picture, to kick the bucket

У фразеологизмов имеются как буквальные, так и переносные значения, причем буквальное значение носит терминологический характер или является профессионализмом:

e.g. chain – reaction является и физическим термином и образным оборотом.

Laydown one's arms является, как военным термином, так и образным оборотом.

У фразеологических единиц значения буквальные или фразеоматически связанные:

e.g. all told, another place, in a hurry, again and again, safe and sound, civil list.

Идиомы и идиофразеоматизмы значительно сложнее фразеоматизмов по структуре широким стилистическим диапазоном и допускают более сложные окказиональные изменения.

И, как уже было сказано выше, к фразеологическим единицам относят пословицы и поговорки, которые образуют коммуникативные фразеологические единицы. Следует оговориться, что пословицы с буквальным значением всех компонентов.

All is well that ends well – все хорошо, что хорошо кончается, относятся к устойчивым образованиям фразеоматического характера.

Для всех трех типов характерна устойчивость (постоянство лексического состава, морфологическая и синтаксическая фиксированность).

В отечественной лингвистике используется классификация, предложенная В.В. Виноградовым. Он выделяет три основных типа фразеологических единиц в русском языке:

- 1) фразеологические сращения (*phraseological concretion*);
- 2) фразеологические единства (*unity*);
- 3) фразеологические сочетания (*phraseological collocation*) [3, 312 с.].

В основу классификации кладется то соотношение, которое существует между значением фразеологического целого и значениями входящих в него компонентов:

- 1) фразеологические сращения (идиомы). К ним относятся такие устойчивые словосочетания, значения которых никак не обусловлено значением входящих в них отдельных слов; значение целого произвольно и

немотивированно с точки зрения современного языка: *как пить дать, собаку съел*.

2) фразеологические единства. Фразеологические единицы, составляющие эту группу, также неделимы по смыслу и также имеют единое, целостное значение, но это значение мотивировано, связано с пониманием образного стержня, на основе которого оно создается: *из мух слона делать; из огня да в полымя*.

3) фразеологические сочетания. В состав этих сочетаний входят такие слова, связи которых с другими словами ограничены, которые вступают в соединения только с определенным замкнутым кругом слов: слово «потупить» может сочетаться лишь со словами «глаза», «взор», «взгляд», образуя в результате фразеологическое сочетание; слово «трескучий» сочетается только с «мороз» [1, 149 с.].

Классификация, предложенная академиком В.В. Виноградовым, была принята в ряде работ по фразеологии. Однако, данная классификация вызывала и критические замечания ряда ученых. Виноградова часто упрекают за отсутствие единого принципа классификации. Две первые группы – сращения и единства – отделяются друг от друга по признаку мотивированности фразеологических единиц, а третья группа – фразеологические сочетания – по признаку ограниченной сочетаемости слова [3, 119 с.].

По своей семантической структуре фразеологические единицы классифицируются на:

I класс – номинативные фразеологические единицы.

Номинативные фразеологические единицы являются оборотами, обозначающими предметы, явления, действия, состояния, качества и так далее. Они в свою очередь подразделяются на:

а) субстантивные фразеологические единицы:

e.g. a rough diamond, hot dog,

б) адъективные фразеологические единицы:

e.g. asmadasahatter

dead to the world

– *What do you think about Judy?*

– *I like her. She is always as busy as a bee.*

– *You're right. She deserves our company's bonus.*

в) адverbальные фразеологические единицы:

e.g. one a systreet

out of a clear sky

II класс – номинативные и номинативно – коммуникативные фразеологические единицы, представленные глагольными фразеологическими единицами:

e.g. break the ice

kill two birds with one stone

III класс делится на:

а) препозиционные (обозначают отношение между частями предложения):

e.g. in the face of something

in the teeth of something

б) междометные фразеологические единицы:

e.g. by the Lord Harry!

My God!

My Aunt!

в) фразеологические единицы с модальным значением:

e.g. as sure as a gun

at any price

not for love or money

IV класс – коммуникативные фразеологические единицы или со структурой предложения:

а) пословицы

e.g. There is no rose without a thorn – нет розы без шипов.

Birds of a feather flock together – рыбака рыбака видит издалека

A cat in gloves cat catches no mice – без труда не вытащишь и рыбки из пруда.

б) поговорки

e.g. Do you see any green in my eye? - неужели я кажусь таким простаком?

[4, 92 с.].

Таким образом, мы выяснили, что фразеологические единицы английского языка не соответствуют фразеологическим единицам русского языка.

Список литературы:

1. Амосова, Н.Н. Фразеологические единицы в английском языке / Н.Н. Амосова. – М.: Наука, 1987. – 263 с.
2. Балли. Ш. Стилистика английского языка / Ш. Балли . – М.: Наука, 1995. – 321 с.
3. Виноградов, В.В. Пословицы и поговорки в английском языке / В.В. Виноградов – М.: Просвещение, 2003. – 354 с.
4. Кунин. А.В. Грамматика английского языка / А.В. Кунин. – М.: Высшая школа, 1997. – 299 с.

