

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. А.Н. КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)

75-ая Внутривузовская научная студенческая
конференция «Молодые ученые – инновационному
развитию общества (МИР-2023)»

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ



2023

3 ЧАСТЬ

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. А.Н. КОСЫГИНА
(ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН. ИСКУССТВО)»**

**ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ
ЮБИЛЕЙНОЙ 75-ой ВНУТРИВУЗОВСКОЙ
НАУЧНОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
«МОЛОДЫЕ УЧЕНЫЕ –
ИННОВАЦИОННОМУ РАЗВИТИЮ ОБЩЕСТВА
(МИР-2023)»**

Часть 3

МОСКВА - 2023

УДК 378:001.891

ББК 74.58:72

В60

Тезисы докладов Юбилейной 75-ой Внутривузовской научной студенческой конференции «Молодые ученые – инновационному развитию общества (МИР-2023)». Часть 3, 2023 г. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2023. – 354 с.

В сборник включены тезисы докладов, выполненных в рамках Юбилейной 75-ой Внутривузовской научной студенческой конференции «Молодые ученые – инновационному развитию общества (МИР-2023)» на кафедрах института Социальной инженерии, с 20 по 24 марта 2023 года.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов. Материалы публикуются в авторской редакции.

Редакционная коллегия

Силаков А.В., проректор по науке и инновациям; Гуторова Н.В., начальник ОСНИР; Андросова И.В., старший преподаватель; Оленева О.С., доцент; Бузькевич А.О., инженер

Научное издание

Печатается в авторской редакции

ISBN 978-5-00181-408-5

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)», 2023

© Коллектив авторов, 2023

© Дизайн обложки Крышевич В.В.

STRESS ALS PROBLEM DER MODERNEN GESELLSCHAFT

Кузнецов Ю.В., гр. СП-121

Научный руководитель старший преподаватель Казарян О.В.

Кафедра Иностранных языков

Stress kann in der Zukunft eine große gesundheitliche Belastung für unsere Gesellschaft sein. Stress selbst ist keine Krankheit, er erhöht aber das Risiko für viele Leiden. Dauerhafter Stress erhöht das Risiko für viele Krankheiten. Die Entstehung von Stressfolgen soll beobachtet und kontrolliert werden. Stress ist ein Zustand der psychischen und physischen Überbeanspruchung des Körpers als Reaktion auf verschiedene Faktoren. Eine schwere Erkrankung, Schmerzen, Konflikte bei der Arbeit, Beziehungskonflikte: Solche Ereignisse werden heute als potentielle Stressauslöser angesehen. Auch viele junge Leute leiden in der Schule, der Ausbildung oder im Studium unter Prüfungsstress. Stress kann körperlich gemessen und nachgewiesen werden über innere Hitze, beschleunigten Herzschlag, erhöhten Blutdruck, kalten Schweiß. Gewöhnlich zeigen die Menschen diese körperlichen Reaktionen im Stress. Die Auswirkungen von Stressüberbelastung auf das Verhalten sind Leistungsschwankung, Nachlassen der Konzentration, erhöhte Fehlerhäufigkeit, Nachlassen der Reaktionsbereitschaft und andere. Viele Menschen leiden unter Dauerstress oder fühlen sich arbeitsbedingt erschöpft. Ruhe kann als ein einfaches Mittel dabei helfen. Die positiven Effekte des Ausruhens sind längst erwiesen. Ein guter Mix aus Aktivitäten und Ruhe ist auch sehr wichtig. Von großer Bedeutung ist regelmäßiger Sport, mit Spaß und ohne Leistungsdruck. Man muss unbedingt für ausreichenden Schlaf sorgen und den Hobbys nachgehen. Eine wichtige Maßnahme zum Stressabbau ist die Beseitigung von Stressoren, die für die meisten Menschen ganz öffentlich schädigend sind, z.B. Lärm oder Zeitdruck am Arbeitsplatz.

Es gibt viele verschiedene Methoden, um Stress zu umgehen, und eine davon ist die Verwendung von Musik. Musik ist ein uraltes Heilmittel, sie kann den menschlichen Zustand verbessern. Das Hören von Musik ist stark mit Stressabbau verbunden, indem es die Herzfrequenz und den Blutdruck senkt. Ein Merkmal dieser Methode ist die Nutzung der spezifischen Qualitäten der Musik sowie deren Anpassung an die individuellen Bedürfnisse der Menschen. Zu den Werkzeugen der Musiktherapie gehören solche Techniken wie: Improvisation, musikalische Entspannung sowie das Ändern des Tons, der Klangfarbe und der Geschwindigkeit der Musik. Dank dieser Methoden ist es möglich, den Zustand der Menschen zu verbessern, das Stressniveau zu reduzieren. Heute werden immer neue Methoden durch neue Musikgenres und neue Musikinstrumente geschaffen. Der Einfluss der Musik bei der Behandlung Stressprobleme ist zweifellos groß.

SPORTARTIKEL VON DER FIRMA ADIDAS: GESTERN UND HEUTE

Боргенц Я.В., гр. МВА-121

Научный руководитель старший преподаватель Казарян О.В.

Кафедра Иностранных языков

Ende des 19. Jahrhunderts kam der Fußball von England nach Deutschland. Die Fußballspieler trugen damals große Stiefel aus Leder, die schwer und unbequem waren. Später begann man an die Sohlen zylinderförmige Stücke aus Leder zu nageln, aber auch diese Fußballschuhe hatten viele Nachteile. Anfang der 1950er-Jahre arbeiteten die beiden Brüder Dassler an der Herstellung eines leichten und flexiblen Fußballschuhs. Die neuen Schuhe der Brüder Dassler hatten eine biegsame Schuhspitze und einen niedrigen Schaft. Sie waren aus gutem, weichem Leder. 1952 meldete Adolf Dassler das Patent für seine neuen Fußballschuhe an, die Eisenstollen an der Sohle hatten. Man konnte sie auf- und abschrauben. Die hohen Eisenstollen ermöglichten den deutschen Spielern einen guten Halt. Außerdem konnten die Spieler ihre Schuhe dem Wetter anpassen. 1954 wurden die Fußballschuhe mit Schraubstollen von Adolf Dassler durch den überraschenden Sieg Deutschlands bei der Fußball-Weltmeisterschaft in Bern weltberühmt. Der legendäre Sieg machte Adidas zu einem bekannten Namen auf allen Fußballplätzen. In den 60er-Jahren weitete Adidas seine Produktion auf Textilien und Bälle aus. 1970 stellte Adidas zum ersten Mal den offiziellen Ball für die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft, den Telstar. Seitdem hat Adidas für jede FIFA Fußball-Weltmeisterschaft den offiziellen Ball geliefert. 2006 baute Adidas zur Weltmeisterschaft das Stadion „Adidas“ und brachte für jede teilnehmende Mannschaft einen Schuh in den Trikotfarben mit einem zusätzlichen landes- bzw. fußballtypischen Zeichen an der Ferse heraus.

Heute ist Adidas als ein bedeutender Ausstatter von berühmten Sportlern, Sportmannschaften und internationaler Sportveranstaltungen bekannt. Die Prinzipien von Adidas sind Qualität in der Auswahl von Materialien, sorgfältige Vorbereitung, ein unverkennbares Design. Von großer Bedeutung sind auch die modernsten Öko-Innovationen. Adidas setzt sich heute verstärkt auf Nachhaltigkeit. Bereits seit 2018 setzt das Unternehmen ausschließlich auf nachhaltige Baumwolle. Im Adidas-Sortiment haben nachhaltige Produkte eine tragende Rolle. Im Jahre 2020 hat das Unternehmen vegane Varianten zahlreicher Klassiker wie den Stan Smith auf den Markt gebracht. Der Laufschuh Ultraboost DNA Loop besteht von der Sohle bis zum Schnürsenkel aus einem einzigen Material und wird ohne Klebstoff verschweißt. Technologische Innovationen und Fußballkonzepte – das sind die Stärken des Sportkonzerns Adidas, der eine neue Ära der Sportartikel schafft und immer nach verantwortungsbewussten Lösungen sucht.

MODERNE TENDENZEN DER ENTWICKLUNG DER ROBOTERTECHNIK

Клюев В.Д., гр. MBA-121

Научный руководитель старший преподаватель Казарян О.В.
Кафедра Иностранных языков

Die moderne Gesellschaft ist von Maschinen umlagert. Die automatischen Prozesse spielen heute in allen Bereichen des Lebens eine tragende Rolle, und die Roboter bilden einen dynamischen Teil der derzeit entstehenden computergesteuerten Infrastruktur. Sie gelten heute als innovativ und hilfreich. Die Einführung der entsprechenden Technologien verändern ihre Handlungsmöglichkeiten. Die maschinellen Haushaltshelfer nehmen den Menschen viel Arbeit ab. Es gibt ein breites Spektrum von Robotern, von Staubsaugroboter und Roboterhaustieren, über künstliche Robbe, die Emotionen alter Menschen anrühren soll und die besonders bei der Therapie von Menschen mit demenziellen Veränderungen eingesetzt wird und die die soziale Isolation dieser Menschen aufbricht, über ein mechanisches Kuscheltier, das in Therapien mit autistischen Kindern eingesetzt wird, bis zu Robotern, die nach Erdbeben die Überlebenden suchen.

Die große Vielfalt an möglichen Gebieten von Robotern, die modernen Errungenschaften der Wissenschaft und Technik, die technologischen Erneuerungen haben viele Vorteile, weil sie aufwändige Prozesse automatisieren, die Menschen von schweren gesundheitsschädlichen und monotonen Arbeiten befreien und Arbeitsbedingungen verbessern. Aus pragmatischer Sicht sind die Roboter unverzichtbar. Die Entwicklung von Robotern ist notwendig, weil sie einen großen praktischen Wert haben. In allen Betrieben werden gegenwärtig Roboter für die verschiedensten Anwendungsgebieten entwickelt. Die Industrieroboter schneiden, schleifen, lackieren weltweit, sie können vollautomatisch bestimmte, definierte Arbeitsgänge ausführen. Der Einsatz der Roboter hilft dem Menschen, sich qualifizierterer, schöpferischer Arbeit zuzuwenden. Auch in der Textil- und Bekleidungsindustrie haben Automaten, Computer und Roboter ihren Einzug gehalten. Der technologische Fortschritt trug dazu bei, dass die Modeschöpfer am Bildschirm arbeiten und die Nähroboter die Näherinnen von monotoner Tätigkeit entlassen. Die neuen Fertigungssysteme unterscheiden sich wesentlich von ihren Vorgängern. Die neuesten komplexen Technologien ermöglichen eine flexible Produktion und eine rasche Anpassung an den sich veränderten Markt. Die Maschinenhelfer erfüllen immer neue Aufgaben, deshalb steigt die Nachfrage nach Robotern in einzelnen Bereichen sehr schnell. Ihre Einsatzmöglichkeiten erweitern sich immer schnell. Sie demonstrieren anschaulich die heutige Leistungsfähigkeit der Robotertechnik.

DIE RENAISSANCE DES EMAILLIERENS

Костюченкова Е.С., гр. ИХО-122

Научный руководитель старший преподаватель Казарян О.В.

Кафедра Иностранных языков

Das Emaillieren gehört zu den klassischen Gold- und Silberschmiedetechniken. Das seit 3500 Jahren bekannte Verfahren stellt eine der ältesten Methoden dar, Farbe auf Metall aufzubringen und den betreffenden Schmuck damit besonders zu akzeptieren. Im Verlauf seiner langen Geschichte haben sich unterschiedliche Techniken entwickelt, die die verschiedensten Erscheinungsformen ermöglichen. Von großer Bedeutung war Email in den Arbeiten von Faberge und zu Anfang des 20. Jahrhunderts im Jugendstilschmuck. Die Künstler setzen die Farbigkeit des Emails zur Gestaltung der Tier- und Pflanzenmotive ein. In den 1970er und 1980er Jahren spielte das Emaillieren keine große Rolle. Aber in den letzten Jahrzehnten erlebte diese wunderschöne Technik eine Renaissance. Viele begabte Goldschmiede experimentieren heute mit verschiedenen Verfahren und Techniken. Man verwendet nicht nur klassische Techniken, sondern auch eigene, um eine makellose, perfekte Oberfläche zu bekommen und Farbe in ein Schmuckstück einzubringen. Die Ringe, Knöpfe, Broschen, Ketten, Ohr- und Armstücke mit Email haben verschieden Variationen. Emails gibt es in ungezählten Farbnuancen. Sie können durchsichtig, deckend oder halbdurchscheinend sein. Das letztgenannte Email erinnert an das Schiller des Opals. Man sagt deshalb, es opalisiert. Sie können leuchtend sein oder das Aussehen matt schimmernder Seide haben. Bei manchen Stücken sind Oberflächenstrukturen beabsichtigt, die durch größere Emailkörner oder durch Mischen von Glasflüssen mit unterschiedlichem Schmelzpunkt entstehen. Besonders reizvoll wirken Emailarbeiten, die mit einem Netz feiner Sprünge, gebatikten Stoffen vergleichbar, überzogen sind. Eine große Rolle spielt heute auch die Emailmalerei, bei der eine weiß emaillierte Metallfläche mit Oxidfarben bemalt und dann gebrannt wird.

All diese Techniken und die Vielzahl ihrer Spielarten werden von jungen begabten Goldschmieden und Kunsthandwerkern in verschiedenen Ländern gepflegt und weiterentwickelt. Die Individualität der zeitgenössischen Künstler, die sich bemühen, der alten Kunst des Emaillierens neue Ausdrucksmöglichkeiten zu erschließen, prägen nicht nur Schmuckobjekte, sondern auch Tee-, Kaffee- und Wasserkannen, Schalen und Besteckserien. Die Schönheiten dieser Objekte weisen auf die Aktualität der alten Goldschmiedetechnik hin, die eine tiefe Materialkenntnis, hohe Aufmerksamkeit und viel Talent braucht.

INNOVATIONEN BEI DER HERSTELLUNG UMWELTFREUNDLICHER SCHUHE

Лоторева Ю.И., гр. ЛКШ-221

Научный руководитель старший преподаватель Казарян О.В.
Кафедра Иностранных языков

Das zunehmende Bewusstsein für Gesundheit der Menschen und Umweltschutz führt zu neuen Ideen, innovativen Materialien und Kollektionen in vielen Bereichen der Modeindustrie. Die ökologischen Produkte sind eine Forderung der Zeit auch in der Leder- und Schuhbranche. Zu den wichtigen Merkmalen der ökologischen Schuhe gehören unter anderem tierfreundliche Materialien und ökologische Prozesse. Viele weltweit bekannte Unternehmen, die sich mit diesem Problem beschäftigen, erzielen große Ergebnisse in allen Aspekten der nachhaltigen Schuh- und Lederherstellung. Dazu gehören umweltfreundliche Leder und umweltfreundliche Lederersätze, ökologische Verpackungen, strenge Qualitätskontrolle und andere wichtige Bestandteile der modernen Produktionsprozesse. Die modernsten Fertigungsmethoden geben den Herstellern die Möglichkeit, Schuhe mit durchdachtem Design, hohem Tragekomfort und nachhaltigen Materialien zu fertigen, was den hohen Zustand der Gesundheit der Füße gewährleistet. Heute entwickeln und produzieren die Unternehmen in aller Welt die Schuhe, die die Umwelt so wenig wie möglich belasten und die antiallergisch und atmungsaktiv sind. Sie wirken positiv auf die Gesundheit der Menschen.

Das deutsche Unternehmen Berkemann fertigt Produkte, die sich nicht nur durch Qualität und Langlebigkeit, sondern auch durch besondere Umweltverträglichkeit auszeichnen. Man produziert zum Beispiel Schäfte aus atmungsaktiven recycelten Textilien unter der Erhaltung des Umweltstandards, die ein angenehmes und gesundes Klima der Füße beeinflussen. Auch die größten Sportartikelkonzerne der Welt, Adidas und Nike, sind im Zentrum der Nachhaltigkeitsbewegung im Modebusiness. Beide Unternehmen beschäftigen sich mit den Projekten, mit denen sie die Welt sauber machen. Ihre ökologischen Produkte sind weltweit bekannt. Man erfüllt die Anforderungen an Ergonomie, Tragekomfort, ökologisches Design. Das Unternehmen Grand Step Shoes fertigt nachhaltige Schuhe vom Hanfsneaker bis hin zum Naturkautschukstiefel. Die nachhaltigen Kollektionen des Unternehmens Giesswein sind aus umweltfreundlichen Materialien hergestellt. Für die WOOD Sneaker verwenden die Hersteller Holzfasern des schnell wachsenden Eukalyptus-Baumes. Der nachhaltige Stoff ist weich, kühlend, atmungsaktiv und biologisch abbaubar. Auch der Produktionsprozess der Schuhe ist für den Grad der Umweltfreundlichkeit von Bedeutung. Es besteht eine steigende Nachfrage nach Schuhen aus umweltfreundlichen Materialien.

STADTPLANUNG HEUTE

НИКИТИНА А.М., гр. ДС-121

Научный руководитель старший преподаватель Казарян О.В.

Кафедра Иностранных языков

Die moderne Zeit der Wissenschaft und Technik fordert eine moderne Stadtplanung und Architektur. Als modern gelten große, hohe Bauwerke, errichtet aus Materialien, die die neueste Technik und die neuesten Technologien zur Verfügung stellen, aus Stahl, Beton, Glas. In den Stadtzentren werden die Hochhäuser der Banken, der Geschäftswelt und der Verwaltung errichtet, die das Bild der großen Städte bestimmen. In den Außenbezirken entstehen riesige Wohnsiedlungen, einige Kaufzentren und Anlagen für Sport. Der Straßenverkehr nimmt rasch zu, was auch mit vielen eigenen Autos verbunden ist und was die Städte durch Abgase und Lärm belastet.

Und doch hat jede Stadt eigene unverwechselbare Atmosphäre. Die Pflege ihres kulturellen Erbes ist von großer Bedeutung für jede Stadt. In der letzten Zeit beobachtet man einen Wandel im Leben der Städte. Typisch werden schöne Fußgängerzonen, Schutz der Umwelt, Ersatz des Autoverkehrs durch den bequemen öffentlichen Verkehr. Man erarbeitet große Infrastrukturprojekte: Parks, neue U-Bahnlinien.

Man beobachtet auch einen Wandel im Stil der städtischen Architektur. Die Planer und Architekten von heute haben viel Freiheit, mit bunten Farben und Formen zu experimentieren. Anstelle der strengen Einheitlichkeit entsteht eine Baukunst, die durch größere Phantasie und Vielfalt gekennzeichnet ist. Die modernen Wohnsiedlungen, in denen ihre Bewohner gern leben, wirken nicht eintönig und kalt.

Man achtet auf Erholungsgebiete, Anlagen für Freizeitgestaltung. Die Jugendlichen bekommen verschiedene Möglichkeiten, Sport zu treiben. Man unternimmt verschiedene Maßnahmen zur Verringerung der Schadstoffe.

Die prächtigen Parks und Grünanlagen in den modernen Städten geben deutlich einen Überblick der schöpferischen, kreativen Arbeit der Landschaftsdesigner. Das heutige Design der Parks, das durch verschiedene Strömungen und Richtungen charakterisiert ist, präsentiert die Größe und Schönheit der Natur. Verschiedene Sorten von Pflanzen, Fontäne, ungewöhnliche Parkstrukturen, Rasenabschnitte, das alles gibt den Bewohnern der Städte die Möglichkeit, sich nach der Arbeit auszuruhen und die Natur zu genießen. Parks gehören heute zu den unverzichtbaren Bestandteilen jeder Stadt, weil sie eine der schönsten Formen der Kunst sind.

NEUE MOTIVE DER ACCESSOIRES

Марачевская С.Е., гр. ЛКШ-122

Научный руководитель старший преподаватель Казарян О.В.

Кафедра Иностранных языков

Der Begriff „Accessoire“ kommt aus dem Französischen. Die Accessoires sind wichtige Kleinigkeiten in der Mode, die den Kleidungsstil einer Zeit bestimmen. Mit Uhren, Ringen, Hüten, Taschen, Brillen kann man Akzente setzen, weil sie unverzichtbare Nebensachen der Modewelt sind. Sie gehören zu Elementen jedes Looks und spielen eine große Rolle in der Mode.

Die Entwicklung von Accessoires ist mit kreativen Prozessen verbunden. Auf der Szene der Mode erscheinen heute Accessoires, die nicht nur neue schöne Motive, sondern auch neue Farben mitbringen: Neben weißen Perlen sind in dieser Saison bunte Plastik- und Glasperlen im Trend. Neben Perlen bieten die Designer den abstrakten Schmuck an. Auch geometrische Formen bleiben angesagt, weil sie voller Dynamik und luftig leicht sind.

Die Taillengürtel, die schon längst wichtige Accessoires geworden sind, offenbaren heute meisterhaftes Können der Designer. Der Gürtel, der den Fokus auf die Körpermitte legt, schafft eine schöne Silhouette. Mann trägt breite oder schmale Taillengürtel zu den Midi-Röcken und Pullovern, zum Strickkleid oder über dem Wintermantel.

Die geräumigen Taschen trägt man überall, weil die XXL-Taschen zu jedem Look passen. Die neusten Kreationen der Designer betreffen auch die Taschen, die reich verziert sind – und zwar mit Strass-Steinen oder mit sonstigen Imitaten von Steinen. Solche glitzernden Taschen sind heute nicht mehr wegzudenkender Accessoire-Bestandteil der Abendkleidung. Im Trend sind auch kleine Abendtaschen, die man in die Hand nehmen muss, weil sie über keinen Tragegriff verfügen, bis hin zu Abendtaschen, die über die Schultern hängen kann.

Was ist nicht mehr der Fall ist, dass man Hüte nur trägt, um vor der Sonne geschützt zu sein. Originelle Hüte reduzieren das Zusammenspiel aller Elemente der Kleidung. Die Designer bieten unterschiedliche Hüte für den Strand-Look oder als Ergänzung zum Freizeit-Look an. Auch Caps in verschiedenen Formen und Farben werden immer beliebter.

Von großem Interesse sind die Arbeiten der Designer, die die Sonnenbrillen als Accessoires präsentieren. Modern sind große, runde Brillen, eckige Modelle und andere ausgefallene Designs. Die Accessoires können ganz verschieden sein. Die Uhren dürfen als Accessoires auch nicht vernachlässigt werden. Sie fügen dem Look einen interessanten Akzent hinzu.

Die Accessoires vervollständigen das Aussehen und unterstreichen den eigentlichen Stil jedes Menschen.

NEUE PERSPEKTIVEN DER ENTWICKLUNG DER ÖKOLOGISCHEN VERPACKUNGEN

Трoнина Е.М., гр. ХПУ-122

Научный руководитель старший преподаватель Казарян О.В.
Кафедра Иностраннх языков

Heute müssen Verpackungen nicht nur leicht und billig produziert werden, sondern auch umweltverträglich sein.

Naturschutz ist ein zentraler Bestandteil nachhaltiger Entwicklung. Mit neuen Ideen und alternativen Verpackungslösungen werden alltägliche Produkte umweltfreundlicher. Von großer Bedeutung ist die Tatsache, dass die Natur positiv unsere Gesundheit beeinflusst. Sowohl Unternehmen als auch die Konsumenten können die Entwicklung hin zu ressourcenschonender und nachhaltiger Produktion vorantreiben, um einen stabilen und dauerhaften ökonomischen und ökologischen Erfolg zu sichern. Sie nutzen ihr Wissen und ihre Kompetenzen in vielen Bereichen des Umweltschutzes. Dabei bietet die Natur den Menschen verschiedene Rohstoffe, die für innovative Verpackungen genutzt werden können. Die innovativen Programme und Projekte vieler Unternehmen in der ganzen Welt beweisen, dass der schonungsvolle Umgang mit der Natur keine Grenzen hat.

Seit dem Jahre 2021 wird das Silphie-Papier genutzt, um Verkaufsdисplays von Gillette und Always herzustellen. Die Silphie-Pflanze ist besonders ressourceneffizient. Ihr regionaler Aufbau verringert Transportwege. Außerdem schont die Silphie-Pflanze Böden vor Erosion. Das Unternehmen Procter & Gamble hat das neuartige Material erstmal in Form von Verkaufsdisplay in den deutschen Einzelhandel gebracht. Eine wichtige Rolle hat die Tatsache, dass die neuen Verkaufsdисplays die Kreislaufwirtschaft fördern, weil sie recycelbar sind und im Altpapier entsorgt werden können.

Verpackungsmüll ist eine große Belastung für die Umwelt. Deshalb sucht man nach besseren Recycling und alternativen Technologien und Lösungen, um den hohen Kunststoffanteil zu reduzieren. Sowohl die Menge an Kunststoffverpackungen als auch das Recycling sind Herausforderungen, die für viele Unternehmen sehr wichtig sind.

Das Sportunternehmen Puma hat seine Schuhkartons neu entworfen, um jedes Jahr 2800 Tonnen Karton einzusparen. Das ist ein Teil der Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens, um mit seiner gesamten Produktpalette einen positiven Umweltbeitrag zu leisten. Die neuen Schuhkartons, die seit 2021 im Handel sind, sind nur ein Teil des Plans, Verpackungen und Zubehör im Einzelhandel nachhaltiger zu gestalten. Das Unternehmen will keine Plastiktüten mehr verwenden und auch bei anderem

Zubehör wie Kleiderbügel und Schuhspanner nachhaltigere Alternativen verwenden.

ENTERPRISE INNOVATION PLANNING

Малекова Д.М., гр. ЭУ-121

Научный руководитель доцент Уманская М.Б.

Кафедра Иностранных языков

Innovation has always accompanied the development of society, and today, more than ever, it has become an indispensable feature of the economy. The study of innovation as a process, activity or result and the knowledge of its specific parameters are essential for changing company philosophy, for discovering new sources of competitive advantage and for creating an innovation culture.

Joseph Schumpeter was the first economist who introduced the concepts of "novelty" and "innovation" and associated them with the pace of economic development. He interpreted innovation as any possible change that occurs due to the commercial use of new or improvement of existing solutions of a technical, technological and organizational nature in the processes of production, supply and marketing of products.

Planning requires a clear definition of innovation goals. They should be measurable, linked to the overall corporate strategy and contain guidelines for participants in the innovation process.

We all know about the company "Yandex". It exists in almost all spheres of our life: a search system, various services: food delivery, taxi and etc. In the nearest years, the company plans to introduce an "unmanned taxi" into our lives, which is already being tested. The company has also already adapted "Yandex Taxi" for blind people and plans to do the same for other major services. In addition, since 2021 you can notice robot couriers on the streets of Moscow who, like people, can deliver products. However, they can function within several blocks of the city yet.

Therefore, innovation activity in the organization is very important. The successful implementation of planned projects ensures the viability of the organization because today the activities of enterprises are impossible without innovation. This is confirmed by the development of the Yandex company, which really creates technologies and innovations to benefit people in their daily lives.

Using the example of PJSC "Gazprom", we can consider its innovative activities, which means "The Program of Innovative development of PJSC "Gazprom" until 2025".

The priority of innovation activity is to achieve the greatest efficiency in such areas as maintaining a high level of reserves, hydrocarbon production,

ensuring reliable supplies, competitiveness, investment attractiveness and planning the development of the company.

INNOVATIVE TECHNOLOGY MANAGEMENT FACTORS

Кадыров А.И., гр. ЭУ-121

Научный руководитель доцент Уманская М.Б.

Кафедра Иностранных языков

Currently, manufacturers are trying to introduce more and more innovative technologies into their organization. The purpose of this introduction is justified by the fact that each owner of the company wants to make more profit by spending less effort on production. In connection with this trend, the question of management of innovative technologies arises.

Innovative technologies are a set of methods and means that contribute to the promotion of innovative activities in the organization, the implementation of innovations. The introduction of new production processes or management methods in the organization entails changes, and as one of the possible outcomes - an increase in the efficiency of the enterprise.

The factors influencing the management of innovative technologies can be divided into external and internal.

External factors include: the development of the innovative infrastructure of society, competition in the market, the general economic development of the country and the state innovation policy. The decisive factor that has the greatest impact on the management of innovative technologies in this group can be considered – the development of the innovative structure of society.

Internal factors include: scientific and technical potential of the enterprise, internal financial capabilities, human resources and information integrity of the organization. In this group of factors, scientific and technical potential can be identified as a determining factor. The opportunity to develop existing and implemented technologies gives a start to the further continuous development of the organization.

The influence of external and internal factors can be traced on the example of the company "Micron", which produces chips and microcircuits. Due to the impossibility of using foreign components in the production of Troika transport cards cause of the political situation in the country, which refers to external factors, the manufacturer had to look for analogies among domestic resources. Thanks to the developed scientific and technical potential of the organization, the consumer can easily use transport cards at the present time.

JAPANISCHE MEDIENINNOVATIONEN UND IHR EINFLUSS AUF DIE INDUSTRIELLE ENTWICKLUNG DER GESELLSCHAFT

Топунова А.И., гр. СТВ-121

Научный руководитель старший преподаватель Вишневецкая Н.А.
Кафедра Иностранных языков

Die Fernsehübertragung in Japan begann 1950 und machte das Land zu einem der Pioniere auf dem Gebiet des Fernsehens. Im Moment sind die Medien in Japan die fortschrittlichsten und innovativsten weltweit. In 10 Jahren werden sich die japanischen Medien wahrscheinlich mit der Einführung neuer Technologien bis zur Unkenntlichkeit verändern.

Es gibt einen echten, allumfassenden Roboter Kult in Japan. Deshalb ist es nicht verwunderlich, dass hier die ersten Arbeiten von Fernsehmoderatoren erschienen sind. Diese Roboter sind den Menschen optisch sehr ähnlich, haben aber viel mehr professionelle Fähigkeiten als Live-TV-Moderatoren. Sie können Nachrichten in verschiedenen Stimmen mit einer breiten Palette von Intonationen lesen und leicht von einer Sprache zur anderen wechseln. Ein junges, mechanisches Mädchen «arbeitet» als Nachrichtensprecher, eine ältere und streng aussehende Dame fungiert als Experte für Wissenschaft und Technologie. In Zukunft ist eine große Erweiterung des Personals solcher TV-Moderatoren für verschiedene Themen der in den Nachrichten behandelten Ereignisse geplant.

Eine vielversprechende Technologie, über die in Büchern geschrieben wurde, ist die Übertragung von Gerüchen aus der Ferne. Aber in den vergangenen Jahrzehnten haben sich bei der Umsetzung dieser Idee keine signifikanten Fortschritte ergeben. Aber in den letzten Jahren haben erfolgreiche Versuche begonnen, den Fernseher dazu zu bringen, Gerüche zu übertragen. Ein Beispiel dafür ist die Smell-o-Vision-Technologie, die von Wissenschaftlern der Universität Tokio entwickelt wurde. Es besteht darin, an den vier Ecken des Fernsehgeräts Ventilatoren zu installieren, die aromatisierte Luft in Richtung des Betrachters pumpen.

Das moderne Japan ist das führende Land im Bereich der Schaffung von farbenfroher Werbung. Der Prozess der Produktförderung in diesem Land wird auf interessante Weise geschaffen – die Schöpfer der Werbung versuchen nicht nur, das Produkt von einer guten Seite zu präsentieren, sondern auch eine philosophische Bedeutung in die Rolle zu investieren. Japanische Werbung hat sich immer vom europäischen Pendant unterschieden. Das heutige japanische Markenmanagement verbindet moderne Tendenzen und Traditionen japanischer Kunst. Eines der auffälligsten Merkmale der japanischen Werbung ist die Fähigkeit eines Werbetreibenden, ein bestimmtes Produkt als etwas Besonderes zu zeigen.

INNOVATIVE TECHNOLOGIEN IN DER MODERNEN KUNST

Булатова Е.Н., гр. ИДП-122

Научный руководитель старший преподаватель Вишневецкая Н.А.

Кафедра Иностранных языков

Kunst ist eine Form der Kreativität, eine Art der spirituellen Selbstverwirklichung des Menschen durch Ton, Körperplastik, Zeichnung, Wort, Farbe, Licht, natürliches Material usw. Es hilft die Welt in all ihren Erscheinungsformen zu verstehen. Der Aufstand von Farben oder Linien materialisiert die bestehenden Erfahrungen der Autoren visuell.

Die digitale Revolution, die seit der zweiten Hälfte des zwanzigsten Jahrhunderts die gesamte Gesellschaft erfasst hat, hat auch die Kunstwelt berührt und einen großen Einfluss auf ihre Entstehung und Entwicklung gehabt. Das Zusammenspiel von Technologie und Kunst fand während der gesamten Entwicklungsgeschichte der Menschheit statt. Die Technologie war überwiegend angewandter Natur, blieb ein Vermittler zwischen der Idee des Künstlers und seiner materiellen Inkarnation. Die Technologie, die die Ebene der traditionellen Kunst weiter transformiert, erfasst den Schöpfer heute so sehr, dass seine Experimente mit dem «Material» alle anderen Bedeutungen und Zwecke der Kunst verdecken und die Kunst der Technologie schaffen. High-Tech hat die alltäglichen und beruflichen Aspekte des Lebens revolutioniert. Marketing, Design und Produktion werden digital gesteuert. Die Kunstwelt greift auch auf die Hilfe von Hi-Tech zurück: Künstler nutzen neue Werkzeuge, um Werke zu schaffen, Galerien und Museen sind Wege, Ausstellungsräume zu organisieren.

VR-Erfahrung ist eine Herausforderung für die Realität. Virtuelle Realität wurde als das Vorrecht von Spieleentwicklern, Raumfahrtagenturen und militärischen Bildungseinrichtungen angesehen. Zeitgenössische Künstler haben darin eine alternative Art gefunden, sich auszudrücken. Zum Beispiel hat Grechten Andrew, eine in London ansässige Künstlerin, eine der VR-Pioniere, Alternate Reality geschaffen. Ihr Projekt gilt als die weltweit erste Virtual-Reality-Show.

Museen und Galerien integrieren interaktive Technologien, um die Art und Weise, wie sie zwischen Zuschauern und Exponaten interagieren, zu verändern. Virtuelle Touren auf mobilen Geräten, interaktive Böden und Wände, Multitouch-Systeme (ermöglichen es Besuchern, Inhalte auf dem Bildschirm mithilfe von Handbewegungen virtuell zu manipulieren und zu steuern).

Aktuelle Kunst vermittelt dem Publikum interaktive, immersive Eindrücke. Die Werke von Künstlern mit Hilfe von Hi-Tech zeigen, dass High-Tech mit Begeisterung und Vorstellungskraft angewendet werden kann.

БИОКРАФТСТОФФЕ ALS EINE PERSPEKTIVE ENERGIEQUELLE

Королева Е.Э., гр. МХ-121

Научный руководитель старший преподаватель Вишневецкая Н.А.

Кафедра Иностранных языков

Auf dem Weg der Entwicklung wandte sich der technologische Fortschritt verschiedenen Energiequellen zu. Bis heute sind die Hauptquellen nicht erneuerbare Ressourcen geworden – Kohle, Öl und Gas. Die Gefahr der Erschöpfung und die enormen Schäden, die der Ökologie des Planeten bei der Verbrennung zugefügt werden, zwangen uns, nach alternativen Energiequellen zu suchen. Und jetzt entwickelt sich die Industrie der natürlichen (erneuerbaren) Energiequellen aktiv, die im Laufe der Zeit auf natürliche Weise wieder aufgefüllt werden. Darunter sind: Solarenergie, Windenergie, Geothermie, Wasserkraft, Bioenergie und Biokraftstoffe. Ich werde Biokraftstoffe in Betracht ziehen.

Biokraftstoffe sind Kraftstoffe, die aus natürlichen Rohstoffen, der lebenswichtigen Aktivität von Organismen oder industriellen organischen Abfällen hergestellt werden. Biokraftstoffe werden in fest, flüssig und gasförmig eingeteilt. Feste Biobrennstoffe: Pellets (Briketts aus Sägespänen, Mist usw.) setzen bei der Verbrennung keine Schadstoffe frei und sind recht günstig. Flüssige Biokraftstoffe: Bioethanol (aus Stärke oder Zucker gewonnen), Biodiesel (aus Ölsaaten gewonnen), Biobutanol, Biokraftstoff aus Algen. Gasförmige Biokraftstoffe: Biogas (gewonnen durch Zersetzung von Biomasse ohne Zugang zu Sauerstoff), Biowasserstoff (aus Biomasse gewonnener Wasserstoff). Die Verwendung von Biokraftstoffen hat mehrere Vorteile: Erneuerbarkeit, Umweltfreundlichkeit, Produktion näher am Ort des Verbrauchs, was die Transportkosten senkt. Gleichzeitig hat die Verwendung von Biokraftstoffen einige Nachteile, aber trotzdem nimmt die Verwendung von Biokraftstoffen als alternative Energiequelle deutlich zu. Beispielsweise hat sich die Bio-Ethanolproduktion seit 2007 in 15 Jahren mehr als verdoppelt, und das gleiche Wachstum wird bis 2025 erwartet. Darüber hinaus fördern viele Regierungen die Umstellung auf Biokraftstoffe.

Abschließend möchte ich sagen, dass wir bei Betrachtung der Vor- und Nachteile von Biokraftstoffen feststellen können, dass sie nicht erneuerbaren Quellen (Kohle, Öl, Gas) deutlich überlegen sind. Dank seiner Stärken - erneuerbar und umweltfreundlich - können wir sagen, dass diese Energieart sehr vielversprechend ist und hinter der vielleicht die Zukunft der gesamten Menschheit steht.

INNOVATIVE ENTWICKLUNG DER HOCHSCHULBILDUNG IN DEUTSCHLAND

Чепёлкина А.Д., гр. ЭГ-121

Научный руководитель старший преподаватель Вишневецкая Н.А.
Кафедра Иностранных языков

Die innovative Entwicklung ist der Prozess des Übergangs einer Wirtschaft von einer technologischen Ebene zur anderen, die Modernisierung von Produktionsprozessen und anderen Prozessen, um die Effizienz des Funktionierens zu verbessern. Innovationen im Bildungsbereich können dazu beitragen, die üblichen Stereotypen im Denken, im Lernen zu überwinden, sie können Impulse geben und mit der Idee bewaffnen, die Bildung in einer sich ständig verändernden Welt zu reformieren.

Während in Ländern mit dem angelsächsischen Bildungsmodell beispielsweise die Ergebnisse von Tests in Fächern, die praktisch nicht diskutiert werden, als Hauptresultat des Bildungsprozesses anerkannt werden und dies als einer der wichtigsten Indikatoren für die Bildungsqualität gilt, ist die Situation im deutschsprachigen Raum strukturell völlig anders. Die Aufgaben und Ziele der Schule dort enthalten pädagogische Funktionen, sowie sogenannte überschriftliche oder fälschungsübergreifende Kompetenzen. Eine Folge dieses Verständnisses der Schule ist die schwache Entwicklung von Tests und anderen Messungen sowie die polaren Meinungen über die Messung der Bildungsqualität.

Um die Probleme der Zukunft richtig lösen zu können, muss man lernen, global zu denken, als Team zu arbeiten, bereit zu sein, zusammenzuarbeiten und gleichzeitig seine Individualität und Unabhängigkeit zu bewahren. Die Keime solcher Schlüsselqualifizierungen können in der Schule gebildet und weiterentwickelt werden. Die einfachste Organisationsform des Unterrichts, der eine Reihe von Unterrichtsdisziplinen verbindet, ist ein abgestimmter Unterricht. Sein Wesen besteht darin, dass ein Unterrichtsfach für eine oder mehrere Wochen im Unterricht präsentiert wird.

Der nächste Schritt besteht darin, ein Projekttag zu einem bestimmten Thema unter dem Zeichen der Vereinigung einer Reihe von Bildungsdisziplinen durchzuführen. Gemäß der Verordnung kann jeder Lehrer mindestens einmal im Jahr eine Lektion abhalten, die über seine engen Besonderheiten hinausgeht. Solchen fachübergreifenden Lernens stimulieren die geistige Entwicklung von Schülern, lehren sie, weit und breit zu denken. Die Lehrpläne enthalten eine große Anzahl von Themen, zu denen integrierter Unterricht durchgeführt werden kann, der viele Schulfächer vereint.

TECHNOLOGIE ZUR HERSTELLUNG VON HOLZMOZAIKEN IN MARKETRI-STIL

Линкевич А.А., гр. МХ-121

Научный руководитель старший преподаватель Вишневецкая Н.А.
Кафедра Иностранных языков

Ein Mosaik ist eine Technik, um ein Grundstück oder ein ornamentales Bild zu erstellen, indem kleine Elemente aus einem einzigen Material oder mehreren Arten verwendet werden. Es wird für die Dekoration, Dekoration von Innenelementen, Gebäuden verwendet. Eine der Arten ist Marketri. Dies ist eine Art von Mosaik, das von der Materialauswahl abhängt.

Das Wort Marketri wurde aus dem französischen Wort marquer gebildet, was übersetzt zu markieren, zu skizzieren bedeutet. Marketri ist eine Art Holzmosaik, bei der ein Mosaiksatze aus Furnierstücken verschiedener Rassen hergestellt wird. Die Mosaik-Elemente werden in das als Hintergrund dienende Furnier geschnitten, mit Klebstoff geschmiertem Papier befestigt und zusammen mit dem Hintergrund auf die Oberfläche des Produkts geklebt.

Die Geschichte von Marketri stammt aus der Antike. Schon im alten Rom gab es Meister der künstlerischen Ausstattung von Möbeln in dünnen Streifen von wertvollem Holz. Das Alter der ältesten eingelegten Gegenstände, die von modernen Archäologen entdeckt wurden, beträgt mindestens 2000 Jahre. Nach dem Zusammenbruch des Römischen Reiches war die alte Kunst von Marketri jahrhundertlang verloren gegangen.

Die Vermarktung erlangte im achtzehnten Jahrhundert ihre Popularität. Verwenden Sie diese Technik in größerem Maße zur Dekoration des Innenraums: insbesondere zum Erstellen von Bildern auf Möbeln. Der französische Möbelhändler André Charles Boule, der größte Möbelhersteller der Barockzeit, spielte eine große Rolle für die Entwicklung von Marketri, der das Aussehen bereicherte, indem er neben dem Furnier wertvolle Holzarten, Einsätze aus Messing, Kupfer, Elfenbein, Schildkrötenpanzer und Perlmutter verwendete. In Deutschland wurde David Röntgen, ein berühmter Künstler und Meister im Rokostil, am Ende des achtzehnten Jahrhunderts mit dieser Technik berühmt, der Wandpaneele von unglaublicher Schönheit schuf.

Die Technik der Vermarktung ist einfach, erfordert kein kompliziertes Werkzeug. Der Prozess der Herstellung von Mosaikteilen kann mechanisiert werden, wodurch die Serienproduktion von Produkten organisiert werden kann. In der Technik der Vermarktung können Sie einfache ornamentale Verzierungen für Holzarbeiten und andere Holzprodukte und komplexe thematische Kompositionen sowie eigene Mosaikbilder erstellen.

MODERNE TENDENZEN DER BILDUNGSENTWICKLUNG

Ромашёва К.К., гр. МХ-121

Научный руководитель старший преподаватель Вишневецкая Н.А.
Кафедра Иностранных языков

Die heutige Gesellschaft wird im Zusammenhang mit der Entwicklung einer zivilisierten Gesellschaft im vorherrschenden Bereich der öffentlichen Produktion, die das Sammeln, Sammeln, Produzieren, Verarbeiten, Speichern, Übertragen und Verwenden von Informationen ist, allgemein als Informations-Gesellschaft bezeichnet. In der Informationsgesellschaft werden sowohl die Produktion als auch die gesamte Lebensweise, der Wertaspekt, verändert, der Vorteil der kulturellen Freizeitgestaltung wird relativ zu materiellen Werten wachsen.

Die Gesellschaft stellt andere Anfragen an die Person, nämlich die Fähigkeit zum kreativen Denken, auf, die Nachfrage nach Wissen steigt. Die Bedingungen für die menschliche Bildung in der postindustriellen Gesellschaft sind mit Informations-, Informations- und Bildungsräumen und Informations- und Bildungsumgebungen verbunden.

Ein Informationsraum ist ein Raum zum Erstellen, Speichern, Verarbeiten und Verwenden von Informationen. Der Zweck der Verwendung von Informationen im Informationsraum ist die Persönlichkeitserziehung. Als Ergebnis der gegenseitigen Tätigkeit der Subjekte des Bildungsprozesses und des Informations- und Bildungsraums entsteht ein Informations- und Bildungsumfeld. Eine Umgebung, die vorzugsweise für die Lösung der gestellten Bildungsaufgaben geschaffen wurde und in der Tat ein Fragment des Informations- und Bildungsraums ist.

In der Struktur des Bildungsumfelds jeder Bildungsorganisation können aussagekräftige, verfahrens-organisatorische (einschließlich logistischer) und zwischenmenschliche Komponenten unterschieden werden.

Die Informations- und Bildungsumgebung ermöglicht es, die didaktischen Möglichkeiten innovativer Technologien zu realisieren, die persönliche und kollektive Arbeit der Schüler effektiv zu organisieren und eine gezielte Entwicklung ihrer selbständigen kognitiven Aktivität zu gewährleisten. Wenn man die oben genannten Eigenschaften der Informationsgesellschaft zusammenfasst, die mit der Persönlichkeitsbildung verbunden sind, erhält der Lernprozess besondere Merkmale. Im Vergleich zum traditionellen Lernen, dessen Hauptaufgabe es war, dem Schüler eine gewisse Menge an Wissen zu vermitteln, eine Reihe vordefinierter Fähigkeiten zu entwickeln, besteht das Ziel des Lernprozesses in der modernen Bildung darin, dem Lernenden beizubringen, kognitive Ziele und Aufgaben festzulegen und zu lösen, und dazu in der Lage zu

sein, zu arbeiten, Informationen zu verarbeiten, zu verwenden und zu erstellen, sich im Informationsraum zu orientieren.

PRODUCT PLACEMENT AS AN ELEMENT OF HIDDEN ADVERTISING IN CINEMA

Громко К.А., гр. СЖ-119

Научный руководитель старший преподаватель Дубровина И.А.
Кафедра Иностранных языков

In modern society, commercial processes are often introduced into art. New types and ways of presenting a product to potential buyers are constantly appearing in advertising. One of these methods is Product Placement, an advertising technique consisting in the fact that the plot, props of a film, television program, computer game, music video or book includes a product, brand, image that has an analogue of a real commercial product.

Product Placement as an element of advertising appeared in 1895. The history of the origin of product placement is associated with the appearance on American TV screens of the cartoon "Popeye the Sailor", which increased the consumption of canned spinach by 30% in the United States. Taking into consideration the influential effect of this idea, many producers began to develop this type of advertising and promote it to a new level.

In the 80s, product placement became a full-fledged, independent industry. All major Western film studios organized departments that specialized in product placement. At first, this phenomenon began to develop in the United States, but later it began to gain more and more popularity around the world. Product placement has long surpassed the effectiveness of conventional advertising and is currently one of the favourite methods of a marketer to promote his own brand. Movies are watched with minimal distraction. The viewer does not have the feeling that they are trying to impose something on him, because they do not feel pressure, seeing the hero in a familiar, natural environment. For advertisers, product placement is an advantageous option for showing their products, since, for example, the premiere of a film is often accompanied by high attention from the viewer and, thus, advertising the goods used in the film will attract the attention of potential customers.

An important role is played by the frequent use of the product in advertising, since the consumer sees that his favorite actor / actress is using this product and thus the viewer has a desire to try it, all this leads to the effective use of this phenomenon as a product placement in the cinema.

It is worth noting that when you are waiting movie for the first time, you do not immediately notice all the advertising presented in the film. Therefore, this

allows us to talk about the possibility of using different ways introducing advertising into a plot, while doing it unnoticed by the viewer.

This marketing technology has grown into a real industry, which, in fact, is engaged in the adaptation of media (cinema, video) specifically for brands. This is probably a new stage in the development of product placement.

FEATURES OF CREATING A TALK SHOW ON THE VIDEOHOSTING PLATFORM

Жидкова В.И., гр. СЖ-119

Научный руководитель старший преподаватель Дубровина И.А.

Кафедра Иностранных языков

Modern Russian mass media are currently experiencing a crisis in creating interesting content. In this regard, original programs appear less and less on TV screens, which have given way to franchises and borrowings. These borrowings concern not only the formats of TV programs, but also their genre characteristics. Shows that broadcast on Internet platforms are becoming more and more popular. So, one of the most popular genres today is a talk show. In our country, the experience of American colleagues was taken as a basis, so today in Russia, a talk show, translated from English - "conversational spectacle", is the most popular and in-demand genre. Major TV channels have their own talk shows, which differ in orientation, current topics, target audience and are also broadcast on the Internet.

In our country, the talk show genre became popular in the 1960s and is still developing rapidly. This is evidenced by a large number of TV shows of this genre: "Пусть говорят", "Прямой эфир", "Давай поженимся", "Мужское и женское" and many others. Most often, in the studio of such programs, social problems, the personal life of participants, their actions are discussed, experts are evaluated: psychologists, doctors, lawyers, deputies, stars.

The talk show genre appeared in America in the sixties of the twentieth century, its creator was the famous journalist, Phil Donahue. Once Phil ran out of questions to his guest during the live broadcast and he ran up to one of the spectators in the studio and asked them for a question to the interviewee, thus Donahue invented the talk show genre.

It is more convenient for many to watch talk shows not on television, but on Internet sites. When creating a talk show, you need to adhere to certain rules. There is no strong difference between talk shows that are made on television platforms and those that are made on Internet platforms. The only difference is that the shows that are on TV were filmed and prepared in advance. Some talk shows that go on a video hosting are held online and bring a good income and an increase in the audience.

The talk shows that are created on this platform are diverse. To date, the video hosting platforms contain talk shows that have moved from the television format to the Internet broadcasting format, and talk shows that are created by the video hosting platforms themselves.

DISTANCE LEARNING AS A MEANS OF STUDYING A FOREIGN LANGUAGE

Петрова А.А., гр. СЖ-119

Научный руководитель старший преподаватель Дубровина И.А.

Кафедра Иностранных языков

Global integration processes affecting all spheres of human activity pose new responsible tasks to the theory and methodology of teaching. At the level of a non-linguistic university, such a task is to train a specialist who speaks a foreign language as a means of communication to solve professional and social problems, as well as successful international cooperation. One of the means of solving this problem can be distance learning, which is designed to improve and develop traditional full-time and part-time forms, integrating the best that they have accumulated with the use of the capabilities of new information technologies in training.

The technology of distance learning of foreign languages, which includes a variety of methods of work, is not only a new form of education, but also "a new form of education that provides the possibility of rapid transmission of information of any volume and type over any distance; interactivity with the help of multimedia information specially created for these purposes.

Thus, distance learning in a foreign language (English) assumes the need for adaptation on the part of both the student and the remote teacher.

Distance learning technology, as an innovation, has a number of advantages.

First of all, there should be mentioned a large selection of programs and courses. Distance learning in English eliminates the need to choose the location of courses. The main selection criterion is the content of the course.

Secondly, remote learning makes it possible to remain flexible, because you do not need to rush to an English teacher at a certain hour, it gives you more opportunities for career growth and hobbies. Learning remotely allows the both sides of the process to appoint a convenient time of classes.

The third advantage is concerning the environment. Distance English courses imply a special learning environment that suits better to your needs, whether it is a private room, an educational institution or a cafe.

The student can develop their skills and get new information at their own pace. During face-to-face classes, strong trainees have to analyze those topics several times that other members of the group did not understand.

One more important advantage to be named is improving writing and communication skills. Thanks to the fact that any interaction on the Internet is built mainly with the help of letters, over time distant students manage to formulate their point of view with diverse vocabulary and correct grammar.

VOLUNTEERING AS A SOCIAL BASIS IN RUSSIA

Туголукова А.А., гр. СЖ-119

Научный руководитель старший преподаватель Дубровина И.А.

Кафедра Иностранных языков

One of the most useful and popular forms of social activity, which includes different traditional forms of aiding and assisting, fundraising, service providing, and other civil participating in socially useful affairs. The volunteers can be described as people who are eagerly ready to devote or share their time, resources, skills and professional abilities for the good of other people. The volunteers' organisations bring together people providing training, supporting, coordinating and managing.

Today volunteering is one of the most relevant areas in society. The development of volunteering in Russia has a long history. The church played a big role in the development of volunteering. It all started with the Mongolian wars when there was an intention to help people in need. The first volunteering movement in Russia - arose-missing sisters, who during the Russia-Turkish war, voluntarily went to the front to help wounded soldiers.

Volunteering is defined as a form of civic participation. Such activities are carried out voluntarily and for the benefit of people. Volunteers do not require remuneration and encouragement for their work.

Volunteering is very popular and developed in modern Russia. Every year new charitable foundations, volunteer movements and organizations are created. The most popular Russian charitable foundations are "Give a life", "Lifeline", "Vera", "Rusfond". "Rusfond" is one of the largest charitable foundations in Russia. Created in 1996 as a charity program of the Kommersant Publishing House. The mission of the fund is to help seriously ill children, to promote the introduction of high technologies. For 21 years, Rusfond has created a model of targeted journalistic fundraising. In total, over 11,858 billion rubles were collected in 1996, and more than 22,000 children received assistance. In 2018, 924,481,027 rubles were collected, 1,308 children received assistance.

Charitable assistance is not included in the organization's income tax if the funds received are used for their intended purpose.

Main problems of volunteering in Russia are distrust of society in this type of activity, lack of habit of civil initiative and social inactivity. According to sociological surveys, many people are simply afraid to try volunteering and to cope with the difficulties of responsibility to people in need.

Volunteering is a good way to learn more about social life, meet other people, develop social skills and support others. As they say, if you want to feel like a person, help another.

STUDENTS' PSYCHOLOGICAL BARRIERS IN LEARNING ENGLISH AND THE WAYS OF OVERCOMING THEM

Францева А.И., гр. СП-221

Научный руководитель старший преподаватель Дубровина И.А.

Кафедра Иностранных языков

Many people think that they are not able to succeed in studying foreign languages, it seems to them that absolutely everyone speaks and writes better than they do, but in fact, this is not the case. Possibly these people have psychological problems in learning it. There are several psychological "barriers" in learning a foreign language.

The first and most important thing is self-doubt. Erroneous thoughts that everyone can do better than me. Many people can speak a foreign language not quite correctly, but confidently, which makes it seem that they know English better. Self-confidence in terms of pronunciation can be developed.

The second barrier is the fear of making a mistake. Everyone constantly forgets that the main task in communication is to convey their thoughts.

The third barrier is the fear of public speaking or the fear of looking ridiculous. In fact, no one will condemn for ignorance, or even laugh, because you are just learning. Of course, everyone has a different level, but everyone once did not know it at all and faced the same problems.

All these problems are interconnected, but you can fight them, especially if you have a desire to learn another language. First of all, it is necessary to understand that it is necessary for yourself, and everything depends only on you. To begin with, you can train to talk to a small group of people to overcome the fear of public speaking. Constant practice is also important in language learning, and it is also important to hear native speakers. You can watch movies in English with subtitles to learn to understand the language, read articles or listen to audiobooks. All this helps not only to learn the language better, but also to improve your own pronunciation. In addition, many mistakenly believe that learning English is very expensive, because courses or a tutor are expensive. It is worth remembering that now there are many free lessons, webinars and websites where you can master at least basic knowledge of English. Now, when everyone

communicates in messengers, you can easily make an Internet friend who will communicate in the language you are learning and will always be able to help if there are difficulties. It must be remembered that even when difficulties arise, you cannot give up studying, because you need to pay attention to it every day. The most important thing is to find your own approach to learning English, so that it always brings comfort, and does not bring even more stress. The most important thing is to believe in yourself and that everything will work out.

A MILLION TASKS PER SECOND: HOW QUANTUM COMPUTERS WORK

Кузьмин К.В., гр. MBA-221

Научный руководитель старший преподаватель Соболева О.С.
Кафедра Иностранных языков

The development of quantum computers promises a breakthrough in a number of areas - chemistry, biology, transport and medicine. Quantum computers will be able to solve problems that even the most powerful supercomputers of today cannot handle. Such giants of the IT industry as IBM, Microsoft, Google and Intel are working on them.

Computers we are used to store information in binary code, and the smallest unit of information storage is a bit. Quantum computers operate fundamentally differently than classical ones. To solve any algorithmic problems, they use quantum bits - qubits.

Quantum computers for calculations use such properties of quantum systems as quantum superposition and quantum entanglement. The basic element that performs logical operations in a classical computer is a gate. For the operation of a quantum computer, quantum gates assembled from qubits are used. In addition, quantum computers cannot run standard software like Windows. They require their own operating system and applications.

The current level of technology development allows you to create a large number of qubits, the difficulty arises with the stability of such a system. To ensure its stability during calculations, it is required to protect the system from any background noise, for example, in the case of superconducting systems, cooling them to temperatures close to zero Kelvin (-273.1°C).

The principle of superposition, in which a basic unit of information can exist in more than one state at the same time, allows a quantum computer to store and process at the same time much more data than any other. A quantum computer is capable of processing huge amounts of financial, pharmaceutical or climate data to find optimal solutions to problems in these industries.

Finally, quantum computers are able to find new encryption methods and easily break even the most complex ciphers used to protect data in financial and legal systems.

ECOLOGY AND INDUSTRIAL DESIGN

Мельникова А.П., гр. ДИ-121

Научный руководитель старший преподаватель Соболева О.С.

Кафедра Иностранных языков

Ecological design is a type of activity that exists as a conscious or intuitive reaction to natural changes, manifested in subject and spatial creativity. The goal of ecological design is to stabilize the relationship between man and the environment.

It takes into account the following principles:

Using materials of good quality, beautiful and more environmentally friendly: from recycled glass tiles to paper waste wallpaper and reclaimed wood fixtures.

The maximum use of the potential of an already produced thing (reuse, recycle, upcycle).

Use of alternative energy sources in projects to save natural resources: solar panels, wind and water engines, geothermal energy and bioenergy (plant and animal waste is used as a renewable raw material).

Inclusion of local production. According to the European Commission website, almost a quarter of greenhouse gas (CO₂) emissions in Europe come from transport. The choice of materials that were made in the region, firstly, supports the development of local production, and secondly, it helps the environment - such a product does not need transportation on thousands of kilometers to the house.

Durability and timeless design. With the help of wise design decisions, it is significant not to let the product become obsolete in a year. However, the tastes and habits of the consumer can change over time, so the thing must be flexible, easily adapt to volatile needs.

Due to an ecological approach, consumption become conscious and the amount of waste significantly reduces. Caring for the environment and human health is about caring for well-being of humanity now and in the future.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Деликов Д.А., Конищев В.В., гр. МВА-221

Научный руководитель старший преподаватель Соболева О.С.