ПРОИСХОЖДЕНИЯ АНГЛИЙСКИХ ПОСЛОВИЦ И ПОГОВОРК

Солтанова Говхер Аширгельдыевна

студент Института филологии, Карачаево-Черкесский государственный университет имени У. Д. Алиева,
РФ, г. Карачаевск

Лепшокова Светлана Мурзакуловна

научный руководитель, канд. пед. наук, доцент,
Карачаево-Черкесский государственный университет имени У. Д. Алиева,
РФ, г. Карачаевск

Аннотация. В этой статье рассматриваются происхождения и типы английских пословиц и поговорок и их классификация. Также ниже указаны несколько примеры.

Ключевые слова: пословица, поговорка, народная литература, культура, народ, английский язык.

Пословицы и поговорки – самый древний вид устной народной литературы. Он совокупность опыта, накопленного каждым народом на протяжении веков, осмысления мыслей, зеркало жизни, драгоценное наследие, оставленное ребенку от дедов и прадедов. Пословицы и поговорки научат человека уважать друг друга, различать доброе и зло, быть добрым, чувствительным к окружающим, ценить жемчужину народа. В период развития цивилизаций, когда у многих снижается речевая культура, снижается словарный запас, поэтому необходимо пропагандировать пословицы и поговорки, которые имеют важное воспитательное значение для формирования у человека хороших качеств.

В пословицах и поговорках народ сравнивает добро и зло, человечество и совесть, трудолюбие и лень, щедрость и зло, сознательность и невежество. Например: *Aforcedkindnessdeservesnothanks;* (*Вынужденная доброта не заслуживает благодарности;*) *Agooddeedisneverlost;* (*Доброе дело никогда не пропадает*) *Betterlatethannever;* (*Лучше поздно, чем никогда*).

Читая их, вы найдете достойный ответ на все события, которые происходят в жизни. Если вы узнаете о других языках пословиц и поговорок, то вы узнаете много языков и культуры других народов [2, с. 105].

Первая классификация была описана Норриком, который проанализировал выборку пословиц из Оксфордского словаря английских пословиц. Он разработал более эмпирически ориентированную и менее грандиозную схематизацию, которая классифицирует пословицы в соответствии с типом фигурации, которую они используют. Он выделил пять типов образных пословиц: синекдохические, метафорические, метонимические, гиперболические и парадоксальные. Следует отметить, что в словах Норрика образные пословицы имеют образное значение, отличное от их буквального значения. Эти типы будут рассмотрены вкратце:

Синекдоха Пословицы

Пословицы, в которых буквальное прочтение и стандартная пословицная интерпретация или СПИ «стоят в отношении макрокосма к микрокосму». К ним относятся такие примеры, как ранняя пташка ловит червяка, делает сено, пока светит солнце, и честные слова не ломают костей. В этих пословицах буквальное значение совершенно отличается от переносного.

Метафорические Пословицы

В метафорических пословицах номинал становится метафорическим из-за его взаимодействия с другим компонентом пословицы, или номинал символизирует некоторый характерный признак. Примером первого является то, что благосклонность так же неизбежно погибнет, как и жизнь, а второго – честная игра является драгоценностью.

Метонимические Пословицы

Этот тип пословицы основан на ассоциации между чем-то буквально названным и тем, что подразумевается. Одним из примеров метонимической пословицы является фраза «У кого красивая жена, тому нужно больше двух глаз», в которой глаз метонимически обозначает «Зрение».

Гиперболические Пословицы

По словам Норрика, «гипербола традиционно считалась риторической фигурой наряду с синекдохой, метафорой и метонимией, если не совсем такой же важности». На самом деле гипербола считается усилением. Усиление говорит больше, чем нужно. Например, пословица *«Слабое сердце никогда не покорит прекрасную даму»* является гиперболической пословицей из-за существования в ней слова *«Никогда»*.

Парадоксальные Пословицы

Пословицы, в которых есть противоречие или интерпретация которых влечет за собой логическое противоречие, считаются парадоксальными пословицами. На самом деле парадоксальные пословицы имеют «второе толкование». Примером парадоксальной пословицы является *«Справедливо не то, что справедливо, а то, что нравится»*. Первый пункт этой пословицы утверждает явное логическое противоречие. Пословица *«Дом человека-это и рай, и ад»* - тоже парадоксальная пословица [1, с. 62].