Кафедра Иностранных языков

Today there are many self-learning systems, which structure reminds our brain. These systems are commonly known as neural networks. They can perform various tasks: to communicate, to build routes, to draw images on demand. However, how do they look like from the inside?

Simplest model of neural network consist of three layers:

- 1) The first layer is the input data, the analogue of our sensory organs.
- 2) The second layer is the so-called hidden layer.
- 3) The third layer is the output data, the work result of AI algorithm.

Each layer contains at least one neuron, which is a computing unit that implements a certain mathematical function. The significant part of calculations occurs in the hidden layer, so essentially it is the "brain" of a neural network. By receiving input values, hidden layer neuron implements a function, for example sigmoid, which take values from zero to one. After that, the result is sent to the next neuron in the queue, and so on.

So, how does it work? Let us say we need to recognize a number that a person drew. Let the input signal be the set of all pixels of the image. The hidden layer will divide the image into certain zones that contain a specific curl or line. The next characteristic of a neuron is weight, which shows how important some certain patterns are for a given digit. The last parameter of a neuron is called bias, which represents the sensitivity to pattern fluctuations. For this kind of task, we will have 10 values as the output signal, which correspond to each of the digits. The larger the value - the more this digit resembles the drawn one to the AI.

AI is a powerful tool, it can find creative solutions to solve problems faster than humans or ordinary algorithms. AI is humanity's hope for further development when biological limit will be reached. Indeed, AI is just computing program. Nevertheless, we should not make thoughtless wishes; otherwise, it may wipe us out in order to plant more strawberry, as it was originated for.

WHY AI WILL NEVER REPLACE HUMANS

Миронова Т.А., гр. ЛТТ-122

Научный руководитель старший преподаватель Соболева О.С.

Кафедра Иностранных языков

Without a doubt, it is very obvious that AI can do several chores quicker and better than human beings. AI performs various everyday tasks with expertise

and almost all repetitive tasks can be automated. Employers are thinking about transferring hard work to a machine that will make life easier and more effective. Therefore, people fear losing their jobs and being replaced by a machine. But, can AI actually replace humans? The answer is simply, NO!

For example, one of the leading factors is lack of emotional intelligence. As a social animal, humans need emotional connection with each other. We achieve this connection through the chemical and biological interaction or hormones and emotions between ourselves. Furthermore, it is hard to digest that AI can show all expressions and read other people's emotions more favorably than a human being can do. Because of this AI can't be used for customer service. Good business owners understand the importance of appealing to the emotions of staff and clients. No matter how well AI machines are programmed to respond to humans, it is unlikely that humans will ever develop such a strong emotional connection with any of these machines.

We also should mention, that AI doesn't have any soft skills like teamwork, attention to detail, critical and creative thinking or effective communication. On the other hand, humans can think outside the box, source information from various means and generating solutions to complex problems with little or no available data. Since AI does not possess the ability to think out of the box and generate creative ideas for innovation, AI can't take over humans in the workspace.

Finally, there would be no artificial intelligence without human, that invented it. The term artificial intelligence means humans design it. Humans are writing the lines of code with which AI is developed. The data AI machines operate with are inputted by humans. And it is humans that use these machines, so AI isn't something you need to fear or worry about if you are a high skilled worker. Upskill, stay abreast with the latest trends in your field, and be innovative and creative. This way, you will be an asset no employer would risk losing.

ANGLICISMS IN FASHION

Мухортова М.Д., гр. ЛКО-121

Научный руководитель старший преподаватель Соболева О.С.

Кафедра Иностранных языков

“Plachu na tekhnо, ya plachu na tekhnо. Ty ne so mnoy, slezy l'yutsya na reyve” - with such simple words, the Cream Soda group received a good wave of popularity. Previously incomprehensible words are firmly established in our speech. And social networks completely destroyed the borders of countries and foreign languages. The world is moving forward and we cannot be left behind.

So, welcome to the modern Russian language full of anglicisms! English is an international language. With the development of the World Wide Web, the

popularity of English has only increased. Why do we use English words in Russian?

The main reason is the need to give a name to a new concept or thing for which there was no name in Russian yet. Simply put, instead of long explanations, we use one foreign word.

Today we use anglicisms in the field of social networks without even thinking about their origin. Fashion industry clothing designers offer a large number of accessories and fabrics called anglicisms. For example, a raincoat - a trench coat (trench-coat) or water proof (waterproof - waterproof raincoat), sneakers - sneakers, etc.

The names of trends and styles in fashion are also no exception: unisex (unisex - unification of men's and women's clothing); street wear (street wear - clothes for the streets); progressing urban wear (progressive urban wear - progressive urban clothing); military, etc.

We call a lot of items of clothing in English words. For example: jeans (from English jeans), from the Italian “gene” the word “jane” appeared in Old French and from there it passed into English. Cardigan (from the English cardigan) - a tight-fitting knitted woolen jacket.

It is convenient to use anglicisms, as they are shorter than their Russian equivalents. The younger generation can prove the importance of knowing English as they want to keep up with the times. Language is a tool that opens all the doors in life to its skilled user!

ERGONOMICS IN INDUSTRIAL DESIGN. ENVIRONMENTAL APPROACH

Овчинникова А.О., гр. ДИ-121

Научный руководитель старший преподаватель Соболева О.С.
Кафедра Иностранных языков

Designing for human behavior is a crucial aspect of industrial design. Ergonomics, color, and environmental design are all important factors that must be considered when creating products and spaces, so they suit users' needs and don't negatively influence the possibility of dangerous situations and accidents.

Ergonomics focuses on creating products that are as comfortable as possible for users, while also ensuring safety during interaction with the object. For example, the design of a chair must provide proper support to the spine and prevent back pain, and for that designers use a universal metric - Akerblom line, that defines the optimal height of the backrest. Similarly, the design of a tool must ensure that it can be used safely without causing injury or strain to the user, especially if it's a dangerous one.

Environmental design is another important aspect of designing for human behavior. Designers must take into account how people interact with spaces and objects within them. The Hermitage museum conducted a study on visitor behavior. The study found that visitors could be categorized into three types: the "Beetle," who moves through the halls along the shortest path; the "Ant," who is extremely mobile and attentive; and the "Bee," who selectively moves from masterpiece to masterpiece. To create an environment that fits all visitors' needs, designers must make it possible for every type of visitor to get the fullest possible impression. The museum space should be designed with a clearly articulated path all the way through, with bright accents expressively distributed in the exposition space, and sufficiently dense and saturated with information.

In conclusion, industrial designers must create products and spaces that are comfortable, safe, and easy to use for people, with ergonomics, color, and environmental design all playing important roles in achieving this goal. Taking the way humans interact with objects and environment, as well as the fact that the way our behavior can be controlled by symbols, color and shape into account is a crucial part of being an industrial designer, or any kind of designer at all.

MATERIAL SCIENCE IN INDUSTRIAL DESIGN

Пак А.А., гр. ДИ-121

Научный руководитель старший преподаватель Соболева О.С.

Кафедра Иностранных языков

The role of materials in industrial design cannot be overstated, as materials provide the foundation for product functionality and aesthetics. Material science plays a critical role in industrial design, as it deals with the study of the properties, behavior, and use of materials, including metals, ceramics, polymers, and composites.

A product has a chance of success only if it competently combines both technical and aesthetic aspects. In attention, there must be a balance between the beauty and usability, which characterizes a good design with its personality.

Let's consider an example: a pen from the stationery shop costs \$10, while a handmade pen made of gold costs \$1,000. Does this mean that an inexpensive pen writes much worse than an expensive one? Hardly. However, there are people who buy expensive pens, but why? There are three aspects: a product has a cost - it is the cost of its production and marketing, the price - amount for which it is offered to be purchased and the value - a measure of what it is worth, according to the consumer. So what determines the value? To find the answer to this question, let's turn to the the pyramid of user needs. Functionality is at the heart of the pyramid. The item must work properly and be safe. But functionality alone is not enough. The product must be easy to understand and operate. Usability,

which is responsible for this, is in the middle of the pyramid. The third, completing the pyramid of needs - satisfaction, is responsible for whether a particular thing has improved the life of its owner.

The value of a product is the degree to which it meets the requirements of the consumer according to all three criteria - functionality, usability and satisfaction.

It is worth noting that our attitude to a particular product is also determined by what material it is made of. The reason for this is our five senses, which allow us to subtly feel the difference between different things. Usability depends on choosing the right material for a certain application. Besides, different matters have different properties that make them more or less suitable for other applications. It means that industrial designer will not create durable and functional product without clear understanding how material science works.

In conclusion, material science is a critical component of industrial design. Nowadays, customers are looking for things that they buy more than just functionality. The product must correspond to a certain image, contain an idea, determine the values that the consumer aspires to. One Japanese manufacturer goes so far as to say: "Desire replaces need as the engine of design".

MODERN FASHION

Поляков М.Д., гр. ЛКО-122

Научный руководитель старший преподаватель Соболева О.С.

Кафедра Иностранных языков

It's hard to understand what modern fashion is right now. What is modern fashion? Is it modern fashion? Or could it be the creation of clothes from biodegradable materials, or maybe it's just the recycling of materials by creating new clothes? Creating Astroboy boots? Fashion is not only clothes, shoes and accessories. It's art, paintings, creativity, and even society. Because society and people create fashion, trends, trends. Did Cristobal Balenciaga think that ugliness would be in the DNA of his brand? Never. Designers (creative directors) of fashion houses create trends, dictate their rules, create vectors of development for the brand and determine its success, do what they think is right and necessary.

Modern fashion is about meanings, ideas, the study of materials for the theme of the collection, the study of texts to combine everything into a whole, to create a whole puzzle. When presenting a collection, the creative directors of fashion houses don't just show beautiful or ugly clothes, underneath it there are meanings that the designers wanted to show and present to people through the clothes. Meanings created on the basis of certain themes that they care about or that inspired them.

Modern fashion is about thoughts, feelings, experiences. On the other hand, contemporary fashion, it's a capsule with pictures from Pinterest, it's a little bit remade things, just by adding a dot or changing a detail, the author passes it off as his "creation". It's sad. It's not a reinterpretation of clothes and meanings, it's the copied and stolen creativity of another person.

Modern fashion is diverse, funny, ugly and beautiful, everyone chooses what he likes, how he feels in the clothes of one brand or another, the author.

Modern fashion is the face of society and the people who live now.

THE INFLUENCE OF COLOR ON A PERSON

Торшина М.А., гр. ДИ-121

Научный руководитель старший преподаватель Соболева О.С.

Кафедра Иностранных языков

The influence of the color spectrum affects a person, his psyche. The color scheme is able to regulate mood and affect appetite. Also, color preferences can tell about the character and qualities of a person.

Kazimir Malevich proved that color has an energetic effect on the mental, physical, and emotional state of a person. The artist conducted experiments to reveal how colors affect a person.

In general, the influence of color began to be studied only at the beginning of the twentieth century, when methods of studying the central nervous system appeared within the framework of such a science as psychology.

For example, the halls of fashionable restaurants, as a rule, are decorated in peaceful colors, encouraging visitors to relax and spend more time. But in fast food establishments, it's more profi for people to quickly create an order, quickly eat their quick food and also quickly go home. That's why the color design in such places is shining and catchy, not conducive to a long and pleasant pastime.

It's the same with the design of stores, packages, etc., as a rule, we go to a store that's more brightly decorated, and we purchase products that are placed in a favorably decorated box faster.

The influence of color is used in color therapy. The color spectrum is used to influence the physical, psychological, and sensory state of a person. Stimuli created by color affect the energy of the individual. For example, color can affect appetite, blood pressure, even a runny nose. monotonous filling of a place affects a person depressingly, and the use of contrast can lead to nervous disorders.

Summing up, color is a really significant element in our life. People have studied it and will continue to study it, number matter what the purpose behind it is commerce, medicine or psychology. And we, as before, will it to express our feelings in bouquets, delight our loved ones with our outfits and, of course, consolation and coziness in our homes.

DESIGN THINKING

Ферзен А., гр. ЛКО-122

Научный руководитель старший преподаватель Соболева О.С.
Кафедра Иностранных языков

A successful innovation process must deliver three things: better solutions, low risk and change costs. To achieve such results, design thinking tactics were developed – an approach for creative problem solving that allows you to go beyond the usual.

Design thinking is gaining popularity not only among designers and creative people, but also in areas such as business, career, education, and even everyday life.

The design thinking process consists of six phases: Immersion or empathy; Focus and wording of the main question; Idea generation; Choice of ideas; Prototyping; Testing and improving ideas.

The stages of design thinking are presented as linear steps, but in practice the process is not always linear. The process can start at any stage of the chain, some steps can be repeated, combined or follow in a different order. The charm of the design thinking method lies in its extreme flexibility and the ability to perform several tasks in parallel, which are traditionally perceived as exclusively sequential.

In order to bring design thinking, it is necessary to focus on two important points: the team and the space. A team of experts in key areas should be gathered in one room with the possibility of a constant daily exchange of ideas, and the space should give the participants in the process all the necessary working tools.

It must be remembered that the design thinking process, like any process, requires a lot of mistakes, iterations and rework, as well as constant contact with users. The constant activity of all team members is important, regardless of what position or professional role they occupy in the team.

If you have collected all the necessary attributes: team, space, tools, and also follow all phases of the process, then in the end you will be able to come from a clean slate to a new, innovative solution.

ROMANTICISM THROUGH THE AGES

Подлипалина В.А., гр. ДЭ-121

Научный руководитель старший преподаватель Мишина Е.Ю.

Кафедра Иностранных языков

This theme is designed to show the importance and versatility of such a style as romanticism. For a detailed study, a women's dress was taken, on which you can track the influence of fashion and time.

Why exactly romanticism? I would like to start with a quote from Erich Maria Remarque "In our business age, you need to be able to be a romantic, this is the whole trick. Contrasts are attractive."

In the tough and dynamic 20th century, romance was somewhat forgotten. In many ways, wars have left their mark on costume preferences. The role of women, her position in society has also changed significantly. Therefore, the romantic style lost ground and for a long time there were completely different trends, some of which were very aggressive.

The return of romantic style to women's costume is often associated with the name of Lady Dee (Diana Spencer). It was she who contributed to the change of aggressive outfits to delicate, elegant "toilets".

Alessandro Michele, the creative director behind the Gucci style. Romantic outfits in his collections are quite recognizable romantic dresses and blouses, light, with bows and frills - and they are beautifully tailored. But you need to wear them a little sideways, while overloading the image with accessories as much as possible.

Just as freely, romantic style is combined with ethnicity and grunge - and this combination became classic not even during the heyday of the hippie movement, but around the time of Marie Antoinette, because of desire to reduce the pathos of an aristocratic frankly rich costume that the romantic style began.

Another very important part of the romantic style is the gothic style. It is not that it is free from the sweetness of pure romance, but it clearly complicates it. And the Gothic style, in contrast to the pure romantic, offers us the memory of happiness.

The minimalist version of the romantic style in modern fashion generally looks extremely attractive. It is the most versatile, it does not require additional efforts in the correct styling of your own image, it is self-sufficient.

MUSIC AND ITS INFLUENCE ON PEOPLE

Самодулова М.М., гр. МИ-122

Научный руководитель старший преподаватель Мишина Е.Ю.

Кафедра Иностранных языков

In ancient times people have noticed that sounds seriously affect our brain. Throughout the centuries scientists learned how to use this information to cure physical and mental diseases.

Human brain has special structure so different part of it reacts variously when influenced by music. In result of experiment where people have listened to many genres and participants of the experiment experienced functional changes in their dopamine receptors, which improved their mood while listening to certain genre.

When studying brain activity with a tomograph during listening to baroque, the researchers noticed that peak brain activity occurs in the brief moments of silence between musical sections. It is explained by a certain degree of unpredictability of baroque music: the listener subconsciously makes predictions and analyzes possible melodic combinations in the next piece of music.

Music is “a language of emotions”. The perception of sound is the reading of a pattern of audible information. Since young age sounds and music form our mental health by causing different emotions from various keys and notes. Every person is unique and if one gets sad the brain of the other can release the feel-good hormone. But basically there are some rules how music influences the brain and the emotions.

Does musical genre matter? Considering the rhythm, presence of lyrics, the key of a song the conclusion is obvious. According to experiments it was proven that music affects a person and his character. Blues brings either creativity and arrogance, jazz – affability, indie - propensity to overthink, pop – indiscretion and hyperactivity, country people mostly tend to be laborious and communicable.

The lyrics meant to play the same significant role. Some people have a tendency to adopt other’s emotions and feelings, to find something in common with texts of songwriters and it is not a bad thing to do but sometimes it can have a serious impact on their mental health including such thing as overthinking.

Not to mention the fact that music positively impacts our physical health. Music therapy improves blood circulation, lowers blood pressure. In fact, only too loud music can make harm by causing headaches and depressive songs can even aggravate the situation.

WEB-DESIGN

Хохлова В.Б., гр. МИД-121

Научный руководитель старший преподаватель Мишина Е.Ю.

Кафедра Иностранных языков

In the modern information world people's lives are directly connected with electronic devices. We interact with phones and computers a huge part of time where we use various sites. The screen of such devices is our visibility zone, and naturally people want to see pleasant and attractive sites in front of them.

The appearance of websites is handled by a web designer. This person creates the beauty and usability of various components of the site. A good and effective site can not only evoke positive emotions in the user, but also encourage them to buy the appropriate product or arrange a service, depending on the theme of the site.

A web designer doesn't just create the front end, he also makes the site effective through a deep understanding of web technologies and trends. This person is also a psychologist who can control the user's attention, direct it to the necessary objects.

To achieve this goal, the designer must take into account many nuances, without which the site cannot be called complete. And the first step is to create the overall composition of the site.

The next step is carefully designing your site's color palette. Each color evokes certain associations and sensations in a person. When choosing a primary color, it's important to consider and build on the site's theme, as well as avoiding the colors chosen by your competitors.

You can improve the quality of your site by using animation and smart navigation. Not a single modern site can do without such techniques now, these are very important components that attract site visitors or customers.

Website design is a creative and interesting and at the same time painstaking work that requires perseverance and concentration. The specialist must be fluent in HTML, CSS and JavaScript tools that are used to create websites, as well as be able to use graphic editors.

So, web designers are people who make the world better and more beautiful. And I am glad that in the future I will also be able to make my contribution and vision to this environment.

MODERN PRINCIPALS OF USING BIONICS IN ENVIRONMENT DESIGN

Тоскина В.И., гр. ДС-122

Научный руководитель старший преподаватель Мишина Е.Ю.
Кафедра Иностранных языков

Bionics is a style in architecture and design, which consists in the close connection of nature and new scientific and technical achievements. Urbanization, rapid development of the construction market of materials and technologies gave birth to a new unusual style.

The first attempts to use natural forms in construction were made by the Spanish architect Antonio Gaudi in the 19th century. Customer Eusebio Guell has long dreamed of "a practical natural house with beautiful shapes." Architect squeezed into a narrow space (18 by 22 meters) a mansion resembling both a mosque and a Venetian palazzo with a spacious basement, a carriage yard and a stable.

The term "bionic architecture" was heard from the "father of skyscrapers", architect Louis Henry Sullivan, in the 1890s. He created his own philosophy: the function of each part of the building should be expressed in it so clearly that the whole building can be easily read through this part. So, the same in nature – a leaf with streaks looks like a tree.

Characteristic features of bionics have a number of moments. First of all, there is no usual zoning. One room or zone "flows" into another. Furthermore, some structures in the form of honeycomb, bubbles are often used for partitions, furniture and décor. Often, this is used with vertical, horizontal, shape and color rhythm. In addition, there are usually used a light gamma of colors (natural shades). When it comes to the materials, it is important to use technological resources such as smart glass, mdf panels, flexible stone, wood composite, liquid wallpaper. Also, use of wood, metal, leather, ceramics and mirror or glossy surfaces is inherent in style. Textiles should be appropriate to the style. There are no curtains, but blinds can be used. The question of lighting is quite simple. A large amount of light is used to emphasize the volume and shape.

The relevance of bionics remains to this day. This style is ergonomic and convenient for environmental space projects, as a person approaches familiar natural forms.

BRANDING TERRITORY WITH THE AID OF DESIGN

Тимергалиева К.А., гр. МИ-322

Научный руководитель старший преподаватель Мишина Е.Ю.

Кафедра Иностранных языков

Branding territory with the aid of design. What does this offer mean? This is a pack of requirements and recommendations, with which people can form a stylistically unified urban environment or other physical space.

Design-code – an explanation from the watchfulness people. It is the way how they can place and design advertising structures, kiosks, road signs, street furniture, windows, air conditioners, lighting and other urban tools. At the same time, the design-code can apply to the elements of the improvement, the used materials, the types of coatings, and even the architectural appearance of the designed buildings.

The main objective of such a document is to give general rules, recommendations and facilitate understanding between all those who influence the appearance of the locality. These are entrepreneurs, architects and developers. The design-code helps to transform the urban environment by defining a holistic picture of the urban space. If the individuals who create the branding of their territory do not follow the design-code, then fines will be imposed on them.

Each city needs its own design-code. It must take into city of identity, culture and ethnic characteristics.

In Russia, one of the first significant design-codes in 2013 was created by Artemy Lebedev Studio for Moscow. Design-code by Lebedev Studio included an architectural and artistic concept for placing advertising and information structures for 11 streets of the historical center of the capital. Modernism, skyscrapers with media facades, bright and modern banners with flashy slogans can be seen in the business spaces of the city. Subsequently, their own design-codes appeared in Chelyabinsk, Voronezh, Nizhny Novgorod, Kaliningrad, Ivanovo, Saratov, Belgorod, Krasnodar, Pskov, Kursk, the historical part of Sergiev Posad.

The need for design-codes has become obvious as ergonomic and beautiful public spaces have grown in popularity.

TRENDS IN COMMERCIAL DESIGN. CREATING A LOGO

Пчелина Е.Д., гр. МИ-322

Научный руководитель старший преподаватель Мишина Е.Ю.

Кафедра Иностранных языков

Creating a logo is one of the crucial aspects of developing a company's image, therefore to create an unique and catchy logo a designer should do extensive research. In most cases, this research includes the analysis of the company's performance, target audience, and the actual state and trends of the market. At the development stage it is highly important to analyze how prospective clients would react to the new logotype.

No need to say, the logo helps to identify the brand, so, first of all, it should be unique. Otherwise, it could be confused with the logos of other companies. Due to this fact the designer's task is to create the logo that would accurately represent the company's policy.

At least one more important aspect is the level of customer's trust, the logo perfectly increases it. Precisely speaking, the logo is the quality identifier.

There are some basic rules that improve the level of perception of the logotype: the simpler the logo, the easier it is to recognize, the logo should be fully adapted (just like a website), which means it should look discernible both on a phone screen and on a giant billboard.

In 2023 designers are back to retro style tips, such as bright neon colors or the famous Y2K style, also Liquid Metal fonts are back to life. They are inspired by the shiny Y2K style which was extremely popular back in the 1990s and early 2000s. Curiously, Art Deco is again trending. Designers go back to the XX century to get the best inspiration and start new fancy projects.

Some of the most famous and fascinating trends: The color red has become as widespread as black.

The flawed design is coming to fashion. Nowadays people are trying to find true value and beauty in imperfections. Designers intentionally create defective logos to capture the attention of the prospective customers.

Logo mascots are still in fashion. They represent a company and tell its story. Mascots could be drawn in very different ways from an elaborate picture to a simple sketch.

There are several tricks that make logo more dynamic, for example, creating 3D images or building an interesting background.

Experiments with fonts (for example, using different fonts in one logo) give the touch of something new and fresh to a company image.

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE MOSCOW METRO

Эльгудина М.М., гр. ЭГ-121

Научный руководитель старший преподаватель Мишина Е.Ю.

Кафедра Иностранных языков

Passenger transport is an integral and most important component of every major city which ensures mobility of the population and socio-economic development of the country. Public transport reduces the dense flow of people on the streets of megacities, allowing them to get to the right place faster and save time on the road. The Moscow Metro is the most efficient type of urban passenger transport, whose services are used by about 9 million people every day. This article discusses innovative technologies of the Moscow metro.

One of the main aspects of passenger comfort and safety is the modernization and renewal of the rolling stock. In 2022, "Moscow-2022" trains appeared in the Moscow Metro, the design and construction of which have been thoroughly refined. For example, the width of doors was increased to make boarding more comfortable. Also the width of passages between cars increased. The new train has more jacks for charging gadgets. Another important change is interactive navigation and displays for more information for passengers. Now it shows not only the stations that the passenger can transfer to, but also in which car he or she is. The undoubted achievement of the Moscow Metro is the Great Circle Line, which includes 31 stations. Thanks to this metro ring there are dozens of shorter and more convenient routes. In addition to the Great Circle Line, Moscow metro in 2023 will also open 5 new metro stations in Pychtino, Vnukovo, on Dmitrovskoye Shosse, in Lianozovo and Severny district. The city will become much more accessible to 500,000 citizens, residents of the Moscow region and millions of passengers at Vnukovo Airport. An important innovation for the Moscow Metro was the contactless fare payment service with face recognition (Face Pay). This system works at all Moscow metro stations. The Troika virtual card has also become one of the most popular innovations in the Moscow Metro.

Thus, thanks to the development of the subway every year our city of Moscow will become more convenient and closer to millions of people.

THE ROLE OF ENGLISH IN THE DEVELOPMENT OF MULTIMEDIA APPS

Архипова М.Д., гр. МИД-121

Научный руководитель старший преподаватель Мишина Е.Ю.
Кафедра Иностранных языков

Nowadays understanding of English (at least at a basic level) becomes a necessity for a specialist in any field, the IT field is no exception.

The vast majority of programming languages are based in English. The same words are often found in different programming languages (for example, for, while, do while - cycles that are in every programming language and are called the same everywhere). So knowing such keywords will help you quickly understand a new language for a programmer.

The interfaces of all IDEs (Integrated Development Environments) used by developers of multimedia applications are in English by default, and not every IDE has a Russian-language counterpart, but even if it has, it sometimes differs a lot from the original. Therefore, programmers with basic English can navigate the IDE faster, which contributes to faster and more efficient development of multimedia applications.

Almost all technical documentation for all programming languages is written in English, therefore, in order to always have up-to-date information on a particular programming language, it is necessary to understand English at a basic level and know key words.

In addition to official documentation, there are also various IT forums, however, even there, most often experienced programmers share their ideas and tips on writing code using English words.

Opportunity to work with customers and companies from anywhere in the world. It is not necessary to limit yourself to Russian-speaking clients if you are fluent in English. In addition, even if you are developing a multimedia application for the Russian market, they may be interested in it abroad.

So knowledge of the English language has a very important role in the development of multimedia applications, and no matter how developers try to do without it, they will not succeed.

PRESENTATION MATERIALS AND THEIR INFLUENCE ON OUR PERCEPTION

Крышевич В.В., гр. ДС-122

Научный руководитель старший преподаватель Мишина Е.Ю.
Кафедра Иностранных языков

In the age of information technology development, design has a special place in almost every sphere. Science is not an exception. All kinds of conferences of various directions are trying to make themselves known not only with an interesting form of participation, unusual topic or status, but also, of course, with the design of their presentation materials - certificates, logos and diplomas.

The relevance of the chosen topic is caused by the question of how the presentation materials should look like and what associations should be evoked by future participants.

Consider the International Scientific and Practical Conference "Fundamental and Applied Science: Topical Issues of Theory and Practice". This event is a great example of a well-designed brand book. It has its own style that contains materials, diplomas, certificates and programs. There are many sections that students and teachers can participate in, so the cover looks as neutral as possible but at the same time recognizable and visually pleasing. The blue color emphasizes the status of this event.

It is also worth considering the presentation materials of the University Scientific Conference "Young Scientists for the Innovative Development of Society" (MIR). This conference has been held for 75 years, but design has only recently begun to appear. I managed to interview students about their ideas about the MIR-2024 brand book. Almost half of the voters turned out to be representatives of the humanitarian profile, but there were also respondents from all other faculties. Those who voted most strongly associate with the conference round and bionic shapes. As expected, the majority of votes were given to white, blue and green. Among the distinguishing features, the respondents identified unusual gradients, accent color spots and some element that unites all areas of the conference.

Finally I can conclude that presentation materials should combine both recognition and association, as well as elements that distinguish them from others.

THE STRUCTURE OF PUBLIC SPEAKING

Даньярова А.Ж., гр. ЭГ-121

Научный руководитель старший преподаватель Мишина Е.Ю.

Кафедра Иностранных языков

Public speech is one of the most important components of public speaking. It is usually required by speakers for competent and correct influence on the listener or viewer, that is, for the suggestion of any information.

In the structure of a public speech, it is necessary to distinguish three main parts: the introduction, the main part of the speech, which is a presentation of the main material on the topic, and the conclusion.

This three-part structure of oral and written speech has been formed for a very long time. At its origins we find the names of such outstanding orators as Demosthenes, Cicero, the greatest representatives of the oratory art of antiquity and subsequent eras. It is necessary to pay attention to its own separate structure of each of the parts, since they have their own internal organization.

An introduction is required in every speech. This is dictated by the need to start somewhere, to attract the attention of listeners, to establish contact with the audience. The own structure of the introduction may include such elements as an introductory remark, the formulation of a specific purpose of the speech for the audience, an overview of the main issues of the topic of the speech, etc.

The main part of any speech should be related to the presentation of the main content of the topic, its analysis, justification of the propositions put forward in this case, theses. The plan of the main part of the introduction is usually reduced to 3-4 main sections, which are related to the main issues for the disclosure of the topic.

Without a conclusion any performance is perceived as something unfinished, chopped off. The conclusion is mandatory and should be planned, as well as the introduction, in advance. Its main purpose is to help comprehend what has been heard. This is achieved by highlighting the idea, the core of the speech, the necessary final generalization of the material, the formulation of theoretical and practical conclusions. The conclusion should consolidate and strengthen the impression of the above, set tasks for the listeners, cause them to be predisposed to certain actions.

INNOVATIONS IN FILM INDUSTRY

Ястребова К.А., гр. ЭГ-121

Научный руководитель старший преподаватель Мишина Е.Ю.
Кафедра Иностранных языков

More than one century passed since the first movie was shown in Paris on December 28, 1895. During this time, film studios were created all over the world and universities were founded to teach this activity. So in the first decade of its existence, cinema turned from something unknown into one of the most beloved parts of the entertainment industry among people.

Cinema would not be recognized in the world if the technology of its creation were not constantly improved. From a black-and-white film that lasted less than a few minutes, without sound and shot on a still camera with film, cinema evolved into a high-quality color picture that can be color-corrected to evoke certain emotions in the audience, into high-quality sound and into an infinite amount of material shot on digital cameras. All this became possible thanks to various inventions of both shooting techniques and programs for retouching and animation.

The invention of a lightweight version of the usual stabilizer for the camera greatly simplified the work of operators, and thanks to its lower price the technique became accessible to novice film makers. Animation programs now allow not only to make the picture more pleasing to the viewer's eye, but also to rejuvenate and even resurrect the actors.

An indispensable part of cinema is the process of its consumption. A lot changed since the Lumiere brothers and the first cinema sessions. Now we are not surprised by the quality of the picture on the big screen of the cinema hall, using special 3D glasses for full immersion in the story that the director wants to tell us, and even 5D cinema, where the seats are located on a dynamic platform that repeats the movements of the camera in the film to 100% immerse yourself in what is happening on the screen. All this did not happen literally 30 years ago.

There were no streaming platforms for watching movie masterpieces from any device in any corner of the world. Since 2007, Netflix has been gaining popularity among the part of the population that preferred to sit at home in a family company and watch a movie on the TV screen. Since the beginning of the pandemic and the closure of cinemas, the platform has become literally the only way for the rest of the people to watch new movies. There is an opinion that soon platforms such as Netflix will be able to replace visiting the cinema at all. What awaits us next? We can only guess.

CHANGE IS A WAY TO KEEP BUSINESS AFLOAT

Атик С.У., гр. ЭМ-221

Научный руководитель доцент Журавлева О.С.

Кафедра Технологических машин и мехатронных систем

You may have heard the phrase «this is a dog's life». This phrase set in the 16th century, when dogs were supposed to keep track of the house and the surrounding community and protect them. The dogs' lives were short because they slept in the street and ate waste products. It was far from the life of the modern dogs we know and love. Today's dogs are pets. They are treated better than they were centuries ago and live longer. How we adjust to change is a different story altogether. Charles Darwin once said about humans this way: it is not the strongest of the species that survives, and not the smartest, but the one that is most susceptible to change.

I like to think of each individual person as a caterpillar in its cocoon, waiting to transform into a butterfly. Developing and changing is a part of life, without it the world would be boring. Sometimes changes are needed to make life more interesting and give us the boost we need to achieve goals. Changes can take you on a journey through life that takes you to other people you never thought you would meet.

Overcoming changes in resistance is often one of the biggest challenges for pioneers. Organizations change for a number of different reasons. It could be a crisis. When the goals and tasks of the organization are not being met this leads to a decrease in productivity. It could be appearance of a new technology or new opportunities. Reaction to internal and external pressure, mergers and acquisitions are also forcing companies to change. Sometimes changes are made for the sake of public recognition or planned abandonment of shrinking products, markets or subsidiaries.

The main elements that organizations can change are: mission, vision, strategy, technology, structure, culture, including management and leadership styles, values or beliefs. It is important to note that changes of one of these elements usually affect the other.

For example, the Japanese company «Fujifilm» is largely associated with cameras and related products. However, in recent decades, the company has embarked on a course of radical change, realizing that digital technology can greatly affect their traditional business. The accumulated knowledge was applied in unexpected industries - medicine and cosmetology. The company is also engaged in the production of printing equipment and robotic eye.

The importance of change must be remembered. Change must be constructive and reasonable to achieve advancement. The process of changing

must be able to be implemented in practice. So, thinking outside the box and being persistent are keys for success!

MOVIES CREATE OUR FUTURE

Истомина С.П., гр. СТВ-321

Научный руководитель доцент Журавлева О.С.

Кафедра Технологических машин и мехатронных систем

Television has been one of the main sources of information for a long time. It has a great impact on our lives. With the help of television people got an opportunity to have an easy access to get information about their past, present and, surprisingly, about their future.

Future has always attracted people's attention. Due to science-fiction films people were given a chance literally take a look into their future. With the television invention people got an opportunity to see the future with their own eyes. As a result, these technologies are being realized with great speed in our modern life. Science-fiction films inspire specialists from different fields to create new technologies and inventions. But what kinds of technologies from science-fiction films have already been realized?

One of the examples is a voice assistant which is an inseparable part of our everyday life. In the 1968 film «2001: A Space Odyssey» the HAL 9000 computer was presented. This computer had a voice communication with a human being and this film revealed how clever machines can be. Today we have such voice assistances like Alisa or Marusya that help us in our everyday life. We can use them to play music, call our family members (especially when you driving) and even start a vacuum cleaner.

In the 1960s in the family cartoon «The Jetson's» it was predicted that people would use different domestic appliances that would save their time and make their life much easier. Nowadays, robot vacuum-cleaner that can clean different surfaces without human intervention isn't some fantasy, it's a reality!

One of the vivid examples of future technologies is the cult movie by Robert Zemeckis «Back to the Future-2» 2. In this 1989 film a pair of self-lacing shoes were introduced. The world has looked forward to a future where self-lacing became a reality. In 2015 Nike presented the limited edition of the exact replicas of «smart» auto-lacing sneakers. Such sneakers allow sportsmen and some other people feel more comfortable and confident.

However, not all ideas from science-fiction should be realized in real life. Some of them can turn out to be ineffective as they were supposed to be unnecessary or even dangerous. That's why it is very important to think thoroughly every idea we want to realize before it comes true.

Not all of ideas from science-fiction films are realized. But, perhaps, in the future we will see more interesting and useful inventions that will become a reality. Some experts say that science-fiction films don't predict our future but rather help us to create it.

MODERN TECHNOLOGIES IN ARCHITECTURAL AND INDUSTRIAL DESIGN

Савостина П.М., гр. ДСа-121

Научный руководитель старший преподаватель Селезнева Л.Н.
Кафедра Иностранных языков

Architecture and design of industrial and post-industrial society are actively developing. They demonstrate not only modern trends, but also the progress of technology development, mechanisms and innovations in general.

An architect can no longer imagine working without such software as Grasshopper, Blueprints, 3ds max, AutoCAD, Robot Structural Analysis, ArchiCAD.

One of the first architectural masterpieces created with the help of modern computer technology is the famous Guggenheim Museum in Bilbao. This art object was designed by an American Frank Gehry, who for the first time applied digital techniques in architecture, taking them from the aerospace industry.

The next step that stimulated the development of biomorphic design at the beginning of the XXI century was the emergence of 3D-Print technology, which today allows you to create structures of unprecedented complexity on an ever-larger scale - we are already talking about "printing" houses and cars.

AR and VR is another area where modern architects enter. There are whole Metaverses where people spend time, interact, work. They also need an organization of space corresponding to the logic of these Metaverses – this requires new solutions from architects.

The concept of a smart city is another trend that modern architects must take into account. This is a huge effort to modernize cities with the help of IT tools, GIS technologies, artificial intelligence.

Industrial design also uses new technologies. An important tool for industrial designers is 3D design software. It greatly simplifies the creation of sketches and the refinement of concepts. Those designers who cooperate with manufacturers can also use the software to create prototypes and demonstrate them.

The principle of recycling is actively used, when industrial designers give things a new life. So, the Beirut Design Week 2017 was rich in interesting solutions in the field of ecology. A local designer presented a collection of biodegradable containers.

Thus, we are now at a stage where the digital revolution is accelerating in all areas, including architectural and industrial design. Aesthetics, functionality and ergonomics, environmental agenda, the use of advanced technologies – these are the principles of modern architectural and design thinking.

MUSIC MARKETING

Белугина В.В., гр. ЭС-121

Научный руководитель старший преподаватель Селезнева Л.Н.

Кафедра Иностранных языков

Music marketing is the use of strategic messages and advertising to connect musicians with their fans and tell new people about their careers and new music. Music marketing works on four main "fronts": the development of an artist and a product, which includes the development of an artist's career and the creation of music, promotion, as a result of which radio broadcasts and listening on streaming services should be obtained, public relations.

The goal of the promotion strategy on the streaming platform is to use as many channels as possible to host a music product. Services such as Yandex music and VK music are very popular thanks to successful marketing strategies. These platforms act as marketplaces for music products, are, in fact, the only place for its placement, and also largely determine the path of the consumer, psychological factors of interaction with the music product.

Another good marketing tool is music festivals. For example, VK Fest, whose main task is to transfer the music of the VK service to offline mode. The festival is a very good opportunity for performers to show their musical product on the big stage, and perhaps it will interest visitors, as people often search the Internet for the songs they like.

The music industry is interested in the production, distribution and sale of musical goods. Each performer, before starting his creative path, needs to decide whether to independently understand the promotion of his product and achieve success, or it is still worth resorting to the help of a producer. The choice of marketing tools and, accordingly, the fate of the artist in the creative industry depends on this decision.

One of the main and important tasks of the artist is the constant monitoring of the market and trends, as well as forecasting demand. You need to be able to analyze, and sometimes just feel what changes are coming, how certain trends will change. For example, if there is news about the release of a new big-budget movie or TV series, then you should try to write a soundtrack for it, and then try to contact the producer and offer him material. It is possible that the song will not become a soundtrack, but it will fit one of the episodes of the film. The Russian bands "City 312", "Marselle" and "Uma2rman" became famous just like that.

Thus, it is not enough now to be able to sing well or play a musical instrument so that the whole country will know about your work. In combination with your musical skills, there should also be marketing knowledge so that you can analyze the market and anticipate the needs of listeners.

ADDITIVE TECHNOLOGIES: ONCE FANTASY, REALITY TODAY

Родичева О.Н., гр. МИМИ-121

Научный руководитель старший преподаватель Селезнева Л.Н.

Кафедра Иностранных языков

The 3D printing technology is expected to revolutionize several industries including Aerospace, Robotics, Education, Healthcare, Defense and even Fashion. It may seem that additive technology is a new idea and appeared in a few recent decades. However 3D-print has more than 80 years of theoretical studies and over 40 years of practice.

Since 1940s ideas of 3D printing were featured in Science Fiction magazines. In 1945 American fiction writer Murray Leinster described concepts similar to 3D-print in his short story ‘Things Pass By’.

Multiple significant and prominent studies had been released during 1970s-1990s. In 1971 scientist Johannes F Gottwald published the first patent describing 3D printing with rapid prototyping and controlled on-demand manufacturing of patterns. Later, in 1974, David E. H. Jones laid out the concept of 3D printing in the journal New Scientist. More than a decade later, in 1988 S. Scott Crump developed the technology of Fused Deposition Modeling (FDM). This technology, which is still used in most consumer-oriented models of 3D-printers to date, was first marketed in 1992 by company Stratasys and cost 300000\$ at the time (>1000000\$ in 2023 dollars). Second popular technology Selective Laser Melting (SLM) was created in 1995 by the Fraunhofer Society. This method is based on powder bed process employing standard and custom inkjet print heads, developed at Massachusetts Institute of Technology by Emanuel Sachs in 1993. Initially, the term 3D printing referred to this very technology.

In the XXI century additive technologies are improving rapidly. As 3D printers became more accessible to consumers, online social platforms have been developed to support the community. This includes websites that allow users to access various information on 3D modeling, structure of 3D printer, etc.

As already mentioned, 3D-print is able to drastically change many spheres of our lives in a couple of years as new ways to apply technology get implemented every year. In the president's message to the Federal Assembly 2023 he called on scientists to ensure the technological sovereignty of Russia. Being an important part of domestic technology, 3D printing is used in Construction, Product Design and Manufacturing, Medical Industries, Electronics and has potential usage in

many more areas. For example, in 2022 scientists of Tomsk State University developed 3D-printer that is able to work in zero gravity. This printer has been already sent to International Space Station.

Additive technologies have made a long journey from a futuristic fantasy to a life-changing technology and an affordable hobby of modern people. 3D-print helps our world become a more convenient and eco-friendly place.

VIRTUAL AND AUGMENTED REALITY IN MODERN DESIGN

Асютина М.А., гр. ДСа-121

Научный руководитель старший преподаватель Селезнева Л.Н.

Кафедра Иностранных языков

Virtual and augmented reality technologies have recently come in many areas of our lives. They were originally invented for video games. However, now they have entered such areas as medicine, education, military industry, advertising and, of course, design. The purpose of this work is to study how VR technologies are used in design at the present time and what development they can receive in the future.

Virtual and augmented reality technologies help the designer demonstrate the designed solutions to the customer most clearly. Each person has a different degree of spatial thinking. Therefore, it is impossible to predict that the customer will be able to understand designer's idea.

When a designer uses VR technologies, there will not be a strong difference between expectation and reality. The result is more likely to coincide with the project. Therefore, the client will be sure that by investing money in the project, he will not be disappointed later.

The spread of AR technologies has been greatly influenced by the pandemic. Due to the inability to buy things in a real store, brands compensate this disadvantage by introducing online fitting tools.

VR technologies have been widely used in the architecture and design of the subject-spatial environment. First of all, they are used for concept presentations. VR makes a strong impression due to the novelty of this method of presentation. An important part of any project is its implementation. The final result will be better if the builders also imagine what should happen in the end.

The emergence and development of VR has set the vector of development for new professions. One of them will be a designer of virtual worlds - a specialist who develops fictional spaces. This profession is already becoming popular in the gaming field. Another application of the virtual worlds designer profession is the creation of simulators.

In conclusion, it is important to say that now VR and AR technologies in design are used mainly for effective presentation, simplification of

communication between the customer and the designer. However, one can suppose that in the future these technologies will become more popular.

GAME MECHANICS TRAINING

Шостак С.В., Рогачев Н.С.

Научный руководитель старший преподаватель Селезнева Л.Н.
Кафедра Иностранных языков

Training players in game mechanics is one of the main components of the game. Very often, training falls to the last stages of development. It is then, most likely, that training can turn out to be quite annoying, which you want to constantly skip.

Players don't like being taught. Reading about mechanics for the player is a pause that pulls him out of the gameplay. One of the easiest and most annoying methods to teach a player is live hints. They are too easy to use. This method is very annoying for the player, because it disconnects from the world where he is, disconnects the game from the flow of the game.

The method of communication through the environment gives the designer the opportunity to tell the player something important, for example: tell the mechanics of the game, identify a threat, explain actions in various situations, and much more.

The guide character method helps in teaching the mechanics of the game. This character performs actions that must be repeated by the user to continue the game.

Level-designer may compose separate choreographed tasks to explain the rules of the game to the player. As a rule, they do not take much time for the player, as for the designer, who needs to take a lot of time to communicate with the user.

Scripted scenes allow the designer to explain any rules or options to the player. Any such scene should carry a certain function, convey information.

It is worth surprising the player. Tasks in front of the player must constantly evolve so that the gameplay does not cause boredom.

Everything that the player has learned should always be available. It should be possible to brush up on what the player has learned. It is worth adding tabs to the menu where a person can remember some mechanics. But you should always keep the flow so that the player does not forget about the existence of any mechanics.

INNOVATIONS IN TV INDUSTRY

Карпова С.И., гр. СТВ-122

Научный руководитель старший преподаватель Селезнева Л.Н.

Кафедра Иностранных языков

Television is a complex of devices used to transfer visual and audio information through distance. It has already been with humanity for almost 100 years. Since its invention in, 1934 television has gone through lots of changes, one of those is the transition from monochrome to color television, also the new ways to deliver information have been found. There are 4 different types of TV-broadcasting. The signal can be delivered by over-the-air aerial systems, cable television, satellite television systems and streaming television.

It is important to understand what streaming television is. Streaming television is the digital distribution of television content delivered over the Internet. The thing that once seemed to be impossible now takes on cosmic proportions. The users of on-line TV are able to watch almost everything, everywhere and whenever they want to. It is possible to watch TV programs live and in recording on the web-sites of TV channels or in the special apps. Some of the apps contains address base of thousands of channels from all over the world (that's more than in any satellite system).

Many people confuse streaming television with smart TV, but they are, actually, two different things. It is already clear what streaming television is, so smart TV is next to discuss. Smart TV is a special technology, which allows to expand the capabilities of the TV by connecting it to the Internet. Smart TV is practically a computer integrated in a television receiver. It allows users to stream music and videos, browse the Internet, and view photos. The first model of a Smart TV was certified in 2009 and since then it has been developing every new generation. These days, it is possible to control Smart TVs by voice. Smart TV's developers are now searching for new perspectives such as controlling a TV by using eyes. A smart TV will be able to determine a point on which the user looks and blinking will be used as a click.

Television has a lot of new perspectives of development. It has already gone beyond the usual and it is possible that soon the television will appear before us in a completely different way. Things that one day were unbelievable are now parts of our everyday lives, and that means that new horizons are waiting for us.

MANAGERIAL INNOVATIONS

Михайлова И.М., гр. ЭЭ-221

Научный руководитель доцент Николаева Е.В.

Кафедра Иностранных языков

Innovations play an important role in the modern world. The use of innovations opens opportunities, creates new possibilities for enterprises and makes them more competitive. Innovations are inherent to different spheres of activities. Depending on the place of application, innovations are divided into: product innovations, managerial innovations, technology innovations. New methods in management that contribute to a raise level of competitive of the company are managerial innovations.

Typically, managerial work includes: setting goals and laying out plans; motivating and aligning effort; coordinating and controlling activities; accumulating and allocating resources; acquiring and applying knowledge; building and nurturing relationships; identifying and developing talent; understanding and balancing the demands of outside constituencies. Structural-managerial innovations consist of two interconnected blocks: the use of new methods, forms and elements in management and desistance of the use of ineffective elements and methods in the management system.

Managerial innovations create long-lasting advantage when they meet one or more of three conditions: the innovation is based on a novel principle that challenges management orthodoxy; it is systemic, encompassing a range of processes and methods; and it is part of an ongoing program of invention, where progress compounds over time.

Managerial innovations are a universal tool that contributes to the modernization of management on different levels in different structures and organizations. An important feature of innovations is that they happen without any intermediate stage of the materialization of the innovation process. Therefore, the elaboration and implementation of innovations in the management system does not require a large capital, but at the same time, it is connected with a high level of stress, due to the fact that it affects to stability of the system and the interests of the people are not involved in it. Managerial innovations unlike other types of innovations as a rule do not require the use of technical resources. However, it is impossible to patent them despite that they are a market product and used by consulting firms, organizations, and business schools.

Therefore, it is possible to make a conclusion that managerial innovations are a special type of innovations, characterized by specific features, connected with the sphere of activity, lower material costs, but larger psychological stress during implementation.

VISUAL NARRATIVES IN VIRTUAL REALITY DESIGN: EXAMPLES AND PERSPECTIVES

Солнцева И.С., гр. ДГ-221

Научный руководитель доцент Николаева Е.В.

Кафедра Иностранных языков

The research is aimed at studying design features in the visual narrative of virtual reality. The study outlines some assumptions regarding the possibilities and prospects of VR storytelling in various industries and applications of VR visual narratives in different areas of human life. It considers the problems of creating a story in a virtual space, taking into account that VR space is fundamentally different from all other types of media resources.

A visual narrative is a type of story that is told primarily or entirely through visual media, such as photographs, illustrations, or video. There are no restrictions on the types of narratives that can be made in a visual manner – a visual narrative can be fiction or nonfiction of any genre.

The main peculiarity of visual storytelling in VR is that VR technologies allow the user to immerse themselves in the created world and get an inaccessible experience. The Pixar founder Ed Catmull warned years ago that VR is not about storytelling because VR is more about experiences and environments. The need to use three-dimensional space made it difficult to create linear narratives.

However, this gave rise to a new language for user interaction with history.

The features of dramaturgy in VR narratives are based on the challenges that users face while interacting with VR technologies.

The main problems related to visual storytelling are: 1) loss of control, 2) user identity problem, 3) timeline, 4) sensory overload and 5) motion sickness.

VR storytelling is evolving in many directions. In addition to the obvious applications of VR technologies in the entertainment industry (video games and interactive cinema) and the arts, VR narratives are already being used for journalism and the adaptation of people with mental disorders (psychological fears and post-traumatic stress disorder, autism). In addition, VR stories can allow the collection of data about human behavior in certain situations. However, the VR storytelling market is still quite small and suffers from a lack of content.

To sum up, the following conclusions can be made:

1. Visual narrative in virtual reality has a unique way of communicating with the user.

2. The design of visual storytelling in virtual reality directly depends on the problems that arise during the interaction of the user with the virtual world.

3. The perspectives of visual narrative due to the ability to recreate the immersive experience of living through events of any time and place go beyond the use of VR technologies only in the entertainment and art industries.

HEAD-SPINNING HEADLINES

Крапивенцева А.Д., гр. СЖ-221

Научный руководитель доцент Новикова Н.В.

Кафедра Иностранных языков

Today we clearly see how headlines form public opinion. Often the title is more valuable than the main body with different statistics, polls, pictures and other features. Undoubtedly, there are objective reasons for it. Headlines are often created by a special journalist and occupy the main position in the text. The impact of a title is not only the merit of journalists. We ourselves give power to headlines.

The first and simplistic reason for the power of headlines is our laziness. Nowadays we tend to blindly believe headlines. People seldom read the whole article, and fact check the information, which in their opinion is a waste of time and effort. It is related to repletion of media content. As a rule, we do not have enough time to analyze information properly. According to Reuter's research, most users are «focused on the minimal information conveyed through the platforms themselves, in headlines or visuals, or fell back on what they already knew of brands' reputations». Elon Musk has recently posted a false screenshot of a CNN program on his own network. Actually, it was created by satirical website and CNN's PR department approved it.

The second reason is our overconfidence. Users are accustomed to believe that they are knowledgeable about the article, even if they have only glanced at a headline or have not read it. Because sharing something automatically makes us competent in self-image. «Sharing signals expertise, and people frequently internalize their public behavior into their private self-concepts». In face-to-face interactions it is difficult to share information that you do not understand well. In the digital world, on the contrary, consumers can easily share messages that they did not generate, have not processed, and do not possess.

The third reason is clip thinking. It is a deeper and more complex problem, because it is a result of an «information overload». Alvin Toffler, an American economist and philosopher, believed that this information overload and the resulting disorientation would be the worst “disease of tomorrow”. Television, radio, apps, e-books, social media and the Internet are causing so much anxiety and stress which we cannot control. As a result our perception is changing and we cannot concentrate for a long time. That is why modern journalism is based on small forms, bright pictures and loud headlines that we are used to.

We firmly believe people should pay more attention to the ways they perceive information, otherwise they will remain easy targets to journalists. Try to find and analyze your own bad digital habits and typical behavior markers. Eventually, it will downgrade the negative head-spinning effect of headlines.

VERBAL MANIPULATION AS A MAIN TREND IN MODERN MASS MEDIA

Полякова А.А., гр. СЖ-221

Научный руководитель доцент Новикова Н.В.

Кафедра Иностранных языков

Mass media language is definitely one of the most interesting objects of research. One of the main modern mass media trends is the growing manipulateness in the press, the Internet and television.

Undoubtedly, mass media is one of the most important public institutions forming the views of our society. Mass media influences the behavior of people. Linguists have noticed that the level of aggressiveness in people's speech is very high. Speech aggression has become an effective tool for manipulating the minds of the audience. Verbal aggression in communication serves as a voluntary means, and acts as a tool of self-defense. Verbal aggression is connected to the social hierarchy. Also, it performs compensatory functions, replacing physical aggression.

Aggressive, provocative speech conveys a psychological state of the speaker for his or her listener causing the desired state of mind. Aggressive remarks retain the reader's or listener's attention, activate the audience. Verbal aggression can be considered an effective journalistic tool.

In the USA mass media, we can see the prevalence of the propaganda function over the informational function. It turns texts into ideologically oriented discourses. Donald Trump, for example, preferred to introduce the topic of COVID-19 in the context of the confrontation with China. In spring 2020, the "virus from China" turned into a "Chinese virus". By that time neutral names of the pandemic had already been used such as coronavirus infection. World Health Organization officials were warning against the expression "Chinese virus", because it meant "racial profiling". TV channels began to use the expression "Wuhan virus", accusing the Chinese leadership of not disclosing detailed information about the source of the pandemic. Later, the Chinese media began to actively promote the story of a virus leak from an American military laboratory. For the Chinese government, it was more a defense technique than an attack.

Another example of mass media manipulateness is how the Western media often inform their audience about events concerning Russia. Many newspaper articles expressed a neutral point of view about the fanatics who tortured children in Beslan calling them commandos, fighters and rebels, while there was a very negative evaluation of them in the Russian media: inhuman, fanatics, scum. The Trump administration and Republican mass media actively used terms such as "alien," "illegal alien" and "assimilation" referring to illegal

immigrants. These aliens were the main obstacle on the way to making America great.

ROBOTS: TODAY AND TOMORROW

Корытко М.Н., гр. МПИМ-119

Научный руководитель доцент Новикова Н.В.

Кафедра Иностранных языков

Robots are conquering the planet. They are used in all fields of life today. Robots are used to save human lives in dangerous situations like earthquakes or forest fires. Space explorations is also done by robots.

Robotic systems work in the field of security, and the Dubai robocops are just the beginning of this.

Robots can detect fire. Robots for military purposes mimic human impulses and habits. Today, defense enterprises are working on the creation of a new type of robotic systems. New lines of such combat robots have been developed.

Currently, Boston Dynamics has a lighter and more advanced four-legged robot Spot. Also, a similar robot was created by Ghost Robotics. By themselves, these robots are not combat, the maximum they are capable of is patrolling the streets and fixing violations. Therefore, in some police departments in the United States, they have already been accepted for service.

Robots are capable of tracking of objects that look suspicious for law enforcement agencies. Modern factories without robotic technology are unimaginable.

Robots perform many different operations. Performing surgical operations with the help of robots is no longer a plot from a science fiction work. Their use in the clinic has become not only possible, but also very promising.

The active robot is equipped with manipulators similar to the surgeon's hands, and actually drives the instruments itself. Currently, such systems are remotely controlled by a surgeon, and the robot's mechanical hands reproduce the movements of his hands and fingers, increasing accuracy, reducing fatigue and eliminating tremor.

Robots can significantly increase labor productivity. Robotic vacuum cleaner and the lawn mower are perfectly applicable in everyday life. Also, we can easily find robots performing more complex household tasks.

Robots work in the field of entertainment, creating works of art. AiDa is the first robotic artist. As a matter of fact people question this art as it was created without thoughts or emotions believing that creativity still belongs to people. Art is one of the areas where robots are not really needed to compete with people. Nevertheless, robots that have entered the history of modern art.

SMALL TALK IN JOURNALISM

Бородина А.А., гр. СЖ-221

Научный руководитель доцент Новикова Н.В.

Кафедра Иностранных языков

Small talk helps build the foundation for authentic conversations and deeper relationships in the future. It is our chance to make a good impression. Research shows that it is important to impart trust and respect in our first interaction if we want to make a good impression. It is a 'soft' way of moving into a more serious conversation.

"Small talk" is the easygoing, inconsequential conversation that we have with people we either don't know well or at all. It may seem like a waste of time. But it serves a vital role in our social interactions. The tricky thing about small talk is that it is a conversation without a clear goal, agenda, or purpose, and that's what sets it apart from other forms of business communication.

It is critically important for a journalist that a small talk goes well. Because small talk is the passage to the conversation and the evaluation time. The guest decides whether he should continue the conversation, if we feel comfortable enough with the journalist to continue the conversation and if he is interested in us.

The first, «The Tonight Show Starring Jimmy Fallon» is one of America's most popular late-night talk shows. One technique that Fallon uses brilliantly at the beginning of nearly every interview is finding common ground with his guest. He asked Julia Roberts, the mother of three children, a piece of advice on baby caring. When Clint Eastwood appeared on The Tonight Show, Fallon mentioned his parents from Brooklyn and pulled out an old photo of his parents. Fallon and Eastwood shared a mutual love for the period in which the guest's movie was based. So, Fallon is looking for common ground during a small talk to establish contact. As soon as Fallon finds a common language, he allows his guests to express themselves. When someone says something even remotely humorous, Fallon laughs the loudest. The guest may not be the funniest person in the world, but you won't know it by watching Fallon's reaction.

The second, "The Ellen DeGeneres show". The presenter usually gets straight to the point. For example, at the beginning of the conversation with Timothée Chalamet, Helen clarified whether he came to the show later because of illness and joked that the actor came only because of free clothes. Helen began her interview with Dakota Johnson by asking why the guest did not invite her to her birthday. DeGeneres has her own special small talk. She does not try to find common topics, does not talk about something distant or is looking for an approach to a guest.

Before you start the interview, you need to talk about something else, you need to establish contact between the journalist and the guest, create a trusting atmosphere. Small talk will help the journalist in this. But every journalist does it in his own way. Professionals have their own methods that suit them and their show.

IT AND THE JOBS OF THE FUTURE

Морозихин О.И., гр. МПИМ-122

Научный руководитель доцент Новикова Н.В.

Кафедра Иностранных языков

Undoubtedly, modern labor market is changing. Some professions are becoming vintage, while professions of the future are replacing them.

There are such relatively new types of professional activities as computer design, which is important for e-commerce. The number of jobs related to the maintenance of websites on the Internet is growing by more than 30% per year. With the increasing complexity of the operations performed, the requirements for employees also change: high adaptability to the changes taking place, flexibility is needed, which means that more intensive training is needed to facilitate the employee to switch to different types of activities in a changing socio-economic space, the need for workers with versatile skills is growing. The process of de-standardization of workplaces begins, which means an increase in a variety of professions in the structure of the workforce.

Online stores try to learn more about their customers' preferences. They create filters to select a product, and advertising shows what a person has recently searched for in a search engine.

Robots do human work and eco problems are becoming one with economic problems. Already now we see that robots are appearing in different industries. Robots are really changing our lives.

Robot designers make children's robotic toys, and develop medical robots for surgery or prosthetics. The robotics market is growing. We will see robots everywhere.

The changes have also affected education. First of all, modern teachers have to be prepared for online classes. COVID-19 set new rules and requirements for teachers. Also, a profession of educational game designer has appeared. These designers will create programs based on a variety of games for educational purposes.

The textile and light industry experts will monitor the production process of clothing and footwear. They will assess such indicators as fibre content. Urban environmentalists will design biotechnological cities, control pollution levels and introduce renewable energy sources.

The network economy is becoming more and more noticeable as Internet technologies are widely used, people are replacing traditional forms of activity with new ones based on the use of Internet technologies, while they create network forms of organizations and adapt various general economic infrastructures to the new capabilities of global networks.

FEATURES OF LIFESTYLE COVERAGE IN GLOSSY MAGAZINES

Олейник О.К., гр. СЖ-119

Научный руководитель доцент Новикова Н.В.

Кафедра Иностранных языков

Lifestyle is a set of sustainable patterns of behavior, social and cultural practices that are typical for certain societies of people. Glossy magazine is a magazine printed on shiny paper, containing lot bright fashionable picture but not much serious information. The theme of lifestyle occupies a large segment in the glossy press.

The purpose of lifestyle magazines is to create a certain lifestyle for readers. Lifestyle includes the main areas of human activity: work, recreation (active, physical and intellectual), hobbies, personal life, family, clothing preferences, preferences in cars, food, resorts, etc. In the field of glossy press, there are two types of magazines that cover the topic of lifestyle. The first type of journals writes about this indirectly in some materials. Such magazines can be about different topics: fashion, beauty, business, interior. The second type is completely dedicated to the lifestyle theme.

A feature of lifestyle magazines is the focus on moral, ethical and cultural values. Another difference between fashion magazines and lifestyle magazines is the attitude towards dividing the audience by gender. While fashion magazines divide their audiences, lifestyle magazines remain universal for both genders. This approach allows you to reach a larger audience.

Lifestyle media is also distinguished by its approach to some of the classic genres of journalism. The interview genre in this case has its own characteristics. First of all, unknown people can become guests of the interview. The lifestyle of the guest is also important. Readers seek to find in the material those parts that will be useful to them.

Another feature of lifestyle media is large texts. In the modern world, small texts are the main source of information for people. But such texts are quickly forgotten. Large materials on a certain interesting topic can attract the attention of readers. Also, expanded material allows the viewer to more closely immerse themselves in the topic.

The third feature of lifestyle media is creativity. An interesting, unusual text will attract the reader's attention even more. But such material should be easy to

understand. To immerse themselves in their material, a journalist can use an experimental method. He can imagine the lifestyle of his prospective reader and try to follow it. In this case, he can see the interests and needs of his target audience.

In conclusion, it is important to highlight that the theme of lifestyle is important to the audience. Media allocate materials to cover this topic. The production of such articles has its own characteristics.

LES PROCÉDÉS INNOVANTS DANS L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR EN FRANCE

Цвиркун П.И., гр. ДГ-121

Научный руководитель старший преподаватель Юрина Т.Н.
Кафедра Иностранных языков

Dans un État moderne, l'éducation joue un rôle crucial : sa tâche est de préparer les jeunes à de nombreux types d'activités sociales, ce qui signifie qu'elle doit avoir un caractère préventif. L'enseignement supérieur français est déjà parmi les plus développés au monde, mais pourtant, les idées pour sa modernisation progressive sont nombreuses.

Vulgarisation et développement de l'enseignement supérieur français sur la scène internationale, réformes dans le domaine de l'organisation de l'enseignement, ainsi que ses différentes nomenclatures, et ce n'est qu'une petite partie des processus innovants. Par exemple, élaborée en 2018, conjointement par les ministères de l'enseignement supérieur, la stratégie d'attraction internationale des étudiants "Welcome to France/Choose France" vise à attirer 500 000 étudiants du monde entier pour étudier dans les universités françaises d'ici 2027.

Il est prévu de mettre en œuvre cette réforme à l'aide de quatre idées principales:

Simplification de la politique des visas ;

Création d'un organisme distinct de contrôle de la qualité afin d'améliorer les conditions d'admission des étudiants ;

Aide à l'accroissement de la représentation des établissements français à l'étranger ;

Début d'une campagne publicitaire à travers le monde.

Outre des réformes spécifiques, l'enseignement français est orienté au maximum d'un point de vue humain. Des conditions confortables sont créées non seulement pour les étudiants, mais aussi pour les professeurs, ce qui contribue à la réalisation de normes élevées. Le ministère organise également chaque année divers cours de perfectionnement professionnel pour les enseignants afin que le programme et la participation des étudiants ne s'arrêtent pas.

Sur la base des informations recueillies, nous pouvons conclure que l'enseignement français a vraiment de belles perspectives et figure déjà dans des classements honorables. Mais elle doit continuer à s'adapter en permanence aux évolutions de la société, sans négliger le transfert des acquis, des connaissances de base, des fruits de l'expérience humaine. Avec une demande d'éducation croissante et de plus en plus exigeante, la France doit s'efforcer d'atteindre le double objectif de qualité et d'équité en matière d'éducation.

LES MUTATIONS DU JOURNALISME À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE

Ботоногова В.Е., гр. СЖ-220

Научный руководитель старший преподаватель Юрина Т.Н.

Кафедра Иностранных языков

Le journalisme est l'un des domaines qui a subi une profonde transformation sous l'influence de l'innovation. L'innovation la plus importante peut vraiment être considérée comme la naissance du Journalisme en ligne. Depuis la fin des années 1990, Internet est progressivement devenu un moyen essentiel pour la collecte d'informations, la publication de documents et l'interaction avec des collègues. Les réseaux sociaux devenus populaires à la fin des années 2000 ont considérablement augmenté le nombre d'auteurs s'adressant à un public de masse et le volume de contenu produit, forçant les journalistes à rechercher de nouvelles façons de lutter pour attirer l'attention du public.

Considérons les principaux domaines d'activité de la journaliste qui ont été influencés par les nouvelles technologies.

Structure de la rédaction. Fusion de la rédaction des médias traditionnels et de la rédaction du site. L'apparition du personnel et des unités responsables du côté technique du site et de l'approvisionnement sur les différentes plateformes. De nouveaux postes sont apparus (programmeurs, designers, bigdaters). Ceux qui sont liés à Internet ont été ajoutés aux réseaux sociaux : webdisiners, SMM-specialistes. En outre, les employés ont eu la possibilité de travailler à domicile.

Collecte d'informations. Utilisation des bases de données, des registres, des réseaux sociaux et des messagers comme sources d'information et comme canaux de communication avec les newsmakers. Révision de la technique lors de la collecte d'informations: le carnet et le crayon ont depuis longtemps remplacé les gadgets.

Structure du genre des textes de média. Modification des genres existants, ce qui a entraîné la disparition de certains d'entre eux. Réduction de la taille des textes à «journalisme de titre», multimédia lors de la présentation de grands documents, présentation multiple de la même information sous différentes formes.

Donc, les changements qui se produisent dans les éditoriaux ont été examinés, et une idée de qui est un journaliste moderne, comment il travaille, ce qui lui est demandé. Les journalistes ont commencé à travailler plus vite, les exigences en matière de connaissances techniques des employés ont augmenté. Internet et, en particulier, les réseaux sociaux et les messageries instantanées sont devenus des canaux de communication, une plate-forme pour la recherche d'informations et une plate-forme pour la publication et la Promotion de documents journalistiques.

LES NOUVEAUX MOYENS DE COMMUNICATION

Пасичная П.Д., гр. МИ-322

Научный руководитель старший преподаватель Юрина Т.Н.
Кафедра Иностранных языков

Le monde évolue. Dans la vie quotidienne, internet est devenu aussi indispensable que la télévision, le téléphone, le réfrigérateur, etc. Lorsque vous arrivez sur un site web, c'est dans un but précis : trouver les réponses à vos questions, partager, communiquer, «s'amuser». L'internaute a la possibilité de partager à tout instant n'importe quel contenu. La diffusion de l'information ne coûte rien. De nouveaux moyens de communication deviennent de plus en plus.

Les réseaux sociaux donnent l'opportunité à l'internaute de proposer sa contribution. Les réseaux sociaux tels que Twitter, Facebook, Instagram permettent de parler de votre vie, d'apprendre quelque chose de nouveau d'autres utilisateurs, de communiquer à distance.

En plus des réseaux sociaux pour le partage d'informations ont été inventés stockage en nuage, avec leur aide, les gens peuvent partager de gros fichiers sans perdre leur qualité de résolution.

Les sites sont également utilisés. Avec leur aide, vous pouvez parler de certains de vos produits, événements, etc.

Mais n'oubliez pas vous êtes responsable du contenu publié sur vos espaces, vous devez donc faire attention à ne pas diffuser des informations outrageuses, diffamatoires, ou en votre défaveur. A noter que la confidentialité et l'effacement de vos données ne sont pas garantis sur les réseaux sociaux.

Ainsi, on peut arriver à la Conclusion que les moyens de communication évoluent, deviennent plus intéressants et pratiques. Mais aussi ne pas oublier les risques sur Internet, les moyens de communication ne sont pas parfaits et peuvent provoquer menace ou la tromperie.

WILL AI REPLACE HUMANS IN THE WORKFORCE?

Савельева Е.А., гр. ЭИ-122

Научный руководитель старший преподаватель Орлова И.И.
Кафедра Иностранных языков

Nowadays, artificial intelligence extensively continues to make progress. It will certainly have a place in our future. Smart technologies connected with AI solutions are making our world more and more digital.

According to surveys, many people are concerned about the impact AI may have on human jobs. 37% of workers are worried about losing their jobs. Participants of the World Economic Forum predict that many companies worldwide will reduce their full-time workforce by using different machines and algorithms. There is a possibility that AI will replace 85 million jobs by 2025. Many people think about how they can stay competitive in a digital job market. Different types of AI are adopted to assist humans in their various activities. On the one hand this situation can be considered as the price of progress, but on the other hand some people are full of fear such as the human race will be wiped off the face of the earth.

It is obvious that artificial intelligence increases productivity and saves money in many human workplaces. Experts are sure that many new jobs would be created, especially in the fields like data science and machine learning. From year to year, the demand for more AI-related jobs will continue to accelerate, therefore AI offsets any potential job losses.

The main advantage of artificial intelligence development is that people will finally be free from routine jobs. It will become easier for people to do more meaningful work, there will be more opportunities, algorithmic tools and various solutions.

Our emotional, creative and problem-solving capabilities distinguish us from AI and make us different and irreplaceable. The AI will always be in need for human workers in fields that require these skills, such as research, design, and strategic planning. Artificial intelligence will never be able to replace people whose professions are directly connected with interpersonal skills, the ability to empathize with customers and creativity. AI can certainly help us to perform some specific tasks with a high degree of accuracy and complex calculations.

Businesses and employees need to be prepared for the introduction of artificial intelligence as it can help in the implementation of a new project, resource allocation and innovative competitive solutions. AI will certainly impact every facet of our lives, and therefore, we need to establish the regulations of ethical, national and religious issues in advance. Human will always play an essential role in every field and AI will be able to become a great strategic partner.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN DESIGN

Разенкова Н.Н., гр. ДС-121

Научный руководитель старший преподаватель Орлова И.И.

Кафедра Иностранных языков

Artificial intelligence (AI) is a set of technologies that enable computers to perform a variety of advanced functions, including the ability to see, understand and translate spoken and written language, analyze data, make recommendations.

AI has become an over-hyped buzzword and the design world is no exception. There are ongoing conversations between designers and developers around the future impact of AI.

AI holds a lot of potential for the design world, but for this to happen the hype around it needs to be deconstructed. A more useful way to think about AI—at least for the short-term—is “augmented intelligence.”

AI is going to be mostly about optimization and speed. Designers working with AI can create designs faster and more cheaply due to the increased speed and efficiency it offers.

Neural network from the company Stability.ai Stable Diffusion has appeared recently. The Runway service has already launched a free video editor based on this neural network.

In the Russian environment in 2020, the Nikolai Ironov service appeared – a project of the Artemy Lebedev studio. For 19,900 rub, you can get 2 projects with 999 logo variants.

In Italy, 7 million different cans of Nutella were released in 2017. No design was repeated, the variants were created by artificial intelligence. The promotion was called Nutella Unica.

Artificial intelligence, which creates images based on prompts is trained on a large amount of data. These are millions of images and captions to them. For example, a neural network processes photos with the signature "koala" and remembers what this animal looks like; the same will happen with pictures signed as "motorcycle".

What do designers think? The AI itself is not able to understand the client and his business, to delve into his problem, to listen, to feel emotions. The idea that robots will take away our routine is true, but the idea that robots cannot do creative tasks is not true.

NATIONAL TRADITIONS IN INTERIOR DESIGN

Агамирян С.В., гр. ДС-222

Научный руководитель старший преподаватель Орлова И.И.

Кафедра Иностранных языков

Relevance: modern technologies expand the horizons for people, allow them to study other cultures, as a result, a desire to use the features of a particular country increases. Purpose: to determine which traditions help to create an interior in ethnic style. Of course each country has a number of features in interior design, based on the history, philosophy and culture.

For example old Russian style is characterized by stove, massive tables and benches, beds with high backs, pillows and the chest. African ethnic style is famous by the contrast with fairly stable and active decorations, ornamented textiles, totems, paintings and colored ceramics. Speaking of Egyptian Interior Design, we should remember the style of ancient civilization: exquisite frescoes with daily stories and religious subjects, floral and animal motifs on the plain walls, ceiling of light beige and sand colors. As for the Indian style, it is characterized by sonorous shades - raspberry, checkered, turquoise, green, yellow and includes many handicrafts: fabrics, woven rugs, baskets, mosaics. An English interior style desire to create a cozy and comfortable space, with muted shades, natural seating, an established library and plants. Another glorious style is French Provence, inspired by the sun, serenity, beauty and hedonism. The rooms seem to be filled with light and calm shades. Scandinavian design has also plenty of sunlight and natural shades. It is concise, light, functional and natural. Decorations are almost never used. Finally, the Chinese interiors are about natural harmony and the concept of energy. There is no place for untidiness, chaos and carelessness. Rooms tend to be rich, rather dark colors: red, brick, brown. The furniture is stocky and varnished.

In conclusion, each country has recognizable features, the use of which will help to recreate the atmosphere of a particular place anywhere in the world.

INFLUENCE OF INNOVATIONS IN PHOTOGRAPHY ON GLOBAL HISTORY

Коломиец М.Д., гр. ЭИ-122

Научный руководитель старший преподаватель Орлова И.И.

Кафедра Иностранных языков

Every day we see lots of photographs. Some of them might make us feel disturbed or happy. But it's not true for the majority of photos. Being surrounded by advertisement and social media, we got used to ignoring them. The modern

photography equipment allows anyone to take pictures in any conditions. There are no major advancements in the techniques. Photography is all about emotions now. What I want to tell you is that photography was all about emotions since its beginning. The only thing that was actually changing was how many people could be affected by photographs.

Starting the career as a colorist, William Jackson began his journey as a cowboy in the American West, where he eventually discovered his passion for photography. By the age of 24, he settled in Nebraska, establishing his own photography studio. However, his pursuit of capturing nature's beauty tempted him to leave his stable profession and explore deeper into the untouched lands of the United States.

At the young age of 29, Lewis Hine received a camera from his botany teacher, which would eventually change the future of millions of Americans - for the better. Initially intended as a "useful teaching tool", the camera allowed Hine to teach the world about the struggles people were facing due to industrialization. With the population booming and people pursuing the "American Dream" in the early 1900s, Hine began photographing immigrants and soon realized that he needed something more powerful to make a real impact. That's when he turned his camera towards children.

In conclusion, photography has always been about emotions, and throughout history, it has been used to inspire change and raise awareness about social issues. William Jackson's photos of Yellowstone played a key role in establishing the world's first national park, and Lewis Hine's photographs of child laborers helped to bring about important reforms. These photographers used their cameras to promote social causes and make the world different, proving that images can indeed be powerful agents of change.

CLIMATE AND REGION INFLUENCE ON THE STYLE OF INTERIOR DESIGN

Надтока А.И., гр. ДС-222

Научный руководитель старший преподаватель Орлова И.И.

Кафедра Иностранных языков

Colors philosophy. The country style has features in the south regions. For example, bright colors, such as orange, turquoise, terracotta, ultramarine can be used in the interior design due to abundance of natural daylight and vivid landscapes. In the northern countries the climate influences the style in another way. People usually use cold muted shades of smoky tones. This is explained by harsh climate which has formed preferences in the home design.

Organic materials. The tendency in the using of organic materials is more in demand in the Scandinavian countries in comparison with the southern regions.

Scientists suggest that it depends on natural resources of the area. For example, there are more forest arrays in the northern regions in comparison with the southern ones.

Decorations. Home decorations reflect the mentality and requirements of different people. In the northern areas designers mostly use textile as a decoration to make comfort. Candles and warm color spot lights are also popular in the northern regions. There are other requirements in the southern areas, so the features of the country style are different. For example, colorful print pillows, tablecloths, pottery, posters could be used as a décor in home.

Climate and region influence on the style of interior design is important. The area forms different trends and requirements in the home decorations.

INNOVATIVE WAY TO STUDY INVESTMENT: VIRTUAL INVESTMENT SIMULATORS

Селезнев Е.Н., гр. ЭИ-122

Научный руководитель старший преподаватель Орлова И.И.
Кафедра Иностранных языков

Investing can be a challenging task, especially for those who are new to this field. With so many investment options available and the risk associated with investing, it can be difficult to know where to start. However, there is an innovative way to study investment that can help to gain practical experience without the risk of losing the money. That way is through virtual investment simulators.

Virtual investment simulators provide users with a simulated stock market environment where they can buy and sell stocks, mutual funds, and other financial instruments using virtual money. The simulator tracks the performance of the user's investments over time and provides feedback on the effectiveness of their investment strategies. This provides an opportunity for individuals to experiment with different investment options and strategies without the risk of losing real money.

Virtual investment simulators have several advantages over traditional investment education methods. One advantage is that they allow individuals to gain practical experience in a risk-free environment. With the ability to experiment with different investment options and strategies, users can learn how to identify investment opportunities and manage risks.

Another advantage of virtual investment simulators is that they are accessible to a wide range of individuals. They can be used by anyone, regardless of their level of experience or financial resources. This makes them a valuable tool for students, novice investors, and even experienced investors who want to experiment with new investment options or strategies.

Virtual investment simulators also offer a level of interactivity that is not possible with traditional investment education methods. Users can receive feedback on their investment decisions and see the potential outcomes of those decisions in real-time. This allows them to learn from their mistakes and make more informed investment decisions in the future.

In conclusion, virtual investment simulators are an innovative way to study investment that offers many advantages over traditional investment education methods. They provide a risk-free environment for individuals to experiment with different investment options and strategies, are accessible to a wide range of individuals, and offer a level of interactivity that is not possible with traditional investment education methods. As the field of investing continues to evolve, virtual investment simulators will become an increasingly important tool for individuals looking to gain practical experience.

GREEN AVIATION DIESEL

Стоякин К.Н., гр. ЭИ-122

Научный руководитель старший преподаватель Орлова И.И.

Кафедра Иностранных языков

Civil aviation is currently a fast-growing branch of the world economy, characterized by the consumption of large volumes of hydrocarbon fuel.

Civil aviation contributes only 2% to the formation of greenhouse gases, the projected growth of the global air transportation market with an average annual rate of 4-4.4% until 2035 causes concern among the world expert community about the negative impact of civil aviation on the environment.

Tightening of environmental legislation, as well as the search for ways to reduce energy dependence on the exporting countries of oil and petroleum products are the main drivers of the development of research and development in the use of alternative types of jet fuel.

The well-known Boeing company considers "green" diesel fuel, which is used for land transport, as an important new source of environmentally friendly aviation bio fuels.

Boeing has developed an experimental aircraft running on an ecological diesel engine that is gaining momentum.

The eco Demonstrator 787 is a test aircraft that uses an eco-friendly compound of jet fuel and the so-called 'green diesel', which includes vegetable oils, used frying oil and used animal fats. Its left engine was powered by a mixture of 85% petroleum jet fuel and 15% of green diesel. An aircraft with a green diesel mixture behaved exactly the same as with conventional jet fuel. The produced green diesel contributes to a 50-90% reduction in carbon emissions compared to traditional diesel.

MANIFESTATION OF TRADITIONS IN MODERN DESIGN OF THE SUBJECT ENVIRONMENT

Хромова Е.Д., гр. ДС-222

Научный руководитель старший преподаватель Орлова И.И.
Кафедра Иностранных языков

The purpose of the study is to identify the features of the manifestation of traditions in the modern design of the subject environment.

The objectives of the study were to identify the reasons for the manifestation of traditions and culture in modern environmental design, as well as to highlight the principles of their classification.

During the study, such methods as the study of the materials of articles devoted to the influence of human culture and history on modern design, the study of specific examples of the manifestation of traditions in the design of the subject environment were used. First, globalization has affected the monotony of the appearance of the human environment. Secondly, the design satisfies both the physical and aesthetic needs of a person. Examples of the influence of history on modern design can be both general principles and trends in the construction and logic of space, as well as certain details and objects that carry a functional, aesthetic role or show the continuity of generations.

Russian designers can emphasize in their products that they are developed and created by domestic manufacturers and are not inferior in quality to foreign ones. Thus, the manifestation of traditions in modern environmental design is necessary to meet various human needs: from aesthetic and functional to spiritual and emotional. This is facilitated by both general trends and principles in modern environmental design, originating from the history of society, and by small details that emphasize the idea of the entire equipped space. Also, the integration of objects of another era and elements of nature encourages designers to experiment in their projects.

PAPER DAMAGE CAUSED BY MICROORGANISMS

Волкова А.Д., гр. МАГ-ИК-822

Научный руководитель доцент Башмакова И.С.
Кафедра Иностранных языков

Paper is a material which mainly consists of products of processed raw materials, primarily cellulose. It contains sizing agents, mineral fillers, chemical and natural fibers, pigments and dyes. The main raw material for the production of paper and cardboard is softwood and hardwood. Vegetable raw materials are processed into fibrous semi-finished products such as wood pulp and cellulose. In

addition to wood pulp and cellulose, the raw materials which are widely used in the production of paper and cardboard are waste paper and rag semi-mass. Among the factors that negatively affect the safety of archival documents with a paper basis is the biological factor. The main sources of such damage are microorganisms such as bacteria, mold fungi, insects, rodents, which can destroy the material basis of an archival document in a short time. Microorganisms enter the archives with the air flow through the door, windows, ventilation systems. Dust particles with spores can settle on walls and form colonies of bacteria and fungi under favorable conditions.

A favorable environment for the growth of micromycetes is those places with stagnant air in archives, rarely opened cabinets, safes. During the heating season the climatic conditions can be changed not once. That is also the reason for some microorganisms activation on archival documents. Paper sizing by organic substances such as casein, gelatin, etc. also increases the risk of infection of archival documents with micromycetes. To prevent the infection of archives with micromycetes, one should implement the sanitary and hygienic measures including regular cleaning of archives from dust. The latest technologies can eliminate the possibility of dust accumulation, the appearance of microorganisms, insects and rodents on paper. As for cleaning archives from dust, the process involves daily dry by vacuum cleaner with aqua filter together with disinfectants (chlorine, ammonium, etc.). One should clean the floors and shelves, racks, cabinets, i.e. every place, where archival documents are stored. It is necessary to protect the premises of the archival institution from water ingress. It is necessary to repair the roof, water pipes and more, to monitor the condition of the walls, preventing them from getting wet. It is necessary to control the condition of the plumbing and heating systems, and eliminate malfunctions in order to prevent emergencies.

DIFFICULTIES IN TECHNOLOGICAL PRODUCTION OF KNITTED ITEMS CAUSED BY OVERLAY EFFECT USAGE

Грюнбер С.Р., гр. МАГ-ТТ-721

Научный руководитель доцент Башмакова И.С.

Кафедра Иностранных языков

The production of knitted items was known several centuries ago. When the Egyptian pyramids were excavated, various knitted products were found there. From the 5th century, knitting by hand was introduced in Arab countries, and from the 11th century, the production of knitted products came to Europe. In England, France, Germany and the Czech Republic, shops which produced knitted products were established.

Our age is characterized by the age of technology and the rapid development of various branches of life. In order to keep up with the rhythm of the life development, and to be successful, it is necessary not only to have a good education and a prestigious job, but also to be able to present yourself in the best way. The way we dress and look is perceived by those around us as a reflection of our self-image. Perfect everyday style contributes to new acquaintances, communication and attention to your personality. Modern fashion involves various ways of designing textile fabrics and products. One such way is to create multi-layer products with various effects such as transparency or covering. The purpose of this work is to emphasize the development of technology for the manufacture of tied backing fabrics with the effect of transparency and overlay layers. The main directions of the development of knitting production techniques and technology are the creation of automated continuous lines for the production of linen and socks, the acceleration of production processes by replacing equipment with more efficient ones, continuous processing of linen using organic solvents; consisting of specializing enterprises in the production of various products. One of the most popular fashion trends these days is layering. This effect can be achieved by covering or transparent textiles. To create more complex knitwear, the method of overlaying fabrics is used. The detailed analysis of the collections of various fashion houses that use layering in their products showed that the knitting of one canvas into the structure of another is extremely rare in collections. Therefore, the task is to develop a knitted fabric in which one fabric will be knitted into another. At the initial stage, it is necessary to analyze and highlight the criteria for the variability in the production of knitted tied fabrics. Based on the criteria for them, you can develop various types of examples of knitted fabrics. They fall into three main categories. They are: weaves of the main and tied fabrics, the width of the binding of the fabric, and the ways of tying knitted fabrics one to another. For the development of knitted fabrics, it is important to pay attention to the equipment for implementation.

SYNTHESIS OF MODERN ART GENRES IN THE ORGANIZATION OF CONCEPTUAL THEATER-CLUB

Зиновьева П.М., гр. МАГ-ИК-822

Научный руководитель доцент Башмакова И.С.

Кафедра Иностранных языков

The processes of formation of the information society at the turn of the 20th-21st centuries determine a new formulation of the problems of organizing the architectural and spatial environment. In the conditions of post-industrial civilization, the flows of information exchange are expanding. In connection with this, the problems of the development of communications, transport,

entertainment and cultural facilities acquire a significant role in our time. Against the backdrop of the development of modern large cities, the problems of modernizing infrastructure, cultural complexes are especially acute. In the modern world, the tendencies of various genres of art are becoming more and more synthetic. They merge, interact and are of a synergistic nature. Theatrical productions, various shows in synthesis give unexpected and spectacular effects. That is why new types of spaces are needed. The need for such places exists and does not go unnoticed. The problem is obvious as it reveals new possibilities when creating an institution not only with a unique theme, but also with a spectacular character. The idea of the “Mystic Viy” concept for the theater-club was born when a location for the look-book of a young fashion designer Dmitry Kustikov was chosen. The fashion designer created a mesmerizing collection. The environmental designer helped complete it, by continuing the story and bringing it to life in the right place. For the implementation of Kustikov’s project, the following topical areas were used.

1. Underground urbanism, i.e. ensuring optimal working, living and recreational conditions, increasing the area of open green spaces on the surface, creating a healthy, comfortable and aesthetically attractive underground environment.

2. Club-theater of synthetic art on the type of circus Du Soleil (Cirque du Soleil). For example, the “conditional theater of Meyerhold” (the creator considered the basis of the actor’s performance to be reflex excitability, i.e., minimizing the process of understanding the task). Based on Meyerhold’s thinking, the usual idea of clubs is transformed and turned into something more and extraordinary. This room has versatile applications. In the daytime, it is visited by schoolchildren and they are shown theatrical or circus performances.

JEWELRY MODERN SHAPING BASED ON THE TRADITIONS OF WEDDING CEREMONIES

Зудилова В.П., гр. МАГ-ИК-622

Научный руководитель доцент Башмакова И.С.

Кафедра Иностранных языков

Modern jewelry is a movement in jewelry design concepts that entails high personalization. Since ancient times, people have used jewelry. The materials for their jewelry were gold, silver, and platinum. The precious materials most widely used in jewelry are gems, i.e. any precious or semiprecious stone. This group also includes some animal and vegetable products with precious characteristics, such as amber, pearls, and coral. There are three types of jewelry. They are Lac jewelry, Meenakari jewelry, and Navratna jewelry. Usually made of wood, bone, shells or metals, tribal jewelry holds a distinct rustic charm as they are unique in design to

each tribe. Jewelry can vary. And their variations depend on the country, people's traditions. For example, in India, Bangladesh, and other regions close to these countries, Kundan is very popular material. Kundan means pure gold. It is a traditional form of Indian gemstone jewelry, incorporating a gemstone with gold foil between the stones and its setting. It is used for elaborate necklaces and other jewelry which are popular in India. Traditional kundan jewelry has stones encrusted on one side, and colourful and intricate meenakari on the other side. The purpose of this paper is to describe the creation of jewelry that combines the history, the traditions of wedding ceremonies. In the modern world, the institution of marriage is not as much appreciated as in ancient times. There are many couples who live under the same roof for many years without official registration. So, they do not invest much in their wedding rings. However, no one refuses various decorations that would be a symbol of their union. In different religions, rings were worn on different fingers. Orthodox Christians wear rings on the ring finger of the right hand, the Catholics wear on the same finger but on the left hand. The Jewish grooms put rings on their brides' index fingers. The Islam does not welcome this custom at all. Few people know, but wedding rings for all the time of their existence have acquired a very large number of superstitions and signs. The most common superstition is the smoothness and modesty of the ring, which means that family life will be problem-free and quiet. What is the difference between traditional and contemporary jewelry? The metals that are used for making artificial traditional jewelry are aluminium, copper, plastic and iron alloy. While contemporary jewelry is also a form of artificial jewelry, but they only use expensive alloys like white gold, silver, pearl jewelry sets, etc.

Why is this theme relevant today? Jewelry are important items in people's life. Jewelry helps in enhancing one's beauty. It also symbolizes wealth, power, and status. For some, jewelry is a form of art and creative expression. Then, there are some people who use jewelry as part of their tradition and culture.

MACEDONIAN NATIONAL FOLK COSTUME FOR MAIDEN, BRIDE, WIFE

Полякова М.А., гр. МАГ-ИК-622
Научный руководитель доцент Башмакова И.С.
Кафедра Иностранных языков

It is known that different countries have different traditions. A folk costume or traditional regalia expresses an identity, which is usually associated with a geographic area or a period of time in history. It can also indicate social, marital or religious status. If the costume is used to represent the culture or identity of a specific ethnic group, it is usually known as ethnic costume. Such costumes often come in two forms. They are the following: one for everyday occasions, the other

is for traditional festivals and formal wear. The word “costume” in this context is sometimes considered pejorative due to the multiple senses of the word, and in such cases “regalia” can be substituted without offense. In the modern age of globalization preserving one country’s traditions and national characteristics has become more important than ever. Based on its basic purpose, Macedonian folklore costume can be divided into two groups. They are constant and variable. The first category consists of mountain costume, field costume and seasonal costume (summer and winter). Naturally, the costume is also divided by gender and age. In accordance with age the female costume can be divided into several groups: childhood clothes, period of maidenhood, period of adulthood and aged period. The period of maidenhood begun when a girl became an adolescent and joined all spheres of social life. It was also the time to start the preparation of the ruba (bridal outfit). The costume in this life stage changed frequently and represented the stages of maidenhood: status of a maiden, a mature candidate for marriage and finally a bride-to-be. A girl gained the status of a maiden when she first wore *prekorebrnjajka*, a special shirt first worn for Easter, and an apron. A few years later a girl gained a status of a mature marriage candidate by wearing shirt with embroidery and a collar made of white cotton fringes and a kerchief on her head. The only ornament that was never worn by young women was crosses, since it could only be worn on a wedding day. In the period of maturity, the costume changed significantly, with the most important being the bridal outfit, which symbolized the woman being at the peak of her beauty and physical strength, her entering adulthood and her new role as a wife. After the wedding, the ritual elements of the bridal costume were reflected in the clothes of a woman, now wife. They were constant until the birth of the first child. In conclusion, it is important to understand that Macedonian national folk costume is an essential element of the Macedonian culture and a manifestation of a creative spirit of the Macedonian rural woman of that time. Understanding of that culture and its traditions and roots is the key in preventing the heritage of the country’s rich history from being extinct.

TEXTILES FOR KIDS AMIDST MASS MARKET BRANDS

Румянцев И.Д., гр. МАГ-ИК-622

Научный руководитель доцент Башмакова И.С.

Кафедра Иностранных языков

With the expansion of the information space, the classical illustration undergoes certain changes, which are associated with the emergence of new technical capabilities and the need to meet new human views on beauty. By “illustration” in our time we mean not just pictures that convey or explain artistic, technical and other works, but also any images and photographs that are used in

the advertising industry, in the media and in costume design. Print has been widely used in the design of children's clothing for several decades. The purpose of the article is to analyze children's textiles used for home wear among mass-market brands such as Zara, H&M and identify the features of the use of images depending on the age category. In this study, illustrations are considered as an element of children's clothing. In English there is a word "print". In Russian the translation of the word is illustrations, inscriptions or photographs printed on any external medium, or, as in the case of costume design it might be on textiles. There are basic rules for creating children's clothing, which can be also applied to prints on clothes.

1. Clothing should be comfortable, not hinder movement.
2. It is preferable to use natural fabrics.
3. The colours should be dominated by brighter shades than for the adult range.
4. Prints with animated characters and illustrations attract the attention of children, as they resonate in their imagination.
5. Clothing for children should satisfy the tastes of not only children, but also their parents.

School-age children have a certain experience in perceiving visual images. They are more amenable to understanding stylization and perspective. The development of spatial thinking makes it possible to use perspective and chiaroscuro. Tonal and colour gradation, understandable in this age group is also acceptable. The analysis of children's textiles used for home wear among mass market brands showed that the illustrations can be divided into several categories. They are the following: 1. Animal illustrations. 2. Floral motifs. 3. Geometric patterns. 4. Cartoon characters from Marvel, Disney, DreamWorks studios.

For the age group "kids", the most relevant are simple geometric patterns, cartoon characters and animalistic illustrations placed on the shelf or front of the product in the center. In the group "boys and girls 8-14 years old", stylization of images is acceptable and floral motifs are added to prints. Images are more complex and have a semantic load.

ECOLOGY AS THE BASIS FOR DESIGNING ENVIRONMENTAL SPACES

Тетова Х.Х., гр. МАГ-ИК-822

Научный руководитель доцент Башмакова И.С.

Кафедра Иностранных языков

Today, the topic of ecology is one of the most relevant for all spheres of life. Experts from the fields of science, art, industry are working today to solve environmental problems. In this regard, the habits of consuming the Earth's

resources which people have had for years are to be revised in favour for safe for the planet. Different areas from clothing accessories to space design are now actively exploring and discovering new ways and possibilities for realizing creativity without harming nature. It is so from the design of the premises to the functionality they will have. Design and nature are interconnected. Today, design actively solves the environmental issue through the use of various technologies, materials, and aesthetic preferences. Why does environmental design have such a strong connection with nature? Environment is a set of natural and artificial conditions in which a person realizes himself as a natural and social being. A person's environment can be different. They are man's habitat, social environment, natural environment, and others. But all together they create a certain system, thanks to which a normal and healthy life activity is carried out. And of course, such a system can suffer greatly from a lack of natural elements for human nature. Therefore, if this balance is disturbed, a person's psyche, his health, aesthetic vision, self-realization suffers. Environmental factors are present at all stages of design. In architecture, when it comes to materials, adapting a building to the natural landscape, creating the most comfortable environment for a person. Architects and designers should take into account the results of research on human ecology and applied ecology, settlement ecology, urban ecology. Ergonomic requirements and regulatory documents in construction and architecture regulate almost all physical and chemical parameters of the interior. Among these characteristics are the following: Microclimate; Illumination; Atmospheric pressure; The presence of harmful substances such as vapors, gases, aerosols in the air; The presence of mechanical vibrations; Radiation; The presence of biological agents. Each of these aspects has its own technical design solution.

HOW TO BECOME A DIGITAL ARTIST

Щербинин Е.Р., гр. МАГ-ИК-822

Научный руководитель доцент Башмакова И.С.

Кафедра Иностранных языков

Digital art is the process of creating a work of art by using software. Digital artists use a variety of computer applications and 3D modeling software to create their work. There are many different types of digital art, including cartooning, portrait painting, photo manipulation, etc. Digital artists have several career paths they can choose from. Many of them include the development of visual effects and animated images for various media such as video and computer games. A digital artist can find work in film production, advertising, video games, and software companies. In any role, a digital artist uses computer software to bring their art to life, whether it is drawing or sculpture. Depending on the field, they

may deal with 3D, interactive graphics for websites, or visual characters. This artist may specialize in a niche such as game design, web design, multimedia, or animation. It does not matter in which area to choose your job, the main thing is to pay attention to creativity. Qualifications for becoming a digital artist include artistic talent and a bachelor's degree in fine or commercial art, or a similar field. Although the degree is not mandatory. This is all a competitive field, so it is important to back up your resume and portfolio with formal training. The digital artist must also be aware of new art and animation technologies. If artistic talents can't be transferred from pen and paper to a drawing tablet, the field of digital art can be tricky. An internship in your chosen field is a great way to gain real-world experience, hone your skills, and make connections in the industry. While traditional artists face the high cost of materials such as paint, canvas, clay or film, digital artists face other costs. One of the key concerns is learning with all the different tools available today. The main costs are associated with an annual software subscription and the purchase of new computers every couple of years. But the biggest cost is your own time. In this respect there is no difference between physical and digital. Advances in software and computing power mean that much more can be achieved. It is much easier for people to get involved in digital art, design and filmmaking. There are many differences between digital artists and graphic designers. While there is some overlap, a digital artist primarily focuses on art whereas a graphic designer primarily focuses on conveying a message, using different fonts, graphics, images and sound in some cases. A graphic designer often works in advertising or layout businesses, and their responsibilities involve designing advertisements, print projects, newsletters, and social media with the target audience in mind. Audience knowledge influences the choice of colour, style, and photographs used in a project. If you want, you can join the community of fellow designers. Sites like DeviantArt, Behance or Dribbble are an important source for fellow digital artists.

INNOVATION IN THE FIELD OF NUTRITION

Бабарыкина А.А., гр. XX-121

Научный руководитель доцент Авезова Б.С.

Кафедра Иностранных языков

Food is one of the most important elements of human life. No process on Earth is possible without this tool. What you eat, what you prefer and what choices you make affect your health and well-being: your appearance, the condition of internal organs and your mood. A diet chosen incorrectly can lead not only to excess weight, but also to a decrease in immunity and a number of diseases. Surely, everyone has at least once heard the famous phrase of the ancient Greek physician and philosopher Hippocrates (460-370 BC): "You are what you eat."

These words show a direct connection between human health and the quality of their nutrition. With an abundance of available food, a person stopped eating because of the main function of food: to support life. In the modern world, people eat for pleasure, comfort, reward and positive emotions, which is not a healthy approach.

Speaking about healthy eating it is impossible to keep silent about the medical component of this topic. Fortunately, in the 21st century, healthy eating has been gaining more and more popularity among people. However, at the same time, not everyone knows what needs to be added to the diet, and what exactly needs to be excluded.

Nutritionology is a science aimed at studying the functional, metabolic, hygienic and clinical aspects of the interaction of nutrients and how they affect the body. Nutritionology studies the mechanisms of a healthy diet, the motives of a person's choice of food, determines nutrition systems and strategies for rational human nutrition. Unlike dietetics, nutritionology does not deal with the study and selection of nutrition to preserve health in various pathologies, and differs in an integrated approach to the study of nutrition problems.

Nutritionists comprehensively study all issues related to nutrition and help to build a healthy and competent diet based on the characteristics of the human body. At the same time, age, individual needs, lifestyle and type of work, climatic features of residence are taken into account. Experts in this field do not forget about the taste preferences of a person, allowing them not just to eat right but also tasty; enjoying their favorite dishes.

Knowledge of the basics of nutritionology and their application in practice can become a necessity for every person who wants to benefit from food for his body, a kind of "fuel". After all, the task of nutritionology is to identify the needs of the body and choose high-quality and healthy food that will give energy and strength, remove inflammatory processes and cleanse the body.

«LIQUID» DRESS –THE FASHION INNOVATION

Балашова С.Р., гр. ДГ-222

Научный руководитель доцент Авезова Б.С.

Кафедра Иностранных языков

Science and art are two completely different spheres of human activity. However, if they work together, as the result, some amazing and graceful things can appear. The topic of my article is the "liquid" dress - the product of the collaboration of chemists and fashion designers.

During the Coperni SS23 fashion show at Paris Fashion Week, an innovative fabric creation technology was demonstrated. The model appeared on the catwalk in her underwear, after that a group of scientists “sprayed” the dress

on her right in front of the audience. The liquid literally turned into fabric and in less than 15 minutes the dress was ready. The Coperni employee only had to alter the dress a little. He made it shorter, added a cut out and lowered the straps from the shoulders of the model. Thanks to this method of creation, the "liquid" dress sat perfectly on the figure of the model and looked very impressive. This innovative technology made a splash both at the fashion show itself and on the Internet.

Arnaud Vaillant - one of the founders of the Coperni brand - said: «The brand is named after Copernicus, the Renaissance-era astronomer, so it's inspired by science, progress, innovation and technology. » This means that the brand wanted to use the achievements of science from the very beginning. Its creator has always been inspired by science. In collaboration with Fabrican, Coperni has developed a fluid made up of natural and synthetic fibers such as wool and mohair, cotton, nylon and cellulose. Fabrican have long been creating fabrics with various coatings. However, the creation of a "liquid" dress was a challenge even for them. It took them 6 months to prepare for the show at Paris Fashion Week.

The texture of the resulting fabric is similar to suede. It is durable enough to withstand washing and repeated use. This means that the "liquid" dress is not only an amazing performance of cooperation between art and science, but also an innovation that has practical application. This way of creating fabric can make repairing clothes much easier and faster in the future. It will also allow fashion designers to create individual dresses that perfectly fit a particular figure simply and quickly.

Thus, the "liquid" dress is an example of the fusion of science and art. It's a mind-blowing innovation that makes it seem like we're living in the future.

DIGITAL INNOVATION IN ART

Григорян Д.М., гр. ДГ-222

Научный руководитель доцент Аvezова Б.С.

Кафедра Иностранных языков

Art history shows that artists have always been looking for new and non-traditional means to express their feelings and principles. Various avant-garde movements - that began to appear in the early 20th century - fundamentally challenged the traditional perception of art. Creative personalities from these progressive movements presented new non-fiction materials as ideal artistic means. They stated that real artists can create works of art from anything. This way, the emergence of mixed media art - a new era in the evolution of art - began

The development of technology continued to go hand-in-hand with progressive artistic concepts and changed the way art was created and exchanged, allowing innovative artists and their innovative ideas to gain expanded access to

completely new audience groups beyond the traditional boundaries of the art world.

People have started tackling the idea of blending visual art and technology since the '60s. The first attempt to bring together technology and art in the creative process takes us back to 1967. Back then, a group of New York artists worked with engineers and scientists from the world-renowned Bell Laboratories to create groundbreaking performances incorporating new technology. These first installations and performances promoting the use of technology in creating art set a cornerstone for further digital art development.

Currently, artists do not use technological innovations only as assistants in their creative process. Many artists and art professionals are transforming this world using powerful technologies and tools as a means of art and design, allowing them to create bright, exciting and very attractive works of art that are new multimedia objects.

So, the usage of science and technology in art changes the appearance of artistic works. Modern authors provide the viewer with the opportunity to see the usual canvases in the three-dimensional proportion, plunge into the past or get into alternative reality with the help of VR technologies, look at familiar things from a new angle.

Actual art gives interactive, immersive impressions to the public. The works of artists with the help of hi-tech show that hi-tech can be applied with enthusiasm and imagination.

Art expositions in galleries are designed to communicate with guests. Gallerists cause the viewer to dialogue, make them discuss the process of creating works using innovations. By breaking down physical barriers and attracting visitors to become part of the process, they take museums and galleries to a new level.

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN INCLUSIVE EDUCATION IN RUSSIA

Жукова В.В., гр. МХ-121

Научный руководитель доцент Авезова Б.С.

Кафедра Иностранных языков

The modern Russian educational system is developing towards the comprehensive development of the individual, taking into account the educational needs of all students. In this regard, special attention is paid to the accessibility of education for people with disabilities, which is addressed through inclusive education. Inclusion in education is the process of including each child in the overall process of learning and upbringing, despite their physical, intellectual, emotional and other characteristics. Inclusion enables children with disabilities to

study side by side with healthy children, to feel totally as a part of the society; and it increases the level of socialization of an adult, reduces the risk of isolating the child from community.

Currently, there are high requirements for the organization of inclusive education, which involves finding effective pedagogical technologies for the implementation of this process. As a result, the usage of some innovative technologies in the educational process becomes relevant.

The digitalization of inclusive education – the large-scale process of saturation of inclusive education with neuro-digital and robot technologies – is at an essential stage of its implementation. This phase involves the creation, application and improvement of digital technologies that use neurological knowledge and simulate neurological phenomena, human brain function and intelligence. Smart technology is coming in the forms of neuro-digital technology and robotic technology. However, there is much debate about how to implement these technics. Therefore, the results of digitalization will not be known in the near future.

Modern inclusive education is an area of multiple innovations, including digital and some related ones. These innovations underline the fact that the training of teachers and pupils on how to use digital technologies, including their neurodigital professionalization and the acquisition of «appropriate competencies for education subjects» is one of the most urgent problems in the practice of general and inclusive education. As the problem of helping a person is complex and full of dilemmas, the problem of «improvement» of a person and «improvement» of education as a practice and environment of their formation and development is also complicated. Modern technologies are generally inadequate and are, therefore, very limited in their application.

INNOVATION IN THE ENGLISH LANGUAGE TEACHING METHODS

Карпова С.В., гр. ЭМ-121

Научный руководитель доцент Авезова Б.С.

Кафедра Иностранных языков

Nowadays, in the period of digitalization of all the spheres of human activity, the field of teaching English is no exception. Therefore, lifelong education has become a lifestyle for a large number of English teachers today. After all, the field of teaching is constantly developing and it incorporates not only the methodological innovation, but also the technological developments. In this article, I would like to highlight some current trends in the world of teaching the English language and contemporary teaching methods. In the digital age, English teachers are switching to online platforms such as Zoom or Skype. There is also a clear trend of using interactive online whiteboards, for example, Miro – a virtual

analogue of a traditional one. With its help, you can not only visually show something to students, but also organize project and team work, visualize a certain process, arrange a brainstorming session and, finally, conduct an exciting, interactive lesson.

Speaking about new methods, Dogme style is frequently used by the present-day English teachers. It is a variation of a communicative approach to any language teaching. It allows to get rid of textbooks and lesson plans as much as possible and focus on communication between a student and a tutor. This teaching form is great for online learning, too. It is also essential to note that modern English teaching methods include countless applications for learning the English language. For instance, Quizlet (involves online learning words using flashcards), ELSA (helps to put the correct pronunciation), Busuu (allows you to memorize words in the context of dialogues), HelloTalk (provides communication directly with native speakers). In addition, there is a wide range of Internet resources, for instance, various English audio podcasts.

Thus, progressive English teachers have begun using the following video materials: TV series and adapted videos from Course Book, British Council, Ted-Talks and Ted-Ed videos (videos with tasks attached to them), EngVid.com (grammar analysis with native speakers), popular ads and commercials, YouTube videos, PlayPhrase.me (short excerpts from films and TV series to practice pronunciation), Tubequizard.com (on this website educators are able do the tasks for the video themselves).

In conclusion, I would like to say that English teachers need to keep up with the innovative changes in the global world due to step-by-step informatization and digitalization and, thereby, enhance their teaching methods these days. That is why there is a huge number of online webinars and workshops which are to improve the skills of the teachers. They will definitely help to stay up to date with all innovation and achieve success in their field.

NEW TRENDS IN THE DESIGNATION OF TITLES IN THE PEERAGE SYSTEM OF ENGLAND

Колесникова М.Д., гр.ИКФ-122
Научный руководитель доцент Аvezова Б.С.
Кафедра Иностранных языков

There are not many countries with a monarchical system of government left in the modern world. Most often it is a parliamentary monarchy in countries such as the United Kingdom, the Netherlands, Belgium, Denmark, Norway, Sweden, Australia, Japan, Spain, as well as some Asian countries and island states.

In the aforementioned Great Britain, there is a peerage system, that is, a system of noble titles. All British honours, including the peerage, come from the

sovereign, who is called the source of honour. The sovereign himself cannot belong to the peerage – "the source of dignity cannot receive dignity from himself." Peers have five ranks: Duke, Marquis, Count, Viscount, and Baron. The ranks of count and baron are considered the basis of titled nobility.

All titles, with the exception of two ducal titles, are nominal, that is, they do not secure the right to land and income from this land. Such two exceptions are the Duke of Lancaster, who is worn by the monarch himself, and the Duke of Cornwall, who is worn by the direct heir to the throne, that is, the Prince of Wales. It is also worth noting that the monarch can grant a peerage to a person, and after his death the title will return to the disposal of the Crown. The most recent such case is the granting of the title of Duke of Edinburgh to Prince Edward, the younger brother of the current monarch, King Charles (Charles 3rd). In this case, the title is not inheritable and after Edward's death can be transferred to another member of the royal family. His son, James, received the title of Duke of Edinburgh after his father, became known as the Earl of Wessex (the title of his father Edward), before that he was called Viscount Severn (at the request of his parents, he used this title as a courtesy title, although he should have been called prince, as the grandson of the reigning monarch)

Therefore, we can say that the presence of a peerage is an indicator of status, but nothing more. At the same time, hereditary peerages have been abolished since 1999, which significantly reduced their number in the House of Lords.

INNOVATIVE WAYS TO LEARN THE ENGLISH LANGUAGE BASED ON NEUROSURGEON RESEARCH

Обухова М.А., гр. ДГ-222

Научный руководитель доцент Авезова Б.С.

Кафедра Иностранных языков

Currently, there are many ways to learn the English language, some of them are effective, while others are not. Neuropsychologists have conducted a lot of research, the results of which can be used in the study of any language. It guarantees outcomes and is suitable not only for learning English, but also for acquiring another knowledge.

One of the most important features of the brain that needs to be applied in study is the ability to better absorb the material that we see. The next principle of brain memory is to remember the big picture better than details. You need to understand how to combine new knowledge with the existing one. Another feature of our brain is the ability to assimilate information better if it has to be shared with someone in the future. The next property of the brain is learning through alternative tactics. For example, when learning a foreign language, it is

recommended to mix the memorization of words with listening to speech in the original or writing.

Now, let's talk about new teaching methods based on the discoveries of scientists in the field of neuropsychology. The first method is called a Mind map. It is a technique for visualizing and structuring the process of thinking. The Mind Map is designed as a diagram that resembles a tree. We should also talk about the techniques of mnemonics. Mnemonics is a way for memorizing information when various objects and facts are closely associated with ideas in a person's head. The Memory palace is one of the well-known mnemonic devices, it is a kind of space with certain static objects. A person “binds” certain information to each object in this space. There are also simpler mnemonic techniques, like rhymes, consonances, abbreviations - that you can come up by yourself.

So, what principles, based on the research in neuropsychology, must be observed in order to learn English effectively? Each piece of information should have a visual accompaniment, you need to connect the new with the already known, share new information with others, alternate study methods, visualize information in the form of a Mind Map, master the Memory Palace method and come up with abbreviations, rhymes, consonances and associations to memorize grammatical rules, words.

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE CREATION OF SMALL ART OBJECTS FOR PEOPLE WITH VISUAL IMPAIRMENT

Садыкова К.В., гр. МХ-121

Научный руководитель доцент Аvezова Б.С.

Кафедра Иностранных языков

Designing architectural forms and spaces for people with visual pathologies is an example of the concept of accessible design and architecture. Due to the need of a different type of design for the disabled people, the Americans with Disabilities Act of 1990 (ADA) was released, which played an important role in raising awareness of the importance of architecture formation for the visually impaired people and others.

According to its statements, it can be concluded that the architecture for the visually impaired and the blind individuals works the same way as for ordinary people; however, it is being developed taking into account the active interaction with other senses to ensure their orientation in space.

When Chris Downey was diagnosed with a cancerous tumor, as a result of which his visual functions deteriorated, he retrained as an expert for other architects and designers, helping them develop projects for people with visual disabilities, based not only on his experience as an architect, but also on his senses.

The interactive audiovisual installation 'Sound Portrait of the Kazan Kremlin', which aims to consciously perceive the architectural spaces of the Kazan Kremlin landmark through the prism of its modern sound, is aimed not only at attracting the attention of citizens and guests of the capital to the acoustic problems of the modern urban environment, but also to familiarize people with visual pathologies with the historical part of the city. It is also worth noting that each material has its own sound, according to the perception of people with disabilities. One of the key structures on the territory of the Kazan Kremlin is the Syuyumbike Tower.

However, the final form was ruled by people with visual impairment, according to their senses, the sound of the structure was distorted and narrowed to the top, so the Syuyumbike tower looks rounded in the art object. Based on the perception of blind people, architects can create a reliable picture of the area using only materials and their sounds.

Thanks to this, visually impaired people can get acquainted with historical places not only by studying Brailevsky's books, but also from personal experience.

THE STRATEGIES FOR DEVELOPING AND MAINTAINING INNOVATIVE BUSINESS

Усова А.А., гр. ЭЭБА-120

Научный руководитель доцент Аvezова Б.С.

Кафедра ИностраннЫХ языков

In today's fast-paced and ever-changing business world, innovation is a key driver of success. Innovation is not just about creating something new, but also about continuously improving and refining existing processes and products. A study by Deloitte found that companies that prioritize continuous innovation are more likely to achieve long-term success compared to those that only focus on short-term benefits.

There are different types of innovation, including product innovation, process innovation, and business model innovation. All of these types can help companies to differentiate themselves from competitors, create new opportunities, and drive growth.

The next step is to develop strategies for innovative business processes. One of the most important strategies is to encourage a culture of innovation. This means creating an environment where employees are motivated to come up with new ideas, to experiment, and take calculated risks. Another strategy is to foster collaboration and knowledge sharing among workers. This can lead to cross-functional teams that can generate new ideas and solutions.

Investing in research and development is also crucial to developing innovative business processes. This can involve dedicating resources to research, prototyping, and testing new ideas. Engaging with customers and stakeholders is another important strategy. By understanding their needs and preferences, companies can develop innovative products and services that meet their needs.

Implementing innovative business processes can be challenging. It's important to have strong leadership and change management skills to drive the implementation process. To successfully apply innovative business processes, it's important to set clear goals and expectations, communicate effectively with stakeholders, provide resources and support, monitor progress and adapt as needed.

Finally, it's important to maintain and continuously improve innovative business processes. Regular review and assessment, learning from failures and successes, rewarding and recognizing innovation, and continuing to invest in research and development are key factors that can help organizations maintain their competitive edge and stay ahead of the curve in the marketplace.

In summary, developing and maintaining innovative business processes is crucial for companies to stay competitive and achieve long-term success.

THE PECULARITIES OF MATCHING THE COLORING AND FORMING METHODS AS INNOVATION OF THE WORLD FASHION

Чеботарева О.А., гр. ИКК-121

Научный руководитель доцент Аvezова Б.С.

Кафедра ИностраннЫХ языков

Fashion never stands still and always faces innovation. There are certain laws according to which fashion changes and improves. Unfortunately, nowadays, such established laws are becoming boring, and fashion is not moving forward in full force.

There is a law of balance between a form and a print. A quaint pattern is the simplest clothing improvement, because it requires artist's work and programming of the machines only. It is the European method of clothing innovation. Creation an artificial shape is the most complicated method to develop a costume. The reason is changing drafts and searching for new frame materials. This method is more used in Russia or Japan. The law of balance is that the more complicated the shape is, the more often unprinted fabric is used. The simpler the form is, the more complicated its print is.

Many people add a pattern into the secondary elements of the complexly created costume, using plain fabric for accent pieces. The reason is the fear of ruining the balance.

My innovative suggestion is that an artificial shape could be accompanied by different eccentric patterns throughout the whole costume. The difference is both in the form and in the print. The accent element should have the most accent pattern. The larger the print is, the more it stands out. The smaller the print is, the more neutral it is. Different patterns in a costume must be united by a single theme and color scheme. No unprinted elements should be allowed.

One of the yet untested innovative methods in the development of fashion is the combination of a complex shape and complex patterns. The method of matching a complicated print and a complicated shape is able to unite the Eastern and the Western methods of creation clothes, which will allow world fashion to reach a new level.

INNOVATIVE COMPOSITE MATERIALS AND WAYS TO RECONCILE THEM

Широкова С.В., гр. МХ-121

Научный руководитель доцент Аvezова Б.С.

Кафедра Иностранных языков

With the development of technology, people increasingly began to understand that ordinary materials do not satisfy their needs. Over time, they have stopped relying only on nature, creating more and more new substances. People began to combine materials to create something new. The result of their labor is called a composite material. What makes any material a composite? Composite substances are formed by combining two or more materials that have quite different properties. The different materials work together to give the compound unique properties, but within the composite you can easily tell the different substances apart – they do not dissolve or blend into each other. Thanks to this, they acquire incredible strength properties that they could not have separately: for example, increased strength and hardness.