На сегодняшний день работа по обобщению и опубликованию общенародного наследия на английском языке сложилась еще в Древнем веке, и до сих пор традиционно продолжается. По историческим данным, первая коллекция *«BookofproverbsintheoldTestament»*, включающая цепочку древних пословиц и поговорок, была издана в V веке с именем Дезидериуса Эрасмуса, ученого, внесшего огромный вклад в это дело, которое стало достоянием народа. Его сборники *«Collectanea»* и *«Chiliades»* были опубликованы в 1515-1536 годах [3, с. 77].

Один из ученых, оставивший за собой неизгладимый исторический след, Джон Хеуд (JohnHeywood) опубликовал свой первый труд *«ADialogueContainingtheNumberinEffectofalltheProverbsintheEnglishTongue»* в 1546 году. Также в 1610-1680 годах были собраны ряд сборников пословиц и поговорок, в частности, в 1612 году английский церковный служитель Thomas Draxe *«BibliothecaScholasticaInstructissimaor, a Treasurie of Ancient Adagies, and Sentious Proverbes»*, в 1639 году пастор Дж. Клар (John Clarke) - *«Paroemiologia Anglo-Latina»*, в 1640 году *«Outlandish Proverbs»* [1, с. 94].

Исследования устойчивых сочетаний английского языка неразрывно связаны с именем ученого А. В. Кунина. Он имеет такие объемные научные труды, как «Курс английского языка», «Курс фразеологии современного английского языка», «Англо-русский фразеологический словарь» и другие.

Большая группа пословиц и поговорок на английском языке сложилась из-за Евангелия священной книги. В связи с тем, что он широко распространен и много читается среди населения, большая группа евангелических цепочек превратилась в языковую единицу, готовую к применению на основе таких признаков, как стабильность личности, гармоничность, целостность смысла. В ходе исследования выяснилось, что большая часть из них надежно сохранилась в оригинале, без изменений. Например: Whencatisaway, themicewillplay (Когда кот будет далеко, мыши будут играть);

If it were not for hope, the heart will break (Еслибыненадежда, сердцебыразбилось);

Ifyouunaftertwoharesyoucatchneither (Если вы бежите за двумя зайцами, то не поймаете ни одного);

Ifyouwanttogetridofpoverty –work (Если вы хотите избавиться от бедности - работайте);

Likemother, likedaughter (Как мать, как дочь);

Promise little, but do much (Обещаймало, ноделаймного);

Lies have short legs (Улжикороткиеноги).

Так, большая часть пословиц и поговорок на английском языке берет начало из священной книги Евангелия, а другая часть-из произведений талантливых Шекспира, известных поэтов и писателей, а также из слов выдающихся политиков.

Из золотого фонда пословиц и поговорок английского языка часто встречаются пословицы и поговорки, касающиеся погодных условий, небесных тел, природных явлений [5, с. 84].

Особенно в XIV веке в Англии особое внимание было уделено основным условиям культуры, правилам поведения, требовалось неукоснительно

выполнять. Начали выпускаться специальные сборники, содержащие правила вежливости. С течением времени некоторые из этих принципов стали общенародными пословицами и поговорками.

В отдельных работах по фразеологии главное отличие пословицы от поговорки: пословица объясняет общее мнение, в характере речевого частотного характера. По мнению лингвистов, не только пословицы, но и поговорки могут обладать формой завершеного предложения. Например: Чаще всего в качестве поговорок приводятся следующие фразы:

When pigscanfly. (Когда свинья может летать).

When two Sundays come together. (Когда два воскресенья собираются вместе).

When hell freezes over. (Когда ад замерзнет).

The Dutch have taken Holland. (Голландцы взяли Голландию).

В английском языке часто используется среди населения «Manners maketh man», (Человек и его этика, которая делает человека человеком) компактная, но значимая языковая основа, сложившаяся в среднем веке в зависимости от принципов, традиций, требований времени. Особенно в XI веке в Англии требовалось уделять особое внимание основным условиям культуры, правилам поведения и неукоснительного выполнения. Начали выпускаться специальные сборники, содержащие правила вежливости.

Известные как источник народной мудрости, пословицы и поговорки существуют на всех языках, многие из которых происходят из более старых языков, таких как латинский, греческий или арабский. На каждом языке существуют варианты этих выражений, адаптированные или измененные в зависимости от культуры или традиций страны, и знание их приносит людям замечательное языковое богатство [4, с. 69].

Простые люди использовали пословицы, чтобы описать внутренние мысли о своих трудностях, предостеречь от опасностей жизни, выразить свое недовольство притеснениями правящего высшего класса и выразить радости

жизни. В общем, пословицы наиболее откровенно раскрывают реалии жизни низшего класса.

Таким образом, как мы уже выше отметили слова нашего народа пословицы и поговорки воспитывают нас в гуманности, нравственности, честности, трудолюбии, национализме и патриотизме.