Over recent decades, many new composites have been developed, some with very valuable properties. By carefully choosing the reinforcement, the matrix, and the manufacturing process that brings them together, engineers can tailor the properties to meet specific requirements. They can, for example, make the composite sheet very strong in one direction by aligning the fibres that way, but weaker in another direction where strength is not so important.

Due to this, the number of areas of life in which they are used is huge. Also, for some areas, the invention of composites has helped to move far ahead in development. Modern aviation, both military and civil, is a prime example. It would be much less efficient without composites. In fact, the demands made by that industry for materials that are both light and strong has been the main force driving the development of compounds. It is common now to find wing and tail

sections, propellers and rotor blades made from advanced composites, along with much of the internal structure and fittings. The airframes of some smaller aircraft are made entirely from composites, as are the wing, tail and body panels of a large commercial aircraft. Most of the rigging of a spacecraft is made of composite materials. Additionally, a lot of work is currently being directed towards development of compound substances made from waste products, such as agricultural waste, building materials or plastic drink containers.

We can conclude that composite materials not only move humanity forward, but also help take care of our planet. In the future, a spacecraft capable of reaching Mars will be made entirely of composite substances. This will allow us not only to explore galaxies unknown to us before, but will significantly reduce the damage to nature, when creating such incredible spaceships. The composite materials will be our future.

KEY INNOVATIONS IN JEWELRY AND THEIR INFLUENCE ON THE INDUSTRY

Эрелс С.А., гр. ИКЮ-121

Научный руководитель доцент Авезова Б.С.

Кафедра Иностранных языков

The skill to process metal is one of the first professional skills which the mankind mastered. It all began with the simple technology of processing copper, which was used to make tools for labor and hunting. Later, metal processing was divided into metallurgy and the jewelry art itself, where religion and the nobility were the main customers.

It is worth noting that the jewelers have given this industry a number of valuable know-hows, even being technologically conservative. However, things have changed over the years. The demand for precious metals has stimulated the development of different branches of science and gave new opportunities for unleashing human creativity.

The technology of casting was invented in times immemorial; however, it has been improved and perfected to this day. During the Renaissance, Europeans enhanced the technique of cutting, which had previously been invented in India. Technical progress in the last 150 years has given cutters new possibilities.

Synthetic stones - with properties that are as good as natural ones - have also been invented. The 19th and 20th centuries saw a rapid development of the electrical and chemical industries, which innovations were also adopted by jewelers.

In the last 50 years, information technology and 3D printing have been actively introduced in different spheres of economy and culture, including jewelry. The development of neural networks, which has been going on in recent

years, gives new opportunities to designers. The evolution of technologies and approaches continues. All of these points will be discussed in more detail in the article below.

CHAT GPT: NEW STEP TOWARDS THE FUTURE

Юлдашев И.М., гр. ЭМ-121

Научный руководитель доцент Аvezова Б.С.

Кафедра ИностраннЫХ языков

ChatGPT is a powerful natural language processing neural network developed by OpenAI, a research organization focused on developing artificial intelligence technologies to benefit humanity. ChatGPT is part of a new generation of AI systems that are capable of generating human-like language and understanding natural language inputs.

One of the key advantages of ChatGPT over other neural networks is its ability to generate high-quality text. The network was developed using a sophisticated training process that involved filling it with vast amounts of text data, including books, articles, and other written materials. As a result, ChatGPT has developed an advanced understanding of human language, allowing it to generate a text that is both grammatically correct and semantically meaningful.

Another advantage of ChatGPT is its ability to understand and create texts in multiple languages. The network has been tested on data from a wide range of languages, including English, French, German, Spanish, and many others. This makes it an excellent tool for anyone looking to communicate across language barriers, whether they are a business trying to expand into new markets or an individual trying to learn a new language.

ChatGPT also has the ability to generate creative and innovative responses to text inputs. This makes it a valuable tool for a wide range of applications, from chatbots and virtual assistants to content generation and creative writing. The network can generate responses to text inputs that are both contextually relevant and original, making it an ideal instrument for businesses looking to engage with their customers in new and innovative ways.

Finally, ChatGPT is a major step forward in the development of artificial intelligence. Its ability to create high-quality text and understand multiple languages makes it an incredibly powerful tool for communication and collaboration. As AI technology continues to advance, ChatGPT is likely to play an increasingly important role in shaping the future of technology and helping to bridge the gaps between different cultures and communities around the world.

ПРОБЛЕМА ВОСПРИЯТИЯ РЕЛИГИОЗНЫХ ОБРАЗОВ В РОМАНЕ «МАСТЕР И МАРГАРИТА»

Александрова С.А., гр. ДЭ-222
Научный руководитель профессор Яковлева Л.Е.
Кафедра Истории и философии

В своей оценке религиозных образов данного произведения в плане выражения атеистической или религиозной позиции автора романа «Мастер и Маргарита», мы опираемся на исследования двух авторов – православного диакона А. Кураева и литературного критика М. Дунаева.

С точки зрения А. Кураева, в романе показана страшная сила черной магии, парализующее воздействие Воланда на людей самого различного уровня культуры. Поиск защиты от этой силы ведет человека туда, «где крестное знамение... норма жизни, веры, любви и надежды. К Церкви. Воля Булгакова туда шла. Навстречу же Церковь простирала свою молитву». То есть, религиозные образы романа могут привести человека к вере, раскрывая поверхностность атеистической точки зрения (в ситуации болезни или войны любой атеист на мгновение становится верующим), что открывает возможность восприятия положительного образа Христа как критика фарисейства, полного любви к своим творениям, Спасителя человечества.

По мнению М. Дунаева, при всех литературных достоинствах романа, воображение автора настолько сфокусировано на фантоме «черной мессы», что «погружение в её атмосферу не столь безобидно для кого бы то ни было». В романе образ Божественного Откровения десакрализируется и сводится до уровня заурядного гуманистического релятивизма и даже оккультной игры. В сознание человека вносится «мысль, что можно внести собственный смысл в рассказы о Христе», так как образ Иешуа – это артефакт, созданный Воландом и воспринимаемый как фактический образ Христа. Именно эти качества сделали роман М. Булгакова объектом «бездумного поклонения либерального плюралистического сознания».

Для решения проблемы восприятия романа молодежью мы провели анкетирование учащихся 10-11 классов школы «Созвездие» и студентов. В опросе приняли участие 55 человек, из них в первой возрастной группе (16-18 лет) – 28 человек, а во второй (19-22 года) – 27 человек. 57% респондентов считают роман одним из лучших произведений русской классики. При этом большинство школьников еще не определились или считают себя неверующими, а студенты уже обращаются к осмыслению веры и видят ее сложность, причем указывают, что к вере скорее приводят жизненные испытания, семья и социальное окружение, чем литература.

В силу отсутствия литературно выверенного издания и сложности восприятия, требующего личной встречи с верой (на основе жизненного опыта), представляется необходимым убрать роман из школьной программы.

РАСТОРЖЕНИЕ БРАКА С УЧАСТИЕМ ИНОСТРАННОГО ЭЛЕМЕНТА

Андреева П.А., гр. СКИ-221
Научный руководитель доцент Горяева Г.С.
Кафедра Истории и философии

При расторжении брака супругов, заключенного с иностранными гражданами или лицами без гражданства, требуется соблюдение определенных правил не только российского, но и зарубежного законодательства. Согласно ст. 160 СК РФ расторжение брака между гражданами РФ и иностранными гражданами или лицами без гражданства, а также брака между иностранными гражданами на территории нашей страны производится в соответствии с национальным законодательством. Заявление о расторжении брака и регистрация расторжения брака обычно происходят в присутствии обоих супругов. При наличии уважительных причин, они могут проводиться с участием одного супруга. Подпись отсутствующего супруга должна быть удостоверена органом ЗАГСа, в нотариальном порядке или консулом по месту жительства другого супруга. Гражданин РФ, проживающий за пределами территории своего государства, имеет право расторгнуть брак с иностранцем, также проживающим за пределами территории РФ, с помощью консульских учреждений и дипломатических представительств. Для расторжения брака на территории РФ, в случае его заключения за границей, документы должны быть легализованы, то есть, переведены на русский язык, с последующим заверением у нотариуса.

Требования по расторжению брака предъявляют также компетентные иностранные органы. Документы должны быть переведены на национальный язык государства. При наличии решения о расторжении брака, вынесенного компетентным органом иностранного государства, разведенный супруг может, ссылаясь на это решение, подлежащее признанию в Российской Федерации, вступить в России в новый брак.

Применяется законодательство того государства, чье учреждение рассматривает дело о расторжении брака. Суды РФ рассматривают бракоразводные процессы с участием иностранного элемента, если один из супругов является гражданином. Брак не может быть расторгнут в судебном порядке, если инициатором является иностранный элемент, проживающий

за пределами РФ. Специальные правила расторжения браков установлены в международных двусторонних договорах Российской Федерации о правовой помощи, заключенных Россией с Болгарией, Венгрией, Польшей и другими странами. Если супруги не имеют общего гражданства и проживают на территории разных стран, дело о разводе может быть возбуждено в суде любого государства.

КОНСТРУКТИВИЗМ В ТВОРЧЕСТВЕ АРХИТЕКТОРА К. МЕЛЬНИКОВА

Афанасьева А.П., гр. ИКД-122
Научный руководитель доцент Мокшина И.С.
Кафедра Истории и философии

Конструктивизм как советский авангардистский метод получил свое широкое распространение в 1920 – начале 1930 гг. Его сутью было проектирование удобных, практичных и функциональных зданий или предметов быта, которые при использовании минимума ресурсов и пространства приносили бы наиболее возможную пользу обществу. Это являлось отказом от «искусства ради искусства» и продвижением идеи того, что творчество должно служить производству. Одним из наиболее ярких представителей конструктивизма стал архитектор Константин Мельников (1890-1974 гг.), который внес вклад в формирование новых типов зданий, выдвинул совершенно новые композиционные идеи, получил в XX в. известность мирового масштаба и повлиял на развитие современной архитектуры.

К. Мельников окончил Московское училище изящных искусств и зодчества в 1918 г. Его первыми работами стали проекты зданий Бутырского района и Ходынского поля в стиле неоклассицизма. Впоследствии он начал искать новые конструктивные решения и пространственные формы, иную эстетическую выразительность, решив отказаться от старых архитектурных традиций. В 1924 г. Мельников предлагает новое архитектурно-планировочное решение в строительстве Ново-Сухаревского рынка, который преобразился в упорядоченную торговую площадь. В том же году Мельников побеждает в конкурсе на лучший проект павильона СССР для международной выставки декоративного искусства и художественной промышленности в Париже. Эта постройка принесла архитектору всемирную известность, впоследствии советский павильон много лет использовался в Париже как рабочий клуб. Мельников участвовал в международных архитектурных выставках в 1926 г. в Варшаве, в 1927 г. – в Нью-Йорке. В 1933 г. на Триеннале декоративного искусства и архитектуры

в Милане прошла персональная выставка Мельникова в числе лучших архитекторов мира.

В 1920-1930 гг. Мельников прославился нестандартными архитектурными решениями для московских типовых зданий. Он спроектировал серию гаражей для автобусов и грузовых автомобилей, серию клубов, собственный дом, выставочные павильоны, серийные жилые дома и многое другое. Значительная часть его проектов этих лет была осуществлена. Архитектура К. Мельникова отличается простотой и функциональностью, его работы во многом определили облик Москвы.

ИНДЕКСАЦИЯ ПЕНСИИ РАБОТАЮЩИМ ПЕНСИОНЕРАМ

Бардаенко А.Д., гр. СКИ-121

Научный руководитель доцент Горяева Г.С.
Кафедра Истории и философии

Закон об отмене индексации пенсий работающим пенсионерам вступил в силу в январе 2016 года. Считая отмену индексации пенсий работающим пенсионерам ошибочной и социально несправедливой, профсоюзы страны неоднократно поднимали данный вопрос в обращениях к президенту РФ, правительству, Госдуме и другим госорганам. В ноябре 2022 г. ФНПР в очередной раз высказала свою позицию о необходимости возвращения к индексации пенсий работающим пенсионерам. Минтруд и Госдума также периодически обсуждают данный вопрос. Большую часть проектов выдвинули депутаты партии «Справедливая Россия», ведь если пенсионеры продолжают работать, то государство только выиграет, поскольку ВВП увеличится на 18 трлн. рублей в год.

Однако каждое предложение лидеров «Справедливой России» отвергается Министерством финансов без внятных комментариев. Думское большинство в лице «единороссов» отклоняет все инициативы оппозиции, не спеша даже выносить их на рассмотрение депутатов. Соцфонд объясняет невозможность такого повышения тем, что это приведет к снижению пенсий закончивших трудовую деятельность россиян. Однако, если бы в России была реализована прогрессивная шкала налогообложения сверхбогатых и подоходный налог был бы увеличен на 18%, то это позволило бы проиндексировать пенсии 8 млн. работающих пенсионеров.

Согласно данным Росстата, на начало 2023 г. в России проживает 8 млн. официально работающих пенсионеров из 41,78 млн. В третьем квартале 2022 г. число работающих пенсионеров в России снизилось более чем на 400 тыс. По подсчётам Правительства РФ, для индексации пенсий для учтённых работающих пенсионеров на уровень инфляции в 2023 г. дополнительно потребовалось бы 538 млрд. рублей, которые не

предусмотрены бюджетом. Страховая пенсия неработающих пенсионеров с 1 января 2023 г. после индексации на 4,8%, составила 21864 рубля. В итоге имеем 17,7 млрд. руб. Если взять в расчет, что повышения не было ни разу за последние 8 лет, то – 141,6 млрд. руб. Откуда могла взяться сумма в 538 млрд. не понятно.

КУЛЬТУРА ОТМЕНЫ ИЛИ ОТМЕНА КУЛЬТУРЫ?

Бегутова М.А., гр. СЖ-122

Научный руководитель старший преподаватель Бормашева Е.К.
Кафедра Истории и философии

Понятие «Культура отмены» начало развитие в США и быстро набирает обороты в мире. Огромный скачок популярности получило в 2020 году во время пандемии, когда в социальные сети прибывал колоссальный поток пользователей. Данное понятие вызвало большой интерес среди молодежи, но мало кто знает, что это вообще за течение и какие последствия оно может вызвать.

Культура отмены – социально-политический термин, при котором определенный человек или группа лиц лишаются поддержки и подвергаются осуждению в социальных или профессиональных сообществах как в онлайн-среде, так и в реальном мире. Проявлениями течения стали публичные наказания – экзекуции и исполнение приговоров. Характерными особенностями понятия являются использование популярных социальных сетей, анонимность «отменяющих», а главное – вынесение «приговора», меры наказания для «отменяемого». С нормативно-правовой точки зрения, жертва обвиняется в нарушении неформализованных правил, и справедливость в отношении обвиняемого отсутствует. Публичная расправа над человеком осуществляется не для того, чтобы тот «исправился», ведь над всем наказанием стоит продвижение иной идеологической точки зрения. Термин «Культура отмены» скрывает в себе деструктивный потенциал явления, а также его использование как инструмента разрушения публичной репутации. Феномен активно применяется в ведении информационных войн, а отсюда вытекает необходимость в выработке способов противодействия для обеспечения национальной информационной безопасности.

Кто же подвергся данному феномену и какие последствия вызвало явление? Обратимся к Джоан Роулинг, широко известной персоне, автору книг о Гарри Поттере. Не так давно от нее отвернулось огромное количество людей – от бывших коллег до обычных интернет-пользователей. Писательница репостнула к себе на страницу несколько трансфобных высказываний, после чего ее и «отменили». Пользователи замазывают

краской ее имя, бойкотируют произведения, но из недавнего – отмена свежей вышедшей игры по Поттериане, в создании которой Роулинг даже не участвовала.

Подводя итоги, нельзя еще раз не упомянуть деструктивное воздействие явления на общество, фанаты «Культуры отмены» становятся похожими на психически нездоровых людей, а само течение – заразительным и губительным.

ПРИНЦИП ТОЛЕРАНТНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ ЗАПАДНОЙ КУЛЬТУРЕ

Безух П.М., гр. СЖ-222

Научный руководитель старший преподаватель Бормашева Е.К.
Кафедра Истории и философии

Новые идеологические тенденции в современной западной культуре, выражающиеся в форме этических концепций и правил, пронизаны идеей толерантности. Этот термин имеет латинское происхождение, означает терпение, терпеливость и пришёл в общественные науки из медицины. Там он обозначает «снижение реакции организма на неоднократно используемый препарат». В современном обществе толерантность стала не уважением других людей со всеми их особенностями, а агрессивным навязыванием разнообразными меньшинствами своего образа жизни большинству населения.

Люди, по какому-либо признаку находящиеся в меньшинстве, объединяются в группы для защиты своих прав. Предоставление особых возможностей ранее дискриминируемой группе нарушает мажоритарный принцип демократии, а также в некоторых аспектах принцип презумпции невиновности, принцип меритократии и другие. Меньшинство воспринимает остальных враждебно, хотя зачастую большая часть из привилегированной группы никак не задумывается о признаке дискриминации и не участвует в ней никак, кроме своего существования. Этот механизм запускает социальные конфликты, превращая желаемую терпимость к угнетаемым слоям общества лишь в раздражение к ним.

Биологические нормы заменяются социальными. Преследовать ЛГБТ-персон, безусловно, нельзя, однако общество имеет право ограничивать распространение практик, если они ведут к негативным для него последствиям. Пропаганда однополых отношений ведёт к потере общепринятых ценностей. Разрешение детям с возраста 3 лет выбирать свой пол и начинать гормональную терапию без согласия родителей не имеет научной доказательной базы и губит их здоровье. Кроме того, дети

дезориентированы: нужно уважать всех людей, но к чему стоит стремиться на самом деле?

Толерантность необходима для развития гражданского общества, однако методы, которые используют западные страны для достижения этой цели, не прошли проверку временем. Неизвестно, приведут они к эволюции общественного сознания или к его деградации.

ТЕОРИЯ СВЕРХЧЕЛОВЕКА Ф. НИЦШЕ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

Безух П.М., Маливанов И.А., Писанюк Д.А., гр. СЖ-222

Научный руководитель доцент Коржановская Л.Г.

Кафедра Истории и философии

Фридрих Ницше постулирует в произведении «Так говорил Заратустра» необходимость переоценки прежних ценностей, выдвигая перед людьми новое условие: единолично и самостоятельно поставить границы норм и ценностей. А поскольку «Бог умер», то мерой и установителем границ должен стать сам человек, но не загнанный в границы морали и религии, а создающий собственные идеалы и мерилы. «Человек – есть мера всего сущего» – постулат теории. «Могли бы вы создать Бога? – Так не говорите же мне о всяких богах! Но вы несомненно могли бы создать сверхчеловека».

В современной культуре есть большое количество произведений, базирующихся на концепции «Сверхчеловека» Ницше. Ярким примером служит экранизация романа Чака Паланика «Бойцовский клуб» режиссёра Дэвида Финчера. Вторая часть сознания главного героя фильма – противоположность первой – Тайлер Дерден. Он бунтует против всего, что связывает человека с миром. По его мнению, «лишь утратив всё до конца, мы обретаем истинную свободу». Этот бунт у Тайлера выражается в отказе от всего материального, освобождении от моральных ценностей. Именно в этой идеи Тайлера Дердена коррелируют с концепцией «Сверхчеловека». Ницше говорит о смерти Бога, а значит и смерти религиозных норм и догматов, сковывающих человека – так он приходит к свободе. Финчер же говорит о смерти культуры потребления (которую многие сегодня называют «новой верой») и тоже приходит к свободе.

Безусловно, стоит понимать, что экранизация знаменитого романа скорее о негативной части философии Ницше. «Бойцовский клуб» Финчера не затрагивает позитивные аспекты концепции «Сверхчеловека». Существует «свобода от» и «свобода для». Герой Финчера остаётся на стадии «свободы от» или стадии «льва» и не приходит к так называемому «духу-ребенка».

Более ранняя работа немецкого философа «Веселая наука» особенно знаменита по фразе «Бог мёртв». Бог в понимании Ницше – не антропоморфное существо или существо вообще, а сила, движущая людьми и дающая им жизненные ориентиры. Смерть Бога с этой позиции символизирует нравственный кризис человечества, крах веры в существующем космическом порядке.

ДИАЛЕКТИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛИЗМ: МЕСТО В ИСТОРИИ ФИЛОСОФИИ И СОВРЕМЕННОЕ ЗНАЧЕНИЕ

Беляев Г.С., гр. СТВ-322

Научный руководитель доцент Коржановская Л.Г.

Кафедра Истории и философии

Положение, что возникновение диалектического материализма было революционным переворотом в развитии философской мысли, иногда подвергается критическому анализу. Утверждается, в частности, что К. Маркс и Ф. Энгельс, создав новую философскую теорию, систематически ее не изложили, а В. Ленин, понимая и принимая главные положения их учения, не успел завершить работу по оформлению системы взглядов выдающихся немецких мыслителей. Справедливы ли эти утверждения?

Маркс признавал себя учеником великого философа Гегеля, но в отличие от Гегеля, предметом его метода выступает не всеобщее, а особенное – законы единичных явлений общественной жизни, не метод познания абсолютной истины, а диалектический метод познания природы, общества и мышления. Он изучил прежние теории общества, ввел в категориальный аппарат новые понятия, классическое изложение всех категорий дано в Предисловии «К критике политической экономии». Маркс создает учение об обществе как целостном образовании, материалистическое понимание истории. Обосновывая положение о детерминирующей роли материального производства, мыслитель не отрицал значения неэкономических факторов в общественном развитии и понимал сложный характер их взаимодействия и влияния на все историческое развитие.

Энгельс в одном из писем отмечал, что их понимание истории только руководство к изучению. Современные исследователи анализируют проблемы глобализации, отмечают ее положительные и отрицательные стороны. Глобализированный мир – закономерный этап всемирно-исторического процесса, опирающегося на капиталистическое разделение труда, поэтому глобализация несет все характеристики капитализма.

Маркс разработал учение о формах отчуждения в капиталистическом обществе. Конечно, современный человек развивается, но оборотной стороной происходящих социокультурных изменений является самоотчуждение человека, лишение его человеческой сущности. Процессы расчеловечивания, утраты субъектности отдельным человеком и странами очевидны. Идеи К. Маркса и новые подходы в оценке общецивилизационного кризиса современного мира внесут достойный вклад в представление о сущности тенденций глобализации, опасности понимания свободы как свободы потребления.

А. БАРАНОВ – ПРАВИТЕЛЬ РУССКОЙ АМЕРИКИ

Березина Д.А., гр. ЛТТ-122
Научный руководитель доцент Мокшина И.С.
Кафедра Истории и философии

А.А. Баранов (1746-1818 гг.) – уроженец Каргополя, выходец из купеческой среды, занимался торговыми и промышленными операциями в родных краях, Москве и Санкт-Петербурге. В 1780 г. с переездом в Иркутск, организовал несколько экспедиций, связанных с промыслом на северо-востоке Азии и на Аляске. В 1787 г. за статьи о Сибири был избран почетным членом Императорского Вольного экономического общества. В 1790 г. он принял предложение предпринимателя Г.И. Шелехова возглавить управление его Северо-Восточной компанией (Российско-Американская), которая должна была осуществлять промышленную и торговую деятельность на северо-восточных берегах Америки. В 1799-1867 гг. Российско-американская компания (РАК) управляла Аляской и прилегающими к ней островами. А.А. Баранов стал первым губернатором Аляски (1799-1818 гг.). Это был начальный период освоения огромной неизведанной территории, богатой лесом и пушным зверем, населенный враждебными индейскими племенами, с которыми пришлось не только воевать, но и выстраивать мирные отношения.

А. Баранов внес огромный вклад в изучение территорий побережья и островов залива Аляски, при нехватке средств и малочисленности сотрудников снаряжал исследовательские и торговые экспедиции вдоль побережья Берингова моря и Тихоокеанского побережья Северной Америки до Верхней Калифорнии, а также на Гавайские острова. Владения России расширились на юг и восток. В 1796 г., двигаясь к югу вдоль побережья Америки, русские дошли до острова Ситка. В 1799 г. здесь был основан форт Новоархангельск, куда был перенесен административный центр Русской Америки. В 1812 г. по распоряжению Баранова в Калифорнии основана русская торговая фактория Форт-Росс. Появились редуты в Кенайском и

Чугацком заливах. А. Баранов основал верфь, положив начало местному судостроению. Был построен медеплавильный завод и школа, организована добыча угля, расширился промысел морского зверя-каланов. В Русской Америке действовала православная церковь, к середине XIX в. большинство аборигенов Аляски были крещены. Сам себя Баранов называл «Писарро российский», сравнивая с Франсиско Писарро, испанским исследователем-завоевателем. В 1818 г. А. Баранов, возвращаясь в Россию, скончался близ острова Ява.

Целая эпоха жизни Русской Америки связана с личностью А.А. Баранова, в России помнят этого замечательного человека, его деяниями гордятся.

«НАД ВСЕЙ ИСПАНИЕЙ БЕЗОБЛАЧНОЕ НЕБО»

Большаков Е.Д., гр.ММЦ-122

Научный руководитель доцент Нечаева Т.Ю.

Кафедра Истории и философии

16 февраля 1936 г. на выборах в кортесы партии Народного фронта добились значительного успеха (50,74%). Главой правительства стал лидер левых республиканцев Мануэль Асанья. Из тюрем освободили 30 тыс. политзаключенных. На предприятиях вводился рабочий контроль. Была восстановлена автономия Каталонии, установлены демократические свободы, крестьяне получили более 700 тыс. га земли. Установлены твердые цены на продукты, сокращен рабочий день. Открыто 10 тыс. новых школ, обучены грамоте 500 тыс. человек; расширена сеть вузов, введены государственные стипендии, что дало возможность детям из бедных семей получать образование в университетах.

Правые при поддержке армии, финансового капитала, крупных землевладельцев и церкви начали подготовку к вооруженному восстанию. Сигналом к началу мятежа 18 июля 1936 г. стала условная фраза: «Над всей Испанией безоблачное небо». Командующим мятежными войсками был назначен генерал Ф. Франко. 80% армии перешли на сторону мятежников. Хорошо вооруженной и экипированной армии фашистов противостояли плохо вооруженные отряды Народной милиции, состоявшие из оставшихся верными правительству армейских частей и добровольцев. Началась гражданская война, которая продолжалась 3 года.

СССР направил на помощь республиканцам 800 самолетов, 1000 орудий, 1811 специалистов. 35 тыс. человек (из СССР, Франции, Германии, Италии, США, Польши, Бельгии, Югославии, Латинской Америки) сражались в интербригадах. 5 тыс. добровольцев погибли в боях или пропали без вести.

Испанских националистов поддержали германские нацисты и итальянские фашисты. Германия предоставила в помощь мятежникам военно-воздушную дивизию «Кондор», которая за несколько недель перебросила весь Марокканский корпус в Испанию. Из Италии было переправлено 300 тыс. солдат, 4 эсминца, 2 подлодки, добровольческий корпус *Corpo Truppe Volontarie* (Италия) (150 тыс. чел.); из Германии – до 1500 самолетов, 2700 орудий и танки, 50 тыс. добровольцев. Ватикан оказывал финансовую помощь франкистам.

В 1939 году Республика пала. Ф. Франко стал пожизненным диктатором. В войне погибли около 450 тыс. испанцев, более 600 тыс. эмигрировали. Гражданская война в Испании – первое открытое сражение с фашизмом в Европе. Героическая борьба испанского народа вызвала огромный подъем антифашистского сознания во всем мире.

ПРЕБЫВАНИЕ ЖЕНЩИН В ТЮРЬМЕ И СОБЛЮДЕНИЕ САНИТАРНЫХ НОРМ

Братушева Е.П., гр. СТВ-320

Научный руководитель доцент Горяева Г.С.

Кафедра Истории и философии

В нашей стране 35 женских тюрем, где отбывают наказания больше 60 тысяч женщин – это 5% от общего числа заключенных, в том числе 13 тысяч несовершеннолетних девушек. На сегодняшний день в РФ всего 3 женских СИЗО (в Москве, Санкт-Петербурге и Екатеринбурге).

До момента распределения подозреваемым и осужденным гражданкам приходится ютиться в весьма стеснённых условиях. Стандартная камера следственного изолятора рассчитана на содержание 42 женщин. Помещение поделено на 3 комнаты без дверей. В двух из трёх «отсеков» располагаются по 21 двухъярусной кровати, прикроватных тумбочек на всех не хватает. Третья комната отведена под столовую зону и туалет. Стандартная вместимость камер в женских тюрьмах 40-60 человек с двухъярусными кроватями. Однако согласно нормам санитарной площади (приказ Минюста России от 04.07.2022 № 110) в камере СИЗО на одного человека должно пригодиться 4 м², как и на каждого ребенка в возрасте до 3 лет, которые могут содержаться вместе с подозреваемыми и обвиняемыми женщинами-матерями.

Генпрокуратура России и прокуратуры 35 регионов России выявила более 800 нарушений в отношении женщин и детей, содержащихся в тюрьмах. Прокурорами вынесено 134 представления в адрес начальников СИЗО и территориальных управлений ФСИН. Отмечается, что нарушения носят распространенный характер: не созданы в полном объеме бытовые

условия, отвечающие требованиям гигиены, санитарии и пожарной безопасности, не соблюдаются нормы установленной законом санитарной площади на одного человека, не во всех камерах СИЗО, предназначенных для содержания женщин и детей, установлены холодильники и телевизоры. Нарушения выявлены и в оказании медпомощи заключенным женщинам. В медико-санитарных частях и их филиалах не хватает помещений для надлежащего медико-санитарного обеспечения и оказания медицинской помощи, отсутствует необходимое медицинское оборудование в кабинетах врачей-специалистов. Школьники-заключенные лишены доступа к дистанционному образованию. Дети заключенных вместо пятиразового питания получают питание трижды в день.

Причины подобного положения – несовершенство российского законодательства, формальный подход к подобного рода проверкам, отсутствие финансирования учреждений ФСИН и недостаток сотрудников.

«ГОЛУБАЯ ЛИНИЯ» КАК ИНЖЕНЕРНОЕ СООРУЖЕНИЕ

Важничин Н.О., гр. МУИ-122

Научный руководитель доцент Нечаева Т.Ю.

Кафедра Истории и философии

Главную и наиболее оборудованную в инженерном отношении позицию на Кубани немцы называли «Голубая линия». Ее сооружение было начато в феврале 1943 г. и за 4 месяца был создан мощный оборонительный пояс от Черного моря до приазовских плавней, состоявший из 577 закрытых огневых сооружений, 37,5 км минных полей шириной 500 м и плотностью до 2500 мин/км, 87 км проволочных заграждений, 11,75 км лесных завалов.

Левый фланг «Голубой линии» (56 км) начинался у Курчанского лимана, проходил по берегу реки Курки. Насыпанные здесь высокие земляные валы немцы превратили в мощный оборонительный рубеж. Далее «Голубая линия» поворачивала на восток вдоль р. Адагум до с. Киевское, прикрываясь широкой полосой прикубанских плавней, а затем вновь поворачивала к югу. Центральный участок (32 км) – узкое холмистое плато, гитлеровцы укрепили особенно тщательно. Здесь были созданы две полосы обороны со множеством опорных пунктов. Основой первой являлись два узла обороны: Киевский, запиравший дорогу на Тамань через станицу Варениковскую, и на высоте 195,5 м, прикрывавший шоссе и железную дороги на Новороссийск через ст. Нижне-Баканскую и ст. Верхне-Баканскую. Село Молдаванское, расположенное в центре плато, было превращено в мощный узел второй линии обороны, преграждавший путь к центру Тамани. Этот узел прикрывался опорным пунктом на высоте 114,1 м, очень выгодно расположенным в тактическом отношении и

представлявшим серьезное препятствие для наступающих войск. Правый фланг «Голубой линии» (25 км) проходил от ст. Неберджаевской до Новороссийска по труднодоступной горной местности и укреплялся противником с ноября 1942 г.

Узлы обороны и опорные пункты находились в тесном огневом и тактическом взаимодействии, имели 2-3 линии траншей и были подготовлены к круговой обороне. На расстоянии 20-60 м от первой линии траншеи и в 50-75 м друг от друга располагались ДОТы и ДЗОТы, предназначенные для фланкирования переднего края обороны и подступов к заграждениям. Вторая линия огневых сооружений прикрывала огнем промежутки между сооружениями первой линии. На горном участке оборона строилась по принципу многоярусного огня и сочеталась с лесными завалами и системой минных полей. В июне 1943 г. сюда были переброшены из Крыма 38 артбатареи. Обороняла рубеж 17-я армия, причем на 5-6 км фронта здесь приходилась одна дивизия, а на 1 км – до 60 артиллерийских орудий.

«Голубая линия» была взята советскими войсками в ходе Новороссийско-Таманской операции осенью 1943 года.

КАК КАРМА ВЛИЯЕТ НА ЖИЗНЬ

Валеева П.И., гр. Ссоц-122

Научный руководитель доцент Пухир В.М.

Кафедра Истории и философии

Тема кармы и ее влияние на жизнь может быть предметом философских рассуждений на протяжении веков. В разных культурах и религиях существуют свои трактовки этой концепции, но в целом она связана с идеей, что наши действия и мысли влияют на нашу жизнь.

С точки зрения философии, карма – это концепция, которая была разработана в восточных религиях, таких как буддизм, индуизм и джайнизм. Согласно этой концепции, карма – это закон причинности и следствия, который утверждает, что наши действия и мысли оставляют следы в нашей душе и воздействуют на нашу судьбу в настоящем и будущем. Одной из ключевых идей философии кармы является то, что мы несем ответственность за свои действия и мысли, и что они имеют последствия как в настоящем, так и в будущем. Эта идея может помочь людям понимать, почему в жизни происходят определенные события и почему приходится сталкиваться с определенными проблемами или благоприятными обстоятельствами.

Если поступать правильно и действовать в соответствии с высокими моральными стандартами, создается положительная карма, которая

приводит к благоприятным последствиям в жизни. Наоборот, если мы поступаем неправильно и нарушаем моральные принципы, мы создаем отрицательную карму, которая приводит к неблагоприятным последствиям.

Согласно этой концепции, карма влияет на нашу жизнь не только в настоящем, но и в следующих жизнях, и что наша жизнь в будущих воплощениях зависит от того, как мы поступали в прошлых жизнях.

Кроме того, концепция кармы может привести к идеологии суждений, когда другие людей судят на основе их прошлых действий и мыслей. Это может привести к негативным последствиям и конфликтам в отношениях между людьми. Поэтому следует проверять все факты и не делать не продуманных выводов.

Таким образом, философия кармы может быть полезным инструментом для понимания жизни и ответственности за все действия и мысли. Однако, необходимо помнить, что она не является единственной истиной и что применять ее нужно с осторожностью.

КУЛИКОВСКАЯ БИТВА В ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОМ НАСЛЕДИИ РОССИИ

Волошина Д.Д., гр. ЛТТ-122

Научный руководитель доцент Мокшина И.С.

Кафедра Истории и философии

Победа русского войска под водительством Дмитрия Донского над полчищами Мамаея на Куликовом поле (1380 г.) вызвала высокий подъем национального самосознания, получила широкое отражение в исторической науке и памятниках культуры.

Поэтическая поэма «Задонщина», написанная священником Софонием Рязанцем в начале XV в., была посвящена прославлению победы русских войск над ордынцами. На примере Куликовской битвы «Задонщина» показала, что только объединение усилий всего русского народа могут привести к окончательному и полному освобождению от ига.

В «Сказании о Мамаевом побоище» (конец XV в.) победа русского воинства объясняется его сплоченностью, достигнутой благодаря православной вере. О Куликовской битве повествуют Московские летописи (своды 1481, 1489 гг.), а также Новгородские и Псковские. Напоминание о Куликовской битве содержится в летописях XVI в. (Воскресенская, Никоновская), в ряде летописей XVII в. Рассказы о Куликовской битве вошли в хронографы, в Степенную книгу, в Синописис, в различные исторические сборники. Из летописей и литературных памятников описание Мамаева побоища переходит в труды русских историков.

О Куликовской битве писали русские ученые В.Н. Татищев, Н.М. Карамзин, С.М. Соловьев, В.О. Ключевский, Н.И. Костомаров. В XIX в. появляются литература о самом сражении, о памятных местах, связанных с ним; труды о Дмитрии Донском. В 1849 г. на Красном холме Куликова поля был воздвигнут величественный монумент «Князю Дмитрию Ивановичу Донскому от признательного потомства» (архитектор А. Брюллов). Шесть десятилетий спустя рядом с ним по проекту А.В. Щусева был построен храм Сергия Радонежского, который входит сейчас в музейно- исторический и природный комплекс «Куликово поле».

С веками расширились исторические знания, всесторонняя оценка Куликовской битвы дается в монографиях И.Б. Грекова, Л.В. Черепнина, А.Н. Кирпичникова, Н.С. Борисова, Р.Г. Скрынникова, А.А. Горского и др. Куликовская битва – событие, которое вселяет чувство глубокого уважения к нашим предкам, чувство гордости за совершенный ими подвиг, память о котором живет в нашем историческом и культурном наследии.

ПРОБЛЕМА НЕЗАКОННОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ РОССИЯН

Галоян А.И., гр. ЛКШ-120

Научный руководитель доцент Горяева Г.С.

Кафедра Истории и философии

С 1 марта 2023 г. ужесточено законодательство по обработке персональных данных россиян. Эти изменения затронули сферы как бизнеса, так и обычных физических лиц. Персональными данными является любая информация, прямо или косвенно относящаяся к субъекту персональных данных. РКН усилил «дистанционные» проверки за персональными данными. Если сведения, которые указали в уведомлении, изменились, об этом нужно сообщить в РКН не позднее 15-го числа месяца, следующего за месяцем, в котором произошли изменения. Ранее такое уведомление направлялось в течение 10 рабочих дней с момента изменений. Законодатель обязывает фиксировать факт уничтожения персональных данных двумя документами: актом об уничтожении персональных данных; выгрузкой из журнала регистрации событий в информационной системе персональных данных.

Приказ Роскомнадзора (РКН) от 27.10.2022 №178 выделяет три степени вреда при обработке персональных данных: низкая: ведется общедоступный источник данных; средняя: распространение персональных данных на сайте компании неограниченному кругу лиц; данные обрабатываются в дополнительных целях, которые отличаются от первоначальной цели сбора; высокая: обрабатываются биометрические

данные; обрабатываются специальные категории данных, в том числе те, которые касаются состояния здоровья и сведений о судимости; обрабатываются данные несовершеннолетних; обработка данных поручается иностранному гражданину; собираются данные с использованием баз данных, которые находятся за пределами РФ.

РКН обязывает уведомлять о зарубежных поставщиках, получающих доступ к личным данным россиян. Передавать эти данные можно только по решению РКН, которое принимается в течение 10 рабочих дней. Разрешение дадут Армении, Азербайджану, Сербии, Турции, которые ратифицировали Конвенцию Совета Европы о защите физлиц при автоматизированной обработке персональных данных. Чтобы избежать претензий от РКН и штрафов, компании должны руководствоваться правилом: «одна цель – одно согласие», т.е. оформлять отдельное согласие на каждую ситуацию передачи данных. Следует отказаться от практики включения в договоры условия о согласии на обработку данных, ибо тем самым компания навязывает субъекту подписание согласия, что противоречит принципу добровольности. Заключенный договор – самостоятельное основание для обработки данных, поэтому согласие не требуется вовсе.

ПСИХОЛОГИЯ И МЕТАФОРЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ

Глазачев И.Д., гр. ХИТ-122

Научный руководитель доцент Ташлыкова Н.Ю.

Кафедра Истории и философии

В современной российской психологии повсеместно применяется метод исследования, основанный на теории вероятности. Психические явления и процессы фактически приравниваются к случайным, вероятностным движениям материальных объектов, который описываются статистически. Метод наблюдения и беседы применяются гораздо реже. Профессор Гулина отмечает в учебнике по социальной психологии, что социально-философская концепция душеподобности реальности Семена Людвиговича Франка могла бы стать методом для отечественной социальной психологии, но Франк был выслан из России в 1922 году.

В российской психологии развивалась позитивистская школа А.В. Петровского. В современной экологии Питером Расселом защищается концепция Земли как организма. Профессором МГУ им. М.В. Ломоносова Василием Васильевичем Налимовым обосновывался смысловой подход к процессам в математике и биологии. Психологи Супрун А.П., Носов К.А. написали книгу «Метапсихология», в которой раскрывают возможности семантического метода для описания психических процессов. Данный подход опирается на способ семантического отражения мира субъектом.

Исследователи отмечают, что авторы эмпирических корреляционных методов, на которых строят свои теории психологи и социологи не вскрывают причинных связей, не дают ясного понимания изучаемого явления, не гарантируют безошибочности предсказаний человеческого поведения. Статистика (теория ошибок) только оценивает правильность эксперимента. Физиком-теоретиком М.Б. Менским отстаивается позиция взаимодействия сознания и физической реальности. В исследованиях Л. С. Выготского переживания определяются как высшие психические функции, т.е. выделяются как реальность.

В общих курсах психологии исследованию семантических переживаний не уделяется должного внимания. Существуют попытки привлечь клинические исследования в области психотерапии, но клиническая картина нарушений психики еще очень далека от строгого определения психологической нормы. Практика психотерапии должна находить отражение в общей психологической теории. Подход позитивной психологии Михай Чиксентмихайи, выраженный в книге «Поток: психология оптимального переживания», не составил конкуренции экономической психологии рекламы, в которой психика человека понимается крайне упрощенно. Назрела необходимость построения общей квантовой теории поля с включением в нее психических процессов.

ТВОРЧЕСКИЙ АСПЕКТ ПРОФЕССИИ ЖУРНАЛИСТА

Гречка А.Д., гр. СЖ-122

Научный руководитель старший преподаватель Бормашева Е.К.
Кафедра Истории и философии

В настоящее время мы видим много примеров того, как за правду выдается фальсификация, как искажается история, как журналистика из «зеркала» общества превращается в орудие манипуляции массовым общественным сознанием. На примере западной журналистики можно проследить тенденцию исчезновения главной характеристики любого журналистского материала – объективности. И поскольку журналистскую деятельность можно охарактеризовать, как творческий процесс, под сомнением оказывается наличие в этой новой псевдожурналистике творческого начала.

В философии существуют различные подходы к пониманию творчества. Представитель античной философии, Платон, считал, что творчество проявляется в стремлении человека к высшему созерцанию сущности мира, а источник вдохновения кроется в божественных силах. Немецкий философ Иоганн Фихте, рассматривая творческую деятельность, важную роль отводил активности субъекта. Человек познает мир через

призму своего Я, и в процессе этого познания реализует и утверждает себя. А согласно трактовке Артура Шопенгауэра, творчество, как воплощение нереализованных возможностей человека, движет общество и культуру вперед, открывая новые горизонты.

Ни в одном из перечисленных определений не упоминается о разрушительной силе творчества. Напротив, оно предстает, как созидательная деятельность, которая преобразует не только окружающий мир, но и человека, его нравственный облик. Это важное отличие творческого аспекта объективной журналистики от изобретательных и оригинальных методов фейковой деятельности.

Для журналиста творчество – это возможность отразить объективный мир посредством своего субъективного. Главная задача творческого процесса в журналистике – показать то, что видит автор в реальности с таким преобразованием, чтобы это увидела аудитория. Не только увидела, но и поняла сущность и закономерность процессов, происходящих в окружающем мире. Объективной журналистике противопоставлена фейковая деятельность, которая намеренно искажает действительность, манипулирует общественным сознанием и вводит людей в заблуждение. Изобретательная ложь, погоня за материальными благами и карьерой, приверженность деструктивной идеологии – все это убивает не только творческий аспект профессии журналиста, но и саму журналистику, лишает СМИ доверия со стороны аудитории.

ЯЗЫЧЕСКИЕ ОБРЯДЫ: ПРОШЛОЕ И НАСТОЯЩЕЕ

Дианова В.О., гр. МВ-122

Научный руководитель доцент Никитаев С.Н.

Кафедра Истории и философии

Язычество Древней Руси – это система представлений о человеке и мире, что существовала в древнерусском государстве. Каждый народ поклонялся своим богам. Подобно грекам или римлянам, славяне также имели собственный пантеон. Боги и богини присутствовали в нем самые разные: добрые и злые, сильные и слабые, главные и второстепенные.

В славянском язычестве существовало несколько магических праздников, причем проводили такие обряды строго по расписанию. Наши предки обязательно встречали и провожали времена года и сельскохозяйственные сезоны.

Если говорить о классификации славянского язычества, то в литературе выделяют четыре временных этапа: культ упырей и берегинь; культ «рода» и «рожаниц», культ Перуна, эклектика раннего христианства.

В основе славянского язычества лежит огромный жизненный опыт наших предков. Люди не только познавали мир вокруг себя, но и пытались понять собственную сущность. Количество славянских богов было очень велико, и неудивительно, что имена многих из них сейчас позабыты. В славянской языческой религии все боги стояли на той или иной ступени иерархической лестницы. Причем в разных племенах наибольшим почетом могли пользоваться разные божества.

По мнению некоторых учёных, вождь в древнем славянстве владел одновременно административными, военными и религиозными функциями. Уже ко второй половине 1 тыс. н.э. эры славяне занимают значительную территорию Восточной Европы, в связи с чем наблюдается разница в их общественном развитии. Это отражается в их обрядах, которые также имеют свою структуру и очередность: обряд имянаречения, свадебный обряд, обряд новоселья, банный обряд, калинов мост (погребальный обряд), жатва. Спорным является вопрос о жертвоприношении, которое было нормой для язычества. Однако об убийствах сообщается только в христианских источниках. Византийские летописи отмечают их наличие у кочевых язычников. Для славянского язычества была характерна уже развитая форма и убийства людей для них считалось неприемлемым уже с VI века.

Религиозные верования древних славян определяли их мировоззрение. Языческое мироощущение предполагает осознание неразрывной связи с природой (это позже с принятием христианства человек стал мыслить себя вне природного мира), четкое разделение мира на сферы своего и чужого, добра и зла. Кроме того, языческие верования во многом укрепляли связь поколений: духи предков играли важную роль в благополучии и процветании племени.

З.В. ЕРМОЛЬЕВА – СОЗДАТЕЛЬ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПЕНИЦИЛЛИНА

Дмитриева Л.М., гр. ТТЭ-122
Научный руководитель доцент Мокшина И.С.
Кафедра Истории и философии

В нашей стране огромный вклад в развитие микробиологии внесла советский ученый Зинаида Виссарионовна Ермольева (1898-1974 гг.), автор более пятисот научных работ, в том числе труда «Пенициллин» (1944 г.). Она родилась в 1898 г. в казачьей семье в Донской губернии. В 1921 г. окончила медицинский факультет Донского университета и осталась работать на кафедре микробиологии. С 1925 г. проживает в Москве и руководит отделом биохимии микробов в Биохимическом институте имени

А.Н. Баха. Затем З. Ермольева возглавила институт биологической профилактики инфекций, на основе которого в 1947 г. был основан Всесоюзный научно-исследовательский институт пенициллина (впоследствии Всесоюзный научно-исследовательский институт антибиотиков), в котором она заведовала отделом экспериментальной терапии.

Одна из наиболее важных сфер деятельности Ермольевой была связана с развитием науки об антибиотиках, созданием первого отечественного пенициллина. В годы Великой Отечественной войны большое число бойцов погибало из-за раневой инфекции. Перед учеными стояла задача срочной разработки и внедрения в практику лечения таких больных высоко эффективных препаратов. Именно этим в 1942 г. занималась Ермольева и её сотрудники во Всесоюзном институте эпидемиологии и микробиологии. Ими был найден активный продуцент пенициллина и выделен первый отечественный пенициллин – крустозин.

Клинические опыты начались в 1943 г., первые испытания на пациентах проводились хирургами в клиниках Москвы под руководством профессора И.Г. Руфанова. В 1944 г. было осуществлено сравнение эффективности крустозина и английского пенициллина, доставленного его создателем знаменитым Г. Флори из Оксфорда. Лечение проводили на двух группах раненых, находящихся в тяжелом состоянии. Эффект от лечения крустозина был не хуже, чем у английского препарата. Ермольева несколько раз выезжала на Первый Прибалтийский фронт, где в составе бригады, возглавляемой Н.Н. Бурденко, применяла отечественный пенициллин, для предупреждения осложнений после тяжелых ранений.

В 1944 г. в Москве открылся экспериментальный цех, выпускающий жидкий концентрированный пенициллин. Так начался прославленный путь отечественного пенициллина, созданного в военные годы З.В. Ермольевой.

БОИ НА ОЗЕРЕ ХАСАН КАК ПРОЛОГ ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

Джавоян А.А., гр. ММЦ-122

Научный руководитель доцент Нечаева Т.Ю.

Кафедра Истории и философии

В 1931 г. милитаристская Япония оккупировала Маньчжурию (Северо-Восточный Китай) и создала на его территории марионеточное государство Манчжоу-Го. После этого осложнилась ситуация на границе.

7 июля 1937 г. после столкновения с китайскими войсками в Лугоуцяо близ Пекина японцы приступили к захвату Центрального и Южного Китая. Лига Наций никак не отреагировала на эти события. Великобритания,

Франция и Германия рассчитывали, что следующим объектом нападения Японии будут Сибирь и Дальний Восток. Однако ситуация сложилась иначе.

Японские императорские войска были дважды разгромлены РККА: в 1938 г. у озера Хасан и реки Туманная (в японской историографии «инцидент у высоты Чжангуфэн»), а также в 1939 г. на реке Халхин-Гол.

В ходе боев была выявлена уязвимость легких танков Т-26 для противотанковых ружей и артиллерии, необходимость оснащения радиостанциями с поручневыми антеннами всех танков, а не только командирский. Слабая работа советской артиллерии привела к большим потерям среди личного состава РККА, поэтому был сделан упор на модернизацию и развитие артиллерийских орудий и минометов. Красная Армия получила опыт ведения боевых действий с японскими войсками, который изучался в военно-учебных заведениях и отрабатывался в ходе учений и маневров. Опыт, полученный боях на оз. Хасан, сыграл решающую роль в победе на р. Халхин-Гол в 1939 г. Были внесены изменения в боевую, тактическую и оперативную подготовку войск и штабов, а также работу военно-санитарной службы РККА (раненых стали выносить после окончания боя, батальонных врачей перевели в полки, а в батальонах оставили фельдшеров, что сократило потери среди врачей и повысило эффективность работы полковых медпунктов, гражданских хирургов стали готовить к оказанию помощи раненым в полевых условиях). Боевые действия у озера Хасан инициировали развитие транспортных коммуникаций на юге Дальнего Востока. Граница была укреплена танковыми огневыми точками (танки Т-18 врывались в землю и устанавливались на каменнобутовый фундамент).

Бои на озере Хасан и реке Халхин-Гол стали прологом и пробой сил накануне Второй мировой войны. Японское командование убедилось, что сил для войны с таким противником как Советский Союз, у него нет. Несмотря на все уговоры А. Гитлера, в июне 1941 г. император Хирохито не стал разрывать договор о ненападении с СССР и вступать в войну на стороне Германии. Для него важнее был захват Юго-Восточной Азии. Летом 1941 г. японцы фактически оккупировали французский Индокитай.

СУПРЕМАТИЗМ В ТВОРЧЕСТВЕ МАЛЕВИЧА

Егорова А.С., гр. ИКД-122
Научный руководитель доцент Мокшина И.С.
Кафедра Истории и философии

Одним из главных направлений в искусстве русского авангарда стал супрематизм. Впервые этот термин вводится в первой половине 1910-ых

годов художником-авангардистом К.С. Малевичем (1879-1935 гг.). Супрематизм станет для него центральным изобретением и делом жизни. Корень «supremus» (лат. наивысший или последний) означает первенство цвета и форм супрематизма над чертами остальных живописных направлений в искусстве. По мнению создателя, супрематизм стал первым шагом на пути к «чистому искусству», уравнивающего силу природы и силу человека.

Супрематизм относится к разновидности геометрического абстракционизма. Его концепция заключается в выражении структуры мироздания в простейших геометрических фигурах – прямой линии, квадрате, круге и прямоугольнике, из которых, по мнению создателя, состоят более сложные формы физического мира. Фигуры образуют уравновешенные ассиметричные динамичные композиции, находящиеся как бы в космическом пространстве без выраженных «верха», «низа», «правого» и «левого» направлений. На картинах художников-супрематистов возникает новый независимый «мир», который самобытен в своём проявлении и, в то же время, отвечает основным принципам художественной композиции.

Самым характерным и узнаваемым примером супрематизма стала работа самого К. Малевича «Чёрный супрематический квадрат на белом фоне» (1913 г.), представленная на выставке футуристов «0,10» в 1915 г. и ставшая, по выражению А.Н. Бенуа, «новой иконой» для почитателей известного художника. «Чёрный квадрат» являлся манифестом супрематизма, первым программным произведением геометрического абстракционизма. Картина полностью соответствует воззрению художника о том, что живописная форма существует автономно и обладает собственной силой выражения. Одна из характерных черт искусства супрематизма – отсутствие предметности. Малевич отталкивается от понятия «безликости» – это отказ от изображения видимой формы. Внешняя оболочка воспринимается как скорлупа, которая скрывает суть, глубокий замысел, и цель художника-супрематиста передать этот замысел на картине. Однако позже «безликость» воспринимается им проще: на картинах изображаются узнаваемые фигуры людей, но без лиц, например, картины «Женщина с граблями» (1915 г.) и «Спортсмены» (1931 г.).

Влияние творчества Казимира Малевича не исчерпало себя и в наше время. Идеи супрематизма нашли воплощение в архитектуре, полиграфии, промышленном дизайне, сценографии.

ПРИНЦИПЫ ОБЩЕЙ ТЕОРИИ НАУКИ В ФЕНОМЕНОЛОГИИ Э. ГУССЕРЛЯ И В ЛОГИЧЕСКОМ ЭМПИРИЗМЕ Р. КАРНАПА

Еремина А.А.

Научный руководитель доцент Ташлыкова Н.Ю.

Кафедра Истории и философии

Цель доклада осмыслить принципы общей теории науки Э. Гуссерля и Р. Карнапа в контексте преодоления трансцендентализма И. Канта на основе работы М. Фридмана «Философия на перепутье».

В феноменологии Гуссерля преодоление кантовского определения априорности созерцания пространства решается через понятие интенциональности: всякое наше знание – это сознание некоторого предмета, но сознание само по себе – истина действительности, а не искажение. В процессе проявления предмета происходит десубъективации предмета. Сознание находится среди вещей, оно обращено на вещи и на само себя. Таким образом, от вещей мы переходим к науке, минуя априорность созерцания. Гуссерль признает за феноменом интенциональности наиболее важные познавательные функции. Философ, полемизируя с Кантом, признает возможность созерцания категорий: разум сам на себя опирается и может что-то действительно философское утверждать.

Карнап, в логическом эмпиризме, пытается преодолеть трансцендентализм с помощью оценки результатов теории относительности. Карнап показал не обязательность для нашего познания физических объектов чистых форм созерцания пространства и времени. Философ утверждал, что в общей теории относительности конструируются все уровни реальности без априорного созерцания пространства, при наличии в этом конструировании субъектности.

В какой-то степени, чистые формы созерцания релятивизируют реальность мира субъекта. Фридман пишет, что с точки зрения Карнапа: «... наше знание того, что он называет интуитивным пространством (в противоположность нашему полностью общему, чисто логическому знанию формального пространства), является синтетическим а priori знанием. Это априорное знание, тем не менее, характеризует определенный вид объектов чувственного восприятия, и тем самым составляет «форму» эмпирической реальности или условие возможности объектов опыта».

Таким образом, отказавшись от кантовских априорных форм созерцания пространства, Э. Гуссерль и Р. Карнап заняли диаметрально противоположные позиции на познавательные способности человека.

ЦИВИЛИЗАЦИОННЫЙ ФАКТОР В ФОРМИРОВАНИИ НОВОГО МИРОПОРЯДКА

Ермолова А.М., гр. СЖ-122

Научный руководитель старший преподаватель Бормашева Е.К.
Кафедра Истории и философии

Цивилизационный подход – один из возможных способов мироописания. На современном переломном этапе именно он предоставляет возможность наиболее адекватно интегрировать процессы, связанные с трансформацией миропорядка.

Мир начал движение от глобализации к формированию множества цивилизационных платформ и далее – к взаимодействию и интеграции между ними. Это длительный исторический процесс, новые центры мирового развития ищут в многополярности возможность сохранить суверенитет и социокультурную идентичность и гармонично развиваться в соответствии со своими традициями и с опорой на национальные интересы. Следует отметить, что цивилизационные платформы не могут и не должны быть равновеликими по экономической и военной мощи, размерам территории и численности населения. Их объединяет то, что они обладают способностью влиять на глобальные процессы, привносить в мировую дискуссию свой взгляд на решение проблем.

Цивилизация предполагает суверенное становление, а её идентичность базируется на господстве мировоззрения, претворяемого в энергии культуры и практике миростроительства, что находит выражение в политическом проекте и отражено в категорическом целеполагании. Переводя теорию на язык политической практики, перечислим критерии, которым отвечают цивилизации и иные глобально значимые игроки. Во-первых, способность и наличие политической воли осуществлять суверенную, независимую внутреннюю и внешнюю политику. Во-вторых, наличие достаточного потенциала. Ресурсная обеспеченность, позволяющая сохранить социально-экономическую устойчивость и поддерживать высокий уровень самодостаточности национального хозяйства. В-третьих, наличие собственной философии развития, своего «авторского» видения международной политики, самобытного и значимого в мировом масштабе культурного и духовного потенциала.

Указанным критериям отвечают следующие государства-цивилизации и цивилизационные общности: Россия, Китай, Индия, Юго-Восточная Азия, Африка, Латинская Америка и Западная цивилизация. Именно эти игроки готовятся принять участие в определении облика многополярного мира. Мирное большинство – через возможности и созидание, Запад – через противопоставление себя остальному миру.

«Райский ад» против «джунглей» в терминологии главного дипломата ЕС
Ж. Борреля.

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА КЛЕВЕТУ И ОСКОРБЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Жидкова В.И., Петрова А.А., гр. СЖ-119
Научный руководитель доцент Горяева Г.С.
Кафедра Истории и философии

Понятия «клевета» и «оскорбление» в современном мире активно развивающихся социальных сетей часто применяются в правовой среде. Клевета – распространение заведомо ложных сведений, порочащих честь и достоинство другого лица или подрывающих его репутацию (ст. 128.1 УК РФ). Оскорбление – это унижение чести и достоинства другого лица, выраженное в неприличной форме (ст. 5.61 КоАП РФ). В ч.2 ст.128.1 УК РФ внесены два новых квалифицирующих признака клеветы, а именно, клевета, совершенная публично с использованием Интернета, а также клевета в отношении нескольких лиц, в том числе индивидуально неопределенных. Дополнен перечень возможных наказаний за совершение преступлений, предусмотренных ст.128.1 УК РФ.