Список литературы:

1. Дубровин, М.И. Английские и русские пословицы и поговорки в иллюстрациях / М.И. Дубровин. – Москва : Просвещение, 1993. - 349 с.
2. Жуков, В.П. Словарь русских пословиц и поговорок / В.П. Жуков. – Москва : Дрофа, 2014. – 656 с.
3. Митина, И.Е. Английские пословицы и поговорки и их русские аналоги / И.Е. Митина. – Москва : Каро, 2009. – 336 с.
4. Томахин, Г. Реалии – Американизмы / Г. Томахин. – Москва : Высшая школа, 1988. – 923 с.
5. Фрэнгер, Дж.Дж. – Золотая ветвь / Дж.Дж. Фрэнгер. – Москва. : Политиздат, 1986. – 407 с.

РУБРИКА 7. «ЭКОНОМИКА»

ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ КРИЗИСНОГО СОСТОЯНИЯ

Кожевников Фёдор Васильевич

*магистрант, Российский университет транспорта,
Институт Экономики и Финансов,
РФ, г. Москва*

PREREQUISITES FOR THE EMERGENCE OF A CRISIS STATE

Fedor Kozhevnikov

*Undergraduate, Russian University of Transport, Institute of Economics and Finance,
Russia, Moscow*

Аннотация. Экономика России в настоящее время оказалась в сложной ситуации. Экономическая ситуация обуславливается двумя группами факторов. С одной стороны, продолжается действие внешних шоков, к которым относятся санкции (особенно в финансовой сфере) и падение цен на основные продукты российского экспорта. С другой стороны, налицо серьезные структурные проблемы, вызвавшие с середины прошлого десятилетия снижение потенциала роста, а затем и торможение российской экономики.

Abstract. The Russian economy is currently in a difficult situation. The economic situation is determined by two groups of factors. On the one hand, external shocks continue, including sanctions (especially in the financial sphere) and falling prices for Russia's main export products. On the other hand, there are serious structural problems that have caused a decline in growth potential since the middle of the last decade, and then a slowdown in the Russian economy.

Ключевые слова: экономика; кризис; банкротство; финансовое состояние; кредиторы; риск .

Keyword: economy; crisis; bankruptcy; financial condition; creditors; risk.

Кризис – это период нестабильности или такого состояния бизнеса, когда надвигаются серьезные перемены. Причем результат этих перемен может быть как крайне неблагоприятный, так и положительный. Понятие «кризис предприятия / кризис на предприятии» описывает в современной экономической литературе различные феномены в жизни предприятия, от просто помех в функционировании через различные конфликты вплоть до уничтожения предприятия. В свою очередь, несостоятельность (банкротство) — признанная уполномоченным государственным органом неспособность должника (гражданина, организации, или государства) удовлетворить в полном объеме требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных государственных платежей [5]

Банкротство является результатом развития кризисного финансового состояния, когда предприятие проходит путь от эпизодической до устойчивой (хронической) неспособности удовлетворять требования кредиторов.

Проявлением риска финансовой несостоятельности является неудовлетворительная структура баланса, когда предприятие окажется неспособным в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам. Динамика процесса превращения нормально функционирующего предприятия в банкрота (финансовой несостоятельности) (рис. 2 [27, С. 144]) включает ряд этапов: начало кризиса; развитие кризиса; кризис предприятия [35, с.287].

Причина первого этапа – невыполнение текущих задач, определенных и спланированных для достижения миссии и цели предприятия (по некоторым оценкам – до 30%).

Второй этап – развитие кризиса характеризуется непосредственно ухудшением результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Динамика развития кризиса предприятия