Человеку, который столкнулся с этим, в первую очередь нужно зафиксировать факт нарушения с помощью нотариуса, который сделает скриншоты с мониторов или (мобильного) устройства. Это поможет избежать ситуации, когда сообщение, отправленное в мессенджерах или опубликованное, будет удалено. Ярким примером применения последних правок в закон о клевете является первое уголовное дело в нашей стране, возбуждённое по факту клеветы в Интернете в отношении Марии Мостинец, которая выступала против абортёв. Марию стали забрасывать ругательствами и запугивать. Ее фото появилось на сайте, где рекламируются интимные услуги. Сейчас прокуратурой устанавливаются все причастные лица. Обидчикам грозит штраф до 1 млн. руб. и лишение свободы сроком до 2 лет.

До 2012 г. оскорбление было уголовным преступлением, однако сейчас оно декриминализировано и стало административным проступком. Оскорбления могут быть в различных формах: устные высказывания, письменные оскорбления личности, невербальные оскорбления (жесты, звуки, пощечина или плевки). Если оскорбления сопровождались возбуждением «ненависти либо вражды, а также унижали достоинство человека либо группы лиц по признакам пола, расы, национальности, языка, происхождения, отношения к религии или принадлежности к какой-либо социальной группе, причем оскорбили публично или с использованием

средств массовой информации», то наказание будет строже. С обидчика можно взыскать также денежную компенсацию причиненного морального вреда при условии, что оскорбление причинило пострадавшей стороне нравственные и физические страдания и это можно подтвердить со ссылкой на ст.151 ГК РФ.

ГУБИТЕЛЬНО ЛИ ОДИНОЧЕСТВО ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА?

Зорина В.С., гр. СТВ-322

Научный руководитель доцент Коржановская Л.Г.

Кафедра Истории и философии

Тема одиночества многогранна, ей посвящено немало произведений, дискуссий и статей. Человек рождается и живет в обществе, так как же он, на первый взгляд, может быть одинок? К сожалению, показатель людей вокруг не является гарантом «полноты Я». Чаще всего, рассматривается переживание одиночества, а не его ситуация.

Как же возникает это переживание? У человека есть базовые потребности, если убрать или меньше всего уделять внимания одной из них, наступит логический конец – кризис души. А теперь представьте, у вас есть потребность в принадлежности к группе (социальная) и потребность быть услышанным (духовная), и они не соблюдаются. Что вы почувствуете? Так и зарождается одиночество. Е. Евтушенко в двух предложениях проиллюстрировал эти ощущения: «В человека вгрызлась боль, раздирает коготками, разъедает, будто соль, где-то между позвонками. Исповедаться жене? Боль ей будет непонятна. Исповедаться стране? До испуга необъятна». Быть не услышанным и быть невыслушанным – страшное, тоскливое состояние. Вообще, тоска и одиночество идут рядом. На мой взгляд не одиночество приводит к тоске, а тоска разрастается в одиночество.

Длительное пребывание в таком состоянии, неумолимо влияет на психику и разум человека. Отмечаю, что «изоляция» и «уединение» не одно и то же в сравнении с одиночеством. Одиночество имеет некий специфический внутренний контекст. Изоляция в большей степени связана с физической, пространственной и временной локализацией человека по отношению к социальному окружению и является внешне обусловленной ситуацией, а не внутренним психическим переживанием. Очень выразительно говорят об этом У. Садлер и Т. Джонс: «Чтобы обнаружить физическую изоляцию, достаточно иметь одни глаза, но, чтобы узнать одиночество, необходимо испытать его». Предметом одиночества выступает сам человек. Одиночество направлено на субъект, объект здесь как бы вторичен. Можно быть изолированным, но не одиноким. Можно находиться в одиночестве, не будучи изолированным. Одиночество, в

отличие от объективной изоляции, отражает дисгармонию отношений между «Я» и «ОНИ», разлад с миром, самим собой, сопровождаясь страданиями, кризисами и т. Возможно ли избавиться от одиночества? На мой взгляд – нельзя. Да, это явление губительно для «личного Я», но избежать его невозможно, но в любви и дружбе мы можем на время представить, что не одиноки.

ОПЕРАЦИИ «РЕЛЬСОВАЯ ВОЙНА» И «КОНЦЕРТ»

Ильджинов Н.-А.С., гр. ММЦ-122
Научный руководитель доцент Нечаева Т.Ю.
Кафедра Истории и философии

В годы Великой Отечественной войны на оккупированных территориях развернулось широкое партизанское движение, в котором участвовали около 1 млн. партизан и 200 тыс. подпольщиков. Опыт войны показал, что партизанское движение нуждается в централизованном руководстве, отсутствие его вносит разноречивость в действия партизанских отрядов и снижает их эффективность. Поэтому 30 мая 1942 года ГКО принял решение о создании Центрального штаба партизанского движения под командованием П.К. Пономаренко. Действия партизан после создания ЦШПД стали более организованными и эффективными, укрепилась связь с командованием Красной Армии и единство действий с регулярными войсками.

Силу партизан немцы ощутили особенно в 1943 г. при проведении операций «Рельсовая война» (3 августа – 15 сентября 1943 г.) и «Концерт» (19 сентября – октябрь 1943 г.). Операции проводились на оккупированных территориях РСФСР (Ленинградской, Смоленской, Калининской и Орловской областях), Белоруссии и части Украины на широком фронте около 900 км и в глубине свыше 400 км. В период Курской битвы в ночь на 3 августа 1943 г. 176 партизанских отрядов одновременно начали операцию. В ней приняли участие около 100 тыс. партизан и подпольщиков. В первую же ночь было уничтожено свыше 42 тысяч рельсов, что практически парализовало возможность немцев перебрасывать резервы.

За август-декабрь 1943 г. партизаны вывели из строя более 2,3 тыс. км железнодорожных путей. По мнению военных экспертов, действия партизан были в 11 раз эффективнее налетов немецкой авиации в тот же период. Было уничтожено более 70 мостов. Подорван 1041 вражеский эшелон с оружием, техникой, живой силой противника и продовольствием. Пропускная способность железных дорог сократилась до 40%.

В немецком тылу начался хаос. Командованию приходилось идти на крайние меры для усиления охраны дорог: перебрасывать из Германии

железнодорожные батальоны, снимать части с фронта. Своими действиями партизаны отвлекали на себя значительные силы кадровой армии и спецвойск противника.

Таким образом, операции «Рельсовая война» и «Концерт» нарушили железнодорожные коммуникации противника и способствовали успеху в битве на Курской дуге, а также в наступлении на Смоленск и Гомель и выходу к берегам Днепра и Десны.

ГИ ДЕБОР: ПОЧЕМУ ЛЮДЯМ УДОБНО ЖИТЬ В «ОБЩЕСТВЕ СПЕКТАКЛЯ»?

Козлов М.С., гр. ЭИ-122

Научный руководитель доцент Пухир В.М.

Кафедра Истории и философии

Ги-Эрнст Дебор – французский писатель, художник-авангардист, философ и режиссёр, автор книги «Общество спектакля» (1967 г.). В этой книге автор анализирует современное состояние общества, которое характеризуется необычайным развитием грандиозной индустрии производства образов: телевидением, кино, различными культурами, знаменитостями и рекламой. Все эти масс-медиа представляют собой мир спектакля, который максимально подавляет общественного человека.

Человек, созерцающий спектакль в его различных формах, выступает в качестве сугубо пассивного индивида. Мир спектакля поглощает нас, жизнь подменяется зрелищем, и чем больше человек является зрителем, тем меньше он живет в реальности, которая является чем-то цельным, сложным и многообразным. Жизнь подменяется рядом фрагментов, образов, которые выполняют задачу потребления в рамках капиталистической экономики. Человек не способен осознать свое реальное положение, он пребывает в созерцании этих самых образов, а созерцание приучает его к пассивности, бездеятельности и неспособности изменить поработавшую его реальность.

Уже теоретики марксизма в XIX в. утверждали, что капиталистическое общество подменяет понятие «быть», понятием «иметь». В нем не так важно кто вы есть, важно то, что у вас есть. С точки зрения Ги Дебора, современное общество спектакля, идет еще дальше. Вместо «иметь», мы получаем «казаться». Сегодня не важно, что вы собой представляете и что у вас есть, важно то, кем вы кажетесь. Человек, поглощенный этим миром образов, сам невольно становится образом среди образов. Отношения людей подменяются отношениями образов, а реклама создает те самые стандарты и образы, которым должен соответствовать

человек, новые цели и жизненные смыслы. Индивид начинает желать того, о чем он раньше и не думал.

Выбор человека оказывается иллюзией выбора между образами. Все мы являемся заложниками «Общества спектакля». Почему же мы в нем участвуем? Это можно объяснить и воспитанием, и побочными эффектами для нашей психики. Люди становятся зависимы от общественного мнения, поэтому все пытаются произвести впечатление на окружающих. Люди боятся осуждения со стороны общества, вот и приходится быть не самим собой. С другой стороны, нам удобно показывать свой образ. Мы зачастую пытаемся убежать от реальности и самих себя. В этом нам помогают картинки, которые создаются и транслируются с экранов и плакатов. За всем этим теряется наша суть, то, кем мы являемся на самом деле.

ГЕРОИ ВОЙНЫ 1941-1945 годов В ЛИЦАХ СОВЕТСКОЙ ЭПОХИ

Козлова А.В., гр. ТТС-122

Научный руководитель доцент Мокшина И.С.

Кафедра Истории и философии

В нашей памяти Великая Отечественная война осталась одной из самых героических страниц отечественной истории. Осмысливая итоги тех трагических лет, нельзя не видеть, что к числу важнейших источников достигнутой Победы следует отнести обеспечение прочного единства фронта и тыла, армии и народа. Война... Как много боли, горя и страданий в этом слове для русского человека. Как и в годы Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.), так и сегодня, русский воин всегда борется за право быть свободным и жить в мире, неотягощенным рабством, насилием и смертью. Великая Отечественная Война – яркий пример сплоченности и единства всех народов нашей страны. Война оставила свои раны в каждой советской семье. Отклики этой трагедии мы ощущаем до сих пор. В истории моей семьи война тоже не прошла бесследно. Оба моих прадеда Пономарев Николай Петрович и Козлов Михаил Михайлович прошли всю войну от первого до последнего дня на передовой, а моя прабабушка Скачкова (после замужества Пономарева) Ксения Макаровна поступила в ряды Красной армии добровольцем в 1942 г. и начала службу в войсках ВНОС (воздушного наблюдения, оповещения и связи).

Мой прадед Пономарев Н.П. был награжден большим количеством наград, самыми памятными из которых были два ордена «Красной звезды», орден «Славы III степени» и три медали «За отвагу». Свою первую награду медаль «За отвагу» (приказ № 016 от 23.10.1943 г.) наводчик батареи 120 мм минометов сержант Н.П. Пономарев получил за то, что «он во время наступательных боев полка с 6.10. по 22.10.43 г. проявил мужество и отвагу.

В составе расчета миномета быстро наводил миномет на цель и точным огнем уничтожил три огневые точки противника». Свою вторую медаль «За отвагу» сержант Н.П. Пономарев, командир расчета 120 мм батареи минометов получил за то, что «он в боях 24-26 декабря 1943 года своим огнем подавил и уничтожил три огневые точки противника с расчетами, участвовал во всех наступательных операциях полка» (приказ № 8/н от 29.02.1944 г.). Война не сломала дух моих дедов и бабушки, они прошли это тяжелое время, неся бремя ответственности не только за жизни своих товарищей на фронте, но и за жизни каждого советского человека и будущих поколений. Я очень горжусь своими ветеранами, к сожалению, уже покинувшими нас. Наши прадеды сделали всё возможное для светлого будущего поколений и голубого неба над головой. У них была цель – победить! Была надежда – выжить! И именно это помогло одержать победу.

ВКЛАД ПАРТИЗАН В ПОБЕДУ В ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЕ

Кокорина М.И., гр. МУИ-122

Научный руководитель доцент Нечаева Т.Ю.

Кафедра Истории и философии

Подготовка к ведению партизанских действий на случай войны была начата еще в 30-х годах. Первым управлением Генерального штаба Красной армии и соответствующими отделами военных округов и военно-политическими органами была проведена значительная работа: издавалась специальная литература, готовились специалисты, в приграничной полосе создавались склады боеприпасов, оружия, продовольствия. Однако накануне войны возобладала теория войны малой кровью на территории противника, поэтому многие мероприятия по подготовке к партизанской войне были свернуты.

Тем не менее уже в 1941 году в захваченных немцами районах стали стихийно создаваться партизанские группы и отряды, которые уничтожали живую силу и технику противника. Немцам с первых дней войны пришлось вести боевые действия не только на фронте против Красной армии, но и в своем тылу, где действовали более 6200 партизанских отрядов.

Партизанский отряд обычно насчитывал от нескольких десятков до 200 и более бойцов. В ходе войны многие отряды объединялись в бригады численностью до нескольких тысяч человек. Партизанские отряды состояли из местных жителей, воинов РККА, оказавшихся в тылу вражеских войск, представителей партийного и советского актива. Кормило и одевало отряды местное население. Вооружены партизаны были автоматами, ручными пулеметами, винтовками, карабинами и гранатами, иногда станковыми

пулеметами и даже минометами и артиллерией. Все вступавшие в партизанские отряды принимали партизанскую присягу.

Наиболее известны партизанские отряды и соединения под командованием Федора Павловского, Алексея Федорова, Сидора Ковпака, Дмитрия Медведева, Александра Сабурова, Константина Заслонова, Петра Вершигоры, Александра Германа, Василия Бегмы и др.

В годы Великой Отечественной войны партизаны истребили, ранили и захватили в плен свыше миллиона оккупантов и их пособников; подорвали около 20 тыс. эшелонов с боевой техникой и войсками противника, взорвали около 160 железнодорожных мостов, тысячи пунктов связи и управления врага, вывели из строя около 400 танков противника. 183 тысячи партизан были награждены орденами и медалями, 95 человек стали Героями Советского Союза, а командиры партизанских соединений А. Федоров и С. Ковпак получили это звание дважды.

ПОЛЬША И ГЕРМАНИЯ В 20-ые годы XX века

Колесникова А.Д., гр. МУИ-122

Научный руководитель доцент Нечаева Т.Ю.

Кафедра Истории и философии

Германия после поражения в Первой мировой войне и заключения Версальского договора в 1919 г. оказалась в очень сложном положении. Особо напряженные отношения сложились у Германии с Польшей, которая среди нажившихся на Версале стран была самой воинственной и ненасытной.

Страны Антанты стремились создать «сильную Польшу», способную противостоять как Германии, так и Советской России. В 1918 г. в послании конгрессу президент В. Вильсон в своей «Программе всеобщего мира» заявил о необходимости создания независимого польского государства, которому должен быть обеспечен «свободный и надежный доступ к морю». Парижская мирная конференция в 1919 г. приняла решение выделить из Восточной Пруссии и Померании проход для Польши и сделать Данциг «вольным городом». Данцигский коридор разрезал территорию Восточной Пруссии.

Данциг (ныне Гданьск), в котором по переписи 1910 г. 96% населения составляли немцы, несмотря на протесты населения, был объявлен «вольным городом». Власть в городе должен был осуществлять сенат, назначенный Народным собранием. Данциг получил свою валюту (гульдены), гимн и даже почтовые марки. Польша получала право на использование водных путей и гавани, а также право создавать собственные учреждения на территории города: почту, школу, железнодорожную

дирекцию и казармы со складом оружия на полуострове Вестреплатте. Решением Лиги наций от 14 февраля 1924 г. этот полуостров, находившийся на территории Данцига, был передан Польше. На отошедшей к ним территории в деревне Гдинген поляки начали строительство порта Гдыня, который должен был составить конкуренцию Данцигу. Варшава не оставляла мысли о приобретении Данцига в будущем.

Острым был и вопрос Верхней Силезии. 20 марта 1921 г. здесь был проведен плебисцит, на котором за Германию проголосовало 56,6%, за Польшу – 40,4%. 2 мая 1921 г. Польша начала наступление и оккупировала почти всю Верхнюю Силезию. В ответ в Германии стали создаваться отряды добровольцев, которые в битве при Аннаберге вместе с силами местной силезской самообороны полностью разгромили регулярную польскую армию. В итоге, к Польше отошли только те округа, где она получила 56% голосов несмотря на то, что абсолютное большинство населения составляли немцы. Территории, отошедшие к Польше, подверглись интенсивной колонизации. Десятки тысяч немцев были вынуждены эмигрировать.

Таким образом, территориальная экспансия Польши, ее стремление захватить земли Германии при политической и экономической поддержке стран Запада неминуемо должны были привести к новой войне.

ТЕКСТИЛЬНЫЕ ПРОМЫШЛЕННИКИ КОНШИНЫ

Колесникова М.Д., гр. ИКФ-122

Научный руководитель доцент Мокшина И.С.

Кафедра Истории и философии

Город Серпухов всегда славился своей богатой и интересной историей. В XVI в. город состоял из трёх частей: кремля, посада и слобод, и с течением времени здесь появлялись и развивались фабрики и мануфактуры. К началу Отечественной войны 1812 г. в городе насчитывалось 14 мануфактур. В 1877 г. создаётся одно из наиболее известных предприятий Серпухова – «Товарищество мануфактур Н.Н. Коншина в Серпухове», которое просуществовало вплоть до 1917 г. Основателем стал Николай Николаевич Коншин, потомственный дворянин и купец первой гильдии. Род Коншиных появился в Серпухове во второй половине XV в. Они занимались торговлей пшеницей, шерстью, воском, вощиной, медом, красной рыбой и другими продуктами. При Петре I Коншины занялись текстильным производством, начав с заготовки парусины для кораблей. В начале XIX в. Н.М. Коншин перепрофилировал семейное производство на бумаготкацкое и ситценабивное. После его смерти во главе Торгового дома «Николая Коншина сыновья» встал предприимчивый и деятельный Николай Николаевич. Он развивал

собственные плантации хлопка в Туркмении, участвовал во Всероссийской политехнической выставке (1872 г.), активно сотрудничал с европейскими странами (Швецией, Болгарией, Сербией). При нём серпуховские ткани получают высокие оценки на Всемирной выставке в Париже в 1878 г.

К началу XX в. Н. Коншин становится одним из крупнейших предпринимателей Российской империи. При этом, он не только развивает само производства, но и заботится о жизни и здоровье своих рабочих. При его фабриках работали бесплатные роддом, ясли, двухклассное училище и ремесленная школа. К услугам рабочих были больница, аптека, чайная и «харчевые лавки». Предусматривались различного рода доплаты и премиальные, подарки к праздникам. Николай Николаевич за свой счет построил для рабочих двадцать четыре корпуса квартир казарменного типа и посёлок из 300 домиков, на покупку которых можно было получить ссуду. Коншин строил и восстанавливал храмы, помогал монастырям. Однако сегодня остатки фабрики Коншиных находятся в плачевном состоянии, хотя, к примеру, усадьба купцов Мараевых и старообрядческая церковь восстановлены. Вследствие этого и встаёт вопрос о сохранении богатейшего наследия купцов Коншиных. Реконструкция фабрики и её использование в качестве музея помогло бы привлечь новый капитал, а также способствовало бы возрождению текстильной промышленности города Серпухова.

СОВЕСТЬ КАК СТРАЖ НРАВСТВЕННОСТИ И ДОБРА

Коломиец М.Д., гр. ЭИ-122
Научный руководитель доцент Пухир В.М.
Кафедра Истории и философии

С совестью сталкивался каждый человек. Это внутренний голос человека, то, что помогает нам следовать нашим моральным принципам, соответствовать ценностям и оставаться на выбранном нами пути. Наверняка многие задумывались, почему она всегда наставляет нас, оберегает нас от безнравственных поступков.

Как и большинство наших моральных качеств, совесть формируется в детстве. Еще в шести-семилетнем возрасте вырабатывается умение верно реагировать на одобрение и порицание. Но и в дальнейшем совесть может изменяться вместе с взрослением человека. Тем не менее, как бы человек ни старался, он не перестанет испытывать муки совести. «Беспощаднее инквизитора нет, как совесть!» (А.И. Герцен). Совесть – это в первую очередь ответственность перед собой, лишь после этого – перед обществом.

Для примеров обратимся к известным произведениям литературы. Раскольников из романа «Преступление и наказание» совершил убийство

старушки, думая, что он «право имеющий». Но совесть его настигла – Раскольников сам сдался закону. Чехов в одном из своих произведений оставил очень интересное высказывание – доброму человеку бывает стыдно даже перед собакой.

Нравственные люди – активны, деятельны и совсем не те, кого можно назвать равнодушными. Совесть же – их главный советчик.

У совести выделяют и обратную сторону. Фрейд считал, что совесть – начало враждебное человеку. Он ссылаясь на легенду о отце-тиране, которого разорвали и поглотили сыновья. Вместе с тем они обрели часть его грозной личности. В дальнейшем она надвигала на них чувство вины. С другой стороны, «совесть», что вселилась в сынов, не обязательно враждебна. Она стала неким упреком, утверждая, что нужно было выбрать более мирный подход.

Понятие совести также присутствует и в религии. В книге Премудрости Соломона написано: «...Ибо преследуемое совестью, всегда придумывает ужасы». Религия и совесть достаточно плотно связаны – оба понятия основаны на разделении добра и зла.

Объединив все примеры, можно утверждать, что тема совести актуальна всегда. Ее по-разному воспринимают, но заложенная идея всегда одна – совесть наставляет и помогает всегда оставаться Человеком.

К 200-летию ИОАННА ЛЮДВИГА ГЕНРИХА ШЛИМАНА

Коробова А.С., гр. КШК-121

Научный руководитель преподаватель Антропова Т.В.

Колледж РГУ им. А.Н. Косыгина

6 января 2023 года исполнился 201 год со дня рождения человека удивительной судьбы, невероятной энергии и разнообразных способностей – Генриха Шлимана, которому удалось отыскать легендарную Трои, основываясь только на тексте гомеровской «Илиады». В своей книге «Золото Трои. Автобиография» он рассказывает, что его жизнь перевернула подаренная ему на Рождество книга историка Йеррера «Всеобщая история для детей». Свою биографию Шлиман писал с определенной целью: защитить себя от многочисленных нападок ученых, обвинявших его в корысти и непрофессионализме при раскопках Трои.

Свои первые раскопки Шлиман провел не как археолог, а как кладоискатель. Он прорезал холм Гиссарлык огромным 15-ти метровым рвом сверху донизу, не снимая, как это принято, слой за слоем. Ученые установили, что таких слоев было 12. Все верхние слои были перемешаны и безнадежно погублены. Обнаружив во втором снизу слое мощную стену со следами пожара, он решил, что нашел легендарную Трои. Потом оказалось,

что его находка старше гомеровской Трои на тысячу лет, а главное сокровище – «клад Приама», принадлежит какому-то другому царю, что не умаляет его исторической ценности. находка представляла собой двуручный серебряный сосуд, в котором было более 10000 вещей: 1000 золотых бусин, шейные гривны, браслеты, серьги, височные кольца, налобная золотая лента, две золотые диадемы, массивный золотой соусник. Тайно вывезя клад в Афины, Шлиман нарушил все договоренности, которые были у него с Османской империей при даче разрешения на раскопки. Он объяснял это страхом за сохранность клада, поскольку найденные до того золотые вещи турецкие рабочие переплавили и продали.

Появление фотографии Софии Шлиман в украшениях из клада Приама произвело в Европе взрыв самых разных эмоций – от восхищения до негодования. За 20 лет археологической деятельности Шлимана в городах гомеровской Греции Микенах, Тиринфе и Орхомене, на острове Итака, им были найдены 129 кладов с более чем 40000 предметов.

Конечно, Шлиман был в определенном смысле авантюристом, как и все искатели сокровищ, но он сумел доказать всем ученым снобам, что наука – это живой и изменяющийся организм, в котором нет застывших догм и неопровержимых аксиом. История открытия Трои стала символом целеустремленности и бескомпромиссной настойчивости, а сам он, оказавшийся на стыке науки и авантюры, стал одним из основателей современной археологии.

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРИЧИНЫ ПОПУЛЯРНОСТИ АНИМЕ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

Короткова М.А., гр.ДК-222

Научный руководитель профессор Яковлева Л.Е.

Кафедра Истории и философии

Аниме (сокр. от анимация) зародилось в начале XX века в Японии и получило признание во всем мире. Аниме – это не просто японские мультфильмы с их особой стилистикой, но пласт субкультуры, который объединяет людей из различных уголков Земли. Важная причина популярности аниме в западной культуре связана с возросшим в середине XX века интересом к восточной философии в целом, и японским национальным традициям, в частности. Аниме – яркое отражение японской культурной идентичности. Эстетическими и стилистическими особенностями японской анимации являются неброская красота с легким привкусом меланхолии, таинственность этой красоты, трагичность человеческого бытия, особая цветовая символика. Цвет волос, глаз, одежды не просто имеют символическое значение, но передают «эмоции, характер,

мысли героев, их отношение к той или иной ситуации». Увеличенные глаза персонажей у всех аниме символизируют готовность героя к восприятию и созерцанию, что тоже составляет отличительную черту японской культуры.

В России аниме, начиная с 90-х годов, приобретает всю большую популярность не только у подростков, молодежи, но и у некоторых взрослых, поскольку диапазон произведенных аниме – художественный, драматический и тематический не имеет аналогов в мире, а непродолжительный по времени формат аниме соответствует динамичности и быстротечности нашей жизни.

К причинам популярности аниме среди молодежи относятся, во-первых, социально-психологические причины: конкретное рассмотрение актуальных для молодежи тем (разлад с близкими, буллинг, травля в обществе, сложности в учебе) и способов их решения. Во-вторых, интересный сюжет, повествующий в увлекательной форме про травмированных людей в ситуации взросления, потери близких, алкоголизма, формируя позитивные ценности (обретение командного духа, сплоченности, стремление к совершенству через осознание своих ошибок). Главный герой – человек, обладающий собственной индивидуальностью, бунтарь и борец за справедливость, что соответствует молодежному максимализму. В-третьих, очень яркая и завораживающая рисовка, интенсивность и сложность сюжетных линий с непредсказуемым концом выступают источником дополнительных эмоций для подростков. Наконец, это способ бегства в виртуальную реальность от скуки, непонимания, отсутствия веры в себя в мире взрослых. Немаловажную роль играет и доступность продукции на онлайн-платформах.

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА СФЕРУ ДОСУГА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Коршунов Т.Д., гр. ММР-122

Научный руководитель доцент Никитаев С.Н.

Кафедра Истории и философии

Стремительное развитие информационных технологий, цифровизация общества – важнейший фактор жизнедеятельности современного человека. История развития CGI графики (англ. computer-generated imagery – «изображения, сгенерированные компьютером»), широко используемой в киноиндустрии, представляет интерес не только с технологической точки зрения, но и с точки зрения влияния на восприятие мира современным человеком.

В 1940-ых годах Джон Уитни использовал вычислительные способности машин для создания примитивных узоров. В 1958 году

Альфред Хичкок использовал эти же технологии в начальной сцене своего фильма «Головокружение». В 1970-ых годах начали появляться фильмы, активно использующие CGI графику («Мир дикого запада» 1973 г.). Однако прорыв произошел уже в 90-ых. В 1993 г. в ленте «Парк Юрского периода» удалось совместить аниматронику и цифровые модели динозавров. В 1995 г. впервые вышел полностью цифровой мультфильм «История игрушек». В фильме «Матрица» впервые был применён эффект замедления времени (bullet time). Индустрия визуальных эффектов в нулевые развивалась чрезвычайно быстро. В 2009 году вышел фильм Джеймса Кэмерона «Аватар», который ознаменовал собой переломный момент в истории кино, он был полностью записан с помощью усовершенствованной технологии motion capture. Фотореалистичность картинки в фильмах 2010-ых годов выросла до такого уровня, что дальнейшее улучшение визуальной части кино сводится, к увеличению количества полигонов CGI-моделей, а не к потенциальным качественным скачкам. В настоящее время фотореалистичная компьютерная графика проникает и на телевидение: в сериалах вроде «Игры престолов» или «Властелина колец» уровень визуальных эффектов приблизился к самым дорогим картинам, снятым для IMAX-кинотеатров. Такое резкое изменение технологий изображения на экране в каком-то плане изменило целую эпоху киноиндустрии и во многом повлияло на обычную жизнь каждого человека. CGI-графика и 3D-моделирование стали применяться в различных сферах: рекламе, в архитектуре, инжиниринге, искусстве. Это очень удобный инструмент для проектирования, дизайна. Однако влияние этих технологий на восприятие и мышление человека, на его поведение не совсем ясны и нуждаются в пристальном изучении.

СОВРЕМЕННАЯ УКРАИНА: ПРОЦЕСС ДЕХРИСТИАНИЗАЦИИ

Кочеткова В.С., гр. СЖ-122

Научный руководитель старший преподаватель Бормашева Е.К.

Кафедра Истории и философии

Процесс дехристианизации Украины начался не сегодня. Провозглашение единой национальной поместной церкви на Украине, получившей автокефальный статус от Вселенского патриарха Варфоломея шестого января 2019 года, превратилось в сугубо политическое событие. И споры о канонических пространствах, святынях, межцерковных взаимодействиях невозможно отделить от запутанных политических интриг, геополитического соперничества и схватки за сферы влияния.

Основным движущим мотивом инициаторов церковного раскола была политика, поэтому канонические аргументы не могут всерьез

рассматриваться как решающие. Прямой запрет на деятельность УПЦ КП на уровне регионов страны помогли запретить деятельность всех связанных с Русской православной церковью (РПЦ) организаций, привели к ужесточению персональных санкций против служителей православной церкви. По всей стране ширится география погромов, захватов и осквернений православных храмов УПЦ КП. В феврале 2023 г. ПЦУ объявила о своих претензиях не только на Киево-Печерскую, но и на Почаевскую Лавру, а 10 марта Указом президента УПЦ КП обязали полностью освободить Киево-Печерскую Лавру до 31 марта. Причиной, по официальной версии, стало нарушение при эксплуатации помещений Лавры, обнаруженных в результате проверки. 15 марта министр культуры Украины заявил, что монахи канонической УПЦ могут остаться в Киево-Печерской Лавре, если перейдут в ПЦУ, то есть, прямым текстом, без какого-либо смущения киевский режим озвучил преступную логику: свобода вероисповедания на Украине находится в заложниках у бандитов на Банковой.

Поощрение властями деятельности деструктивных сект и неоязыческих культов, в том числе нацистской направленности, привело к совершению униатами и раскольниками языческих ритуалов. Разрешение деятельности «церкви Сатаны» привело Украину к тому, что сатанисты чувствуют себя почти полностью вольготно. Почти – потому, что пока еще невозможно совершать и транслировать человеческие жертвоприношения. Украина подает сигнал к всемирной атаке на церковь. Ненавистники христианства готовились к этой атаке десятилетия.

Наша Родина сейчас борется в рамках СВО не просто с другой цивилизацией, которая имеет другую религию или другую веру. Мы боремся с цивилизацией, которая ненавидит религию, которая разрушила все традиционные ценности. И наша Победа – это победа народа Божьего над врагом человечества.

МИРОВОЙ ФИНАНСОВЫЙ КРИЗИС 2008 года: ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ

Кузнецов А.А., гр. МВ-122

Научный руководитель доцент Никитаев С.Н.

Кафедра Истории и философии

Целью данного исследования является анализ причин, хода и последствий мирового финансового кризиса 2008 года. Его актуальность обусловлена цикличностью мировой экономики и, как следствие, периодическая повторяемость этих явлений, Наглядный пример – недавний крах американского банка CVB (16 место по капитализации в США). На

основе доступных статистических данных были проанализированы причины возникновения кризиса, механизм ипотечных процедур, приведших к массовой задолженности населения США и других стран, в том числе, и России, где эта проблема в настоящее время стоит довольно остро. По данным центрального банка России, ипотечная задолженность россиян в феврале 2023 года составила 14.13 триллионов, а средний размер кредита – 3,7 млн. рублей.

Ипотечная схема с использованием активов CDO, состоящего из огромного количества задолженностей, которые размещались в различных инвестиционных фондах, банках и приносила высокие спекулятивные прибыли. Проценты с защищенных вкладов были наименьшими из всех (примерно 4%), в то же время на незащищенные приходилось 10%. Были нарушены и другие важнейшие принципы надежности: доступ к кредитам был необычайно либеральный: выдавать ипотеку начали абсолютно всем. Ситуацию усугубила возможность выплат только процентов в первый год ипотеки, сумма которых была примерно в пять раз меньше пособия по безработице. Рано или поздно пирамида рухнет. Люди, бравшие ипотеку по пособию о безработице, и люди с минимальным заработком перестали иметь возможность выплачивать ипотеку. Постепенно проблема с должниками становится критичной: все больше людей переставали выплачивать ипотеку, и банки начинали продавать все больше недвижимости за бесценок. Надувающийся пузырь лопнул, ипотечные ценные бумаги упали в цене.

В исследовании дается обзор последствий кризиса для крупнейших экономик мира: США, Китая, Европы, России. Делается вывод о необходимости своевременного государственного контроля в финансовой сфере, повышении профессионализма финансового менеджмента и финансовой грамотности населения.

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ РЕКЛАМЫ НА ЧЕЛОВЕКА

Курочкина М.А., гр. СР-122

Научный руководитель доцент Коржановская Л.Г.

Кафедра Истории и философии

Рекламный ролик – по сути определённая информация о товаре, которую хотят донести до потенциальных покупателей, подразумевается, что эта информация правдива. Но цель современной рекламы – найти то «слабое» место в людях, которое объединяет различные группы «по интересам». Такими «слабыми местами» могут стать любые склонности или тенденции, присущие широким массам, даже если они не имеют никакого отношения к рекламируемому продукту. Чаще всего мишенью рекламы

становятся эмоции человека и его подсознание. Стимулы, которые используются в рекламе можно разделить на три группы: негативные эмоции, позитивные эмоции, известные люди или анонимные авторитеты. Каждая из групп тесно связана с определённым видом психологического влияния на человека, используются методы информирования, убеждения, внушения и побуждения.

Информирование – нейтральный метод воздействия. Информирование не имеет эмоциональную окраску, не обращается к личности потребителя. Главное назначение информации – запечатление в памяти рекламного материала. Убеждение – основной метод психологического воздействия. Убеждающая реклама – это наиболее агрессивный вид рекламы, главной задачей которой является формирования спроса потребителя на предлагаемый товар. Внушение, как правило, преднамеренное воздействие на психику человека, по сути является манипуляцией с его сознанием. Метод побуждения, например, определенный слоган, ориентирован на «нужную» реакцию на рекламируемый товар. Компетентные, образованные и склонные к анализу люди в незначительной степени поддаются вышеназванным видам рекламы.

У некоторых со временем вырабатывается устойчивость к рекламному воздействию. Но специалисты по рекламе предусмотрели и это явление. Разработаны специальные техники воздействия на такую аудиторию.

Существуют разные подходы к определению рекламной деятельности, основной ее функцией выступает экономическая, продвижение товара является частью маркетинга, но это не снимает проблему качества рекламы. Ведь качественная реклама приносит эстетическое удовлетворение, вызывает положительные эмоции, формирует вкусы человека и, что очень важно, должны быть ориентирована на объективные потребности человека.

ЧЕЛОВЕК КАК ФИЛОСОФСКАЯ ПРОБЛЕМА

Лаба К.Л., гр. СР-222

Научный руководитель доцент Коржановская Л.Г.

Кафедра Истории и философии

Проблема человека в философии остается актуальной в наши дни. Наука формирует определенную «картину мира», а в философии она является лишь моментом. Поэтому философы рассматривают человека не просто вещью среди вещей, а субъектом, который способен изменить не только окружающий его мир, но и самого себя.

Так что же такое человек в философии? Взятый как объект статьи, человек – это особое многомерное существо, в котором сочетаются почти все формы бытия. Сократ, пытаясь определить сущность человека, проанализировал его индивидуальные качества и добродетели: справедливость, мудрость, доблесть и другие. Мыслитель считал, что, развивая эти качества, индивид способен достичь гармонии души и её не может разрушить даже физическое насилие. Аристотель писал, что человек – это «существо общественное», «политическое». По его мнению, каждый должен развивать свой ум, чтобы он был похож с Богом. Таким образом, древние эллины были убеждены в важности души человека, хотя понятие личности в те время ещё не сформировалось.

В христианстве человек сравнивался с храмом, как вместилищем богатейших чувств, несущим в себе знак личности Творца. В таком подходе, как и у Аристотеля, прослеживается связь с Богом, с высоким и непостижимым. В эпоху Возрождения человек тоже обожествлялся, точнее его духовные возможности. Мыслители рассматривали творческую составляющую индивида, его способность к реализации.

В философии Нового времени признавалась самостоятельность разума человека для познания собственной сущности. Кант писал, что человек есть нечто уникальное, загадочный объект философского умозрения. Познать человека значит познать мир. Как раз через сущность он определял цель философии. Кант предлагал собрать весь спектр возможных представлений о человеке, научных открытий разных времён, а также религиозных объяснений для того, чтобы дать исчерпывающий ответ на столь сложный вопрос. И после Канта были мыслители, стремившихся продолжить поиски сущности человека: И. Фихте, Ф. Шеллинг и многие другие.

По сей день в философии не прекращаются попытки создания целостной концепции человека. Рассмотренные нами мыслители были одними из первых, кто стремился интерпретировать человека как единое целое. С появлением новых научных течений, ответ на этот вопрос объясняется разными причинами, но всё же в них прослеживается доля тех открытий, которые были сделаны еще века назад.

СОВЕТСКО-ПОЛЬСКАЯ ВОЙНА

Лаврентьев А.Е., гр. ММЦ-122
Научный руководитель доцент Нечаева Т.Ю.
Кафедра Истории и философии

10 августа 1918 г. В.И. Ленин подписал декрет Совнаркома РСФСР об отказе от договоров и актов о разделах Польши, заключенных Российской

империей. 10 декабря 1918 г. декретом Совнаркома была признана независимость Польши. После поражения Германии в Первой мировой войне Польша была восстановлена как независимое государство и встал вопрос о ее границах. Страны Антанты были заинтересованы в усилении Польши, которую рассматривали как форпост против Германии и Советской России.

В начале 1919 г., когда Красная Армия была занята борьбой с А. Деникиным, Пилсудский начал наступление на Белоруссию и Украину, некогда входивших в Речь Посполитую. Польская армия заняла всю Галицию, Вильно, Слоним, Пинск, Гродно, Минск, Бобруйск. Красная Армия не могла удержать фронт. Однако Ю. Пилсудский понимал, что реставрация монархии не принесет Польше независимость, и решил дожидаться разгрома Деникина, чтобы потом нанести удар по истощенным войскам Красной Армии.

Военные действия возобновились в январе 1920 г. Пилсудский разработал стратегический план наступления на Украину и Белоруссию, заключил военный союз с украинским атаманом С. Петлюрой. На белорусском направлении поляки, как и планировали, дошли до р. Березины. На Украинском фронте при поддержке войск атаманов Петлюры и Тютюнника познанские стрелки быстро продвигались вперед, заняли Киев и даже переправились на левый берег Днепра. Причем если население Белоруссии было недовольно приходом поляков, то украинцы поддерживали польскую армию, а жители Галиции даже подняли в тылу Красной Армии восстание, стремясь с помощью Польши добиться независимости Западной Украины, что противоречило планам Пилсудского, поэтому повстанцев арестовали.

Красная Армия столкнулась с превосходящими силами Войска Польского (181 против 201 стрелковых дивизий, 109 тыс. против 144 тыс. личного состава, 657 против 1150 орудий и минометов). Тылы отставали на 200-450 км и не успевали подвозить резервы и боеприпасы. Тем не менее Красной Армии удалось вытеснить поляков из Белоруссии и Украины. Однако попытка взять Варшаву не удалась. В результате контрнаступления польской армии фронт был прорван.

В марте 1921 г. был подписан Рижский мирный договор, по которому Польше передавались огромные территории, а РСФСР должен был выплатить репарации, долги царского правительства, а также вернуть все ценности, вывезенные из Польши после 1772 года.

КУЛЬТУРА ПОТРЕБЛЕНИЯ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Линкевич А.А., гр. МХ-121

Научный руководитель доцент Коржановская Л.Г.

Кафедра Истории и философии

Проблема культуры потребления активно стала исследоваться в 1990-2000-х годах, когда ученые пришли к выводу, что потребление важно само по себе. Она отражала широкие тенденции, такие как «культурный поворот», и повышенное внимание к культурным измерениям постмодерна. Термин «культура потребления» относится к системе коммерчески производимых изображений, знаков, дискурсов, переживаний и материальных объектов, которые социальные группы используют для коллективного осмысления своего окружения и ориентации своей идентичности и социального опыта.

Люди всегда потребляли, ибо потребление необходимо каждому человеку для поддержания жизни. Однако прежние эпохи не связывают с понятием «потребление». Современное общество рассматривается через призму потребительства не потому, что люди лучше питаются, чем их предшественники, распоряжаются большим количеством технических средств, используют больше образов и сообщений. Объем благ и степень удовлетворение потребностей – условия появления потребления, а не его сущность.

Потребительское поведение определяется не только как целенаправленная практическая деятельность по удовлетворению потребностей в товаре или услуге. Суть потребления заключена не в возможности приобрести товар, а в желании это сделать; потребление локализовано не в кармане, а в сфере желания. Общество потребления – это совокупность отношений, где господствует выступающий смыслом жизни символизм материальных объектов, влекущий человека приобретать вещи и тем самым наделять себя определенным статусом. Потребительство снимает оппозицию между реальностью и знаками. Специфический тип социализации постепенно приводит индивидуальные нормы и ценности человека в соответствие с нормативно-ценностной системой консюмеризма.

Одна из характерных черт общества потребления – гедонизм, принцип, возводящий удовольствия в ранг высшего блага и жизненной ценности. В отличие от близкой ему концепции утилитаризма, гедонизм разрешает стремление не столько к общественному, сколько к личным наслаждениям. Общество потребления «выращивает» невротическую личность, формирует иллюзию ее «хорошести» на фоне повсеместной «плохости».

САМЫЙ МОЛОДОЙ ГЕРОЙ РОССИИ

Любашева М.А., гр. ЛКШ-120
Научный руководитель доцент Горяева Г.С.
Кафедра Истории и философии

23 июля 2001 года в ходе «многодневной и тщательно продуманной операции МВД» в Чечне была уничтожена банда Цагараева. Старший лейтенант милиции Сайди Ташухаджиев и заместитель начальника РОВД Расул Хабусеев вечером ужинали во дворе дома семьи Ташухаджиева. Все остальные члены семьи смотрели телевизор. В это время во двор зашел мужчина в военной форме и выстрелом в упор пистолетом с глушителем убил Сайди и Расула. Боевики бесстрашно двигались к дому, так как были уверены, что женщины и дети никакого сопротивления не окажут.

Но не тут-то было. Оба сына Сайди – Магомед (15 лет) и его младший брат Ислам, по очереди отстреливались от боевиков из отцовского автомата, убив самого Цагараева и двух его помощников. Но подоспевшие на помощь сообщники не оставляли никаких шансов прятавшимся в доме. Проблемой было то, что дом был очень хорошо освещен. Боевикам было видно все, что творилось в доме. Магомеду пришлось стрелять в темноту двора. Младший брат Ислам схватив отцовский пистолет, стал прикрывать старшего, который попытался дотянуться до выключателя. К сожалению, этот манёвр стоил ему жизни. Подросток получил пулю в сонную артерию.

Через несколько минут подоспела помощь, но всех спасти им не удалось. Подросток был отправлен в местную больницу. От полученных ранений Магомед умер на следующий день. Врачи озвучили горькую правду его родным – если бы не долгая задержка, парнишку можно было бы спасти. МВД подтвердило, что убит М. Цагараев, самый ярый ваххабит, терроризирующий большую часть Чечни, за которым долгое время охотились спецслужбы. Террорист был убит благодаря смелости 15-летнего подростка, которого когда-то научил стрелять отец. Магомеда и его отца похоронили рядом. Золотую Звезду за своего сына получила убитая горем мать. Орденом мужества был награжден и младший брат, который пошел по стопам своего отца. Таким образом Ислам исполнил мечту своего старшего брата Магомеда – стать на защиту общества.

Об этом подвиге в России знают лишь единицы, Президент РФ присвоил звание Героя России Магомеду Ташухаджиеву посмертно, чеченскому мальчику, расстрелявшему одного из самых одиозных главарей бандформирований. Всего к награде Героя РФ представлены более 1000 человек, треть из них – участники войны в Чечне, а почти половина награждены посмертно.

РАЗУМ В ОКОЁМЕ ГЛУПОСТИ

Ляскоуска А.З., гр. СТВ-122

Научный руководитель доцент Коржановская Л.Г.

Кафедра Истории и философии

Феномен глупости издавна интересовал многих выдающихся деятелей культуры. Античные философы отмечали огромные возможности человеческого разума, но в их трудах можно найти и осуждение глупости. В Средние века глупость стала объектом изобличения, книга мыслителя эпохи Возрождения Э. Роттердамского «Похвала глупости» стала новым этапом в постижении данного феномена. Не обошли своим вниманием проблему и деятели искусства. Например, религиозный художник Иероним Босх в своей картине «Извлечение камня глупости» (Операция глупости) отражает голландскую метафору и высмеивает попытки лже-врача излечить безумие пациента. Голландское выражение «иметь камень в голове» означало «быть глупым, безумным, с головой не на месте». Орнаментальная надпись вверху и внизу гласит: «Мастер, удали камень. Меня зовут Лубберт Дас». Свое место нашел камень и в работе Квентина Массейса «Аллегория глупости», где он изобразил своего дурака с наростом на лбу, который, как считалось, содержит «камень глупости», ответственный за глупость или умственную отсталость.

Если Босх открыто изобличает глупость, то Э. Роттердамский обращает внимание на парадоксальность самой реальности, он показывает предрассудки и такие нравы, как тщеславие, льстивость и др., бытующие в обществе в разных его слоях. Он не абсолютизирует глупость и скорее изобличает бессмысленность, процесс распада смысла. «Зависеть от Глупости, заблуждаться, обманываться, не понимать – но ведь это значит быть несчастным! – скажут. А я скажу, что это значит – быть человеком». Многие высказывания мыслителя афористичны: род людской – род мошек, старость – второе детство, глупость – благодетельница человеческого рода (люди целенаправленно избегают всякого знакомства с мудростью) и др. Глупость – источник всех радостей жизни, подчеркивает Роттердамский, и в качестве доказательства приводит в пример изречение Софокла: «Не размышлять ни о чем – вот рецепт счастливой жизни». Люди, по мнению Глупости, не настолько умны, чтобы согласиться на жизнь без удовольствий.

Эразм Роттердамский задается вопросом, кто имеет более права на эпитет «благоразумного»: робкий и застенчивый мудрец, сторонящийся практической деятельности, или глупец, которого не сдерживает ни стыд, ни опасность. Он соглашается с афоризмом Гомера: «Свершившееся – нетрудно познать и ребенку». Каков же удел мудреца? Он беден и суров к

себе, отказывает себе во всем; мрачен и печален; бледен, как полотно и худ, как щепка; «он еще не стар летами, но уже смотрит в могилу». Да и все ли равно, позже или раньше умереть человеку, который, в сущности, и не жил никогда?

ЖИЗНЬ ПОСЛЕ СМЕРТИ: ЧТО ГОВОРЯТ УЧЕНЫЕ?

Маслакова А.С., гр. Ссоц-122
Научный руководитель доцент Пухир В.М.
Кафедра Истории и философии

Жизнь и смерть – две вечные темы духовной культуры человечества. О них размышляли пророки и основоположники религий, философы и моралисты, деятели искусства и литературы, педагоги и медики. Вряд ли найдется взрослый человек, который рано или поздно не задумался бы о предстоящей смерти. Только раннее детство или старческий маразм избавляют человека от необходимости решения этих проблем.

Человек обречен на размышления о смерти и в этом его отличие от животного, которое смертно, но не знает об этом. Человек не может смириться с тем, что именно ему придется уйти из этого великолепного мира, где кипит жизнь. Но, размышляя об этом, начинаешь понимать, что смерть – пожалуй, единственное, перед чем все равны, что стирает неравенство, на котором основана земная жизнь.

Ученые из «Мюнхенского института физики» пошли дальше, объяснив феномен, озвученный Доктором Яном Стивенсоном. После смерти вся квантовая информация, полученная человеком во время жизни, освобождается и уходит во Вселенную. Там ее «забирает» новый человек, которому только предстоит появиться на свет. Если же все-таки путем реанимации удалось вернуть человека к жизни, вся квантовая информация возвращается обратно к носителю. Эту же информацию подтверждает британский врач Сэм Парния.

Бардо – промежуточное состояние, буквально «между двумя»; «промежуточная стадия между одним явлением и другим». Когда говорится о бардо в тибетском буддизме, то обычно имеется в виду интервал между жизнью конкретного человека и следующей за ней. Однако, значение этого термина значительно шире.

Также Курт Левин изучал теорию физических полей и пришел к выводу, что психическая деятельность человека происходит в условиях воздействия психологического поля, гомологического пространства. Она включает в себе все события прошлого, настоящего и будущего, которые могут повлиять на нашу жизнь.

Таким образом, абсолютно каждый человек рано или поздно задумывается над вопросом жизни и смерти, а ученые и философы постоянно ищут ответ на этот вопрос.

СИСТЕМА АВТОМАТИЧЕСКОГО ПОИСКА ЗАПРЕЩЕННОГО КОНТЕНТА «ОКУЛУС»

Мацкявичюс А., гр. СТВ-320
Научный руководитель доцент Горяева Г.С.
Кафедра Истории и философии

В последние годы в России существенно расширяется надзор интернет-среды со стороны государства. В 2012 г. перечень надзора ограничивался защитой детей от порно и наркотиков, то к 2022 г. он приобрел широкий масштаб. Согласно постановлению Правительства РФ от 26.10.2012 № 1101 «О единой автоматизированной информационной системе»: «Единый реестр доменных имен, указателей страниц сайтов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и сетевых адресов, позволяющих идентифицировать сайты в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», содержащие информацию, распространение которой в Российской Федерации запрещено». Возможность блокировки имеет 21 организация – от прокуратуры до Росмолодежи. Если за первые 14 месяцев работы реестра запрещенных ресурсов (2014 г.) Роскомнадзор сообщал о 17 тыс. записях, то за 2022 г. заблокировано уже свыше 610 тысяч. Без «Окулуса» сотрудники РКН искали запрещенный контент преимущественно вручную: за день оператор в среднем обрабатывал по 100 изображений и роликов. Новая система изучает более 200 тысяч единиц контента в сутки.

В феврале 2023 г. Главный радиочастотный центр объявил о запуске программного комплекса «Окулус», предназначенный для поиска запрещенного контента в интернете. Данная система с помощью нейросетей анализирует фото, видео и тексты на сайтах, в соцсетях и мессенджерах и маркирует её. С помощью глубокого машинного обучения нейросеть обучается по представленным в систему примерам и ищет аналогичный контент. Учитывая объявленные мощности, можно сказать, что комплекс в перспективе сможет следить за всем контентом, который создают пользователи. В связи с этим, у некоторых экспертов имеются вопросы к добросовестности использования данных систем, а также их соответствие со ст.23,29 Конституции РФ.

До 2025 г. ведомство добавит в систему новые классы и типы нарушений, а также функции «определения поз людей и их действий. Ее

также научат выявлять противоправные элементы «на нескольких кадрах в видеофрагментах, в сложных рукописных текстах и рисованном контенте. Потребность в инструменте регуляторы объясняют «лавинообразным потоком» нежелательных с точки зрения российских законов материалов, в том числе «фейков». Их нужно блокировать до того, как их увидит весь интернет и особенно дети и молодежь.

ПАТРИОТИЗМ КАК НАЦИОНАЛЬНАЯ ИДЕЯ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Михалёва А.А., гр. СЖ-222

Научный руководитель старший преподаватель Бормашева Е.К.
Кафедра Истории и философии

Эффективность государственной деятельности России зависит от достижения определенных целей, на которые она ориентируется. Для реализации этих задач, отразившихся в соответствующих идеалах и убеждениях, необходима идеология. Национальная идея – основа идеологии. Она закрепляет в массовой психологии граждан общенациональную идентичность, раскрывает смысл и предназначение существования нации, закладывая национальный идеал, который объединяет прошлое, настоящее и будущее.

Прошедшее столетие в истории нашей страны было довольно насыщенным и разнообразным. За этот продолжительный период возникли пробелы в нравственной и духовной сфере, которые необходимо заполнить. Появляется необходимость в идеологии, которая могла бы заполнить ментальные пустоты своими ценностями и позволила бы стране меняться и развиваться, не теряя своей сущности.

Становится ясно, что патриотизм не просто так был провозглашен В. В. Путиным единственной объединяющей нас идеей. Замечу, что сказано это было ещё в 2016 году, а актуальность не теряет по сей день. Сейчас патриотизм как никогда важен. Россия – многонациональная страна, поэтому сплотить её – непростая задача. Однако государство прикладывает к этому свои силы, всеми возможными способами продвигая идею патриотизма в культуре.

Несмотря на это в вопросе патриотизма все ещё можно столкнуться с рядом проблем: патриотизм завязан на чувстве, его невозможно вложить в конкретные положения, которых необходимо придерживаться, а все попытки навязать его в определенных формулировках, скорее вызовут раздражение, поэтому привить патриотизм не так-то просто; встает вопрос о том, кого можно считать патриотом, а поскольку принадлежность к этому понятию связана с чувственным аспектом отдельно взятой личности единый

образ этого человека составить сложно, а для распространения патриотизма на целое общество требуется всеобщий идеал.

Безусловно, патриотизм должен быть присущ гражданину своей страны. Это чувство способно мобилизовать общество и определяет ценности людей его испытывающих. Однако в вопросе патриотизма есть трудности, которые сильно препятствуют составлению системы конкретных идеалов и ценностей.

КУЛЬТУРА ОТМЕНЫ В РОССИИ: УДАР ПО РЕПУТАЦИИ

Мишенкова А.П., гр. СТВ-223

Научный руководитель доцент Пухир В.М.

Кафедра Истории и философии

Культура отмены (cancel culture или call-out culture) – явление, при котором человек или определенная группа лишаются поддержки и подвергаются осуждению в социальных или профессиональных сообществах. По отношению к человеку могут принимать такие санкции как отмена рекламных предложений, проектов, в которых принимает участие данный человек, блокировка социальных сетей, а в особо тяжелых случаях социальная изоляция, когда даже близкие люди отворачиваются от человека, ведь их тоже могут «отменить» за согласие с социально-девиантными взглядами и действиями.

Неосторожное высказывание о домашнем насилии стоило Регине Тодоренко нескольких рекламных контрактов общей стоимостью от 50 млн. до 100 млн. рублей. Но быстрые и правильные шаги помогли восстановить репутацию и завоевать новых фанатов. «А что ты сделала для того, чтобы он тебя не бил?» – данная фраза, произнесенная во время интервью, поставила под удар карьеру и репутацию Регины Тодоренко. Подписчики и лидеры мнений, не согласные с позицией Тодоренко, обрушили на нее потоки критики в соцсетях, а жертвы домашнего насилия завалили своими историями. Из-за скандала журнал Glamour лишил Регину звания «Женщина года». Крупные рекламодатели – PepsiCo (сок J7) и Procter & Gamble (подгузники Pampers, шампуни Aussie) – отказались от сотрудничества с телеведущей. Опрошенные Forbes эксперты оценили потери Тодоренко в сумму от 50 млн до 100 млн рублей. Телеведущая, однако, проделала работу над ошибками. Признала неправоту, принесла извинения в социальной сети Instagram, а затем выпустила на YouTube документальный фильм про домашнее насилие и пожертвовала фонду «Насилию.Нет» 2 млн. рублей. Бренды не возобновили контракты с Тодоренко, но некоторые уже публично похвалили стратегию и искренность телеведущей.

Таким образом, культура отмены позитивно влияет на общество, несмотря на то что ее методы «борьбы за справедливость» кажутся крайне радикальными. Публичные люди должны нести ответственность за свои высказывания, ведь их слушают и на них равняются миллионы.

«1984» ОРУЭЛЛА: АНТИУТОПИЯ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ КОЛЛЕКТИВНОГО ЗАПАДА

Овчинникова Д.А., Замалеева Д.И., гр. СЖ-222
Научный руководитель старший преподаватель Бормашева Е.К.
Кафедра Истории и философии

«Роман не должен быть пророческим, это лишь предупреждение о возможной опасности, которую мы в силах остановить» – сказал Джордж Оруэлл, автор антиутопии «1984». Существует несколько точек зрения о том, про кого писал Оруэлл. Некоторые считают, что он описал государственное устройство СССР, другие – разрушение западного капитализма. Рассмотрим вторую точку зрения.

Современные Соединённые Штаты Америки традиционно славятся своим демократическим режимом и свободой. Американцы гордятся тем, что имеют право на свободу слова, вероисповедания, собственности, ведь это законодательно закреплено в Конституции. Но реальность показывает другое, ведь существует немало случаев, когда обычным гражданам приходилось выплачивать огромные материальные компенсации или отбывать наказание за поступки, которые не являются вопиющими.

Причина такого явления кроется в пуританизме, который оказал огромное влияние на религиозное воззрение американцев. Основой образа жизни пуритан была строгость нравов и целомудрие. Они считали себя «богоизбранным народом». Их основным принципом была преданность Богу, потому что только он может спасти и помочь выжить. Подобное положение прослеживается и в философии И. Канта, который в своей работе «Религия в границах только разума» придает морали значение юридического закона, за нарушение которого должны следовать санкции.

В американском обществе широко распространен феномен доносительства, который уходит корнями именно в пуританизм. С детства в сознание американцев закладывается установка на то, что необходимо доносить на своих близких, соседей для поддержания порядка в обществе. Это привычная практика. Считается, что донос на человека, который совершил какой-то аморальный поступок – благое дело, которое способствует установлению порядка в обществе. Сам же американец будет чувствовать себя спокойно, зная, что вовремя предпринял необходимые меры для того, чтобы препятствовать нарушению. Ничего не напоминает?

Безусловно, это вымышленная Джорджем Оруэллом полиция помыслов из романа «1984». Слежка осуществлялась специальными людьми, а детей с детства учили следить за родителями и не бояться доносить на них. Им даже раздавали специальные «слуховые трубки» для замочных скважин, чтобы облегчить процедуру подслушивания.

СВО – УТРАТА ИЛЛЮЗИЙ

Писанюк Д.А., гр. СЖ-222

Научный руководитель старший преподаватель Бормашева Е.К.
Кафедра Истории и философии

Процессы в политическом и экономическом плане, ведущие к глобальному конфликту, сопоставимому по масштабу с мировыми войнами – вот результат специальной военной операции (СВО) на Украине, начавшейся 24 февраля 2022 года. Со временем течение конфликта будет изменяться, однако подвести промежуточные итоги и сопоставить их с ожиданиями допустимо в данный момент.

Одна из главных иллюзий США – создание и поддерживание однополярного мироустройства. На данный момент США лидируют в военно-политической, массово-культурной, экономической и технологической сферах. Однако подобная тенденция вызывает неприятие со стороны других участников международного взаимодействия. Другая иллюзия заключается в желании направить недовольство людей, возросшее после пандемии на внешнего оппонента, однако высокие затраты, связанные с финансированием Киевского режима, постепенно начинают вызывать недовольство среди граждан США.

Иллюзия Украины заключается в желании создать в границах государства, где значительную долю населения составляют русские, враждебного в отношении России режима. Безусловно, стоит учитывать территориальное расположение Украины, как страны, которая имеет непосредственную территориальную границу с Российской Федерацией.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ВЛИЯНИЯ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА МИРОВУЮ КУЛЬТУРУ

Полянский С.К., гр.МВА-121

Научный руководитель доцент Коржановская Л.Г.
Кафедра Истории и философии

На первый взгляд может показаться, что влияние глобализации на культуру отрицательно, так как неотъемлемой частью глобализации

является культурное давление более развитых стран на менее развитые, в определенном смысле процесс глобализации может стереть или значительно изменить отдельные культурные явления, например, религиозный ее сегмент, который достаточно консервативен, но мы наблюдаем мечети в центральной части Европы и православный церкви в Китае.

Феномен глобализации оценивается исследователями неоднозначно, в научной литературе даются противоречивые предположения о ее будущем, но можно выделить несколько положительных моментов влияния глобализации на культуру. Прежде всего – это добровольная коммуникация людей с разной географией, вероисповеданием, этносом, языками. В мире есть сообщества совместно работающих над произведениями искусства или же просто над важными общественными проблемами. К таким организациям можно отнести Международный союз архитекторов и ЮНЕСКО.

Второй, не столь объективный, плюс глобализации в культуре – это создание некоего общего культурного пространства через интернет, которое связывает огромное количество людей, входящих в локальные культурные пространства.

Третьим, на наш взгляд, бесспорным плюсом глобализации является создание гибридных форм культур, образовавшихся в процессе взаимного обогащения культур через слияние их отдельных элементов и образование новых. Некоторые из национальных и локальных культурных феноменов могут даже приобрести всемирное культурное значение, и тем самым стать частью мировой культуры. Однако тут стоит заметить: если внутреннее содержание культуры-донора и культуры-реципиента будет диссонировать, это может привести к конфликту между представителями данных культур. Кроме того, негативное влияние отдельных элементов одной культуры в пространство другой состоит в том, что их внедрение может разрушить единство этой культуры, её целостность.

Четвертым неоспоримым фактом положительного влияния глобализации является образование новых культурных моделей, потенциально ориентированных на духовное сближение культурных регионов.

РУССКИЕ И МАРИЙСКИЕ ТОПОНИМЫ РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ

Попова П.Н., гр. МВ-222

Научный руководитель доцент Никитаев С.Н.

Кафедра Истории и философии

Изучение истории и культуры нашей многонациональной страны невозможно без исследования явлений и закономерностей социокультурного характера. Настоящая работа является попыткой на основе междисциплинарного подхода (истории, топонимики и филологии) выяснить закономерности формирования марийских топонимов и на этой основе классифицировать их.

Работа по изучению топонимии в Марий Эл началась только в 19 веке, в ней можно выделить три периода. 1 период – вторая половина XIX – начало XX веков. В 1849 году был создан и издан «Очерк города Царевококшайска», уникальный памятник истории (храниться в Государственном архиве Республики Марий Эл), который широко использовался в данном исследовании. 2 период – с начала до 60 годов XX века ознаменовался спадом в изучении топонимики. Специальных экспедиций не проводилось. 3 период – с 1954 года – по наши дни. Появляются новые языковедческие, исторические, и этнографические исследования, например, И.С. Галкина, О.П. Воронцовой, Ф.И. Гордеева.

Единая классификация топонимов до настоящего времени не разработана. В работе представлена классификация топонимов по типу обозначаемых географических объектов, по их принадлежности к языку (русскому или марийскому). В ходе исследования был проанализирован значительный круг первоисточников, а также различные исследовательские материалы. На этой основе проведена систематизация топонимов по происхождению, а также дана классификация обозначаемых географических объектов по видам и типам. Результат исследования представлен в виде сводной таблицы топонимов Республики Марий Эл. В ее основу положен топонимический формант, т.е. словообразующий элемент, самостоятельно не употребляющийся в языке, состоящий из суффикса, окончания, иногда – приставки. Для каждого региона (и языка) характерен набор своих топонимических формантов.

Таким образом, исследование позволяет представить лексическое своеобразие марийского языка, механизмы его взаимодействия с другими языками, что способствует тесной межкультурной коммуникации народов, населяющих Республику Марий Эл.

ИНФОРМАЦИОННЫЙ МУСОР В ЖИЗНИ СТУДЕНТА

Потебенко С.В., гр. СЖ-222

Научный руководитель старший преподаватель Бормашева Е.К.

Кафедра Истории и философии

Информационным шумом можно назвать информацию, которая искажает смысл прочитанного, препятствует пониманию и переработке текста; это ненужные в данный момент сведения.

Главная причина его появления – это доступность информации. Всемирная сеть связывает людей и их материалы вне времени и пространства. При таком объёме информации определённо будет много того, что отфильтруется нашим мозгом. Из-за инфошума студентам вузов, в частности, гораздо сложнее сосредоточиться на учёбе. В поиске нужных данных в рамках образовательного процесса они просматривают большое количество статей, оказывающихся в итоге практически идентичными. Каждый научный материал ценен, однако восприятие одинаковой информации приводит к её переизбытку. Кроме того, существует слишком большой соблазн в виде лёгкого контента, который студент может выбрать вместо выполнения домашнего задания, например. В этом случае мозг вовсе не отдыхает, а только переполняется ненужной информацией.

В таких условиях у студента срабатывают механизмы психологической защиты – дефлекторы. Дефлексия представляет собой отведение энергии от объекта, на который она была направлена. Данный механизм предотвращает перегруз памяти. Однако на учебный процесс дефлексия влияет негативно. Студенту становится трудно воспринимать лекции. Концентрация внимания снижается, так как материала слишком много. Не усвоение текста происходит ещё и потому, что в лекции зачастую отсутствует визуальная составляющая, которая играет большую роль в восприятии информации современным студентом. Кроме того, значение имеет и то, как лектор преподносит материал и то, как сам студент относится к определённому преподавателю. Все перечисленные факторы могут стать препятствием для полного понимания материала.

Для борьбы с инфомусором студент может сделать следующее: ограничить время для социальных сетей, отключить маловажные уведомления и понять, какую информацию он хочет воспринимать. Также можно устраивать дни отдыха от интернета. Эти способы избавления от инфошума позволят студенту учиться более продуктивно.

КОМПЕНСАЦИЯ ЗА ОБРАЗ ДЕВОЧКИ НА ШОКОЛАДКЕ «АЛЕНКА»

Пурясова К.С., Дворникова В.Р., гр. СЖ-219

Научный руководитель доцент Горяева Г.С.

Кафедра Истории и философии

Рецептура знаменитого шоколада «Аленка» была разработана специалистами московской фабрики «Красный октябрь» в 1964 г., а с 1965 г. с различными этикетками и в вариантах «Олѐнка» и «Алѐнка» стал выпускаться практически одновременно на Бабаевской фабрике и Рот Фронт. Изначально шоколад хотели назвать «Аленушкой» и для оформления обертки использовать известную картину художника Васнецова. Администрация фабрики отказалась и в 1960 г. объявила конкурс на лучшую фотографию девочки. Победил снимок «корпоративного» фотографа Александра Геринаса, который прислал снимок своей дочери Елены. Предусмотрительные владельцы не стали размещать фотографию в том виде, в каком ее прислал отец девочки. Пришлось изменить цвет глаз и волос, «сдуть» щечки, вытянуть лицо. Получилось рисованное изображение девочки, очень схожее с реальным фото. Глаза девочки стали голубыми, а не карими, щечки более румяными, а губки припухлыми. В 1966 г. была выпушена первая партия шоколадок с обаятельной девчушкой на обертке. Этот шоколад пользуется спросом не только у нас, но и за границей.

У женщины было множество доказательств ее причастности к данному изображению: и тот самый детский снимок, и негатив пленки, и даже выцветший, но все же узнаваемый платочек. После двух лет судебных разбирательств, Елена осталась ни с чем, так как юристы фабрики смогли доказать, что на обертке «Аленки» находится собирательный образ. Они не отрицали, что фотография вдохновила художника и стала прототипом для создания обертки, но это нельзя считать плагиатом. Обложку долго изучали эксперты и в итоге пришли к мнению, что изображение является отдельным произведением. Адвокаты предупреждали Геринаса о том, что шансов выиграть дело мало. Этот шанс был бы у создателя фото, ее отца Александра, который умер еще в 80-ых годах и никогда не предъявлял претензий к фабрике. Наоборот, родители очень гордились, что их дочь украшает обертку лучшего шоколада СССР.

Сумму вознаграждения женщина оценила в пять миллионов рублей. В истории российских судебных споров это первый случай, когда персонаж с шоколадной этикетки требовал своей доли с продаж популярного продукта. В России защищаются авторские права изготовителя изображения, а не того человека, чье лицо представлено на изображении. В

Гражданском кодексе РФ не прописано четко право на собственное лицо, как бы и в чем бы оно ни изображалось.

ОТ КАНТА К ТОЛСТОМУ: ЭТИКА ДОЛГА И ПРОБЛЕМА СОПРОТИВЛЕНИЯ ЗЛУ

Рубанов Д.А., гр. ХТП-121

Научный руководитель доцент Ташлыкова Н.Ю.

Кафедра Истории и философии

Толстой открыл, что непротivление злу – основа евангельского учения, которую современные ему христиане не принимали как основную. «Не противься злу, значит, не противься злу никогда, никакого насилия, только любовь и гармония», – к этой мысли писатель пришел после изучения Канта. Толстой хорошо знал Канта. Существуют исследования об изучении Канта Толстым. К положению о религии в пределах разума писатель пришел самостоятельно до чтения работы Канта «Религия в пределах разума».

Толстой воспринимает тезис о непротivлении злу как долг перед разумом, точно так же как Кант. Философ призывал к уважению к самому Закону. Но Кант открывает категорический императив, исследуя моральную систему человека. А Толстой делает открытие о ненасилии, читая Евангелие. Писатель опирается на Евангелие. И затем начинает распространять свое понимание христианской заповеди. Оба мыслителя отстаивают автономию этики. Толстой считал, что религиозное учение должно говорить о том, что делать человеку, чтобы спастись, победить своё внутренне зло, чтобы обрести вечную жизнь. Надо отметить, что писатель не верил в воскресение с телом, но вечность признавал. И она достигается исключительно исполнением заповеди непротivления злу.

Есть и различие между Кантом и Толстым. Христос, по мысли Толстого, указывал на поклонение людей идолам в виде государства, церкви, искусства, культуры. Во всех этих сферах есть насилие. Толстым оно очень хорошо вскрывается. Поэтому христианин может только уединиться от мира, чтобы спастись. Кант не отрицает государство, искусство, судебную систему. С точки зрения Канта, существует неправильная и правильная власть. Правильное принуждение, это то, которое отстаивает свободу. Философ считает, что необходимо препятствовать свободе людей, которые мешают свободной жизни других. Есть два вида насилия: правильное и неправильное насилие. Правильное насилие (принуждение) – это принуждение, которое препятствует «препятствиям свободе» других. Толстой не согласен с допущением принуждений. Сама эта идея обслуживает человеческий эгоизм. Толстой

говорит, что принуждение должно быть взаимным, дабы быть эффективным. В итоге это противоречит закону, который дал Христос.

Соловьёв делал попытки аргументами И. Канта оправдать вынужденное насилие в противовес мнению Л. Толстого.

АРХИТЕКТУРА МОСКОВСКОГО КЛАССИЦИЗМА

Селюкова Т.А., гр. ИДП-122

Научный руководитель доцент Мокшина И.С.

Кафедра Истории и философии

В архитектурном облике Москвы особую роль играют здания в стиле классицизма, являясь памятниками архитектуры и истории. В середине XVIII в. в зодчестве появляется новый стиль – классицизм. Его характерные черты: строгая симметрия, рационализм, торжественность, обращение к формам античного зодчества, как к эталону гармонии, красоты и изящества. Московский классицизм является одним из региональных направлений русского классицизма в архитектуре второй половины XVIII – начала XIX вв. В России этот стиль приобрел главенствующее положение в архитектуре в период правления Екатерины II, когда началась масштабная реконструкция городов. Москва сохранила патриархальный уклад, жесткие градостроительные правила столичного Петербурга на нее не распространялись, и основная часть города состояла из усадеб. Постройки отличались четким, спокойным ритмом и симметрией. Парадный вход располагали в центре здания и оформляли в виде портика. Стала складываться схема «наугольного дома», выходящего на обе стороны улицы. Сады и внутренние дворы располагали внутри зданий. Классицизм Москвы тесно связан с традициями древнерусского зодчества. Ведущими мастерами русского классицизма в архитектуре стали В.И. Баженов, М.Ф. Казаков, И.В. Старов. Лучшие постройки московского классицизма связаны с именем М. Казакова. В стиле классицизма он построил Сенат в Кремле (1776-1778 гг.), церковь Митрополита Филиппа (1777-1788 гг.), здание Московского университета (1786-1793 гг.), дом Благородного дворянского собрания (1780-е гг.), Голицынскую больницу (1796-1801 гг.). Его работы отличаются искусством планировки, смелостью композиции, изяществом формы. Казаков руководил составлением генерального плана развития Москвы. Многие здания рубежа XVIII-XIX вв. мы знаем по «Генеральному атласу Москвы», который архитектор со своими учениками составлял в течение многих лет. Казаков воспитал целую плеяду московских зодчих, создав собственную архитектурную школу. Примером классицизма в архитектуре Москвы является дворцово-парковый ансамбль в Царицыне (1785 г.), дом П. Пашкова (1784-1786 гг.), созданные В.И. Баженовым. XVIII

век – век дворцово-парковых ансамблей. В Москве – это знаменитые загородные усадьбы Юсуповых (Архангельское), Шереметьевых (Останкино, Кусково), Демидовых (Петровское-Алабино). Строения в стиле московского классицизма – важная часть живого наследия архитектуры, которое представляет не только историческую ценность, но и составляет облик современной Москвы, делает ее неповторимой и уникальной.

ГРИГОРИЙ ЯКОВЛЕВИЧ ПЕРЕЛЬМАН – ЧЕЛОВЕК, РЕШИВШИЙ 1 ИЗ 7 ЗАДАЧ ТЫСЯЧЕЛЕТИЙ

Синютина Е.А., гр. КД-9-222

Научный руководитель преподаватель Богданова Л.Н.

Колледж РГУ им. А.Н. Косыгина

Задачи тысячелетия – семь математических проблем, определённых Математическим институтом Клэя в 2000 г. как «важные классические задачи, решение которых не найдено вот уже в течение многих лет». Это уравнения Навье-Стокса (1822 г.), гипотеза Римана (1859 г.), гипотеза Ходжа (1941 г.), уравнения Янга-Миллса (1954 г.), гипотеза Бёрча и Свиннертон-Дайера (1960 г.), проблема Кука (1971 г.) и гипотеза Пуанкаре (1904 г.). Гипотеза Пуанкаре – единственная задача, решённая российским математиком Г.Я. Перельманом.

Григорий Яковлевич Перельман родился 13 июня 1966 г. в Ленинграде, СССР. Его отец, Яков Наумович Перельман, был инженером-электриком, мать, Любовь Лейбовна Штейнгольц, учителем математики. Блестящие математические способности проявились еще в школе. В 1982 г. в составе команды школьников он получил золотую медаль на Международной математической олимпиаде в Будапеште и был без экзаменов принят на математико-механический факультет Ленинградского государственного университета, который закончил с отличием. После защиты кандидатской диссертации, работал старшим научным сотрудником в Математическом институте им. В.А. Стеклова.

В 90-х годах несколько лет он работал в университетах США, но затем вернулся в Санкт-Петербург, чтобы в одиночку работать над доказательством гипотезы Пуанкаре. В 2002-2003 гг. он опубликовал на сайте arXiv.org три статьи с кратким изложением оригинального метода доказательства этой гипотезы и выступил с рядом докладов в США. Это стало сенсацией в научном мире. В 2004-2006 гг. три независимые группы математиков проверяли доказательства Перельмана и пришли к выводу, что гипотеза Пуанкаре доказана. В 2006 г. Перельману за решение гипотезы Пуанкаре была присуждена международная премия «Медаль Филдса»: «За вклад в геометрию и его революционные идеи в изучении геометрической и

аналитической структуры потока Риччи», от которой учёный отказался, как когда-то и от Премии Европейского математического общества для молодых математиков (1996 г.). Отказался Перельман и от «Премии тысячелетия» в 1 млн. долларов США, присужденной в марте 2010 г. Математическим институтом Клэя, мотивировав это несогласием с организованным математическим сообществом. В 2011 г. Институт Клэя и Институт Анри Пуанкаре (Париж) учредили должность для молодых математиков, деньги на оплату которой пошли из не принятой Г.Я. Перельманом «Премии тысячелетия».

СУДЬБЫ ДЕТЕЙ ВОЙНЫ ПО МАТЕРИАЛАМ ИНТЕРВЬЮ И.И. ДОНСКОВА

Сунцова М.Ю., гр. ЛТ-122

Научный руководитель доцент Никитаев С.Н.

Кафедра Истории и философии

Советский Союз выдержал основную тяжесть борьбы с нацистской Германией и ее союзниками, заплатив за победу колоссальную цену. В огромной степени это коснулось гражданского населения, в том числе детей. Около 8 млн. человек было истреблено в результате геноцида, 4 млн. погибло в жестоких условиях оккупационного режима, 2 млн. умерло на принудительных работах в Германии.

Предметом нашего исследования стала жизнь и судьба одного из детей войны – И.И. Донского. Оно основано на его личных воспоминаниях, фотодокументах и прижизненном интервью с ним. Иван Иванович Донсков родился 28 апреля 1939 г. в с. Большая Лука Вадинского района Пензенской области. До лета 1941 г. он жил с матерью. Мать работала в колхозе, отец – офицер РККА служил в приграничном Бресте. В 1941 г. семья решила воссоединиться, однако поезд, в котором они с матерью ехали к отцу (судьба его неизвестна), был разбомблен под Могилевым. Иван вместе с другими сверстниками оказался в фашистской неволе: «Я оказался у немцев, при госпитале. Госпиталь находился в Эстонии, мы жили в подвале. Содержали нас донорами. После того как забирали кровь, мы теряли сознание, старший брат носил нас на себе. На руке у меня были наколоты: группа крови, порядковый номер и фашистский знак». С наступлением наших войск госпиталь эвакуировали в Норвегию. После освобождения Норвегии американцами и канадцами Иван оказался в Канаде. В 1947 г. по запросу матери и на основании международных соглашений о перемещенных лицах, подлежащих возвращению на родину, «Международный Красный крест» разыскал Ивана и вернул на Родину. Счастливая жизнь продолжалась недолго. В сентябре 1947 г. его мать была

репрессирована, а мальчик отправлен в детский дом. Вот как он описывает свое пребывание там: «Мне было тяжело, потому что я мог сказать «гуд» вместо хорошо и говорил с лёгким акцентом. За что меня прозвали «фашист». Я жутко обижался и дрался». В 1953 г. маму Ивана освободили. Он закончил школу, отслужил в армии, в 60-е годы переехал в Московскую область. В колхозе им. К.И. Макарова Одинцовского района Московской области Иван Иванович проработал 65 лет, причем последние 25 лет – заместителем председателя колхоза.

Воспоминания И.И. Донского позволяют наглядно представить тяготы войны, проследить жизнь и судьбу детей войны, убедительно показать стойкость и жизнеспособность нашего народа в борьбе с жестоким и беспощадным врагом.

ФИЛОСОФИЯ ЛЮБВИ Х. ОРТЕГИ-И-ГАССЕТА

Тагай П.В., гр. ЛТХ-121

Научный руководитель профессор Яковлева Л.Е.
Кафедра Истории и философии

Философия любви в XX в. была связана с исследованием этических, психологических, культурных и политических аспектов любви. В своих работах Х. Ортега-и-Гассет подчеркивает необходимость понимания любви как явления, которое превышает простую эмоциональную привязанность. Любовь не ограничивается чувствами и страстью, но является сложным феноменом, связанным с человеческой природой и культурой.

В работе «Размышления о любви» Ортега анализирует сущность любви и предлагает понимать ее как способ обретения глубокого смысла в жизни. По мнению Х. Ортега-и-Гассета, любовь позволяет нам выйти за пределы нашего «я» и присоединиться к другому человеку, чтобы создать что-то большее, чем просто сумма наших индивидуальных частей. Автор спорит, с одной стороны, с теорией «кристаллизации» любви Стендаля, согласно которой любовь – это заблуждение, а объект любви является лишь проекцией субъекта любви. Достигнув апогея, такая любовь угасает. С другой стороны, с концепцией Шатобриана, утверждавшего, что любовь мгновенно и случайно возникает в душе любящего, который раз и навсегда растворяется в другом человеке. Ортега же подчеркивает, что любовь – это «центробежный порыв души, которая непрерывным потоком устремляется к объекту любви и обволакивает его теплотой и удовольствием, превращая нас с ним в единое целое и утверждая бесспорность его существования». Любовь отлична от таких пассивных чувств как грусть и радость своей деятельной природой.

Испанский мыслитель также рассматривает тему любви в контексте современной культуры и общества, где любовь часто рассматривается как поверхностная эмоция, которая продается через массовые медиа. В своих работах Х. Ортега подчеркивает, что любовь является одним из важнейших аспектов человеческой жизни и культуры, способ обретения смысла в жизни и создания более глубоких отношений с другими людьми. В современном мире, где любовь часто рассматривается как товар или развлечение, необходимо сохранять ее святость и значимость. Любовь является проявлением воли человека к счастью и способом преодоления одиночества. Рассматривая различные проявления любви – любовь к родителям, любовь к Родине, любовь к искусству и науке, Ортега видит свою задачу в том, чтобы выявить существенный признак, присущий всем этим проявлениям любви.

Таким признаком для него является сосредоточенность на объекте любви, полнота внимания к нему, осознавая и ежесекундно подтверждая право объекта своей любви на существование и отвергая такое устройство мира, при котором его могло бы не быть.

КИТАЙСКАЯ ОПЕРА – НАЦИОНАЛЬНОЕ СОКРОВИЩЕ ПОДНЕБЕСНОЙ

Тарасик У.И., гр. КШК-121

Научный руководитель преподаватель Антропова Т.В.

Колледж РГУ им. А.Н. Косыгина

Во всем мире нет культуры похожей на китайскую. Одним из самых ярких её элементов является китайская опера, которая славится своими отточенными приемами вокала, танца, воинского искусства и пользуется большой популярностью. В наше время актуально говорить о сохранении культурных традиций и именно поэтому я выбрала эту тему.

Одной из самых известных опер Поднебесной считается Пекинская опера (Цзинцзюй), созданная в 1790 году. Тогда в честь 80-летия императора в столице были собраны театральные труппы всей Поднебесной. Больше всего людям понравились четыре труппы из Аньхой – Саньцин, Сыси, Чуньтай и Хэчунь, которые после всеобщего признания остались в Пекине. Благодаря своей зрелищности, опера очень быстро завоевала сердца многих зрителей и обрела небывалую популярность.

После 1820 года в столицу приехала труппа из Хубэя, артисты которой присоединились к аньхойцам. Музыкальные стили двух трупп заложили основы Пекинской оперы, которая окончательно оформилась к середине XIX века. В этот период женщинам запрещалось участвовать в спектаклях, и женские партии исполнялись актерами-мужчинами.

Первая половина XX века стала эпохой расцвета Цзинцзюй. Артисты создали исполнительские школы, в которые в основном набирали сирот. После Синьхайской революции появилась современная Пекинская опера (Сяньдай Цзинцзюй). Стали использоваться современные декорации и костюмы, были введены европейские музыкальные инструменты, сюжеты пополнились революционной тематикой.

В годы Культурной революции Пекинская опера была запрещена, но в 1980-ые годы началось ее возрождение. Современные композиторы КНР используют в своих произведениях традиционные элементы Цзинцзюй.

Кроме пекинской оперы существует более 360 местных жанров, такие как Юйцзюй (хэнаньская опера), Цзиньцян (шэньсийская опера), Чуаньцзюй (сычуаньская опера) и другие.

Герои Пекинской оперы делятся на четыре главных амплуа: шэн – мужские персонажи; цзин – мужские персонажи, чаще всего храбрые генералы и благородные герои; дань – женские персонажи; чоу – смешные, добродушные, положительные герои или хитрые, но недалекие злодеи.

Национальная Пекинская опера стала жемчужиной в культурном наследии Китая. Это театральное искусство крепко связано с китайской литературой и кино.

ВОЗРОЖДЕНИЕ АРМИИ И ФЛОТА ГЕРМАНИИ

Тимохин А.В., гр. МУИ-122

Научный руководитель доцент Нечаева Т.Ю.

Кафедра Истории и философии

Согласно Версальского договора от 28 июня 1919 года, Германии запрещалось иметь военно-морской флот, военно-воздушные силы, танки, генштаб, вводить всеобщую воинскую повинность. Численность армии ограничивалась 100 тыс. человек. Кроме того, все левобережье Рейна и полоса шириной 50 км по его правому берегу объявлялись Рейнской демилитаризованной зоной, в которой запрещалось размещение немецких войск.

В годы Веймарской республики (1918-1933 гг.) военные приготовления в Германии проводились скрытно. Согласно договоренностям с СССР испытания новых вооружений и химического оружия, а также обучение летчиков, танкистов, пехотных офицеров проводилось на советской территории в военных академиях и училищах Красной Армии.

После прихода к власти нацистов перевооружение армии было ускорено. Были увеличены налоги, выпущены в обращение специальные векселя, израсходованы средства пенсионного фонда, пособия по

безработице и инвалидности. Полученные средства были направлены на перевооружение армии. Уже в 1934 г. в Германии началось создание авиации и бронетанковых войск, а в 1935 г. введена всеобщая воинская повинность.

Кадры военных летчиков и парашютистов готовила гражданская авиационная компания «Люфтганза» и многочисленные военно-спортивные общества. Молодежная военизированная нацистская организация «Гитлерюгенд», созданная 1 декабря 1936 г. и объединявшая молодежь от 10 до 18 лет, готовила молодежь к военной службе.

Правительства европейских государств проигнорировали нарушение Германией условий Версальского договора и усиление ее военной мощи. Великобритания в 1935 г. подписала с Германией военно-морское соглашение, согласно которому немецкие ВМС не должны были превышать по водоизмещению 35% от британского флота. Фактически, немцы получили возможность строить любые военные корабли. В январе 1939 г. была утверждена новая судостроительная программа, по которой к 1947 г. планировалось построить 4 авианосца, 10 линкоров, 15 «карманных линкоров», по водоизмещению уступавших линкорам, а по вооружению превосходили крейсера, 5 тяжелых и 44 легких крейсера, 68 эсминцев и 249 подлодок.

В результате к 1939 г. Германия располагала крупнейшей в Европе армией (2,75 млн. солдат, 10 тыс. орудий, 3200 танков и около 3 тыс. самолетов) и мощным ВМФ из 54 боевых кораблей и 57 подводных лодок.

РОЛЬ ДЕШИФРОВКИ «ЭНИГМЫ» В ИСТОРИИ ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

Тимофеева Д.М., гр. КД-9-322

Научный руководитель преподаватель Богданова Л.Н.

Колледж РГУ им. А.Н. Косыгина

Изучение истории Второй мировой войны всегда было на особом месте, множество документов до сих пор находятся под грифом «секретно». Основным фактором, способствовавшим окончанию Второй мировой войны, в том числе является расшифровка «Энигмы», переносной шифровальной машины, использовавшейся для шифрования и дешифрования секретных сообщений.

Изобретателем считается Гуго Кох де Дельфта, который создал это устройство в 1919 году и планировал использовать ее для гражданских целей. Суть шифрования в том, чтобы отправить засекреченный текст в виде запутанного набора символов. Прогнав это сообщение через шифровальную машину, радист получает на выходе понятные послания.

Даже с учётом всех слабых сторон «Enigma», расшифровать код немецкой шифровальной машины было практически невозможно. Не хватало ни времени, ни людей. Зашифрованные послания, переданные через Энигму, каждый день имели новый ключ и множество вариантов расшифровки.

Английский математик Алан Тьюринг, используя недостатки в работе Энигмы, получил доступ к кодовым книгам немецких шифровальщиков и в марте 1940 года была создана первая криптологическая машина. Это устройство для расшифровки кода «Энигмы» получило название «Bombe». Устройство «British Bombe» соединяло в себе 36 машин типа «Enigma». Оно могло расшифровать текущий ключ Энигмы за 2 часа. Взлом шифра Энигмы в истории Второй мировой войны считается одним из весомых вкладов в победу над фашистской Германией.

Со времен Второй мировой войны остались зашифрованные с помощью Энигмы сообщения, которые до сих пор не раскодировали. Они есть в открытом доступе на некоторых сайтах. Найти ключ к ним пытаются уже более 70 лет.

Изучение раскодировки машины «Энигма» имеет большое значение для правильного понимания особенностей Второй мировой войны, не только как кровопролитных боевых действий и экономической войны, но и как битвы умов всех научных школ того времени.

ГЕНЕЗИС ФИЛОСОФИИ ЛЮБВИ

Титова В.В., гр. ИКТ-122

Научный руководитель доцент Коржановская Л.Г.
Кафедра Истории и философии

Древние Греция и Рим – родина европейского эроса. Исторически ранним способом осмысления любви была мифология, она создала образы богов, «отвечающих» за сферу брака и любви, в мифах преобладало представление о магической, мировой силе любви. Мифология быстро вытеснялась другими формами сознания, например, в поэзии появилась любовная лирика. Первыми в философии начали рассуждать и писать о любви Эмпедокл и Платон. Эмпедокл в своем учении уделяет любви господствующую позицию. Для Платона любовь имела в первую очередь эстетическую ценность, она – познание высшей формы красоты и по своей природе стремится к прекрасному. Древние греки также рассуждали о разных аспектах любви и выделяли страстную любовь-«эрос», любовь-привязанность, искреннюю любовь-«агапэ» и рассудочную любовь-«сторгэ».

В эпоху Средневековья принципы морали становятся важнее эстетики в любви. Христианство жестко осуждает половые отношения вне семьи,

считая, что главное в любви – это духовность, а истинной считается любовь, направленная к Богу. В христианской этике возникает идея, что любить – значит страдать. В XII веке формируется так называемый культ поклонения Прекрасной Даме – некому недостижимому идеалу. Любовные переживания в это время были чуть ли не смыслом любви в принципе. Возрождение – время восстановления интереса к идеям Платона, своеобразного слияния всех прежних суждений о любви, появления теорий о значимости любви к себе как основе жизни человека в обществе, отношения к ней как к простому человеческому чувству. Складывается ренессансная теория любви, которая проникает в искусство и философию. Божественная любовь не исчезла, но понимание любви приняло «приземленный характер». В последующие эпохи тема любви не утратила значения, но акценты расставлялись по-разному.

В русской философии вопрос любви имеет особое значение. Особенностью древнерусского понимания, которое просуществовало до XX века, было учение о любви и сердце, основанного на идеях Платона и православного богословия. Многие мыслители раскрывали понятие любви как силу, ведущую в Царство Божие, как источник добра, света, красоты. В. Соловьев выделял два начала в любви – идеальное и природное, а Н. Бердяев понимал любовь как духовное слияние двух полов, благодаря которому появляется целостная личность.

ПРОБЛЕМА ПАТРИОТИЗМА В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Толмачева С.С., гр. ИКД-122

Научный руководитель доцент Коржановская Л.Г.

Кафедра Истории и философии

Каждый человек когда-нибудь задавался вопросом, что несет в себе слово «патриотизм», что оно значит для него и для других. Чаще всего под этим словом подразумевают преданность Отечеству, родному дому, готовность к любым подвигам и жертвам ради Родины. Однако люди забывают о любви к истории и культуре страны, необходимости изучать и знать прошлое Отчизны, ее традиции. Патриотизм не заложен в генах, это не природное, а социальное качество и потому не наследуется, а формируется. Он не возникает «по щелчку пальцев». Патриотами не рождаются, ими становятся в результате воспитания и развития. В школах детям проводят уроки, посвященные патриотизму, устраивают различные мероприятия, чтобы привить ученикам чувство преданности Родине. Сколько произведений русской литературы посвящено этой теме, и многие из них изучаются в учебных заведениях, разбираются на уроках литературы

и т.д. Однако современная молодежь иногда индифферентно относится и к понятию «патриотизм», и к необходимости определения своей позиции в условиях обострения международных отношений и мировоззренческого кризиса российского общества. Одной из причин, на наш взгляд, является неполное выполнение школой задач воспитания. Обвинять только преподавателей в этой проблеме не стоит, они сталкиваются с вопросом многообразия и противоречивости трактовок патриотизма, взаимодействуют с детьми «цифровой эпохи», родители которых иногда лишены ценностно-патриотических ориентиров и т.п.

Еще одной причиной отсутствия чувства преданности Родине у молодежи является отсутствие перспективы, растущая тревога и неуверенность в завтрашнем дне. Многих не устраивает образование в стране, ее политика, экономика, уровень жизни во многих городах России. И далеко не всегда их оценки объективны. За пределами страны они видят большие возможности в реализации. У молодежи появляются другие ценности и приоритеты, к которым они стремятся. Новое поколение хочет сделать хорошую карьеру, достойно обустроить свою жизнь, ничего плохого в этом нет. Школа, ученые, политики и общество в целом должны объединить усилия в решении проблем в сфере патриотического воспитания и помочь молодому человеку понять, что жизненный успех и патриотизм не противоречат друг другу.

КАК ПОЯВИЛСЯ БУДДИЗМ В РОССИИ

Туманова Е.А., гр. СТВ-220
Научный руководитель доцент Горяева Г.С.
Кафедра Истории и философии

Согласно оценкам Росстата, на территории России проживает не менее 194 народов с преобладанием христианского вероисповедания (православие). Однако это не единственная религия, которую официально исповедуют в России. Одной из широко распространённых религий является также буддизм. В плане мировой распространённости буддизм занимает также одно из лидирующих мест (III-IV) в списке религий.

На территории Российского государства буддизм существует с начала XVII века, когда некоторые калмыцкие племена приняли российское подданство. Тибетский буддизм распространился и в Бурятии - сюда его принесли монгольские и тибетские ламы. По историческим справкам, буддизм в России зародился в далёком VII веке. Первые упоминания об этой религии на земле российской встречаются в исторических справках о государстве Бохайском. Располагалось это государство на землях, сегодня именуемых Приамурьем или Приморьем. В 1741 году Указом императрицы

Елизаветы Петровны буддизм был признан в Российской империи официально. В 1764 году Екатерина II учредила пост Пандито хамбо-ламы – главы буддистов Восточной Сибири и Забайкалья.

Особенно широко буддизм распространён в Бурятии, Калмыкии и Республике Тыва. Народы, проживающие в этих субъектах РФ, в основном проповедуют буддизм. На территории республик работают буддийские храмы. Главный буддийский храм, расположенный в Элисте, является местом паломничества, к которому съезжаются люди со всех концов России и из других стран. В Бурятии имеется несколько священных дацанов. В Республике Тыва есть действующие буддийские монастыри. Но эта религия распространена не только в указанных регионах. Храмы-пристанища буддистов действуют в Москве, Санкт-Петербурге, в Свердловской, Иркутской областях.

Сегодня всё больше можно встретить людей, исповедующих буддизм в средней полосе страны, южном регионе, центральной России. В основном это представители молодёжной прослойки, интеллигенции.

СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ МИФЫ

Тюрина А.С., гр. Ссоц-122

Научный руководитель доцент Пухир В.М.

Кафедра Истории и философии

В последнее время социальные мифы применяются в качестве средства манипуляции общественным сознанием. Они оказывают как положительное, так и отрицательное воздействие на социальные процессы и на рутину человека.

Современная социальная мифология – это, прежде всего, система тех преданий (мифов), которые воспринимаются как истина, строятся на вере и значительно влияют на общественное сознание. Миф при этом принимается его сторонником за правду, а мифом он становится, когда вера в него исчезает. В этом состоит ключевая трудность в исследовании современной мифологии. К тому же, современная мифология непостоянна, «жизненный цикл» многих современных мифов может быть весьма непродолжительным. Социальный же миф является неизменным, эмоционально заряженным. Он как шаблонное мнение о прошлом, которое дает обществу ценностный ориентир для оценки событий прошлого и настоящего. Если первобытные мифы базировались на природе или космосе, современные социальные мифы – на истории. Ведь историки не только «охотятся» за мифами, но и формирует их социальную основу, необходимую для укрепления целостности каждого общества. Современный миф реализуется не только через ритуалы, но и через коммуникацию. Лишь в ходе коммуникации

индивида есть шанс его вовлеченности в «мир мифов», что позволяет ему эволюционировать.

Социальный миф необходимо рассмотреть, как минимум, с позиций трех субъектов: живущего мифом («мифичного»), создателя мифа (мифотворца); критика мифа (мифолога). Для «мифичного» социальный миф – абсолютная реальность, неотъемлемое звено его миропонимания. Мифотворец концентрирует внимание на целях социального мифа, степени его принятия обществом, он в некотором роде устанавливает этические аспекты мифа. Для мифолога имеют значение средства познания социального мифа: комбинации различных концепций мифа, теоретические и эмпирические методы исследования – он ищет «истину мифа». Наличие веры, иррациональных компонентов говорит о том, что субъект познания живет мифом. При столкновении с социальным мифом субъект параллельно создает свой собственный и, приняв социальный миф, проецирует его на свою картину мира, основанную на рациональности.

Мы переросли те условия, в которых жили наши предки и, тем не менее, мы все еще находимся в периодической иллюзии неисчерпаемой окружающей среды, безоглядно следуем индивидуальным, институциональным и национальным эгоистическим интересам.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Усов Т.Е., Желыбин А.А., гр. СЖ-222

Научный руководитель старший преподаватель Бормашева Е.К.
Кафедра Истории и философии

Выступая 21 февраля 2023 года перед Федеральным Собранием, президент В.В. Путин внёс окончательную ясность в вопрос о реформировании высшего образования. Им было предложено внесение следующих изменений: необходимо вернуться к традиционной базовой подготовке специалистов с высшим образованием, срок обучения при такой системе может составлять от четырёх до шести лет; в рамках одной специализации и одного вуза могут быть предложены разные программы; каждый студент сможет продолжить образование в магистратуре или ординатуре, если его специализация требует узконаправленных знаний и навыков; в отдельный уровень профобразования необходимо выделить аспирантуру, которая будет готовить кадры для научной и преподавательской деятельности.

Данное решение положительно скажется на большом количестве сфер человеческой деятельности, поскольку в такой ситуации студент не сможет резко сменить специальность в середине срока своего обучения. Если же он

захочет сменить специальность, ему придётся сначала перевестись на интересующий его факультет, проучиться четыре года и потом провести ещё два года в магистратуре по этой же специальности.

Стоит сказать про бакалавриат, который представляет собой первую ступень высшего образования, поскольку после проведения реформы есть вероятность того, что этот этап обучения может быть ликвидирован. Вместо него может быть реализован «монолитный процесс, монолитная конструкция». После четырех лет обучения студент сразу же продолжит изучать аспекты своей будущей профессии в течение двух лет, не беспокоясь о размере суммы, вносимой за обучение, или конкурсах на учебные места.

Также была подчеркнута следующая важная деталь: переход к традиционной для нашей страны системе должен быть плавным. Студенты, которые на данный момент ещё обучаются по Болонской системе, смогут продолжить своё обучение по действующим программам.

КУЛЬТУРА НАРОДА МОКША

Фанасюткина Д.Д., гр. МХТ-122

Научный руководитель доцент Мокшина И.С.

Кафедра Истории и философии

Мокша – один из двух коренных народов Мордовии, проживающий на западных территориях современной республики. По одной из наиболее признанных версий, этот народ произошёл от иранских племён или же, они оказали сильное влияние на его культуру. За последние 97 лет численность коренных мокшан сократилась с 392000 до 4767 человек.

Мокша носили холщовую одежду: мужчины одевались в простые белые рубашки с подвязанной на воротнике узорной лентой и белые, а иногда и черные штаны; женщины носили длинные белые рубашки до колен, богато украшенные узорами, разными бусами и монетами (в культуре этого народа они считались мощными оберегами от бед и злых духов). Неотъемлемой частью жизни мокши считались песни и моления. Последние делились на три основные группы – семейные, общинные и случайные.

Мокша были языческим народом и поклонялись множеству природных богов и самой природе. Главным в пантеоне был Шкай, бог-творец, а его противником являлась птица Идеямязовь. Отличительной чертой религии были парные божества, часто являвшиеся мужем и женой – боги холода Якшамята и Якшамава, боги леса Виряля и Вирява, боги воды Ведява и Ведяля и т.д. Так же мокша обожествляли животных, особенно белого цвета. Важное место в культуре этого народа отводилось деревьям, возле которых и совершались моления, – березе, дубу, ольхе.

Очень большое внимание уделялось похоронным обрядам. Считалось, что к умершему человеку может прикоснуться лишь особый старец и проводить подготовку тела к захоронению. В дом к умершему приносили хлеб, яйца, блины, молоко и оставляли на специальном столе, выражая уважение к покойному и его родственникам. Мокша придерживались воздушного погребения – людей хоронили в специальных ящиках, которые ставили на срубы деревьев. Если молодые люди умирали до своей свадьбы, их хоронили в свадебных нарядах, чтобы они нашли пару в загробном мире.

На всех праздниках и похоронах было принято готовить позу – свекольное пиво, состоящее из свёклы, хмеля, ржаной муки, солода и воды. Существовал женский праздник «Авань поза», на котором все женщины поселения собирались вместе, пели, веселились и варили большое количество позы. Напиток употребляли вместе с традиционными блинами почат – их готовили из пшённой каши, молока и дрожжей, из-за чего блины получались большими и пышными.

НОВОЕ ПРОЧТЕНИЕ ТРАДИЦИИ ДЗЕН: ЭСТЕТИКА ТАНСЭКХВА

Федорченко Д.П., гр. ИДП-119

Научный руководитель профессор Мещерина Е.Г.

Кафедра Истории и философии

Тансэкхва в переводе с корейского – «живопись одного цвета». Это современное движение в корейском искусстве, зародившееся в 1970-ых годах. Данное искусство называют попыткой художников выразить национальную идентичность в своем творчестве, так как в корейском искусстве в те времена было явно заметно влияние Запада. Долгие годы данный вид живописи был популярен только на своей родине, однако со временем эти картины удивили весь мир.

Тансэкхва – это монохромная плоская абстрактная живопись. Она не отображает что-то конкретное. У каждого художника своя техника, с помощью которой он может «поговорить» с материалом, в попытке достичь нирваны. Именно эту цель ставит перед собой художник Ли У Хван в серии своих работ под названием «Dialogue». Художники тансэкхва используют идеи древних восточных философских школ, в частности буддизма и даосизма, для объяснения своего произведения, точнее, художественного акта: удаления грунта с холста повторным проведением линий карандашом (Пак Со Бо), вытеснения краски через щели грубого пенькового холста (Ха Чон Хен), повторного выскабливания и переписывания мелких частей высушенной монохромной картины (Чон Сан Хва) и т.д. Эти художники увлекались не техникой или созданием иллюзионистских работ; они пытались разрушить традиционные иерархии, существовавшие между

художником и произведением искусства, произведением искусства и зрителем. Они боролись с дилеммой, как рисовать, не создавая узнаваемых узоров или картин. Чаще всего такие картины могут казаться незаконченными, что обуславливается влиянием даосско-буддийского канона в живописи, согласно которому произведение должно быть продолжено, поскольку душа человека, выраженная в нем, не имеет границ. Считается, что только глубоко смотрящий может увидеть полную картину благодаря своим личным знаниям, эмоциям и опыту. Вместе с тем чрезвычайно важна и техническая сторона. Обычно вместо или вместе с холстом художники используют традиционную корейскую бумагу – ханджи. На нее очень хорошо ложатся масляные и акриловые краски, чернила и карандаш. Также живописцы используют порошковую краску, уголь, воск, щебень, глину и даже железо.

Таким образом, можно сказать, что художники тансэхва стремятся познать объект через свойства материала. Они сливаются со своими работами, становясь с ними одним целым. Картины, написанные в данном стиле, пользуются огромной популярностью на международном арт-рынке.

КОНЦЕПЦИЯ ОВЕРСАЙЗ В СОВРЕМЕННОЙ МОДЕ

Фирулина К.М., гр. ИКТ-122

Научный руководитель доцент Коржановская Л.Г.

Кафедра Истории и философии

Оверсайз – это стилевое решение, при котором один или несколько элементов лука имеют очень свободный крой или большую длину. В XXI веке мода на оверсайз пришла на смену моде на обтягивающие вещи по фигуре. «Любая новая мода – это отказ от наследия, высвобождение из-под власти предшествующей моды», – отметил Р. Барт.

Поль Пуаре стал первым дизайнером, который отказался от привычных облегающих форм. Сначала его идеи с объемными платьями и пальто воспринимались негативно и провоцировали скандалы, но спустя время вошли в моду. Формируется новое понимание телесности и канонов красоты. Первая мировая война способствовала тому, что основной функцией костюма стала утилитарность, костюм больше не требовал четкой посадки по фигуре, конструкция упростилась. Объем и комфорт в одежде стали для женщин символом свободы и возможностью быть независимой. В 50-ых гг. К. Баленсиага создает платье-бочку, платье-колокол, платье-трапецию, платье-bady doll, просторные жакеты с большими капюшонами и широкие округлые полупальто. В 70-ых гг. стиль хиппи вводит в моду большие мягкие свободные трапециевидные силуэты, многослойность, отсутствие четкой посадки по фигуре. Родоначальник данного фасона –

легендарный японский модельер Такада Кендзо придал привычным вещам (свитерам, брюкам, рубашкам, пальто) новые объёмы и убрал тело из зоны всеобщего внимания. Стиль гранж в одежде (90-ые гг.) демонстрировал нежелание участвовать в карьерной гонке, равнодушие к обществу и социальному статусу, сосредоточенность на своем внутреннем мире и творчестве.

Оверсайз может сделать человека свободным и одновременно несвободным. Он помогает скрыть от посторонних глаз то, что не удовлетворяет человека. Таким образом, многие находят в этом стиле спокойствие, и он становится основным и единственным в гардеробе, порождая зависимость. В этом случае оверсайз можно назвать мнимой свободой. При этом некоторые находят в оверсайзе комфорт и удобство, он расширяет личное пространство и дает человеку чувство защищенности. Он выстраивает своеобразный барьер, скрывая очертания фигуры от посторонних глаз. Другим он дает свободу самовыражения, позволяя создавать эклектичный стиль. По мнению великой кутюрье Коко Шанель, для того чтобы быть незаменимой, нужно всегда быть разной.

Одежда – это и микрокосмос, и макрокосмос. С одной стороны, это отражение нашего внутреннего мира, а с другой, одежда транслирует определенные смыслы, является способом коммуникации с окружающими.

К КАКОМУ БУНТУ ПРИЗЫВАЕТ АЛЬБЕР КАМЮ СОВРЕМЕННУЮ МОЛОДЕЖЬ?

Храпова А.В., гр. Ссоц-122
Научный руководитель доцент Пухир В.М.
Кафедра Истории и философии

На мой взгляд, бунт является неотъемлемой частью нашей жизни. Мы встречаемся с ним абсолютно везде, например, в искусстве, литературе, истории и самое главное – в собственной жизни. Бунт проявляется в нас еще с подросткового возраста, когда мы переходим из детства во взрослую жизнь, т.е. в том возрасте, когда с нас падают «розовые очки» и мы сталкиваемся с первой несправедливостью в нашей жизни, когда мы пытаемся отстоять свою позицию и защитить себя.

Но почему же бунт наиболее ярко выражен у молодежи? Молодость – это тот возраст, когда человек начинает смотреть на мир с разных точек зрения, искать себя, свой путь и свое место в жизни. Ведь Камю считал, что человек хочет понять смысл мира, в котором нет никаких смыслов. А найти этот самый смысл можно через бунт. Следовательно, встает вопрос: «Что же такое бунт?». Бунт по Камю – это творение всех ценностей в этом мире. Оно заключается в том, что человек приносит свой собственный смысл в

бессмысленный мир. Бунт проявляется везде: и в музыке, где человек высказывает свое недовольство и свою позицию; и в картинах, где человек изображает свои чувства через краски. Следовательно, бунт одного человека, может призвать массы, что может повлиять на судьбу не только индивида, но и всего общества. Но стоит помнить, что бунт не имеет негативного подтекста, он направлен на преобразование, на то, что молодежь и подрастающее ей на смену юное поколение сможет изменить в лучшую сторону общество, в котором оно живет. Но может ли один человек противостоять абсурду? Конечно же, нет. Бунт выводит индивида из одиночества, бунт – это «мы», «коллективное действие». В бунтарском прорыве оно приобретает характер коллективного существования. Отсюда вытекает формула Камю: «Я бунтую, следовательно, мы существуем». И таким образом, сплоченность помогает добиться результатов.

АНТИКОМИНТЕРНОВСКИЙ ПАКТ И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ В ИСТОРИИ

Чечёкин Д.Г., гр. ММЦ-122

Научный руководитель доцент Нечаева Т.Ю.

Кафедра Истории и философии

После прихода А. Гитлера к власти советское руководство пыталось создать эффективную систему коллективной безопасности в Европе, однако эти попытки провалились из-за позиции западных держав, проводивших политику «умиротворения» агрессора и считавших, что агрессию Германии и Японии нужно направить против СССР. В середине 30-ых годов между Третьим рейхом и европейскими странами был заключен ряд международных договоров. Для сокрытия своих экспансионистских планов Гитлер активно использовал антикоммунистическую риторику. Именно на этом фоне были подготовлены германо-японские соглашения, известные как Антикоминтерновский пакт.

Антикоминтерновский пакт или Японо-германское соглашение по обороне от коммунизма был подписан 25 ноября 1936 г. в Берлине японским послом Кинтомо Мусякодзи и министром иностранных дел Германии Иоахимом фон Риббентропом. Документ состоял из самого договора, дополнительного протокола, секретного дополнительного соглашения и четырёх приложений. Текст пакта содержал призывы к борьбе против «коммунистической подрывной деятельности». В дополнительном протоколе отмечалось, что Берлин и Токио будут принимать «суровые меры» против сотрудничающих с Коминтерном. В секретном дополнительном соглашении указывалось, что в случае, если один из подписантов окажется в состоянии войны с СССР, то другой не предпримет

ничего, что бы могло помочь Москве. 6 ноября 1937 г. к пакту присоединилась Италия, 24 февраля 1939 г. – Венгрия и Манчжоу-го, 26 марта 1939 г. – Испания, 25 ноября 1941 г. – Финляндия, Румыния, Болгария, Хорватия, Словакия и Дания. Пакт превратился в открытый военный союз, подкрепленный позднее двусторонним «Стальным пактом» 1939 г. Германии и Италии.

К моменту заключения пакта советские войска уже столкнулись с нацистами в ходе гражданской войны в Испании, а вскоре после этого с японскими милитаристами в Китае, на берегах озера Хасан и на реке Халхин-Гол. Москва с тревогой наблюдала за продвижением нацистов в Европу, аншлюсом Австрии и аннексией Чехословакии. Подписанный в 1940 г. в Берлине Тройственный пакт между Германией, Италией и Японией был фактически развитием «Антикоминтерновского пакта» и предполагал уже формирование полноценного военного союза. Подписание пакта стало предупреждением для Советского Союза и позволило трезво оценить перспективы развития международной ситуации.

НЕЛЕГКАЯ СУДЬБА САМОГО МОЛОДОГО ЗАЩИТНИКА БРЕСТСКОЙ КРЕПОСТИ

Щадров Д.Н., гр. СЖ-219

Научный руководитель доцент Горяева Г.С.

Кафедра Истории и философии

О подвиге Брестской крепости страна узнала в 1957 году благодаря писателю С. Смирнову, которому удалось восстановить хронологию обороны советской Трои. Народ был поражен мужеством и отвагой ее защитников. Некоторые из них чудом выжили, пройдя немецкий плен. К сожалению, не у всех из них после войны жизнь сложилась благополучно.

Одним из самых молодых защитников крепости был Петр Клыша, которого в 1939 г. взял к себе старший брат Николай – лейтенант РККА, командир взвода музыкантов 333-го стрелкового полка, казармы которого располагались в Бресте. Так Петр стал полноценным бойцом взвода. Петр приносил воду защитникам крепости, обнаружил склад медикаментов и добыл дефицитные бинты и лекарства. Когда у бойцов закончились патроны, Петр с группой красноармейцев ночью 30 июня 1941 г. пошел на прорыв. Почти все бойцы полегли или попали в плен, но шустрому подростку удалось прорваться. На следующий день его настигла погоня, и он попал в пересыльный лагерь. Пристроившись к колонне с пленными, которую выводили из лагеря, он сумел сбежать. Оказавшись в Брестской тюрьме, выдал себя за местного жителя и опять оказался в детском приюте. Узнав, что детей готовят к сдаче крови для раненных фашистов, опять

бежал. Попал в облаву и был отправлен в городок Эльзас на сельхозработы. В 1945 г. его освободили американцы. Петр вернулся в Брянск к матери. Его довоенные дружки промышляли криминалом и в 1949 г. он получил 25 лет лагерей за бандитизм.

Смирнов, автор книги «Брестская крепость», провёл большую работу по розыску героев обороны. Ему удалось ему отыскать Клыпу-младшего, отбывавшего срок в Магадане. Помог ему в поиске подполковник Николай Клыпа, который чудом выжил в Бресте и прошёл всю войну. Писатель вступил с заключённым в переписку и тот вспомнил такие подробности, события, фамилии и имена, которые не помнил больше никто из выживших красноармейцев. Писатель обошёл все инстанции и вызволил подростка на волю. Отсидев только 7 лет, Петр вышел на свободу, устроился токарем на завод. Вскоре он женился, дважды стал отцом и закон больше не нарушал.

Государство наградило Петра Клыпу орденом Великой Отечественной войны 1-й степени. Петр ездил на встречи ветеранов Брестской крепости. Десятки пионерских дружин по всей стране носили имя Петра Сергеевича Клыпы. В 1983 г. он ушёл из жизни.

ПОВСЕДНЕВНАЯ ЖИЗНЬ ЯПОНСКОГО ОБЩЕСТВА ПОСЛЕ АТОМНОЙ БОМБАРДИРОВКИ

Ягафарова С., гр. МВ-222

Научный руководитель доцент Никитаев С.Н.

Кафедра Истории и философии

Нагасаки и Хиросима пострадали от атомной бомбардировки со стороны США в августе 1945 г. За четыре месяца от воздействия атомной бомбы в Хиросиме погибло около 100000 человек, а в Нагасаки – около 80000. Основной причиной смертей были сильные ожоги, лучевая болезнь и травмы под обломками. Выжившие жители Хиросимы и Нагасаки – «хибакуся», что означает «люди, подвергшиеся воздействию взрыва», отказались от термина «выжившие», дабы не оскорблять статус мертвых.

Различные аспекты последствий атомной бомбардировки изучались на протяжении многих лет японскими и американскими авторами. Повседневная жизнь выживших людей ярко и достоверно описана в книге «Хиросима» американского писателя и журналиста Джона Херси. Он исследовал жизнь 6 выживших на момент взрыва представителей разных социальных слоев японского общества, проследил изменения их повседневной жизни. Поначалу врачи замечали лишь внешние воздействия атомного взрыва, а к 1950 гг. выяснилось, что огромная доза радиации увеличила процент заболеваемости лейкемией у хибакуся, который превышал норму в 10-50 раз. Некоторые оставались низкорослыми, а

младенцы, находившиеся во время взрыва в утробе у матери, родились с маленькими головами. В конце 1960 гг. было доказано, что в результате атомного взрыва у выживших произошли хромосомные перестройки. Встречались такие болезни как анемия, нарушения функций печени и половой функции, ускоренное старение. В Японии сформировался термин «болезнь атомной бомбы», означавший не только физические страдания людей, но ставший клеймом в их социальном положении: хibaкуся не принимали на работу в других городах, не платили пособия, им было сложно построить личную жизнь. Это заставляло их искать любые средства существования. Так, женщины, имеющие швейные машины, занялись шитьем, уборкой и стиркой, мужчины пекли хлеб, продавали газеты, занимались доставкой продуктов и т.д. Такая работа приносила от 170 (50 центов) до 6000 иен (20 долларов) в день. При этом, вплоть до середины 50-х годов правительство не оказывало никакой помощи хibaкуся, что привело к борьбе прогрессивных японцев в их поддержку и к развертыванию мощного общественного движения против атомной опасности. Она привела к уступкам правительства – в 1957 году вышел закон «О медицинском обслуживании жертв атомной бомбы».

Япония – первая страна, ощутившая последствия атомной бомбардировки. Этот трагический опыт не должен повториться!

ЯЗЫЧЕСКИЕ ТРАДИЦИИ В СОВРЕМЕННОМ БЫТУ

Астафьева М.Г., гр. СКФ-122
Научный руководитель доцент Юдин М.В.
Кафедра Истории и философии

Несмотря на то, что время господства язычества для русских земель давно минуло, давние традиции до сих пор находят свое отражение в культуре и быту. Языческие обычаи окружают нас повсюду. Рассмотрим некоторые грани сферы быта, в которых они сохранились. В качестве примера праздника, в котором в полной мере сохранились языческие корни, возьмем Масленицу. Издавна Масленица символизировала собой переход от зимы к весне и была связана с днем весеннего равноденствия. Язычники следовали культу Солнца, и по этой причине основным блюдом на этот праздник были блины. Символично было и сжигание чучела, которое подразумевало под собой ритуал погребения. Позже Масленица претерпела несущественные изменения в процессе христианизации, которые касались сроков ее проведения.