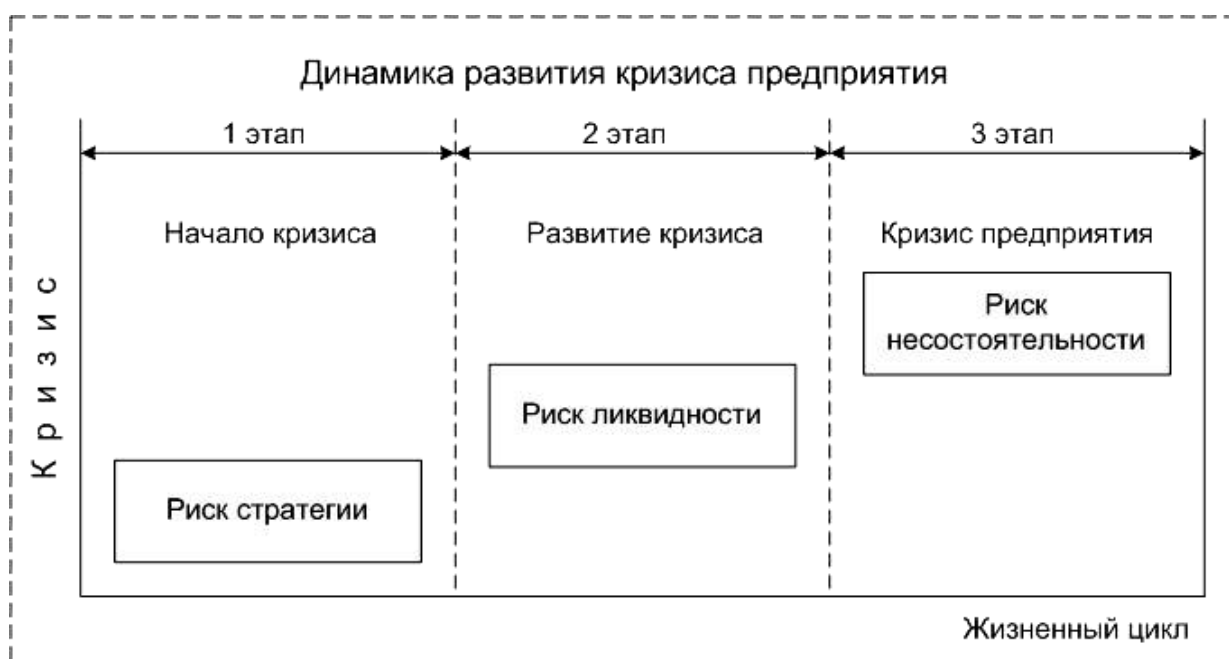


Рисунок 2. Этапы развития кризиса

Третий этап – кризис предприятия связан с неспособностью предприятия удовлетворить в установленные сроки, предъявляемые к нему требования со стороны кредиторов и выполнить обязательства перед бюджетами. В содержательном аспекте динамика процесса возникновения имеет скрытую и явную стадии [26, с.211].

Таким образом, риск финансовой несостоятельности обобщенно характеризует проявление взаимосвязанных рисков потери платежеспособности, финансовой устойчивости и независимости предприятия.

Максимальный всплеск банкротств в России наблюдался в 2014 году, когда их число выросло по сравнению с 2013 годом более чем на 18 процентов. В это время крупнейшие европейские экономики – Германия и Франция – демонстрировали обратную динамику: число банкротств в ФРГ уменьшилось на 7,4 процента, во Франции – на 2,5 процента, и с тех пор такая тенденция в этих странах сохранилась.

К числу основных причин сложившейся ситуации относится снижение спроса на продукцию, а также неконкурентоспособность многих производителей. Главной причиной банкротства предприятий, как правило,

является избыточная закредитованность и невозможность погасить долги. А невозможность платить по долгам, как правило, возникает вследствие сокращения объемов рынка и острой конкуренции.

При этом строительная отрасль показывает самую негативную динамику. Обвалились именно те рынки, которые сильно зависят от спроса потребителей внутри страны.

В то же время есть и успешные отрасли, например, сельское хозяйство и электроэнергетика. В первой число банкротств снизилось за год на 17,5 процента (до 674 случаев, что является минимумом с 2007 года), во второй – на 21 процент (349). Сельское хозяйство и пищевая промышленность получают выгоды за счет импортозамещения и российского продовольственного эмбарго.

Позитивная динамика возможна в сфере транспорта, связи и сельском хозяйстве. Тем не менее, для преодоления уровня в тысячу банкротств в месяц необходим новый ощутимый импульс, например, в виде дальнейшего снижения ключевой ставки ЦБ.

Высокий уровень банкротств негативно влияет на инвестиционный климат. Также увеличивается безработица в стране, снижается уровень жизни в ряде регионов, особенно, если речь идет о банкротстве предприятий в небольших городах.

Целью анализа прогнозирования банкротства является раннее обнаружение возможности потери предприятием финансовой состоятельности.

Основной целью прогнозирования банкротства является обеспечение пользователей информацией, достоверность, точность и своевременность которой способствует принятию эффективных управленческих решений, направленных на предотвращение банкротства.

Задачами анализа прогнозирования банкротства является предупреждение банкротства, своевременное выявление и устранение недостатков в финансовой деятельности и нахождение резервов повышения финансовой устойчивости.

Список литературы:

1. Абрютин М. С. Финансовый анализ. – М.: Дело и Сервис, 2015, - 192 с.
2. Артюхов А. А. Управление собственным и заемным капиталом компаний. – М.: КноРус, 2016, - 176 с.
3. Балдин К. В. Антикризисное управление: макро-и микроуровень: Учеб.пос. – М.: Дашков и К, 2016.
4. Барнгольц С. Б. Экономический анализ хозяйственной деятельности на современном этапе развития. М.: Финансы и статистика, 2014. 412 с.
5. Федеральный закон от 26.10.2002 N 127-ФЗ (ред. от 18.06.2017) "О несостоятельности (банкротстве)" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2017)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Шушпанова Ксения Дмитриевна

*магистрант, Российский университет транспорта,
РФ, г. Москва*

Главная проблема для любого бизнеса-экономия средств. Основными путями снижения затрат является экономия всех видов ресурсов, потребляемых в производстве: трудовых и материальных. Таким образом, значительную долю в структуре производственных затрат составляет заработная плата. Поэтому ставится задача экономии труда производимой продукции, повышения производительности труда, сокращения штатной численности.