Еще одной гранью быта являются приметы и суеверия. К примеру, почему нельзя здороваться, прощаться и передавать какие-либо вещи через порог? Одна из многочисленных версий гласит, что для язычников дом

издавна считался сакральной территорией. Порог был местом, где пересекались мир мертвых и мир живых. Совершая какие-либо действия через порог, человек тревожил покой умерших и впускал в дом нечистую силу.

Тем не менее, некоторые языческие обычаи не сохранились в полной мере и были существенно трансформированы в течение времени. Одним из таких обычаев, изменившихся до неузнаваемости, стало свадебное платье невесты. Девушки шили свои платья самостоятельно и допускались любые цвета, кроме белого. Лишь позже, во времена правления Екатерины II в моду вошли белые подвенечные платья, ставшие привычными и для нынешнего века.

Языческие традиции в современном русском быту имеют потенциал для дальнейших исследований. Особенно интересен для подобного изучения и процесс трансформации языческих традиций в истории: необходимо рассматривать такие вопросы, которые касаются их изначального вида, характера и продолжительности изменений.

ВЛИЯНИЕ ЗАПАДНОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ НА РАЗВИТИЕ РУССКИХ ЗЕМЕЛЬ В XI-XII вв.

Бахтиева К.А., гр. СКЛ-122
Научный руководитель доцент Юдин М.В.
Кафедра Истории и философии

Древнерусское государство сыграло очень важную роль во взаимодействиях культур мира. Его связывали торгово-культурные и религиозные отношения со странами Запада и Восточной Европы. Их культурные обмены были неизбежны. Политическая и экономическая связь стала мощным фундаментом встречи многочисленных цивилизаций в Древней Руси и способствовала пересечению разных культурных вливаний. Эти влияния и откликнулись на самобытные древнерусские культуры, оставили след в ее истории.

Большое влияние на развитие Древней Руси оказала Византия. В 959 году княгиня Ольга положила начало отношениям с духовенством Византии. Древнерусское язычество сменилось православным христианством. Так на Руси распространились грамотность, книжное просвещение, создавались библиотеки. Развивались летописание, литература, письменность. Византия также повлияла и на развитие искусства на Руси в конце X – середине XII вв. Киевские князья приглашали греческих художников, зодчих, мастеров, скульпторов. Русь переняла у Византии каменное зодчество, изощренную систему сводчатых и купольных перекрытий, например, византийский храм на Древней Руси –

Спасо-Преображенский собор, воздвигнутый в Чернигове в XI в. Также византийские художники принесли в страну технику мозаики, фрески, иконописи.

Тесные отношения были и с Болгарией. Еще до принятия христианства Древняя Русь вела активную торговлю с ней. Затем из Болгарии ко двору отправлялись православные монахи. Болгары поспособствовали культурному и духовному развитию Руси, посредничая между ней и Византией. От них княжество получило письменность. С Польшей же были регулярные военные конфликты. Тем не менее, это не помешало древнерусским и польским купцам активно общаться между собой. Свой культурный след оставила и Западная Европа. Так с середины XI в. в Древней Руси появились отдельные элементы романской архитектуры.

Однако, несмотря на такие тесные связи и взаимодействия с другими странами, Древняя Русь сохранила самостоятельность и независимость в политических, экономических, культурных и религиозных отношениях.

«ПОВЕСТЬ ВРЕМЕННЫХ ЛЕТ» И ИСТОРИЯ ДРЕВНЕЙ РУСИ: ПРОБЛЕМА ДОСТОВЕРНОСТИ ИНФОРМАЦИИ

Вагаева А.М., гр. СКЛ-222

Научный руководитель доцент Юдин М.В.

Кафедра Истории и философии

«Повесть временных лет» – незаменимый документ, помогающий нам в изучении истории Древней Руси, но до сих пор возникают вопросы об авторстве и объективности произведения. Особенностью древнерусской летописи является изначальный художественно-идеологический характер, что отличает её от средневековой европейской хроники. Автор не только рассказывает о современных ему событиях, но и вплетает в текст легенды и предания. Считается, что автором «Повести временных лет» является монах Киево-Печерской лавры Нестор. Авторство устанавливалось косвенно, с опорой на Ипатьевскую летопись. Помогли другие произведения летописца – слог Нестора известен из «Жития Бориса и Глеба» и «Жития Феодосия Печерского». Известно также, что летописец опирается на другой, не дошедший до нас свод. Причём предполагаемый начальный свод является той же летописью, только переработанной, ещё не обогащённой событиями, современными Нестору. Знаменитый лингвист А.А. Шахматов заключил, что летопись заимствует фрагменты из более раннего текста.

Но где же изначальная повесть? Её не существует – до сих пор не было обнаружено рукописи, в которой Начальная Летопись была бы помещена отдельно. Во всех известных нам списках она плавно сливается с

повествованием более поздних авторов. Многочисленные соавторы Нестора рассматривали труд в контексте своего времени и заимствовали только фрагменты, соответствующие духу эпохи, а остальное изменяли до неузнаваемости. А.А. Шахматов признавал, что восстановить изначальное произведение уже невозможно.

Если рассматривать параллельные источники ПВЛ, т.е. документы, которые описывают тот же период, то в них упоминаются и Владимир Святославич, и княгиня Ольга. Так, в данном вопросе Повесть может считаться надёжным источником, поскольку подтверждается другими свидетельствами. Д.С. Лихачев полагал, что даты указаны в летописи многочисленными переписчиками, а не самим Нестором. Уже не одно поколение исследователей пытается отделить правду от вымысла в таком коллективном труде.

Таким образом, нельзя считать ПВЛ полностью художественным произведением, но пользоваться им в качестве исторического источника следует с критической осторожностью.

СЪЕЗДЫ РУССКИХ КНЯЗЕЙ XII-XIII вв.

Гречухина А.Р., гр. СКЛ-222

Научный руководитель доцент Юдин М.В.

Кафедра Истории и философии

Съезды русских князей – это личные встречи князей, которые проводились для того, чтобы уладить разногласия и решить вопросы внутренней и внешней политики. Съезды носили официальный характер и имели формализованную процедуру. Проводились съезды, в которых принимали участие все верховные князья своего поколения. Позже в ходе расширения династии и начала феодальной раздробленности, появились региональные съезды, которые проводились между князьями в пределах определенной территории, а также собрания отдельных князей.

В Черниговской земле систематично проходили съезды Ольговичей. Первый из них был в 1142 году в селе Ольгичи. Уже там решены вопросы принадлежности течений и раздела земли Вятича. Всеволод отказался выполнять последнее требование. Примирение было достигнуто в том же году на новом съезде в Киеве. В 1194 году Святослав Всеволодович провел встречу в Рогове, где обсудил с братом Ярославом и двоюродными братьями Игорем и Всеволодом Святославичами идею наступления на Рязань. Последний съезд состоялся в 1206 году в Чернигове. По итогам этого съезда было принято решение о наступлении на Галич.

Новгородско-полоцкий съезд состоялся в 1191 году. Новгородский князь Ярослав Владимирович и новгородцы собрались с полоцкими князьями в Великих Луках, где решались вопросы о походе на Литву и Чудь.

В Рязанской земле известны только два крупных съезда. Первый произошел в Исадах, состоялся он 20 июля 1217 года, и обернулся необычным случаем для Руси: заговор с целью убийства участников. Затем все рязанские и муромские князья собрались вместе на совет в конце 1237 года. Они не стали выполнять требования татар.

Собрание смоленских князей состоялось в июне 1195 в Киеве. Рюрик Ростиславич призвал своего брата Давида Ростиславича, чтобы обсудить будущее Киевского княжества и «братии» – перераспределение столов.

В Северо-Восточной Руси известны съезды 1229, 1247 и 1301 гг.

Съезды князей были ярким проявлением стремления решать конфликты по договоренности и принимать сообща решения в сложный период феодальной раздробленности.

ПРИЧИНЫ НЕУДАЧ «ПЕРЕСТРОЙКИ»

Камалова Р.Я., гр. СКИ-122

Научный руководитель доцент Солянкин А.В.

Кафедра Энергоресурсоэффективных технологий, промышленной экологии и безопасности

Период в истории СССР с 1985 по 1991 гг., в который происходил процесс политических преобразований, начатый под руководством М. С. Горбачёва, вошёл в историю как «перестройка». Данный период характеризуется проведением экономических и политических реформ. Причинами проведения данных реформ являются как заметное замедление экономического развития СССР и кризис политической системы, так и общие настроения в политических кругах, такие, как осознание стагнации и желание изменить прежний курс. Была предпринята попытка демократизации деятельности КПСС, произошла замена основной массы кадров на новую команду управленцев. Производились реформы всех сфер жизни общества, формировались новые политические партии, что в итоге привело к дестабилизации политической обстановки.

Причины неудач «перестройки» заключаются в следующем: отсутствие должного политического опыта у новых лидеров КПСС; непоследовательное проведение экономических и политических реформ, отсутствие стратегии и концепции реформирования; кризис, вызванный сокращением ресурсов непоследовательно реформируемой экономической модели; исчезновение баланса в административно-хозяйственной системе и, как следствие, рост внешнего долга, инфляция; многие экономические

изменения, например, антиалкогольная кампания, спровоцировали многомиллиардные убытки для страны; М.С. Горбачёв применял тактику лавирования между консерваторами и реформистами, что играло на руку противникам реформ; нарастание национальных противоречий в связи с тем, что на деле СССР являлся унитарным государством.

Таким образом, в политическом плане «перестройка» потерпела поражение. Но, тем не менее, это важный этап в жизни страны. Главными победами «перестройки» можно считать падение «железного занавеса», провозглашение свободы слова, а также завершение Холодной войны.

ПОЧЕМУ И.В.СТАЛИН ОДЕРЖАЛ ПОБЕДУ В БОРЬБЕ ЗА ВЛАСТЬ?

Кузнецова Д.В., гр. СКФ-122

Научный руководитель доцент Юдин М.В.

Кафедра Истории и философии

Советский Союз в начале XX века переживал экономический и политический кризис, который привел к борьбе за власть между партийными лидерами. В итоге этой борьбы Иосиф Сталин одержал победу и стал лидером СССР на долгие годы. Это произошло по ряду причин. Сталин на тот момент занимал пост Генерального секретаря. Это позволило ему менять людей в аппарате на своих союзников и устранять тем самым конкурентов, а также дало ему доступ к информации о том, что происходит внутри партии и правительства. Сталин умел взаимодействовать с массами и обладал харизмой лидера. Его обещания о преобразении страны и достижении социалистического общества были привлекательны для большинства советских граждан, особенно для тех, кто жил в бедности и нуждался в перемене. Он умел использовать пропаганду для того, чтобы привлечь народ на свою сторону. Сталин умел использовать террор и репрессии против своих оппонентов. Это позволило ему удерживать власть в своих руках и подавлять любые проявления недовольства в обществе.

Еще одна причина связана с отсутствием серьезных конкурентов у Сталина. Его главные противники, такие как Лев Троцкий и Николай Бухарин, были либо устранены, либо не могли найти поддержку в партии. Кроме того, Сталин использовал различные методы, чтобы избавиться от своих противников, такие как фальсификация доказательств, шпионаж и террор. Это позволило ему укрепить свою власть и убедить многих членов партии в необходимости его лидерства.

Таким образом, Сталин одержал победу в борьбе за власть благодаря сочетанию своих лидерских качеств, умелой тактике, популярности среди народа и использованию насилия для подавления оппозиции. Это привело к

установлению режима личной власти Сталина, который длился до его смерти в 1953 году.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПРИЗРЕНИЯ СИРОТ В ИСТОРИИ РОССИИ В XX веке

Кульменёва К.Н., гр. СКЛ-122

Научный руководитель доцент Юдин М.В.

Кафедра Истории и философии

Благотворительность в начале XX века обладает светским характером и воспринимается обществом как проявление благородства. Российская система государственного и социального призрения несовершеннолетних являлась обширной сетью благотворительных организаций, способствовавшей появлению отдельной специальности.

В это время значимое место занимало оказание помощи и создание ряда воспитательных и исправительных учреждений для сирот. В Москве действовала специальная Детская комиссия и Благотворительный совет при Городской думе.

При Советской власти, до начала 30-ых годов XX века, в России существовало большое количество общественных организаций – Лиги спасения детей, Совет защиты детей, общество «Друг детей», Детский фонд им. В.И. Ленина. Также в этот период вклад в дело призрения сирот вносили иностранные общественные организации, например, Французский Красный Крест. Однако государство стремилось сохранить за собой лидирующую роль в деле охраны несовершеннолетних, что заметно в законодательных актах Советской власти.

В годы Великой Отечественной войны государство стремилось решить проблемы сиротства, развивая сети детских домов и основывая школы-интернаты.

Начиная с 1950-х и до середины 1980-х годов одной из ключевых форм внегосударственной поддержки было шефство, идея которого связана с социальной деятельностью по оказанию регулярной помощи кому-либо. Получается, что общественная благотворительность, возникшая в виде шефства, заменила благотворительность частную. Профсоюзы и комсомольские организации снабжали детские дома при колхозах и промышленных предприятиях.

Интересно, что в 1950-е годы в стране открылись несколько детских домов для талантливых детей-сирот, нацеленных на учёбу в художественных, музыкальных и балетных школах.

В послевоенные годы число детских домов постепенно уменьшилось. К середине 60-ых власть стала преобразовывать детские дома в школы-интернаты.

В середине 90-х годов начала реализовываться Президентская программа «Дети России». Колоссальную работу в деле призрения детей до сих пор осуществляет «Детский фонд», благодаря которому открылись семейные детские дома с целью заменить сиротам их семьи.

В заключение необходимо отметить, что на всех исторических этапах в России предавалось огромное значение призрению детей-сирот как со стороны государства, так и со стороны общества и отдельных лиц.

ПРОТИВОРЕЧИВОСТЬ ПОЛИТИЧЕСКИХ ВЗГЛЯДОВ В.В. ЖИРИНОВСКОГО

Логинова Ю.А., гр. СКЛ-122
Научный руководитель доцент Юдин М.В.
Кафедра Истории и философии

Одной из знаменитейших политических личностей в медиа пространстве конца XX-XXI веков считается Владимир Вольфович Жириновский. Этот человек возглавлял партию ЛДПР (Либерально-Демократическую Партию России) более тридцати лет, во многом формируя её взгляды. Лозунгом этой партии является: «Свобода, патриотизм, закон». Однако несмотря на внешний либерализм идеологии, которой придерживался Владимир Жириновский, в ней скрывается множество противоречий и «подводных камней».

Либерализм предполагает принятие всех мнений и идей. Однако на практике Владимир Жириновский был ярким противником коммунизма, считая его последователей своими злейшими врагами. Кроме того, политик неоднократно высказывал свое недовольство демократией. Наиболее благоприятным для России политическим режимом Владимир Вольфович считал самодержавие, диктатуру и демократию оценивал критически, иронично их называя «запором» и «поносом». Как он отмечал, «у нас все политические лидеры уходили из жизни в основном через смерть». В декабре 2014 года Жириновский выступил за установление в России выборной монархии и полный запрет любых политических партий, что не допускало бы плюрализма, на котором основывается либерализм. По мнению Жириновского, восстановление православия в полном объёме и реставрация самодержавия могли бы обеспечить стабильное развитие страны, а президентские выборы в стране он считал неудачной адаптацией опыта США или Франции. Также Владимир Вольфович предлагал сменить флаг и гимн государства, возвращая их к монархическому варианту.

В то время, как с точки зрения либералов, человеческая жизнь является высшей ценностью, Жириновский предлагал снять действующий мораторий на смертную казнь. В ответ на основной аргумент противников смертной казни, что вследствие ошибки или сговора может быть казнён невиновный человек, Жириновский предлагал судью, вынесшего ошибочный, приведённый в исполнение смертный приговор, самого автоматически приговаривать к смертной казни. Эта мера, по мнению Жириновского, могла бы полностью исключить ошибочные смертные приговоры.

Несмотря на все вышеперечисленные противоречия, Владимир Вольфович Жириновский остается любопытнейшей личностью, вселяющей восхищение у либералов и ужас у коммунистов.

В качестве заключения лучше всего подойдет знаменитая цитата политика: «Я такой, какой я есть. В этом моя прелесть».

ТВОРЧЕСКОЕ НАСЛЕДИЕ С.Т. КОНЁНКОВА

Манина И.И., гр. СКИ-122

Научный руководитель доцент Юдин М.В.

Кафедра Истории и философии

Сергей Тимофеевич Конёнков – русский и советский художник, скульптор и график. За свою жизнь он создал более 1500 творений. Еще при жизни его называли «русским Роденом». Сергей Тимофеевич за свои труды был удостоен Ленинской премии и Сталинской премии.

Его работы можно разделить по темам: революционная, религиозная, портреты литературных и научных деятелей, образы рабочих и детей. Для своих скульптур Конёнков использовал гипс, дерево, мрамор и бронзу. Одно из его известных произведений – «Автопортрет», за который он в дальнейшем получил Ленинскую премию. Изящными примерами его скульптур по библейской тематике являются «Сын человеческий» (1933 г.) и «Пророк» (1928 г.). Последний стал предвестником прихода к власти фашизма в лице Муссолини. Также в своих работах Конёнков часто обращался к образу библейского Самсона, который для него был олицетворением русского народа и его революционных идей. Виртуозно им выполнены фигуры в рост, они были так мастерски изображены в движении, что казались ожившими, таким образом, он изобразил, например, художника В.И. Сурикова.

Большой интерес представляет собой «Лесная серия» его работ, выполненная из декорированных деревянных поленьев, при создании которых Сергей Тимофеевич обращался к мифологической тематике. Таким способом творец создал «Старичка-полеви́чка» и «Вещую старушку».

Увидев однажды, сотворенные им произведения искусства, сразу осознаешь, каким великолепным художником был Сергей Тимофеевич Конёнков. А огромный вклад, который он внес в развитие русского искусства XX века сложно описать словами.

АЛЕКСАНДР I: ПРОТИВОРЕЧИВОСТЬ ЛИЧНОСТИ

Оботина Л.С., гр. СКЛ-122

Научный руководитель доцент Юдин М.В.

Кафедра Истории и философии

Личность Александра I характеризуется противоречивостью, двойственностью. Он умел быть сентиментальным и даже мог дать волю слезам, созерцая завораживающий русский пейзаж, но тут же мог отдать приказ жестоко наказать крестьянина, который недостаточно низко поклонился. Всем известно, что личность закладывается в детстве. Действительно, с ранних лет Александр пребывал, словно меж двух огней: по одну сторону бабушка – Великая Екатерина Вторая, а по другую – отец Павел I.

Воспитание имеет немалое значение в судьбе будущего императора. Идеи французской революции вызывали восхищение у юного Александра. Наполеон был чем-то наподобие кумира. Воспитатели цесаревича и его окружение, прежде всего, в Зимнем дворце, придерживались других – проанглийских – взглядов. Получалось, что душой Александр был за наполеоновскую Францию, а умом за Англию.

Во внутренней политике и реформаторской деятельности также можно заметить двойственность и противоречия. Лагарп уверял Александра, что стране необходимо самодержавие, но ее управление должно быть реформировано на более свободный, либеральный лад. Поэтому молодой Александр был убежден, что его либеральные реформы смогут сделать страну благополучной. На деле все было немного иначе: множество людей выступали с консервативной точки зрения и критиковали либеральные реформы. Позднее, когда император взял курс в сторону консервативных реформ – недовольными оказались уже либералы. Император был удручен разногласиями в обществе, вызванными проведением реформ.

В заключение хочется отметить, что правление Александра I, на которое многие поначалу возлагали огромные надежды, закончилось нестабильностью в стране. Император, желавший провести реформы, но все время колебавшийся в осуществлении их на практике, своими действиями способствовал обострению политических и социально-экономических проблем в России, что отразилось на дальнейшей истории страны.

ЭПИСТОЛЯРНОЕ НАСЛЕДИЕ СЕМЬИ ИМПЕРАТОРА НИКОЛАЯ II

Петрайтите Е.В., гр. СКФ-122

Научный руководитель доцент Юдин М.В.

Кафедра Истории и философии

Эпистолярное наследие семьи императора Николая II – это коллекция писем, написанных императором и членами его семьи. Эти письма являются ценным историческим и культурным наследием, отражающим жизнь и мысли российской императорской семьи в начале XX века. В эпистолярном наследии семьи императора Николая II есть письма, написанные самим императором, а также письма, написанные его супругой, императрицей Александрой Федоровной, их детьми – Великими Княгинями Ольгой, Татьяной, Марией, Анастасией и Царевичем Алексеем. В этих письмах они обсуждают свои повседневные заботы, проблемы политики, культуры, религии и другие темы.

Некоторые из этих писем были опубликованы в различных книгах и журналах, а также в интернете. Они стали объектом изучения историков, литературоведов, культурологов и других специалистов. Они помогают нам лучше понять жизнь императорской семьи и ее роль в истории России.

Николай II также вел дневники. В дневниках Николая II были записи о его личной жизни, семье, политических решениях и важных событиях в России и мире. Он писал о своих поездках, встречах с правителями других стран, военных операциях, реформах и изменениях в правительстве. Также в его дневниках были отражены его мысли и чувства по поводу различных событий и людей, которых он встречал.

Однако не все письма императорской семьи были опубликованы или сохранились до наших дней. Некоторые из них были уничтожены или потеряны в ходе революции 1917 года и последующих событий. Тем не менее, эпистолярное наследие семьи императора Николая II остается важным источником информации о жизни и мыслях российской императорской семьи в начале XX века.

ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ОТРАЖЕНИЕ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ИСТОРИИ В КИНЕМАТОГРАФЕ НА ПРИМЕРЕ ФИЛЬМА «ОРДА»

Ринейский А.С., гр. СКЛ-122

Научный руководитель доцент Юдин М.В.

Кафедра Истории и философии

В основе сюжета фильма – история из русских летописей об излечении матери ханов Золотой Орды Тинибек и Джанибек, Тайдулы, от слепоты Московским митрополитом Алексием.

В начале фильма Тинибек убивает его собственный брат, Джанибек. Согласно различным источникам Тинибек умер при неясных обстоятельствах. Вероятнее всего Тинибек действительно погиб в результате заговора его брата из-за претензий на титул великого хана. Доподлинно неизвестно, при каких обстоятельствах слепнет Тайдула. Однако в фильме она теряет зрение в момент показательной и жестокой казни монголами русских пленных.

В экранизации за митрополитом Алексием к князю Ивану Красному посылают гонцов из Золотой Орды, которые обещают, что «живые будут завидовать мертвецам», если митрополит не явится к хану. Данный момент отражает суровую действительность того времени, так как всякое неповиновение Золотой Орде чаще всего сулило новые набеги и опустошения земель русских.

Согласно же «Жизнеописанию первосвятителей и чудотворцев всероссийских Петра, Алексия, Ионы и Филиппа», составленному А.А. Невским в 1894 году, отправился митрополит в путь со всем своим клиром, предварительно отслужив молебен в соборной церкви Успения Божией Матери. Здесь на виду у всех свеча у гроба Святителя Петра загорелась сама собою, что стало своеобразным предзнаменованием, что «Господь устроит его путь во спасение».

Нельзя сказать точно, каким образом и в какой именно момент произошло исцеление Тайдулы. Однако, помимо художественной версии кульминационных событий фильма, включающей в себя великомученические страдания священнослужителя, можно сослаться к вышеупомянутому источнику, согласно которому Тайдула прозрела сразу после молебна, сжигания свечи и окропления Святой водой.

В конце фильма представлены кадры смерти Хана Джанибека. По причине болезни или заговора его сына Бердибека наступила смерть Великого Хана, также доподлинно неизвестно.

В итоге, можно сделать вывод, что художественные фильмы исторического содержания инициируют интерес к изучению истории.

ОТРАЖЕНИЕ ОБРАЗА ПЕТРА I В ОТЕЧЕСТВЕННОМ КИНЕМАТОГРАФЕ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XX в.

Рыжова А.В., гр. СКЛ-122

Научный руководитель доцент Юдин М.В.

Кафедра Истории и философии

Тема петровской России нашла своё воплощение в кинематографе второй половины XX века. Были сняты такие фильмы как «Царевич Алексей», «Пётр Великий», «Демидовы», «Россия молодая», «В начале славных дел», «Табачный капитан» и др. Для примера были выбраны наиболее удачные фильмы, которые совершенно точно передали образ Петра I.

Первым примером может послужить известный советский фильм, вышедший на экраны в 1976 году, «Сказ про то, как царь Пётр арапа женил» (режиссёр Александр Митта, по мотивам романа А.С. Пушкина «Арап Петра Великого»). Несмотря на то, что писатель использовал художественный вымысел, артист Алексей Петренко сумел создать реалистичный образ императора, в котором были воплощены яркие черты правителя. Петр жестоко наказывает своих подданных, но ценит своих сподвижников. Как царь-преобразователь, он протягивает державную руку помощи одинокому арапу и даёт право выбора о возвращении в Россию за ним. Это доказывает дипломатичность Петра I. Хотя повествование ведется в легковесном формате, Пётр I показан властителем, переживающим за будущее России.

Еще одним примером достоверного изображения образа Петра I является фильм 1980 года «Юность Петра», режиссёра Сергея Герасимова. Петра I сыграл Дмитрий Золотухин. Он очень хорошо воссоздал масштабную личность Петра Великого. Фильм показывает становление Петра I как личности. Уже с юного возраста он проявляет целеустремлённость, рассудительность, силу воли, которые помогли ему взойти на престол и выбрать верные пути развития государства. За основу сюжета был взят роман Алексея Толстого «Пётр Великий». В одной из сцен показана властность царя, когда он потребовал разобрать музыкальную шкатулку и сметал всё на своём пути. В фильме хорошо передана логика поступков императора, он показан в положительном свете, а ключевые исторические моменты легко запоминаются по сценам фильма.

Подводя итог, можно сделать вывод, что в отечественном кинематографе второй половины XX века показана основная сущность Петра Великого. Он показан, как человек сильный, решительный, влиятельный. Углубляясь в трудности, с которыми сталкивается правитель,

можно удостовериться, насколько этот человек гениален, способен взять на себя большую ответственность за людей и будущее страны.

ПОЧЕМУ КРЕПОСТНОЕ ПРАВО ОТМЕНЯЛИ ПОЛВЕКА?

Тагирова К.М., гр. СКФ-122

Научный руководитель доцент Юдин М.В.

Кафедра Истории и философии

Манифест «О всемилостивейшем даровании крепостным людям прав состояния свободных сельских обывателей» и «Общее положение о крестьянах, вышедших из крепостной зависимости» был подписан императором Александром II 3 марта 1861 года. Однако, из-за некоторых недостатков реформы, процесс освобождения страны от пережитков феодального строя занял около полувека.

Экономическая сторона вопроса решалась медленно, так как в приоритете при разработке реформы стояли в большей степени интересы помещиков, а не крестьян, многие из которых не были довольны изменениями. Эти интересы выражали созданные при разработке законопроекта Комитеты, состоявшие из дворян. Большая их часть была против отмены феодального строя. Был разработан проект трехэтапной отмены крепостного права в течение пятидесяти лет: сначала ограничить власть помещиков, затем дать личную свободу крестьянам и открепить их от земли.

Российское правительство не только не вложило в аграрную реформу, но и сделало ее выгодной государству. Это был путь наименьшего сопротивления: представить все в выгодном свете перед дворянством, как бы изменить строй, существовавший в государстве очень долго, при этом, на самом деле, не ущемляя интересов помещиков и не давая крестьянам полную свободу.

Согласно Манифесту, крестьянин мог выкупить землю, причём государство брало на себя 80% суммы, которую бывший крепостной обязывался вернуть в течение сорока девяти лет с момента получения личной свободы. Даже через десять лет после реформы почти половина крестьян продолжала находиться в положении временно обязанных. Так, крестьяне, по закону обретая свободу, в действительности оставались финансово зависимы как от помещика, так и от государства. В итоге, для решения экономического аспекта проблемы понадобилось полвека. В экономическом смысле крестьяне стали свободны только в 1906 году, благодаря проведению столыпинской аграрной реформы, вызванной волнением революционных масс.

ОТНОШЕНИЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ К КОНФЛИКТУ В ЮГОСЛАВИИ

Терентьева А.Н., гр. СКФ-122

Научный руководитель доцент Юдин М.В.

Кафедра Истории и философии

Поводом для вторжения НАТО на территорию Югославии стала «Резня в Рачаке» 15 января 1999 г. Версия Российской Федерации насчёт произошедшего отличалась от Албанской. Правительство выдвинуло версию, что убийство невинных жителей стало искусственным предлогом для начала военных действий НАТО. Российская Федерация сразу выступила против бомбардировки Югославии. 24 марта 1999 года Президент России Борис Ельцин призвал президента США Билла Клинтона не начинать войну.

12 апреля 1999 года парламент Югославии проголосовал за вступление в союзное государство Российской Федерации и Беларуси, чтобы получить военную помощь. Российский парламент их поддержал, рекомендовав Правительству России незамедлительно начать процесс принятия Югославии в общесоюзное государство, но Президент отклонил это предложение. Решение о присоединении новой территории было бы основано на популизме и не несло никаких практических действий. Российская Федерация не могла оказать помощь Югославии, которая была окружена странами НАТО. Также подобное решение о новом союзе втянуло бы Россию в войну. Россия плотно увязла в иностранных кредитах. Вступление в конфликт означало бы изоляцию России от финансирования иностранных фондов.

Первое официальное вмешательство Российской Федерации произошло в начале июня 1999 года, после того как Президент Югославии Слободан Милошевич согласился с планом о регулировании конфликта и войска Югославии покинули Косово. Российские власти отправили десантников-миротворцев занять аэродром в Приштине. 12 июня 1999 года группа из 200 российских десантников заняла аэродром раньше британских войск. Итогом последующих переговоров стало то, что Россия добилась права разместить своих миротворцев в Косово. Они оставались там до 2003 года, после чего добровольно покинули регион.

ПРИЧИНЫ РАСЦВЕТА КИЕВСКОЙ РУСИ ПРИ ЯРОСЛАВЕ МУДРОМ

Титаева М.С., гр. СКЛ-122

Научный руководитель доцент Юдин М.В.

Кафедра Истории и философии

Расцвет Киевской Руси при Ярославе Мудром имеет множество причин. Во время своего правления он многое изменил, что в дальнейшем способствовало расцвету Киевской Руси. Князь создал первый свод законов равный для всех («Русская Правда»), в котором регулировались нормы о наказаниях за определённую провинность. К примеру, до этого в случае убийства, семьи враждовали и могли убить в ответ. Но с появлением «Русской Правды» оговаривалось, что убийца должен заплатить семье, которая пострадала. Это считалось справедливым решением. Но, с другой стороны, «мудрым» Ярослава нельзя считать, потому что он вводит новый принцип престолонаследия «лествица», то есть после смерти князя престол переходит не сыну, а старшему из семьи. Им мог быть любой родственник мужского пола (двоюродный брат, дядя). Впоследствии это решение оказалось неверным и роковым, потому что возникла борьба между родственниками за власть.

Кроме этого, Ярослав Мудрый принял церковную реформу, что было важно для русского православия. После принятия христианства, митрополитов киевской церкви всегда назначал патриарх Византии, который особо не понимал реалии именно русского православия и не учитывал местных особенностей. Поэтому князь ограничивает зависимость русской церкви от Византии. В его правление митрополитом был назначен русский монах Илларион. Это привело к строительству храмов, школ, к примеру, в Новгороде. Обычно образовательные учреждения открывались при монастырях, где специально подготовленные монахи обучали не только детей священнослужителей, но и детей из знатных семей. Центром просвещения становится Софийский собор в Киеве.

Для того чтобы сохранить на долгие годы отношения с другими государствами, Ярослав Мудрый использовал меж династические браки. Своих дочерей он выдал замуж за европейских монархов. Для обеспечения безопасности западной границы старший сын Изяслав взял в жёны сестру польского короля Казимира, а Всеволод в знак мира и дружбы с Византией женился на «царевне» – дочери императора Константина Мономаха.

В заключении, хотелось бы сказать, что в правление Ярослава Мудрого растёт уровень образования, строительство храмов приводит к духовному подъёму страны, освоение новых территорий даёт импульс развитию экономики.

ПРИЧИНЫ ДИПЛОМАТИЧЕСКИХ «ПРОВАЛОВ» ПО ИТОГАМ РУССКО-ТУРЕЦКОЙ ВОЙНЫ 1877-1878 гг.

Толстихин Т.В., гр. СКФ-122
Научный руководитель доцент Юдин М.В.
Кафедра Истории и философии

В мировой истории насчитывается двенадцать Русско-турецких войн, из которых восемь оказались победными для России. Однако Русско-турецкую войну 1877-1878 гг. можно считать некоторым исключением из списка победоносных походов Российской империи, а именно в дипломатии. Обострение балканского кризиса из-за «Восточного вопроса» привело к вооружённому конфликту между Османской империей и коалицией Российской империи со странами Балканского полуострова. Коалиция одержала стратегическую победу, но дипломатическое противостояние только набирало оборот.

Заключение Сан-Стефанского мирного договора и его исполнение могло привести к укреплению новоявленных государств Балканского полуострова и ослаблению Османской империи, однако интриги и недовольство европейских держав заставили пересмотреть данный прелиминарный договор.

Негибкие действия русской дипломатической миссии на заседании Берлинского конгресса 1878 года привели к подписанию Берлинского трактата. Данный документ являлся уничижительным, поскольку сводил на нет большую часть стратегических успехов коалиционной армии, а также накладывал на освобождённые из-под прямого контроля Османской империи страны тяжкие требования по ряду пунктов и частичную оккупацию некоторых территорий.

Окончательное заключение мирного договора в 1879 году в Константинополе позволило лишь на малую долю выполнить условия Сан-Стефанского договора, поскольку большая часть статей была возбранена Берлинским трактатом.

Таким образом, стратегические успехи по итогам Русско-турецкой войны 1877-1878 гг. не были закреплены на дипломатическом уровне. Главной же причиной стала боязнь усиления России и ее влияния в мире.

КНИГОПЕЧАТАНИЕ В РОССИИ В XVI веке: ПРИЧИНЫ НЕУДАЧ

Чугунова Я.А., гр. СКФ-122

Научный руководитель доцент Юдин М.В.

Кафедра Истории и философии

Книгопечатание в России появилось в XVI веке. Однако на Руси уже были известные печатные книги, которые находились в библиотеке Московского князя. Это были издания на латинском, греческом и других языках. Но уже в середине XVI века Иван IV размышлял над созданием собственного печатного станка в Москве. Во-первых, после присоединения Казани, в 1552 г., на ее территории стали проводить христианизацию местного населения. И для этого требовалось немало книг религиозного характера. Во-вторых, нужно было уничтожить ересь и своевольное толкование Священных текстов.

Причины неудач книгопечатания заключались в следующем:

Отсутствие культурного центра. В Западной Европе книгопечатание развивалось в городах, где существовали университеты, библиотеки, центры науки и культуры. В России же города были малочисленными и не имели такого уровня развития.

Отсутствие финансовой поддержки. В Западной Европе книгопечатание поддерживали церковь и государство, выделяя на это значительные средства. В России же государство было еще недостаточно сильным, а церковь не проявляла особого интереса к книгопечатанию, так как считала это плохим влиянием Запада.

Отсутствие спроса на книги. В Западной Европе книгопечатание развивалось благодаря высокому спросу на книги со стороны ученых, духовенства и образованных людей. В России же образованных людей было мало, а духовенство не проявляло серьезного интереса к книгам;

Отсутствие квалифицированных мастеров. В Западной Европе были высококвалифицированные мастера, способные создавать качественные книги. В России мастеров было мало, а их уровень мастерства оставлял желать лучшего.

В результате всех этих факторов книгопечатание в России в XVI веке не достигло такого уровня, как в Западной Европе. Однако в последующие века книгопечатание начало развиваться и стало одним из важнейших факторов развития культуры и образования в России.

ВЛИЯНИЕ ИСТОРИЧЕСКИХ ТРАДИЦИЙ БУДДИЗМА НА СОВРЕМЕННУЮ ЖИЗНЬ БУРЯТСКОГО НАРОДА

Чулкова П.В., гр. СКИ-122

Научный руководитель доцент Юдин М.В.

Кафедра Истории и философии

Буддизм – самая древняя из трёх мировых религий. В отличие от христианства и ислама, буддизм отрицает существование Бога-творца и вечность души.

На территории нашей страны традиционными районами, где исповедуется буддизм, являются Бурятия, Иркутская область, Забайкальский край. Бежавшие из Монголии и Тибета 150 буддийских священников, принесли на эти земли своё учение, что способствовало закреплению и распространению буддизма среди бурят. Параллельно с буддизмом развивался шаманизм, обряды и культы которого органично вписались в буддизм.

В 1741 году вышел указ императрицы Елизаветы Петровны, утвердивший штатное расписание бурятского буддийского духовенства. После приведения лам на верноподданство, буддизм становится одной из официальных религий Российской империи.

После утверждения Советской власти к концу 30-х годов XX века стали закрываться дацаны, уничтожались памятники культуры, ламы подвергались репрессиям. Но в народе не утратились и сохранились традиции, значимость религиозных знаний и практик, которые передавались в семье от поколения к поколению. В годы Великой Отечественной войны началось движение за восстановление буддийской церкви. Буддийская культура настолько закрепилась в духовной жизни бурят, что стала её неотъемлемой частью. Наряду со светской ориентацией в практической жизни, у бурятского народа важной остаётся насыщенность существования пережитками древних языческих представлений, и связанного с ними культового поведения.

Сегодня буддизм проявляет себя как социокультурный институт через активное участие в социальных проектах, образовании, праздниках. Современный буддизм и в России развивается в русле всей буддийской цивилизации, демонстрируя миру возрождающиеся национальные (региональные) формы буддизма и огромное разнообразие транснациональных. Возрастающий интерес к буддизму у творческой интеллигенции находит отклик в массовой культуре. Дацаны Забайкалья сегодня действуют не только как религиозные, но и как культовые, оздоровительные и культурные центры, работа которых направлена на обеспечение нужд верующих.

РАЗВИТИЕ МУЗЫКАЛЬНОГО ПОП- И РОК-ИСКУССТВА В РОССИИ В ДЕВЯНОСТЫЕ ГОДЫ XX века

Юсупова Д.Р., гр. СКЛ-222

Научный руководитель доцент Солянкин А.В.

Кафедра Энергоресурсоэффективных технологий, промышленной экологии и безопасности

Музыка являлась неотъемлемой частью жизни русского народа еще с незапамятных времен. Наши предки писали музыкальные произведения, в которых отражались важные исторические события. Потому что эмоции и идеи, которые волнуют общество, проявлялись во всех видах искусства, в том числе и в музыке.

С распадом Советского Союза стали происходить достаточно заметные изменения в культурной жизни страны. Исчезли идеологические мотивы в лирике и жесткая государственная цензура. Более того, на изменения также повлиял и технический прогресс XX века. Появление звукозаписи оказало значительное влияние на то, что музыка стала общедоступной. Именно благодаря этому в двадцатом столетии зарождаются новые течения в музыке, созданные для привлечения большего числа слушателей. Такого количества жанров и стилей не существовало до XX века. Например, одним из таких новых жанров для российской эстрады становится поп-музыка. В этот период свою популярность приобретают авторы песен, которые сразу становились лидерами хит-парадов. Выступления стали сопровождаться подтанцовкой, а костюмы исполнителей приобрели более откровенный характер. Именно в 90-ые годы появились такие группы, как «Руки вверх», «Блестящие», «Иванушки International», «Мираж» – коллективы, которые являются классикой русской поп-музыки.

Более того, одной из важнейших особенностей развития музыки в этот период также является становление отечественной рок-музыки. Известными группами того времени являются «Чиж и Ко», «ДДТ», «Наутилус Помпилиус», «Агата Кристи» и прочие.

Стоит также отметить, что в 90-ые года в нашу культуру стала проникать европейская культура, которая мгновенно заполнила наши телеканалы и радиостанции. Большинство российских музыкальных групп стало снимать музыкальные клипы и исполнять песни на английском языке.

Подводя итог, хочется сказать, что музыкальная культура 90-ых годов сыграла немаловажную роль в развитии современной российской эстрады. Это было время перемен, что пронизывает каждое музыкальное произведение той эпохи. В этом и состоит ценность музыки – она может хранить в себе воспоминания о целых исторических эпохах.

ВЗАИМОСВЯЗЬ УРОВНЯ УВЕРЕННОСТИ В СЕБЕ И АГРЕССИИ У СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Абаулина Д.А., гр. СП-122

Научный руководитель старший преподаватель Гурова О.А.
Кафедра Психологии

Уверенность в себе является важным качеством личности, которое необходимо человеку для формирования устойчивой веры в себя, принятия решений, достижения поставленных целей, осознания личных границ, способности брать на себя ответственность. При эта характеристика может проявляться как положительно, так и отрицательно: например, чрезмерно уверенный человек может становиться агрессивным, наглым.

Впервые уверенность стала исследоваться в зарубежной науке представителями бихевиорального подхода. А. Сальтер исследовал причины возникновения неуверенности. Д. Вольпе описал механизм возникновения и развития неуверенности как следствие социального страха.

С точки зрения когнитивно-бихевиорального подхода, представителем которого в отечественной психологии является В.Г. Ромек, уверенность – это свойство личности, ядром которого выступает позитивная оценка индивидом собственных навыков и способностей как достаточных для достижения значимых для него целей и удовлетворения потребностей. Проблема определения термина агрессии в психологии актуальна на сегодняшний день. Ф. Аллан описывает агрессию как внутреннюю силу, дающую человеку возможность противостоять внешним силам, с точки зрения А. Басса, агрессия – это любое поведение, содержащее угрозу или наносящее ущерб другим

Эмпирическое исследование взаимосвязи уровня уверенности в себе и склонностью к агрессии проводилось в организации ФГБОУ ВО РГУ им. А.Н. Косыгина. Выборка состояла из юношей и девушек в возрасте от 17 до 22 лет, объем выборки – 39 человек. Для исследования уровня уверенности в себе использовался тест уверенности в себе В.Г. Ромека, для анализа склонности к агрессии использовался опросник Басса-Перри.

Анализ данных показал, что в выборке преобладают люди со средним уровнем уверенности – 67% и средним и низким уровнем агрессии – по 41%. Для оценки различий по отдельным показателям агрессии в группах с разным уровнем уверенности в себе, были выделены две группы опрошенных: с высоким и с низким уровнем уверенности в себе. Анализ с использованием критерия Манна-Уитни на обнаружение различий выявил наличие значимых статистических различий по шкале Враждебность ($U_{\text{эмп}}=2$ при $p<0,05$). Остальные показатели агрессии не показали существенных различий.

ТЕМПЕРАМЕНТ И СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ В КОНФЛИКТЕ СТУДЕНТОВ-ЖУРНАЛИСТОВ

Алекберова А.А., гр. СЖ-120

Научный руководитель старший преподаватель Некрасова А.С.
Кафедра Психологии

К работе, связанной с журналистской деятельностью, современное общество предъявляет достаточно требований. Журналист обязан быть квалифицированным специалистом, который имеет огромное желание узнавать новые вещи и делиться достоверной информацией с людьми. Они должны уметь решать конструктивно конфликты и уметь манипулировать ими, иметь развитый навык общения и знать основы этики и свои темпераментальные особенности, чтобы увереннее держаться в разных ситуациях – это все поможет им выполнить свою работу максимально эффективно.

Актуальность нашего исследования обуславливается давлением социума на личность журналиста, возложение больших надежды на развитие их профессионализм, именно, поэтому нам стало интересно рассмотреть, как темпераментальные особенности журналиста влияют на выбор стратегии поведения в конфликте. Целью исследования является изучение взаимосвязи темперамента и стратегий поведения в конфликте студентов журналистов. Гипотеза исследования: существует взаимосвязь между типом темперамента и стратегией поведения в конфликте у студентов журналистов. Методики исследования: «Определение доминирующего стиля поведения личности в конфликтных ситуациях» (К. Томас) и методика на определение типа темперамента (Г. Айзенк).

В исследовании участвовали студенты 3 курса направления журналистика РГУ им. А.Н. Косыгина в количестве 34 человек. По результатам исследования было выявлено, что в большей степени испытуемые выбирают стратегию поведения компромисса в конфликтных ситуациях, она же присуща такому темпераменту, как сангвиники. Они способны выражать беззаботность, часто не доводят дело до конца, вероятно, поэтому выбирают один из быстрых способов выхода из конфликтной ситуации – компромисс. Холерики выбирают стратегию соперничества. Такие журналисты отмечаются лидерскими качествами, они достаточно конкурентоспособны, их возбудимый тип нервной системы способствует быстрым и порывистым реакциям. Подводя итог, можно сказать, что цель исследования достигнута, гипотеза подтверждена. Данное исследование находится на стадии разработки.

ИССЛЕДОВАНИЕ ТРЕВОЖНОСТИ У МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ

Андрианова А.О., гр. СП-120

Научный руководитель доцент Калинин И.В.

Кафедра Психологии

В настоящее время крайне актуальной проблемой в психологии является тревожность. Из-за влияния быстро изменяющихся социальных, экономических и технологических условий современная жизнь предъявляет высокие требования к способности человека адаптироваться. Что касается молодежи, их завышенные ожидания от жизни, бурная реакция на любые неудачи и недостаток опыта являются причиной того, что современные молодые люди оказываются очень тревожными, им сложно адаптироваться к сложным ситуациям.

Наиболее полное определение молодости было дано И.С. Коном: «Молодежь – социально-демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения, обусловленных тем и другим социально-психологических свойств». В этом возрасте происходят одни из самых значимых событий: создание семьи и устройства семейной жизни, овладение выбранной профессией, установление отношения к общественной жизни и своей роли в ней.

Тревожность – устойчивое качество личности, в то время как тревога – временное состояние (эмоция). Если испытывать иногда тревогу – это нормально, то с тревожностью нужно бороться. Повышенная тревожность – это психическое состояние, вызываемое воображаемыми или реальными ситуациями, реакцией на страх, неважно реальный он или воображаемый. Тревожность является серьезным препятствием в личностном развитии молодых людей, она часто выступает в качестве предпосылки невротизации, связанная с ведущими мотивами и потребностями. Можно говорить, что, кроме негативного влияния на здоровье, поведение и производительность деятельности, высокий уровень тревожности неблагоприятно сказывается и на качестве социального функционирования.

Снижение уровня тревожности является одной из актуальных задач психологии. Она ставит исследователей перед необходимостью наиболее полного и многомерного изучения данной области и применения полученных данных на практике.

ФЕНОМЕН FAST-FASHION В ИНДУСТРИИ МОДЫ

Бадеева А.Д., гр. Ссоц-118

Научный руководитель старший преподаватель Кайтукова З.Х.

Кафедра Психологии

Индустрия моды – сложная система, включающая социокультурные, психологические и экономические аспекты. Однако в первую очередь она является бизнесом, в котором действует план спроса и предложения. В настоящее время новые тенденции появляются настолько быстро, что модель, актуальная месяцем ранее, будет считаться антитрендом и мейнстримом. На этом и держится бизнес-модель быстрой моды. Мода в данном случае – изменчивый, принятый в данном обществе, на данном историческом этапе его существования эталон внешнего облика человека.

Fast-fashion – (с англ. быстрая мода) термин, применяемый модными ритейлерами для обозначения быстрого обновления ассортимента бренда несколько раз в сезон, противостоит идее устойчивой моды. В начале XX века индустрия моды жила в режиме четырех сезонов в год, бренды выпускали всего две коллекции – осень/зима и весна/лето. К середине века темпы развития индустрии моды нарастали, потребитель был готов к быстрой моде. Особую популярность данный феномен приобрел только в начале 2000-ых.

По данным на 2017 год абсолютным лидером продаж в модной индустрии стал испанский концерн Inditex, в который входят бренды сегмента быстрой моды. Данный факт говорит об успехе модели fast-fashion, которая базируется на нескольких аспектах: цена ниже средней рыночной, жизненный цикл продукта 2-3 недели, частые поставки, использование дешевого труда и сокращение издержек до минимума, а также грамотная маркетинговая политика, которая предполагает рекламу у инфлюенсеров и активное продвижение в социальных сетях.

Крупнейшие бренды быстрой моды – японский бренд Uniqlo, ассортимент которого представлен базовыми повседневными моделями испанский бренд одежды Stradivarius, крупнейший бренд нижнего белья, как в США, так и по всему миру Victoria's Secret, Top Shop – это многонациональный бренд, продающий одежду, косметику и аксессуары американский ритейлер одежды и аксессуаров GAP, Mango и др.

Наряду с экономическими факторами у набирающей обороты популярности Fast-fashion имеются психологические причины, связанные с таким структурным элементом моды, как денотативные ценности, представляющие собой базовые личностные стремления к универсальности (качественному разнообразию), трансцендентности (потребность в неограниченном развитии), реализуемым в сфере образцов оформления

внешности посредством данного феномена. Денотативные ценности наряду с эталоном внешнего облика и коннотативными ценностями (ценностями конкретного потребителя) встраиваются в структуру моды.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ УРОВНЯ ТРЕВОЖНОСТИ У ВОЕННОСЛУЖАЩИХ, УВОЛЕННЫХ В ЗАПАС

Баткаеви Рапаэл, гр. МАГ-П-121

Научный руководитель профессор Антоненко И.В.

Кафедра Психологии

При работе с военнослужащими, уволенными в запас, необходимо учитывать влияние тревожности на адаптационные способности. Необходимость данных исследований необходим, во-первых, тем, что военная служба оказывает сильное влияние на мировоззрение данной группы лиц, последствия которых будет наблюдаться после увольнения со службы, а именно тревожность. В данном исследовании, для оценки уровня тревожности был использован тест Спилберга-Ханина ввиду того, что с помощью данной методики появляется возможность дифференцировано измерять тревожность, связанной как личностно, так и состояние, связанное с текущей ситуацией.

Тревожность как личностная черта означает мотив или поведение, позиция которой была приобретенной, заставляющая человека воспринимать широкий круг объективно безопасных обстоятельств, так и содержащихся угроз, вынуждая реагировать на них состояниями тревоги, интенсивность которых не соответствует реальной величине.

В нашем случае методика «Шкала личностной тревожности» Спилберга-Ханина, предназначена для диагностики личностной тревожности. Под личностной тревожностью понимается устойчивая индивидуальная характеристика, отражающая предрасположенность субъекта к тревоге и предполагающая наличие у него тенденции воспринимать достаточно широкий арел ситуаций как угрожающе, отвечая на каждую из них определенной реакцией. Как предрасположенность, личная тревожность активизируется при восприятии определенных стимулов, расцениваемых человеком как опасные для самооценки, самоуважения, с чем зачастую сталкивается группа лиц в данном тезисе. Соответственно, для успешной адаптации после увольнения со службы, необходимо найти причины, из-за которых возникает тревожность, проработать их и уже в дальнейшем проводить адаптационные мероприятия, способные приспособить военнослужащих, уволенных к обычной, гражданской жизни.

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЛИЧНОСТНЫХ ЦЕННОСТЕЙ И СТРАТЕГИЙ ПОВЕДЕНИЯ В КОНФЛИКТЕ У МОЛОДЕЖИ

Боровая В.И., гр. СП-120

Научный руководитель доцент Костригин А.А.

Кафедра Психологии

В условиях социальных изменений молодые люди оказываются неготовыми к проявлению адекватных стратегий поведения. Изучение личностных ценностей позволит определить их связь с различными стратегиями поведения в конфликте и прогнозировать способы реагирования молодежи на трудные ситуации.

Цель данного исследования – изучение взаимосвязи личностных ценностей и стратегий поведения в конфликте у молодежи. Методы исследования: методика «Поведение в конфликтной ситуации» (К. Томас, Р. Килманн); методика «Диагностика реальной структуры ценностной ориентации личности» (С.С. Бубнова); Ценностный опросник Ш. Шварца; в качестве статистического метода обработки был выбран коэффициент ранговой корреляции Спирмена. Выборка составила 30 человек. Процентное содержание женщин и мужчин 83% на 17%. Возрастная категория – молодежь. Средний возраст выборки 20 лет.

В результате эмпирического исследования личностных ценностей молодежи с помощью методик «Диагностика реальной структуры ценностной ориентации личности» (С.С. Бубнова) и «Ценностный опросник» (Ш. Шварц) было выявлено, что у молодежи доминирующими ценностями являются «самостоятельность» и «приятное времяпрепровождение и отдых». Молодежь имеет стремление к созданию вокруг себя расслабленной обстановки, в том числе за счет свободы в выборе способов действия, и интересному досугу для ощущения наполненности жизни, для чего необходима финансовая независимость.

В результате проведенного исследования стратегий поведения в конфликте (Методика «Поведение в конфликтной ситуации» (К. Томас, Р. Килманн) было установлено, что молодежь выбирает сотрудничество и компромисс в конфликтах, что говорит о желании сохранить хорошие отношения с оппонентом и удовлетворить интересы обеих сторон.

В результате корреляционного анализа было обнаружено, что между показателями личностных ценностей и выбираемых стратегий поведения в конфликте существуют значимые корреляции. Так, с помощью стратегии «избегание» молодежь стремится к ценностям безопасности и помощи другим людям. Выбирая стратегию приспособления, молодые люди

придерживаются конформности, так как отказ от собственной цели приближает их к другим людям и заставляет занять сторону большинства.

ТРЕВОГА СТУДЕНТОВ И ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ПРИ ГИБРИДНОМ ОБУЧЕНИИ

Бородкина К.А., гр. МАГ-П-121

Научный руководитель профессор Антоненко И.В.

Кафедра Психологии

Гибридное обучение – это слияние двух форматов обучения – дистанционного и очного. Она объединяет классические аудиторные занятия и цифровой способ связи студента и преподавателя. Главное не путать гибридный и смешанный формат образования. Смешанный похож на гибридный, но во время смешанного формата дистанционные занятия они проходят лично между педагогом и студентом, а также выбирается время удобное для обеих сторон, не производится запись занятия, и преподаватель не выкладывает ее в интернет.

На первом этапе исследования была составлена анкета, которая состоит из 11 вопросов, первые пять направлены на выяснение у испытуемого принадлежности к его социальной группе, пол, возраст, стаж работы педагогом и курс обучения. Остальные 6 были направлены на выявление у испытуемого наличия проблем при гибридном обучении. Выборку составили 50 человек. На вопрос «Я испытываю тревогу в процессе гибридного обучения» 40% испытуемых ответили положительно. Тревога – это ожидание чего-то опасного, которое не связано с конкретным событием. Может возникать из-за мыслей о неудачах при взаимодействии с социумом. На втором этапе исследование уровня тревоги проводилось с помощью опросника Бека. Исследование выполнено с участием 50 человек: 25 студентов бакалавриата в возрасте от 18 до 25 лет, 25 педагогов в возрасте от 23 до 65 лет. Средний показатель тревоги у педагогов равен 10, это говорит о низкой тревожности, в то время, когда средний показатель у студентов равен 26 – средняя тревожность. Обработка результатов показала, что в каждой группе чем моложе испытуемый, тем выше у него тревога. У педагогов такой низкий показатель тревоги, потому что их средний возраст равен 44 года. Можно сделать вывод, что у педагогов уровень тревоги может быть связан с опытом работы. Молодой педагог при столкновении с трудностями испытывает большую тревогу, чем его более старший коллега. Он ее может даже испытывать при проведении занятия на новой группе, в то время, когда педагог с опытом уже знает, как решать ту или иную ситуацию, как удержать внимание студента при онлайн обучении, как иначе донести информацию чтобы студент ее понял. У студентов тревогу можно

объяснить адаптацией на смену образа не только жизни, но и методов получения информации, повышением умственных нагрузок, ведь при обучении в гибридном формате приходится часто самостоятельно изучать материал, в силу недостаточно эффективного аудиального способа его восприятия.

ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОЗНАНИЕ СУБЪЕКТОВ, СКЛОННЫХ К ФРИСАЙКЛИНГУ

Бултачеева А.Г., гр. СП-119

Научный руководитель профессор Калинина Н.В.

Кафедра Психологии

В современном мире существует целый ряд нерешённых экологических проблем, они возникают вследствие нерационального отношения человека к природе. Экологическое сознание отражает практику отношений между человеком и средой его жизни, между обществом и природой, включая регулятивные принципы и нормы поведения, направленные на достижение оптимального состояния системы «общество – природа». Фрисайклинг – это практика, направленная на переосмысление проблемы потребления. Участники этого движения стремятся не покупать новые вещи, а дать обновлённую жизнь старым, путём их продажи другим людям, либо обмена с другими людьми. В условиях возрастающего уровня экологического сознания в современном обществе данное движение набирает всё большие и большие обороты.

Для исследования экологического сознания нами была разработана анкета, состоящий из 16 вопросов. Первые два вопроса позволят разделить общую выборку на две группы: субъекты, склонные к фрисайклингу и субъекты, которые не склонны к фрисайклингу. Остальные 14 вопросов, направлены на выявление наличия или отсутствия экологического сознания субъектов. Ответу «да» приписывается 1 балл, «нет» – 0 баллов. Большинство опрошенных субъектов склонны к фрисайклингу, они составили 62%. 38% – не склонны к фрисайклингу. Группа субъектов, склонных к фрисайклингу, имеет более высокие средние баллы по исследуемому психологическому параметру. Это говорит нам о том, что люди, которые поддерживают идею о вторичном использовании одежды, электронной техники, более серьёзно подходят к вопросу экологии. Их экологическое сознание находится на более высоком уровне. Они осознают губительное влияние лёгкой промышленности на природу и поэтому делают выбор в пользу покупки уже существующих вещей, побывавших в использовании. Группа субъектов, не склонных к фрисайклингу, по результатам исследования имеет более низкие баллы по исследуемому

психологическому параметру. Это говорит нам о том, что у людей данной группы отсутствует экологическое сознание. Люди, которые не поддерживают осознанное потребление, не заботятся о дальнейшей жизни своих вещей, не осознают губительное влияние лёгкой промышленности на окружающую среду. Такие люди не стремятся внести свой вклад в борьбу за экологию.

УДОВЛЕТВОРЁННОСТЬ ЖИЗНЬЮ У ЛЮДЕЙ, СКЛОННЫХ К РАССТРОЙСТВАМ ПИЩЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ

Воложанина Д.В., гр. СП-119

Научный руководитель профессор Калинина Н.В.

Кафедра Психологии

Проблема нарушений пищевого поведения приобретает всё большую актуальность за последние годы. Расстройство пищевого поведения (РПП) – психическое заболевание, связанное с отклонениями от нормы в употреблении пищи (отклонениями от привычного образа приёма пищи, времени, количестве), которое приводит к физиологическим нарушениям состояния организма и дальнейшим психологическим нарушениям поведения. Удовлетворённость жизнью – это оценка человеком своих чувств и установок относительно жизни в определённый момент, которая производится на основе сравнения своих идеалов, эталонов жизни с текущими жизненными условиями, это ощущение собственного благополучия.