Снижение трудоемкости выпускаемой продукции, повышение производительности труда может быть достигнуто различными способами. Важнейшие из них-механизация и автоматизация производства, разработка и применение передовых, высокотехнологичных технологий, модернизация и замена устаревшего оборудования.

В качестве источников средств для совершенствования финансового планирования, то к ним относятся.:

1. Реализация продукции с немедленной оплатой или скидкой.
2. Получение дебиторской задолженности.
3. Продажа резервных денежных средств.
4. Продажа материальных и нематериальных активов (сверхнормативных запасов).
5. Получение банковских кредитов.
6. Привлечение инвестиций, прямых инвестиций и других взносов в уставной фонд. [2, с.102]

Первые четыре способа более целесообразны, поскольку это не приводит к увеличению балансового отчета. В этих случаях средства создаются путем реструктуризации активов. Последние два могут быть использованы для

поддержания текущей платежеспособности в крайних случаях, поскольку они приводят к отвлечению заемных средств от целевого использования.

Но по текущей ликвидности, то это соотношение находится в нормальных пределах. У компании есть проблемы с наличными деньгами. Поэтому мы должны обратить внимание на продажи за наличные деньги. Это должно облегчить проведение маркетинговой политики (поиск новых, более высокооплачиваемых клиентов, новых рынков сбыта, расширение дистрибьюторской сети, повышение качества продукции).

Для пополнения собственного капитала необходимо, прежде всего, оценить стоимость его привлечения из различных источников. Прежде чем обратиться к внешним источникам собственного капитала необходимо реализовать возможность его формирования из внутренних источников. Основной внутренний источник-прибыль и амортизация.

Итак, для улучшения деловой производственной деятельности необходимо сделать следующее:

1. Ускорение оборачиваемости оборотных средств за счет интенсификации поставок;

2. Снижение затрат на переработку за счет модернизации производственного оборудования и внедрения новых технологий. [4, с. 108]

Должна быть гибкая система скидок и кредитов оптовикам, чтобы изучить эффективность организации и проводить сезонные распродажи в цене.

Все эти меры позволят увеличить доходы и прибыль учреждения до желаемого размера, что может увеличить отдачу на капитал.

Но если объем собственного капитала из внутренних источников недостаточен, то мы должны обратиться к внешним источникам привлечения. Для этого необходима эмиссия бизнеса. Основной целью данной политики является привлечение на фондовый рынок необходимого количества собственных средств в минимально возможные сроки. [10, с. 183]

Наряду с собственным капиталом компании показатель финансовых ресурсов создается за счет заемного капитала. По удельному весу в рамках

привлеченного финансирования выделяются крупные банковские кредиты и кредиторская задолженность, в том числе коммерческие и коммерческие кредиты. Потребность в кредите как источнике пополнения финансовых ресурсов определяется характером круговорота основных и оборотных активов. Но как источник финансирования кредитный капитал также имеет свои особенности:

1. Относительная простота исходных оценок. Стоимость обслуживания долга в виде процентов по кредиту;

2. Платежи за обслуживание долга связаны с затратами, что уменьшает размер налогооблагаемой базы предприятия, то есть размер стоимости заемного капитала уменьшается на ставку корпоративного налога;

3. Стоимость заемного капитала для привлечения высокой степени связи с уровнем кредитоспособности предприятия оценивается кредитором. Чем выше платежеспособность предприятия, чтобы оценить кредитора, тем ниже стоимость привлеченного заемного капитала;

4. Привлечение заемного капитала за счет возвратного денежного потока для обслуживания долга и погашения обязательств по основной сумме долга.

Внутренние затраты, подлежащие уплате при определении стоимости капитала, учитываются по нулевой ставке, поскольку она является безвозмездной за счет финансирования этого заемного капитала. Но мы не можем увеличить объем капитала за счет этого источника, потому что если средства задерживаются в течение длительного времени в обращении и не возвращаются своевременно, это может привести к обремененной долгами, в конечном итоге привести к выплате штрафов, санкций и ухудшению финансового состояния.

Что касается заемного капитала, то в компании с существующей структурой низкая доходность и рентабельность активов по сравнению с процентными ставками по кредитам являются весьма незначительными возможностями его привлечения. Мы должны в первую очередь решить проблему снабжения и повысить платежеспособность предприятия.

Оптимизация финансовой структуры капитала является одной из наиболее важных и сложных задач финансового менеджмента. Оптимальная структура капитала-это соотношение собственных и заемных источников, при котором достигается оптимальное соотношение между уровнем рентабельности собственного капитала и финансовой устойчивостью, т. е. максимизация рыночной стоимости компании. [10, с.201]

Таким образом, в результате рассмотренных вариантов можно говорить о том, что политика оптимизации структуры капитала направлена на увеличение доли собственного капитала.

А именно прибыль, из-за невозможности привлечь кредиты. Но если ставится цель повысить рентабельность собственного капитала, то теоретически лучший вариант - привлечение кредитов. Но есть ограничения по коэффициенту платежеспособности, который заключается не в увеличении ссудного капитала без увеличения активов.

Увеличение доли оборотных средств позволит увеличить ссудный капитал и уменьшить собственные и сохранить платежеспособность. Рентабельность собственного капитала больше, чем сумма его более низкого и более высокого дохода, и замещение кредита собственного капитала он поднимает.

Список литературы:

- 1 Голов, Р.С. Инвестиционное проектирование: Учебник/ Р.С. Голов, К.В. Балдин, И.И. Передеряев, А.В. Рукосуев . - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012, - 368 с.
- 2 Идрисов, А.Б. Планирование и анализ инвестиций / А.Б. Идрисов. - М., 2012. - 160 с.
- 3 Ильин, Н.И., Лукманова, И.Г. Управление проектами /под общ. ред. Шапиро В.Д. - СПб.: ДваТрИ, 2019. - 610 с.
- 4 Ковалёв, В.В., Волкова, О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия . - М.: «ИП Гриженко Е.М.», 2017. - 123 с.
- 5 Лукасевич, И.Я. Инвестиции: Учебник / И.Я. Лукасевич. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА - М, 2018. - 413 с.
- 6 Орлова, Е. Р. Бизнес - план: методика составления и анализ типовых ошибок / Е. Р. Орлова. - 6-е изд., стереотип. - М.: Омега - Л, 2017. - 160 с.

- 7 Попов, Ю.И. Управление проектами / Ю.И. Попов, О.В. Яковенко. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 208 с.
- 8 Попов, В.М. Бизнес-планирование: Учебник/ под ред. В.М. Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика . - М.: Финансы и статистика, 2014. - 816 с.
- 9 Ример, М.И. Экономическая оценка инвестиций: Учебник для вузов/ М.И. Ример. - 4-е изд. перераб. и доп. - СПб.: Питер, 2014. - 432 с.
- 10 Румянцева, Е. Е. Новая экономическая энциклопедия/ Е. Е. Румянцева . - М.: ИНФРА - М, 2018. - 826 с.

ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ БИЗНЕСА И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ

Шушпанова Ксения Дмитриевна

*магистрант, Российский университет транспорта,
РФ, г. Москва*

Современные экономические условия, в которых предприятия оказываются наедине с неопределенной внешней средой, непредсказуемым поведением других участников рынка, побуждают их к реализации и максимизации прогнозирования и финансового планирования, дальнейшему совершенствованию методологии и методики разработки как прогнозов, так и планов.

Прибегают к финансовому планированию как к процессу определения будущих финансовых потребностей предприятия, так и к определению того, как проводилось финансирование в прошедшем периоде и на что были потрачены деньги.

С помощью финансового планирования и контроля руководители предприятия могут оценить степень соответствия его задач применяемым методам финансовых расчетов.

Обосновывая необходимость и важность финансового планирования, следует отметить, что в контексте финансовой устойчивости финансовое планирование отводится особой роли, поскольку оно связано с ресурсным фактором - формированием, размещением и использованием финансовых ресурсов и прибыли на вложенный капитал в хозяйственную деятельность. [9, с. 69-71]

Именно в процессе финансового планирования потребности предприятия экономически обоснованы в собственном капитале для приведения в исполнение бизнес-плана прогнозируемого объема хозяйственной деятельности, который должен быть увязан с реальными и существующими источниками финансирования для привлечения и создания условий финансовой устойчивости предприятия. [6, с.51]

Реализуя процесс финансового планирования, следует иметь в виду, что его целью должна быть практическая осуществимость требований к капиталу по объемам прогнозируемых операционных и инвестиционных затрат, взаимное отклонение стоимости объекта от реальной потребности в привлечении капитала, цикличность доступа к ресурсам на основе производственных активов финансовая устойчивость, платежеспособность, создание предпосылок для получения чистого дохода в объеме, достаточном для экономического и социального развития.

Для достижения этой цели компании должны:

- * определить необходимый объем и возможные финансовые ресурсы по источникам их направления и использования для осуществления операционной, инвестиционной и иной деятельности • ;

- * оптимизация структуры капитала источников и зон размещения;

- * выявление предикторов возврата капитала, авансированного на формирование бизнеса;

- * разработать альтернативные или превентивные меры в случае отклонения от прогнозируемых значений;

- * контролировать и реагировать на осуществление финансового плана. [5, с. 89]

Финансирование инвестиций в компании для привлечения долгосрочного капитала через фондовый рынок.

Вы также можете прибегнуть к выпуску новых акций. Также задействован и заемный капитал через облигации.

В мировой практике приняты конкретные инновационные стратегии, основными из которых являются "заимствования" и "мощности". [10, с. 121]

Стратегия "заимствования" заключается в том, что, привлекая дешевую рабочую силу и используя частный научно-технический потенциал, осваивают производственные предприятия, которые ранее производились в развитых странах, слаборазвитых странах с последующим наращиванием производства.

Еще выполнять собственные научно-исследовательские и конструкторские работы (НИОКР).

Стратегия "роста" заключается в том, что используя собственный научно-технический потенциал, участие зарубежных ученых и конструкторов интегрируют фундаментальную и прикладную науку, постоянно создают новые продукты, высокие технологии, реализуемые в производственной и социальной сфере, что способствует росту инновационной активности.

Эта стратегия активно используется в США, Великобритании, Франции и Германии. [12, с. 73-77]

Одним из путей повышения финансовой устойчивости является совершенствование форм и методов финансового управления предприятием и в частности форм и методов финансового планирования, что позволяет прогнозировать потенциальные финансовые риски и обеспечивать это путем повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятий. [7, с. 73]

Процесс финансового планирования на предприятиях машиностроения в значительной степени зависит от технологических, организационных и экономических особенностей данной отрасли, которая характеризуется высокой степенью износа основных фондов, отсутствием инвестиций в основной капитал и их неэффективным использованием, низкой инвестиционной привлекательностью, низким инновационным потенциалом предприятий.

Во-первых, процесс планирования происходит в изменяющихся экономических условиях, поэтому в условиях кризиса создавать финансовые планы, основанные на показателях предыдущих периодов, нелогично и неправильно.

Таким образом, следует отметить, что для обеспечения финансовой устойчивости предприятий следует уделять большее внимание финансовому планированию в целях обеспечения выполнения бизнес-плана прогнозируемого диапазона операционной и инвестиционной деятельности и с учетом научно-

технического потенциала входящих в состав предприятия предприятий иметь долгосрочные варианты развития.

Список литературы:

1. Азоев, Г.Л., Челенков, А.П. Конкурентные преимущества фирмы: Учебное пособие/ Г.Л. Азоев - М.: ОАО Тип. «Новости», 2018. - 461 с.
2. Бланк, И.А. Инвестиционный менеджмент : учеб. курс / И.А. Бланк. - Киев: Эльга-Н, Ника-Центр, 2010. - 448 с.
3. Бланк, И.А. Управление инвестициями предприятия / И.А. Бланк. - Киев: Ника-Центр; Эльга, 2012. - 480 с.
4. Виленский, П.Л. Оценка эффективности инвестиционных проектов: Теория и практика: учеб. пособие/ П.Л. Виленский, В.Н. Лившиц, С.А. Смоляк. - 4-е изд. перераб. и доп. - М.: Издательство «Дело» ФНХ, 2011. - 1104 с.
5. Воробьева, А.А. Простейшие методы оценки риска инвестиционных проектов //Экономический анализ. - 2018. - №5. - С.53 - 55.
6. Гвишиани, Д.М. Организация и управление - М.: МГУ им. Баумана, 2017. - 332 с.
7. Голов, Р.С. Инвестиционное проектирование: Учебник/ Р.С. Голов, К.В. Балдин, И.И. Передеряев, А.В. Рукосуев . - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012, - 368 с.
8. Идрисов, А.Б. Планирование и анализ инвестиций / А.Б. Идрисов. - М., 2012. - 160 с.
9. Ильин, Н.И., Лукманова, И.Г. Управление проектами /под общ. ред. Шапиро В.Д. - СПб.: ДваТрИ, 2019. - 610 с.
10. Ковалёв, В.В., Волкова, О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия . - М.: «ИП Гриженко Е.М.», 2017. - 123 с.
11. Лукасевич, И.Я. Инвестиции: Учебник / И.Я. Лукасевич. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА - М, 2018. - 413 с.
12. Орлова, Е. Р. Бизнес - план: методика составления и анализ типовых ошибок / Е. Р. Орлова. - 6-е изд., стереотип. - М.: Омега - Л, 2017. - 160 с.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

МОЛОДЕЖНЫЙ НАУЧНЫЙ ФОРУМ:

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

№ 22 (91)
Июнь 2020 г.

В авторской редакции

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

16+