Изначально в исследовании участвовали 56 человек, среди которых были выбраны 25 человек, склонных к расстройствам пищевого поведения, для дальнейшего исследования удовлетворённости жизнью. Данная склонность определялась с помощью опросника пищевых предпочтений. Для исследования удовлетворённости жизнью была составлена авторская методика «Удовлетворённость жизнью». Она состоит из 20 утверждений, которые распределены на 5 шкал: общая удовлетворённость, соответствие реальности ожиданиям, удовлетворённость своей деятельностью и окружением, физический и эмоциональный комфорт, удовлетворённость своей внешностью. Молодые люди со склонностью к нарушениям пищевого поведения, принявшие участие в нашем исследовании, имеют низкие уровни по всем шкалам. Это говорит о том, что они не довольны текущими событиями своей жизни, хотят всё поменять, но скорее всего не знают как, либо у них недостаточно сил или мотивации. Они испытывают в большей степени отрицательные эмоции. Можно предположить, что такие люди считают, что они не живут, а «существуют». Они пассивны, склонны к депрессионным состояниям, апатии, критике всего подряд, не любят себя и

зачастую настороженны к окружающим, склонны «плыть по течению», не удовлетворены своей деятельностью и постоянно испытывают эмоциональный дискомфорт. Также у таких людей присутствует постоянное желание совершенствовать свою внешность.

ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЙ ПОВЕДЕНИЯ В КОНФЛИКТНЫХ И СТРЕССОВЫХ СИТУАЦИЯХ У ЛЮДЕЙ С РАЗНЫМ ЛОКУСОМ КОНТРОЛЯ

Галямова Ю.П., гр. СП-220

Научный руководитель доцент Костригин А.А.

Кафедра Психологии

Стрессовые реакции возникают под влиянием социальных перемен, рабочих противоречий, межличностных конфликтов. Каждый человек справляется со стрессом по-разному, выбирает различные копинг-стратегии, использует несколько стилей поведения в конфликте. Совладание со стрессовыми ситуациями зависит от множества факторов, в том числе и от направленности человека. Целью исследования является изучение стратегий поведения в конфликтных и стрессовых ситуациях у людей с разным локусом контроля. В исследовании принимал участие 51 студент, 5 юношей и 46 девушек, в возрасте от 18 до 23 лет. Локус контроля исследован с помощью методики «Шкала локуса контроля» (Дж. Роттер). Большинство респондентов имеют экстернальный локус контроля, т.е. склоны приписывать причины событий, происходящим с ними, внешним факторам. Исследовано поведение в стрессовой ситуации с помощью методики «Копинг-стратегии» Р. Лазаруса. Преобладающими копинг-стратегиями являются: бегство-избегание, самоконтроль, положительная переоценка. Бегство-избегание – это попытки преодоления стресса за счет реагирования по типу уклонения. Самоконтроль – это целенаправленное подавление и сдерживание эмоций. Положительная переоценка – это попытки преодоления за счет положительного переосмысления ситуации. Исследовано поведение молодых людей в конфликтной ситуации с помощью опросника «Стиль поведения в конфликте» К. Томаса. Преобладающими стилями являются: компромисс, избегание, сотрудничество. Компромисс – это соглашение между участниками конфликта, которое достигается путем взаимных уступок. Избегание – это уклонение от взаимодействия в конфликтной ситуации. Сотрудничество – это переход к альтернативе, удовлетворяющей интересы обеих сторон.

Значимые различия выявлены по шкале «Планирование решения проблемы». Респонденты с интернальным локусом контроля чаще используют эту стратегию. Это может быть связано с тем, что люди с этим

локусом контроля считают себя ответственными за все, что происходит в их жизни. При попадании в стрессовую ситуацию они чаще используют стратегию решения проблемы. Значимые статистические различия поведения в конфликтной ситуации у людей с разным локусом контроля выявлено не было.

ОТНОШЕНИЕ К МОДЕ И ТЕНДЕНЦИИ ПОВЕДЕНИЯ В ГРУППЕ ЛИЦ С ТАТУИРОВКАМИ И БЕЗ ТАТУИРОВОК

Горячева Д.В., гр. СП-121

Научный руководитель старший преподаватель Кайтукова З.Х.

Кафедра Психологии

В настоящее время все большее число людей подвергаются влиянию моды. И порой, стараясь соответствовать модным стандартам, прибегают к изменениям во внешности. Одно из таких изменений – нанесение татуировок. Это «украшение» за последние годы получило широкое распространение среди молодежи. Татуировки стали обыденным явлением. Но, несмотря на это, видя человека с рисунками на теле, мы все равно обращаем на него внимание. Так же, как и на модно одетом человеке невольно останавливаем свой взгляд. Кроме того, считается, что татуировки являются одной из форм проявления независимости. А для молодых людей является немаловажны все, что придает им уверенности в себе, в силу особенностей данного этапа развития личности.

Основная цель моей работы – изучить особенности отношения к моде и тенденции поведения в группе людей с татуировками. Объект исследования – личностные особенности. Предмет исследования – отношение к моде и тенденции поведения у лиц с татуировками и лица без татуировок. Гипотеза исследования: существуют различия в отношении моде и в поведении у лиц с татуировками и без. Задачи исследования: раскрыть определение понятий «мода» и «поведение»; выявить и сравнить особенности отношения к моде лиц, имеющих татуировки и не имеющих; определить основные особенности поведения людей с татуировками.

Поведение – это процесс взаимодействия личности с окружающей средой, обусловленный мотивационными, эмоциональными, когнитивными структурами психики. Цель нашего поведения является двойкой – самоактуализация и адаптация. Типы поведения личности по критерию цели будут следующими: гармоничная адаптация, гиперадаптация, девиантность, мятеж, конформизм.

Мода – изменчивый, принятый в данном обществе, на данном историческом этапе его существования эталон внешнего облика человека. Лица с татуировками признают важность моды. При этом в группе они

стараятся не зависеть от мнения окружающих, проявляя неконформность и отличаясь малообщительностью.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПОВЕДЕНИЯ ЛЮДЕЙ В ГРУППЕ

Горячева Д.В., гр. СП-121

Научный руководитель старший преподаватель Кайтукова З.Х.
Кафедра Психологии

Поведение главным образом проявляется при взаимодействии человека с окружающей средой. Оно определяется умением пересматривать свои действия под влиянием как внутренних, так и внешних факторов. А. Ребер рассматривал поведение как процесс, который охватывает действия, деятельность, реакции человека.

Бихевиористы называли поведением только объективно наблюдаемые реакции. У каждого человека есть некие склонности к определенному поведению. Так В. Стефансон выделял следующие тенденции поведения: общительность, необщительность, зависимость, независимость, принятие «борьбы», избегание «борьбы». Тенденция к «зависимости» предполагает, что человек придерживается в основном тех стандартов, которые приняты обществом. Он прислушивается к мнению других и даже, возможно, делает его основным звеном в принятии собственного важного решения. Независимый человек, напротив, поступает всегда так, как сам считает нужным. Он способен отстаивать свою точку зрения, может отказаться от вида деятельности, если не хочет заниматься этим. Под тенденцией к «общительности» понимают стремление к формированию эмоциональных связей, умение находить контакты с людьми разных социальных слоев. Такие люди легче адаптируются к новой среде. Необщительному же человеку не так просто дается заводить новые знакомства, поддерживать дружеские контакты. Он замкнут в себе, погружен в свои мысли. Тенденция к избеганию «борьбы» показывает стремление уйти от взаимодействия. Человек не настаивает на принятии разработанного именно им решения, не отстаивает свои интересы. Ему проще принять чужую точку зрения или найти компромисс. Он самоустраивается, бездействует, остается в своей зоне комфорта. Принятие «борьбы» – активное желание индивида участвовать в жизни группы и достичь более высокого статуса в системе межличностных отношений. Такой человек ценит свои интересы.

Поведение начинает формироваться еще с рождения. От того, как развиваются отношения ребенка с семьей, со сверстниками, зависит каких тенденций поведения будет придерживаться человек во взрослой жизни. Это в будущем может определить сферы деятельности, в которых человек будет наиболее востребован.

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ КАК ДЕТЕРМИНАНТА КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

Деспич И., гр. СП-119

Научный руководитель профессор Антоненко И.В.
Кафедра Психологии

Эмоциональный интеллект (ЭИ) является относительно новой областью в психологии и новым предметом в психологических исследованиях. Эта тема стала интересной для средств массовой информации и стала частой темой книг и журналов. Эмоциональный интеллект определяется как набор способностей, которые должны способствовать более точной оценке и выражению их эмоций, а также оценке эмоций других людей и использованию чувств в мотивации, планировании и достижении жизненных целей.

В нашей работе мы исследовали эмоциональный интеллект студентов-иностранцев как детерминанту качества жизни, так как в другой социокультурной и образовательной среде иностранные студенты испытывают серьезные этнические, культурные, бытовые и др. трудности. Целью данной работы является изучение влияния эмоционального интеллекта на качество жизни у студентов-иностранцев. Объектом исследования является эмоциональный интеллект. Предметом исследования является связь между эмоциональным интеллектом и качеством жизни. Нами была выдвинута следующая гипотеза: эмоциональный интеллект является одной из важнейших детерминант качества жизни у студентов иностранцев.

Эмоциональный интеллект относится к способности распознавать значение эмоций и их связей, использовать эмоции в качестве основы для понимания и решения проблем. Концепция эмоционального интеллекта является продолжением одной из двух традиций взгляда на связь между эмоциями и логическим мышлением в психологии.

Качество жизни у студентов-иностранцев зависит от процесса адаптации, который протекает как в рамках учебного процесса, так и вне его. Исследование показало, что большинство испытуемых студентов иностранцев довольны своей жизнью, без особой разницы на пол. Это говорит об их хорошей адаптированности к новым условиям, что связано с высоким уровнем эмоционального интеллекта. Студенты-иностранцы, обладающие высоким уровнем ЭИ считаются хорошо приспособленными и эмоционально квалифицированными, что является предпосылкой жизненной удовлетворенности.

ВНУТРИЛИЧНОСТНЫЙ КОНФЛИКТ МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ

Джандавлетова К.К., гр. СП-220
Научный руководитель доцент Калинин И.В.
Кафедра Психологии

Особенный интерес представляет конфликт людей, проходящих юношеский период жизни, этап перехода от зависимого от родителей подросткового возраста ко взрослой самостоятельной жизни. В этот период изменяется структура личности, увеличивается уровень ответственности и самостоятельности и некоторые люди просто не могут перестроиться, пересмотреть свои взгляды на свою роль в социуме, что приводит к конфликтам, как к внешним, так и во внутренним.

Внутренний конфликт – это острое негативное переживание, вызванное затянувшейся борьбой структур внутреннего мира личности или нарушение их баланса, отражающее противоречивые связи с социальной средой. Избранный нами тест по выявлению уровня внутриличностной конфликтности А.И. Шипилова позволяет нам не только определить наличие у респондента внутриличностного конфликта, но и определить его степень выраженности, а также его вид в зависимости от того, какие структуры личности вступают в противоборство (мотивационный конфликт, моральный конфликт, конфликт нереализованного желания, ролевой конфликт, адаптационный конфликт и конфликт неадекватной самооценки).

Большинство людей склонны к низким показателям соперничества, и у данной группы наблюдается более высокий уровень внутриличностных конфликтов всех видов. 16-факторный опросник Кеттела, который мы использовали в своей работе, имеет ряд преимуществ, одним из которых является наличие шкал для измерения факторов С, G и F, которые в данной работе понимаются, как Сила Я, Сила Сверх-Я и Сила Оно, которые позволят нам глубже проникнуть в организацию внутриличностного конфликта.

На основе полученных теоретических и эмпирических данных можно сделать вывод, что у людей с низким уровнем соперничества наблюдается более низкий уровень Силы Оно, что может быть причиной дисбаланса внутренних структур личности, приводящим ко внутренним конфликтам.

Существуют различия в поведении в конфликте и внутриличностном конфликте у людей, рожденных в разном порядке. Так люди, являющиеся средними детьми в семье, чаще всего прибегают к стратегии приспособления, и менее всех к соперничеству, и наиболее часто внутреннему конфликту подвержены младшие сиблинги в семье.

ИССЛЕДОВАНИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОСТИ ПРИ ОБЩЕНИИ В ИНТЕРНЕТЕ

Дмитриева А.Д., гр. СП-119
Научный руководитель доцент Костригин А.А.
Кафедра Психологии

Общение в интернете в последние годы стало неотъемлемой частью нашей повседневной жизни. Часто переписки в интернете наполнены такими средствами выразительности, которые заменяют эмоциональную окраску при вербальном общении, такими как смайлики, стикеры или гифки, что компенсирует отсутствие возможности вербальной коммуникации с собеседником. Эти средства выражения настроения придают эмоциональную окраску сообщению и переписке в целом, что позволяет наиболее качественным образом взаимодействовать друг с другом вне реальных встреч.

Эмоции – субъективные состояния, связанные с оценкой значимости для индивида действующих на него внешних или внутренних раздражителей, выражающиеся в форме непосредственных переживаний.

Интернет, благодаря своим свойствам интерактивности, эффекту присутствия и информационной насыщенности (текст, изображение, звук), а также за счет использования сетевой навигации превосходит другие средства информации по возможностям общения. В последние годы сфера Интернет-коммуникаций развивалась достаточно активно. Люди способны увидеть и услышать друг друга без необходимости непосредственной встречи.

Для исследования была составлена авторская анкета «Выраженность Эмоциональной сферы в процессе Интернет-активности». Она состоит из 14 утверждений, где нужно дать ответы «да» или «нет». Тип шкалы: однополярная. Тип стимульного материала: утверждения. Ответу «да» приписывается 1 балл, «нет» – 0 баллов. Исключениями являются обратные вопросы. По результатам анкеты 21 человек из 33 проявлял среднюю выраженность эмоциональной сферы в процессе Интернет-коммуникации. Также 12 человек из 33 человек обладали, напротив, низкой выраженностью эмоциональной сферы в процессе Интернет-активности.

В среднем результаты по выборке означали, что респонденты обладают низкой выраженностью эмоциональной сферы со склонностью к средней, т.к. средний балл составил 8,6, что является граничащим показателем между двумя показателями – низким и средним.

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЕТЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ В ШКОЛАХ МОСКВЫ

Докукин И.С., гр. ЭМ-122

Научный руководитель старший преподаватель Некрасова А.С.
Кафедра Психологии

Обучение и воспитание детей, а особенно детей с особыми образовательными потребностями, одна из актуальнейших задач современного образования во всем мире. Особую важность в современном образовании приобретает задача организации качественного и доступного образования для детей с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью. С принятием Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» исчез термин «необучаемые дети». В качестве приоритетного направления развития образования рассматривается инклюзивное образование и современные образовательные технологии.

Для реализации этого тезиса, во всех московских Школах создаются необходимые (специальные) условия для получения качественного образования, начиная от создания безбарьерной среды, предоставления специальных учебников, технических средств, занятий с тьютором, помощи ассистента.

Особая роль в равном, доступном каждому ребенку образовании, отводится педагогам-психологам, специалистам школьного консилиума. Разработка адаптированной образовательной программы, подбор необходимых методов и средств обучения, учебников и дидактических материалов, консультирование родителей – основные вехи и направления психолого-педагогической коррекции в современной школе.

Самое главное воспитание в ребенке таких свойств и качеств личности, которые помогут ему, невзирая на возможности здоровья успешно социализироваться в современном обществе, максимально реализовать свой потенциал, стать успешным, готовым к любым вызовам будущего – это долгосрочная перспектива командной работы специалистов при реализации образовательного и воспитательного процесса в любой московской школе.

Таким образом, процесс образования и воспитания, равные шансы и возможности обучающегося с особыми образовательными потребностями – это создание целостной системы воспитательных и образовательных траекторий развития каждого обучающегося.

УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ЖИЗНЬЮ СТУДЕНТОВ

Дудакова Д.А., гр. СП-221

Научный руководитель профессор Калинина Н.В.

Кафедра Психологии

Удовлетворенность жизнью студентов является широко распространенной проблемой в современном обществе, так как данная группа определяет перспективы развития общества. В психологии феноменом удовлетворенности жизнью занимались такие зарубежные ученые, как Н. Брэдберн, Э. Динер, М. Аргайл, К. Эндрю и другие. В отечественной науке эта тема также актуальна. Ее изучали такие ученые, как Н.В. Андреевская, Л.В. Куликов, Р.М. Шамионов и другие.

Н. Брэдберн, рассматривая одновременно понятия удовлетворенности и неудовлетворенности, понимал удовлетворенность жизнью как баланс между положительными и отрицательными аффектами личности. Э. Динер включал этот термин в структуру понятия «субъективное благополучие». Он большее внимание уделял когнитивным и эмоциональным аспектам удовлетворенности жизнью. М. Аргайл считал, что удовлетворенность жизнью зависит от того, насколько хорошо было в прошлом и в какой степени это сохранилось в настоящем. К. Эндрю рассматривал удовлетворенность жизнью как общее понятие, отражающее конечный результат всего жизненного опыта. Н.В. Андреевская, также, как и Динер, связывала удовлетворенность жизнью с дополняющими друг друга когнитивной и эмоциональной сферами, отмечая, что это также компонент субъективного благополучия. Л.В. Куликов связывал удовлетворенность жизнью с принятием личностью содержания своей жизни, комфортом и состоянием психического благополучия. Также он связывал удовлетворенность жизнью со степенью удовлетворенности человеком его потребностями, вне зависимости от значимости этих потребностей в биологическом плане. Р.М. Шамионов определял удовлетворенность жизнью как сложное, динамическое образование, в котором интегрируются эмоционально – волевые и когнитивные процессы, что сходится с мнением некоторых других ученых, взгляды которых рассмотрены выше.

В результате такого анализа различных подходов отечественных и зарубежных ученых к феномену удовлетворенности жизнью, можно сказать, что среди большого разнообразия подходов к изучению, описанию и трактованию данного понятия встречаются схожие между собой определения.

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СТУДЕНТОВ

Дудняк В.С., гр. СП-120

Научный руководитель доцент Никольская А.В.

Кафедра Психологии

В настоящее время мы живем в период активных социальных изменений и преобразований, которые так или иначе отражаются на гражданах страны, но дабы структура государства оставалась неизменно стабильной, важно знать какие потребности людей необходимо удовлетворить для их более комфортной жизни. Сделать это возможно, изучив ценностные ориентации студентов, так как они являются наиболее восприимчивыми к социальным изменениям.

Цель исследования заключается в изучении ценностных ориентаций, которые наиболее выражены у такого слоя населения, как студенты. В результате проведенного эмпирического исследования на выявление наиболее выраженных ценностных ориентаций («Опросник ценностей» Ш. Шварца) было выяснено, что у современных студентов (молодых людей) сейчас преобладают такие ориентации, как самостоятельность, достижения и гедонизм. Ориентация на самостоятельность является наиболее выраженной, она характеризует нынешних студентов, как людей, стремящихся к свободомыслию в разных сферах жизни. Достижения, которые проявились не менее сильно, акцентируют внимание на то, что мотивационной целью современной молодежи является достижение успеха, посредством проявления компетентности исходя из признанных культурных стандартов, тем самым получение социального одобрения. А гедонизм, как мотивационная цель, которая выведена из необходимости удовлетворения биологических потребностей, но с получением от этого особого удовольствия, отражает упор на чувственное наслаждение, упоение жизнью. Такие ориентиры студентов отражают желание отделиться и получить независимость, утвердить свое положение в обществе. Это характерно для молодых людей, которые только начинают активно сепарироваться и только учиться жить в реалиях, так называемого, взрослого мира.

Исходя из полученных данных, можно утверждать, что ценностные ориентации современных студентов целиком и полностью направлены на себя и собственную реализацию, а не на решение социальных вопросов, что может указывать на удовлетворенность именами и отсутствием необходимости дополнительно преобразовывать общественную жизнь.

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ КАК СПОСОБ ОСОЗНАНИЯ СЕБЯ В ЭТОМ МИРЕ

Ермошкина М.А., гр. СП-121

Научный руководитель профессор Антоненко И.В.
Кафедра Психологии

Эмоциональный интеллект является важным инструментом осознания себя в современном мире. С его помощью люди способны понимать собственные эмоции и управлять ими, что, в свою очередь, способствует успешному ориентированию в различных ситуациях и более эффективному взаимодействию с другими людьми.

Эмоциональный интеллект является важнейшим компонентом самосознания, включающим в себя понимание сильных и слабых сторон личности, ценностей и убеждений. Развивая самосознание с помощью эмоционального интеллекта, люди способны идентифицировать свои собственные особенности, тем самым способствуя управлению эмоциональными реакциями в различных жизненных ситуациях.

В современном быстро меняющемся и часто наполненном стрессами мире эмоциональный интеллект может помочь людям справляться с давлением и требованиями повседневной жизни. Осознавая свои собственные эмоциональные состояния и реакции, значительно повышается степень сознательного выбора в отношении того, как реагировать на значимые ситуации и взаимодействовать с окружающими людьми. Это может привести к улучшению коммуникации, более продуктивным отношениям и общему улучшению благосостояния.

Таким образом, эмоциональный интеллект является мощным инструментом осознания себя в современном обществе, позволяющим людям справляться с повседневными трудностями и более эффективно взаимодействовать с окружающим их миром.

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ПРОФЕССИЙ МОДНОГО БИЗНЕСА

Загороднева М.А., гр. Ссоц-121

Научный руководитель старший преподаватель Кайтукова З.Х.
Кафедра Психологии

Используя известную классификацию профессий Е.А. Климова, можно составить психологическую карту профессий модного бизнеса. Основными координатами карты служат психологический тип профессии и психологический класс профессии. Е.А. Климов выделяет пять типов

профессий: «Человек-человек», «Человек-техника», «Человек-образ», «Человек-природа», «Человек-знак».

К области «Человек-человек» относятся профессии, связанные с обслуживанием, обучением и воспитанием людей (предприниматель, рекламный агент, менеджер по рекламе, специалист по связям с общественностью). Профессии этого типа предъявляют высокие требования к таким качествам работника, как умение устанавливать и поддерживать деловые контакты, понимать состояние других, оказывать влияние на других, проявлять выдержку, спокойствие и доброжелательность, речевые способности. «Человек-техника» включает в себя профессии, связанные с созданием, монтажом, сборкой и наладкой технических устройств (инженер-конструктор), эксплуатацией технических средств (швей-мотористка), ремонтом техники (слесарь-ремонтник, механик). Этот тип профессий требует от работника высокого уровня развития наглядно-образного мышления, пространственных представлений, технической осведомленности и сообразительности, хороших двигательных навыков, ловкости. «Человек-знак» объединяет профессии, связанные с текстами, цифрами, формулами и таблицами (программист, экономист, бухгалтер), с чертежами, картами, схемами (чертежник, конструктор одежды), со звуковыми сигналами. Профессии этого типа требуют от человека способности к отвлеченному мышлению, оперированию числами, длительному и устойчивому сосредоточению внимания, усидчивости. «Человек-образ» – сюда относятся профессии, связанные с созданием, проектированием, моделированием художественных произведений (художник, журналист, модельер), с воспроизведением, изготовлением различных изделий по эскизу, образцу (ювелир, закройщик). От человека в профессиях этого типа требуется развитый художественный вкус, высокая эстетическая чувствительность, богатое и яркое воображение. К сфере «Человек-природа» отнесены профессии, связанные с изучением живой и неживой природы (химик, эколог). Этот тип профессий предполагает наличие у человека хорошей наблюдательности, способности ориентироваться в условиях непредсказуемости и отсроченности результатов, менять цели в зависимости от условий, выносливости и терпеливости к недостатку комфорта.

АДДИКТИВНАЯ СКЛОННОСТЬ У МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ, УПОТРЕБЛЯЮЩИХ РАЗЛИЧНЫЕ ВИДЫ ТАБАЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Зуев М.С., гр. МАГ-П-221

Научный руководитель доцент Костригин А.А.

Кафедра Психологии

В настоящее время всем известно, что курение вредно для здоровья. Государство вводит различные ограничения на табакокурение, начиная с повышения цен на сигареты и заканчивая штрафами за курение в общественных местах. Однако до сих пор идет дискуссия о том, насколько большой вред табак наносит организму, какие существуют психологические и социальные последствия его употребления.

Обсуждение табачной продукции стало особенно интенсивным в последние годы, когда на смену классическим сигаретам пришли альтернативные способы употребления никотина. К ним относятся системы нагревания табака, которые создают аэрозоль, вдыхаемый человеком, а также жидкие концентраты никотина, которые, обрабатываясь специальными электронными системами, преобразуют жидкость в пар, потребляемый человеком. Преимуществом новых никотинсодержащих продуктов служит то, что отсутствует неприятный запах, а пары обладают разными вкусами, тем самым привлекая внимание людей. Употребление никотина в виде пара провоцирует большую частоту употребления данного вещества, так как нет явных ограничений в виде дыма и физического вида количества выкуренных сигарет. Именно эти особенности альтернативных форм табака создают у человека ложное представление о его меньшей вредности и большей социальной приемлемости.

Была поставлена задача изучения аддиктивной склонности у людей, употребляющих разные виды никотинсодержащей продукции. Выборка была разделена на две группы – потребители сигарет и потребители альтернативных форм табака. В ходе исследования был проведен опросник «Модифицированный интегрированный тест» Н.Н. Телеповой. По результатам опросника было выявлено, что молодые люди, употребляющие классические сигареты, имеют более высокую аддиктивную склонность, чем у людей, употребляющих никотин в виде альтернативных способов. При этом отметим, что респондентов, имеющих начальную стадию развития аддиктивной склонности, больше среди употребляющих альтернативные способы курения никотина, чем среди потребителей классических сигарет.

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНЫХ И ОРГАНИЗАТОРСКИХ СКЛОННОСТЕЙ У МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ

Клещенко А.Д., гр. СП-221

Научный руководитель доцент Костригин А.А.

Кафедра Психологии

Сегодня к самым востребованным на рынке труда soft skills навыкам относят коммуникацию, лидерские качества, организационные навыки. Коммуникативные склонности как индивидуально-психологические особенности характеризуют навыки вступать в социальные контакты, регулировать ситуации взаимодействия, достигать преследуемые в межличностных отношениях коммуникативные цели, приходить к взаимопониманию, сохранять автономию, уметь убедить партнера изменить поведение и др. Организаторские способности – спонтанное включение в организаторскую деятельность, принятие на себя роли организатора и ответственности за работу других людей, потребность в осуществлении организаторской деятельности и эмоционально-положительный отклик при ее выполнении.

В проведенном нами исследовании участвовало 33 респондента (26 девушек и 7 юношей) молодые люди в возрасте от 19 до 26 лет, среди которых были работающие на постоянной основе, студенты ВУЗов, магистранты. Для оценки выраженности коммуникативных и организаторских склонностей использовалась методика «Диагностика коммуникативных и организаторских склонностей (КОС-2)» (авторы В.В. Синявский, Б.А. Федорошин). У 18,2% респондентов коммуникативные склонности развиты на очень низком уровне, у 39,4% – на низком, 12,1% респондентов демонстрируют средний уровень, у 30,3% склонности достигают высокого уровня. У 3% молодых людей организаторские склонности развиты на очень низком уровне, у 18,2% – на низком, 33,3% демонстрируют средний уровень, у 42,4% склонности достигают высокого уровня, у 3% – высшего. Изучение организаторских склонностей показало, что у молодежи преобладают средний и высокий уровни развития этих навыков, что свидетельствует о преимущественном отстаивании своего мнения и способности принять решение в нестандартной ситуации. Результаты исследования коммуникативных склонностей свидетельствуют о меньшем их развитии у молодых людей, что проявляется в трудностях при установлении социальных контактов и скованностью в новой обстановке.

Полученные данные говорят о положительной тенденции развития организаторских склонностей в сравнении с коммуникативными среди молодых людей.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ДЕФОРМАЦИЯ ЛИЧНОСТИ СОТРУДНИКА ПОЛИЦИИ

Князева А.Б., гр. ВМАГ-П-122

Научный руководитель профессор Антоненко И.В.
Кафедра Психологии

Любая профессиональная деятельность неизбежно оказывает своё влияние на характер, психику и эмоциональный фон человека, в том числе и на сотрудника правоохранительной деятельности. Специфика задач, стоящих перед сотрудником полиции, сопряжена с ответственностью, психоэмоциональной и физической перегрузкой, высоким уровнем риска и стрессовыми ситуациями, что в свою очередь способствуют сравнительно быстрому появлению и развитию профессиональной деформации личности. Профессиональная деформация – это вид когнитивного искажения, которое возникает из-за постоянного давления внешних и внутренних факторов профессиональной деятельности, приводит к снижению продуктивности, ухудшению взаимодействия с другими участниками трудового процесса, а также к появлению негативных изменений психической структуры и качеств личности.

У сотрудника полиции под влиянием специфических факторов и условий профессиональной среды вырабатывается определенный стиль поведения, искажающий его личностные и деловые качества, доставляющий множество проблем ему самому и окружающим.

В психологической литературе выделяют три группы факторов, которые так или иначе могут привести к возникновению профессиональной деформации: факторы, обусловленные спецификой правоохранительной деятельности (нормативно-правовая регламентация, наличие властных полномочий, психические и физические нагрузки, рискованность, повышенная ответственность и др.); факторы личностного характера (недостаточная профессиональная подготовленность, склонность к жестокости, разочарование в профессии и др.); факторы социально-психологического характера (грубый стиль руководства, низкая общественная оценка деятельности, неблагоприятное социальное окружение, разнообразие социальных ситуаций и др.).

Под воздействием вышеизложенных факторов сотрудник полиции становится равнодушным, раздражительным, невнимательным, тревожным, замкнутым, а также у него вырабатывается неоправданная жестокость и агрессивность. Иными словами, профессионал как бы деформируется, отступая от тех принципов и требований, которые изначально ему предъявлялись. Чаще всего это прослеживается в общении с окружающими, реакциях на происходящее и умении достигать поставленных задач.

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ЛИЧНОСТИ И СТРАТЕГИЙ ПОВЕДЕНИЯ В КОНФЛИКТЕ

Козлова Ю.С., гр. СП-120

Научный руководитель доцент Костригин А.А.

Кафедра Психологии

В настоящее время не теряет своей актуальности тема конфликта, конфликтного поведения. По причине возрастных трудностей и социальных перемен у молодых людей могут проявляться различные эмоциональные направленности и стратегии поведения в конфликте. Из-за этого обстоятельства студент не всегда может проявлять рациональные стратегии поведения в конфликте. Целью данного исследования является изучение взаимосвязи между эмоциональными характеристиками личности и стратегиями поведения в конфликте. В результате эмпирического исследования молодежи на выявление эмоциональной направленности (методика Б.И. Додонова) было выявлено, что у молодежи имеется склонность к получению эмоций от общения, с помощью разных видов коммуникации, а также склонность к получению эмоций от бескорыстной помощи другим, наблюдается потребность в содействии. В результате изучения стратегий поведения в конфликте (методика Томаса-Килмана) было обнаружено, что респонденты склонны решать конфликт, находить альтернативу, респонденты учитывают интересы обеих сторон.

В результате корреляционного анализа были обнаружены, что между показателями эмоциональной направленности и характеристиками стратегий поведения в конфликте существуют значимые связи. Так, люди, склонные к соперничеству в конфликтных ситуациях, чаще проявляют агрессию в различных ее формах. Респонденты, которые различными способами избегают конфликт (уходят от него, жертвуют своим мнением во благо других), не склонны к яркому выражению своих эмоций, они стараются не проявлять агрессию, кроме этого, у них обнаружено проявление альтруистической эмоциональной направленности. Такие люди склонны потакать другим в их мнении или уходить от конфликта. Таким образом, в зависимости от доминирующей эмоциональной направленности, человек использует разные стратегии поведения в конфликте. В настоящее время есть тенденция к конструктивным способам разрешения конфликта, через нахождение альтернатив и поиска компромисса.

КАК МАТЕМАТИКА ПОМОГАЕТ В БОРЬБЕ С КОГНИТИВНЫМИ ИСКАЖЕНИЯМИ

Крюков М.Ю., Истомин А.В., гр. МПМ-121

Научный руководитель доцент Тимохин В.В.

Кафедра Психологии

В нашем исследовании предпринята попытка изучения феномена «когнитивные искажения» и его корреляция с такой наукой как математика. Исследование основывается на опросе, который мы проводили в основном среди студентов и преподавателей, а также на работе Даниэля Канемана и Амоса Тверски, посвященной когнитивным искажениям. Мы проанализировали эту работу и нашли несколько тезисов, примерно подтверждающих мысль о том, что математика может помочь в борьбе с «ошибками мышления». Даниэль Канеман и Амос Тверски брали за основу теорему Байеса, которая является базисом теории вероятности (раздела математики). Она помогла в решении задачи, поставленной в их научном труде. Задача была сформулирована подобным образом: было дано описание некоторого человека по имени Стив. Его чертами являлись сдержанность, молчаливость, застенчивость. Оно было представлено респондентам, которые принимали участие в этом исследовании. Им надо было определить, что более вероятно, что Стив – работник библиотеки или фермер? Большая часть респондентов, а именно около 80% ответили, что вероятнее всего ситуация, что Стив является работником библиотеки. Они основывались на стереотипном представлении о людях данной профессии, но игнорировали глобальный аспект вопроса (что является когнитивным искажением), а именно количество представителей этих профессий в Америке, где и проходило это исследование. Если подставить нужные недостающие в формулу Байеса, становится понятным, что благодаря количеству меняется и вероятность события, но зачастую люди об этом не задумываются.

Методы исследования: проведение опроса среди респондентов, анализ предоставленных нам данных. Выборку составили 65 респондентов различного возраста и социального статуса. Опрос выявляет наличие когнитивных искажений среди людей, которые прошли этот тест. В нашем случае ни один респондент не смог решить задания без ошибок. Во время анализа, пользуясь несколькими математическими приемами, мы разобрали каждый пункт в опросе. Результатом являлся тот факт, что знание данной точной науки помогает решить больше половины перечисленных нами заданий. По результатам нашего исследования можно сделать несколько заключений: большинство людей находятся под воздействием когнитивных

искажений, знание базовых положений математики и смежных с ней наук позволяет избавиться от большинства «ошибок мышления».

ТЕРМИНАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ СТУДЕНТОВ

Кузнецов Ю.В., гр. СП-121

Научный руководитель доцент Калинин И.В.

Кафедра Психологии

Ценности человека – важнейший компонент его личности. Они определяют значимость поступков, нормы и идеалы. Являясь социальным ориентиром, они влияют на жизненный путь, направляют его внимание на предметы и явления с позиции индивидуальной важности. Ценностная сфера всегда представляла интерес в образовательной среде и ее изучение у студентов не является исключением. Особый интерес для изучения представляют терминальные ценности – убеждения, формирующие главные жизненные цели человека. Создавая будущий вектор развития, они выступают важнейшими аспектами смысла жизни. Именно поэтому их изучение у студентов является важным аспектом прогнозирования будущих тенденций и изменений в обществе.

Цель данного исследования – изучение терминальных ценностей студентов. В соответствии с целью были определены следующие задачи: провести литературный обзор понятия «терминальные ценности» и рассмотреть выраженность терминальных ценностей студентов. Методы эмпирического исследования: анализ документов, опрос. Для изучения выраженности терминальных ценностей студента была использована методика И.Г. Сенина «Опросник терминальных ценностей». Опрос проводился среди студентов 2 курса. Общая выборка составила – 25 человек. В проведенном исследовании было выявлено, что у студентов в иерархии терминальных ценностей доминирующие позиции занимают сохранение индивидуальности, высокое материальное положение и достижение результатов, т.е. ценности, ориентированные на развитие самооценки и неповторимости. Вместе с тем, ценности, такие, как собственный престиж, креативность и активные социальные контакты, т.е. ориентированные на общественное одобрение и стремление к разнообразию, занимают последние ранги в ценностной иерархии.

Таким образом, можно сделать вывод, что терминальные ценности являются важной составляющей человека, определяя его будущую направленность. Для ее исследования применяются многообразный инструментальный методик, который продолжает пополняться и совершенствоваться в наше время. В иерархии терминальных ценностей студентов доминирующие позиции занимают сохранение

индивидуальности, высокое материальное положение и достижение результатов, т.е. ценности, ориентированные на развитие самооценки и неповторимости.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ СТУДЕНТОВ

Кулинич М.К., гр. СП-220

Научный руководитель профессор Калинина Н.В.

Кафедра Психологии

Существует большое количество подходов к пониманию профессиональной направленности личности. Дж. Голланд понимает под типами профессиональной направленности: ценностные ориентации, интересы, установки, отношения, мотивы. Дж. Голланд создал модель, согласно которой, профессиональная направленность невозможна без существования некоторого стабильного эмоционально-ценностного ядра, которое связано с развитием определенных способностей и склонностей личности (Holland J.L., 1966 г., 1976 г.; Воробьев А.Н. и др., 1994 г.). Л.А. Йовайши выделил в структуре личности четыре компонента, которые и определяют профессиональный выбор: активность, возможность, стиль и направленность. Эти компоненты также входят в две взаимно пересекающиеся линии: активность-направленность и стиль-возможности.

Личность в основном изучается по проявлениям активности и характеру самовыражения. Эти качества личности во всевозможных жизненных ситуациях, в том числе в профессиональной деятельности и при профессиональном выборе, и здесь необходимо учитывать, что в выборе профессии главенствующее значение занимает система ценностей человека, которая определяется его внутренними потребностями. Отечественные психологи по-разному определяют профессиональную направленность, существует множество вариантов рассмотрения данного явления: как взаимоотношения (Т.П. Маралова); как интерес (М.И. Дьяченко); склонности (Н.В. Кузьмина); мотивы (Е.М. Никиреев); установки (С.Е. Залеская); потребности, установки, интересы, цели, склонности, убеждения (А.П. Сейтешев). Если обобщить все эти подходы, можно сказать, что в целом в отечественной психологии профессиональная направленность как система взаимоотношений (С.С. Мартынова, Н.К. Котиленков, и др.), либо как мотивационная система (Н.В. Кузьмина, П.А. Шавир, А.Е. Голомшток) (Пряжникова Е.Ю., 2006 г.). Профессиональная направленность, как указывает Е.А. Климов, это одно из наиболее важных проявлений психического развития личности, процесс ее включения в профессиональное сообщество. В соответствии с предметом

профессиональной деятельности Е.А. Климов выделил пять типов профессий.

ИССЛЕДОВАНИЕ САМООЦЕНКИ МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ

Максимова Е.М., гр. СП-221

Научный руководитель доцент Никольская А.В.

Кафедра Психологии

В современной психологии изучение самооценки личности является одним из важнейших направлений, особенно когда мы говорим о проблеме самооценки молодого поколения. Самооценка, как необходимый компонент самосознания, особенно большое значение приобретает в юношеском возрасте: если у молодого человека формируется правильная самооценка, он будет адекватно оценивать свои силы и возможности и сможет самостоятельно ставить перед собой цели и задачи в соответствии с текущей ситуацией, и добиваться их выполнения. Можно сделать вывод, что самооценка – важнейший фактор в формировании гармоничной личности.

Понятие «самооценка» имеет несколько определений в работах ведущих психологов, но российский психолог А.В. Захарова даёт наиболее полное определение: «Самооценка – форма отражения человеком самого себя как особого объекта познания, репрезентирующей принятые ценности, личностные смыслы, меру ориентации на общественно выработанные требования к поведению и деятельности». В разные годы самооценку личности изучали В.В. Столин, У. Джеймс, Р. Бернс, И.И. Чеснокова, Б.Г. Ананьев, Л.В. Бороздина, И.С. Кон, Дж. Крокер, М.И. Лисина, К. Мрук, К. Роджерс, Т.В. Дембо, С.Я. Рубинштейн.

Целью исследования является выявление динамики изменения самооценки молодых людей на этапах взросления. Гипотезой исследования является предположение, что самооценка молодых людей находится на стадии становления и изменяется с возрастом. Объектом исследования выступает группа молодых людей в возрасте 17-25 лет. Общее количество респондентов: 50 человек, из которых 50% – юноши, 50% – девушки. Респондентов в возрасте 17-19 лет – 44%, 20-25 лет – 56%. Получение эмпирических данных осуществлялось при помощи методики Дембо-Рубинштейн. По результатам тестирования было выделено 4 группы испытуемых по уровню самооценки: I – «средняя» – 26 человек (52%), II – «высокая» – 12 человек (24%), III – «завышенная» – 3 человека (6%), IV – «заниженная» – 9 человек (18%). Корреляционный анализ показал, что наибольший результат по адекватной самооценке («средняя» и «высокая») пришелся на группу молодых людей в возрасте от 20 до 25 лет (66% от показателей по I и II группам), а по количеству неоптимальных результатов

(«завышенная» и «заниженная») – на группу от 17 до 19 лет (75% от показателей по III и IV группам). Таким образом, исследование показало, что наблюдается динамика адекватности самооценки в зависимости от возраста респондента.

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ВЫГОРАНИЕ У СОТРУДНИКОВ МЧС

Маркова А.Ю., гр. СП-119

Научный руководитель доцент Никольская А.В.

Кафедра Психологии

В понимании Л.В. Пироговой «Профессиональное выгорание – это синдром, развивающийся на фоне хронического стресса и приводящий к истощению эмоционально-энергетических и личностных ресурсов работающего человека. Работа сотрудников МЧС тяжела как физически, так и психологически, она полна стрессовых ситуаций. В таких условиях не каждый способен сохранить энергию и трудоспособность. Появляется риск профессионального выгорания. Чтобы этого не допустить, необходимо знать характеристики личности, которые приводят к данному состоянию и степень их влияния.

Было проведено исследование, цель которого состояла в выявлении взаимосвязи профессионального выгорания сотрудников МЧС с готовностью к риску и уровнем личностной тревожности. В качестве методов исследования были выбраны: опросник выявления профессионального выгорания К. Маслач и С. Джексона; методика диагностики степени готовности к риску А.М. Шуберта; с целью исследования уровня личностной тревожности, нами был составлен опросник на «Определение уровня личностной тревожности». Он состоит из 20 утверждений: половина прямых, половина обратных. Для прямых утверждений за ответ «да» даётся один балл, за ответ «нет» – ноль баллов. Для обратных – наоборот. Исследование проводилось в организациях «МЧС Лидер» и «МЧС России». Выборка включает в себя 61 человека (все мужчины). Ввиду того, что для опросника выявления профессионального выгорания и методики диагностики степени готовности к риску были получены выборки, не удовлетворяющие нормальному распределению, было решено воспользоваться критерием корреляции Спирмена.

Корреляционный анализ выявил наличие высокой прямой корреляции между степенью профессионального выгорания и личностной тревожностью с коэффициентом корреляции 0,73. Данный результат свидетельствует о том, что сотрудники с высокой личностной тревожностью чаще и в большей степени склонны к профессиональному выгоранию. Действительно, повышенная тревожность вызывает

эмоциональное истощение, снижает профессиональную эффективность и мотивацию к работе, что в конечном счёте может привести к профессиональному выгоранию. Кроме того, было установлено наличие заметной обратной корреляции между степенью профессионального выгорания и степенью готовности к риску сотрудников МЧС. Таким образом, можно утверждать, что сотрудники с большей степенью готовности к риску более устойчивы к профессиональному выгоранию.

ВЗАИМОСВЯЗЬ САМООЦЕНКИ И КОММУНИКАбельНОСТИ

Мартьянова К.А., гр. СП-220

Научный руководитель профессор Антоненко И.В.

Кафедра Психологии

Развитие социума дало культуру и определённый язык, благодаря которому люди обменивались идеями, мыслями, знаниями, что в свою очередь приводило к развитию социального взаимодействия. Что же определяет успех коммуникационного взаимодействия людей? Коммуникабельность – это важнейший элемент социального взаимодействия и механизм его развития. Один из аспектов, который помогает человеку с обеспечением успешной коммуникабельности – это самооценка. А так ли велико ее влияние на общение между людьми?

Целью исследования является изучение взаимодействия коммуникабельности и разного уровня самооценки у молодых людей. Исследование коммуникабельности было изучено с помощью ее составных элементов, а именно: коммуникативные способности, коммуникативная компетентность, самоконтроль в общении. Было выявлено, что большинство респондентов обладают средним уровнем коммуникативных способностей, что свидетельствует об оптимальном уровне, в котором происходит укрепление социальных связей. Люди, обладающие средним уровнем коммуникативных способностей, достаточно терпеливы в общении, они умеют слушать собеседника и спокойно отстаивают свою точку зрения.

Исследование коммуникативной компетентности показало, что большая часть респондентов обладает компетентностью в общении, которая свидетельствует о том, что опрошенные знают, какие нужно использовать методы для построения успешной коммуникации.

Исследование самоконтроля в общении показало, что опрошенные обладают высоким самоконтролем в общении, что свидетельствует, что опрошенные легко подстраиваются под ситуацию, гибко реагируют на изменившиеся ситуации, производят сильное впечатление, а также способны улавливать настроение и чувства других людей.

Исследование самооценки показало, что большая часть опрошенных имеют низкий уровень самооценки, что определяет наличие обреченного поведения, склонность занижать свои сильные стороны и переносить возможные недостатки на личность в целом.

Определение различий между показателями дало понять, что между параметрами самооценка и коммуникабельность различия незначительны. На основании полученных теоретических и эмпирических результатов можно сделать общий вывод, что коммуникабельность – это устойчивая и формирующая система, которая не зависит от уровня самооценки.

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОТРУДНИКОВ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ

Мирзоева С.Ч., гр. СП-121

Научный руководитель доцент Атрохова Т.В.

Кафедра Психологии

Содержание профессиональной деятельности сотрудников органов внутренних дел таково, что сотрудники нередко находятся в экстремальных ситуациях, связанных с риском для здоровья и жизни в целом. Объясняется это спецификой их работы, которая подчинена строгим профессиональным требованиям. Вместе с тем психологическое содержание профессиональной деятельности сотрудников полиции характеризуется наличием полномочий, сопряженных с властью, которые имеют специфику – обязательность исполнения. Из этого следует, что главная задача, которая стоит перед каждым сотрудником полиции – умение рационально и законно использовать предоставленной в распоряжение властью. Это сопровождается прежде всего высоким уровнем ответственности, стрессоустойчивости, предполагает решение различных мыслительных задач, совершение действий, заданных законодательными документами.

Следующей особенностью профессиональной деятельности является наличие коммуникабельности у сотрудников полиции. Широкая контактность является важным аспектом личности полицейского, поскольку в интересах их дел выстроить контакт с представителями различных возрастных категорий, с гражданами разного рода профессий и так далее. Говоря об этом, утверждается наличие у сотрудников знаний в области психологии, конкретно навыков в области психологического общения. Вместе с тем для сотрудника органов внутренних дел важным является наличие специальных нервно-психических личностных качеств, таких как сенситивность, которая характеризуется в особой способности человека ощущать, различать и реагировать на действие различных

раздражителей; низкий уровень тревожности; эмоциональная устойчивость к психическим и физическим перенапряжениям, которые предполагает специфика работы. Наряду с дисциплинированностью и достаточным количеством профессионального опыта достигается профессиональная успешность сотрудников органов внутренних дел.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ДОРОГОСТОЯЩИХ И ДЕШЕВЫХ ТОВАРОВ

Нейматов М.Э., гр. СП-122

Научный руководитель старший преподаватель Кайтукова З.Х.

Кафедра Психологии

Психология затрагивает разные аспекты человеческой деятельности. Такая сфера как маркетинг также ориентирована на психологическое знание, так как производители товаров и услуг, выпускающие ту или иную продукцию, предлагающие новый пакет услуг ставят перед собой цель завоевать внимание потребителя путём психологического воздействия. Исследователи обычно выделяют 3 основных характеристики потребительского поведения: рациональность, независимость, множественность. Особенность первой категории заключается в том, что при выборе товара потенциальный клиент основывается не только на интересах и потребностях, но и на своём финансовом положении. Вторая указывает на самостоятельность и независимость в выборе. Третья же говорит о том, что действия покупателя зависят от многообразия предложений и выпускаемой продукции. На решение о покупке влияет как заинтересованность потребителя, так и польза от самого продукта. Важную роль здесь играют деньги, которые выступают не только в роли способа обмена средств, но и многое могут рассказать о мышлении человека.

Г. Зиммель и Г. Хейсон выделили 4 типа восприятия денег потребителями. По их мнению, эти уровни показывают не только психологические особенности потребителей, но и их общую осведомлённость в финансовой сфере. «Деньги – ничто» – этот уровень характерен для людей, не боящихся рисковать в финансовой сфере. «Деньги – власть» – человек может совершать большие траты, вкладываться в бизнес, владеть крупными суммами, но психологически он всё равно остаётся «рабом» денег. «Деньги – дом» – на этом этапе человек в состоянии построить дом самостоятельно: создав план, выбрав местоположение и др. Однако финансовой «зрелости» ещё не наблюдается, если нет полной самостоятельности. «Деньги – бабло» – самые неосознанные траты совершают люди с таким восприятием денег.

Другие исследователи в ходе групповых экспериментов выделяли не столько отношение индивида к деньгам, сколько его подход к принятию решения о покупке. Сам подход напрямую связан со стилем поведения потребителя. Дж. Споулз выявил 8 его разновидностей, которые влияют на выбор дорогих и дешёвых товаров. Так, стили людей, осознающих бренд и осознающих цену отличны друг от друга тем, что первые готовы тратить деньги на известные бренды, а вторые – выбирают товары с экономией. Та или иная модель поведения не возникает просто так: всегда есть определённый мотив, обусловленный факторами влияния, одним из которых являются культурные ценности. К ним относятся как общепринятые ценности, так и ценности небольших групп людей по интересам, связанным с религией, национальностью и др. Личностный фактор проявляется в виде ценностей одного индивида, основывающихся на доходе, возрасте и условиях проживания.

ВЛИЯНИЕ ЭМОЦИЙ НА ФИЗИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ЧЕЛОВЕКА

Никитина Е.А., гр. АМПК-120в

Научный руководитель старший преподаватель Ксенофонтова К.М.
Кафедра Психологии

В психологии под эмоциями понимают класс психофизиологических явлений, представляющих собой внутренние, субъективно переживаемые психические и физические состояния человека, сопровождающиеся приятными или неприятными ощущениями. Эмоция имеет психофизиологическую природу, она включает в себя психический, вегетативный, психомоторный компоненты. За позитивное состояние и радостные эмоции отвечает также серотонин. Именно его недостаток приводит к депрессивным состояниям, а многие антидепрессанты как раз работают с серотониновым обменом: они блокируют рецепторы его обратного захвата, и молекулы серотонина дольше циркулируют в крови. Оказываясь в сложных жизненных ситуациях человек испытывает эмоциональное переживание психосоматическом уровне, что в дальнейшем приводит к вегетативным и соматическим изменениям в организме. Сердечно-сосудистая система – наиболее чувствительный прибор, своего рода сейсмограф, отражающий через подкорку, ее нервно-вегетативные узлы и вегетативную нервную систему наши чувствования и переживания. Реакция сердечно-сосудистой системы при эмоциях наиболее заметна. Эмоция активирует автономную нервную систему, которая изменяет ход работы эндокринной и нервно-гуморальной систем. Стресс также является причиной возникновения заболеваний сердца. Стресс – неспецифический ответ организма на любое предъявляемое ему требование. Длительный

стресс повышает кровяное давление и уровень холестерина, также стресс может быть толчком к появлению вредных привычек, таким как курение, отсутствие физической активности, переедание. Лучшим средством избавления от отрицательных эмоций является их выброс. Самыми эффективными способами считаются физическая активность и арт-терапия, которая позволяет перекрыть отрицательные эмоции положительными.

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ КЛИМАТ В КОЛЛЕКТИВЕ

Нуриягдыева М., гр. МАГ-П-121

Научный руководитель профессор Антоненко И.В.

Кафедра Психологии

В частности, все организованные группы, в том числе профессиональный коллектив, имеет свою структуру: формальную и неформальную; где присутствуют свои статусные позиции. Члены группы более или менее сходны и различаются в зависимости от своего мировоззрения, общих интересов и взглядов на жизнь. Все эти факторы создают социально-психологический микроклимат в коллективе, который будет оказывать влияние на настроение членов группы, эффективность работы и т.д. Одни члены группы могут чувствовать себя очень комфортно в таком климате и слиться со схожими себе коллегами, а другие же наоборот будут чувствовать моральный дискомфорт и даже уволиться на этой почве.

Одна из важных задач корпоративного психолога – урегулирование межличностных отношений и социально-психологического климата в трудовом коллективе, так как урегулирование и поддержание оптимальных деловых, межличностных отношений, обусловленных положительными эмоциональными переживаниями, – важнейшее условие работоспособности коллектива. В общем виде социально-психологический климат – это результат совместной деятельности людей, их межличностного взаимодействия. Он проявляется в таких групповых эффектах, как настроение и мнение коллектива, индивидуальное самочувствие и оценки условий жизни и работы личности в коллективе.

Важными факторами благоприятного социально – психологического являются: доверие и высокая требовательность членов группы друг к другу; доброжелательная и деловая критика; свободное выражение собственного мнения на совещаниях и обсуждения вопросов, касающихся всего коллектива; отсутствие давления со стороны руководителей на подчинённых и признание за ними права принимать значимые для группы решения; осознанное принятие ответственности за состояние дел группы каждым из членов команды, удовлетворение принадлежностью к коллективу и пр. Эффективное управление компанией и социально-

психологическим климатом в любом профессиональном коллективе требует специальных знаний и умений руководителя. Анализ разных точек зрения на содержание понятия социально-психологического климата позволяет сделать вывод, что он представляет собой полифункциональное социально-психологическое образование, которым опосредуется любая деятельность коллектива (группы).

ПОНЯТИЕ СТРЕССОУСТОЙЧИВОСТИ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПСИХОЛОГИИ

Петрусева О.А., гр. СП-220

Научный руководитель доцент Калинин И.В.

Кафедра Психологии

На данный момент существует множество определений понятия стрессоустойчивости. В своей диссертационной работе С.В. Субботин предлагает следующее определение: «Стрессоустойчивость – это индивидуальная психологическая особенность, заключающаяся в специфической взаимосвязи разноуровневых свойств интегральной индивидуальности, что обеспечивает биологический, физиологический и психологический гомеостаз системы и ведет к оптимальному взаимодействию субъекта с окружающей средой в различных условиях жизнедеятельности и деятельности». Термин «стрессоустойчивость», согласно С.В. Субботину, включает в себя психологическую устойчивость к стрессу, фрустрационная толерантность, эмоциональная устойчивость, стресс-резистентность. По мнению Б.Х. Варданяна, понятие стрессоустойчивости – это определённое взаимодействие всех составляющих психической действительности, в том числе эмоциональных: «Стрессоустойчивость можно более конкретно определить как свойство личности, обеспечивающее гармоническое отношение между всеми компонентами психической деятельности в эмоциогенной ситуации и тем самым содействующее успешному выполнению деятельности». А.А. Обознов и В.А. Бодров, исследуя стрессоустойчивость, определяют ее как интеграционное (объединительное) свойство личности, характеризующееся необходимой степенью адаптации индивида к воздействию экстремальных условий среды и профессиональной деятельности. Б.Б. Величковский ввёл термин «индивидуальная устойчивость к стрессу» и определяет её как интегральное свойство, детерминирующее успешную адаптацию человека к воздействию разных психосоциальных нагрузок и факторов среды обитания без негативных кратковременных и долговременных последствий для психического и физического здоровья. В.А. Пономаренко понимает под стрессоустойчивостью быстроту и готовности переключения с одного

уровня регуляции поведения к другому и считает это фундаментом психологической устойчивости. А.А. Баранов предлагает свою трактовку стрессоустойчивости, понимая под ней целостное психологическое свойство индивида, личности, субъекта деятельности, которое обеспечивает внутренний психофизиологический гомеостаз.

ЛИДЕРСКИЕ КАЧЕСТВА МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ

Письменчук А.С., гр. СП-120

Научный руководитель доцент Тимохин В.В.

Кафедра Психологии

Лидерство представляет собой способности человека воздействовать на других, побуждая их тем самым достигать поставленных целей способами, которые необходимы лидеру. Лидер выполняет определенные функции для индивидов. Он помогает реализовать интересы общества, ориентированные на удовлетворение интересов всех или большинства, выработку и поддержание групповых норм, устанавливает и поддерживает нормальные социально-психологические отношения в группе, способствует сплочению группы, объединяет людей в одну группу, тем самым обособляя от других коллективов.

Лидер обладает определённым стилем, стратегиями поведения и набором качеств. О. Тид в своих работах выделяет следующие навыки и способности лидера. Во-первых, четкие личные цели, которые задают вектор работы и развития для молодых людей. Во-вторых, немаловажными качествами для лидера являются способность руководить, оказывать влияние на окружающих, а также уметь обучать, формировать эффективные рабочие группы и развивать подчиненных и членов команды. В-третьих, хорошего лидера характеризует способности к саморегуляции и управлению собой в стрессовых ситуациях, оперативном решении проблем. Эффективный лидер чаще всего использует власть на благо других, способен соотносить цели с потребностями и взглядами последователей. В его компетенции поощрять независимое мышление последователей и их сомнения в правильности его мнения. Лидер является сторонником открытого двухстороннего общения, учит и поддерживает последователей, делит признание с другими, обладает внутренними мотивами для определения моральных поступков.

После окончания образовательного учреждения школьники попадают в новую среду, общество, поэтому молодые люди стараются показать и проявить себя. При обучении в школе не всегда есть возможность проявить лидерские качества, занять влиятельное место в социуме, так как человек

может иметь множество ярлыков, что мешает взять больше ответственности.

Таким образом, студенческая среда является хорошим трамплином для самореализации и развития лидерских качеств.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОДВЕРЖЕННОСТИ КИБЕРБУЛЛИНГУ У МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ

Подплетько М.В., гр. СП-119

Научный руководитель профессор Калинина Н.В.

Кафедра Психологии

Регулирование Интернет-пространства в связи с его обширностью и анонимностью представляет из себя не совсем возможную задачу вследствие этих факторов, что негативно отражается на психическом состоянии пользователей социальных сетей, мессенджеров и т.д. Кибербуллинг – новое явление, появившееся в Интернете и развивающееся вместе с ним. По своей сути «кибербуллинг» является ответвлением «буллинга», где второй, в свою очередь, проявляется в социальной среде посредством психологического и/или физического насилия. При этом у этих двух похожих способов насилия над личностью имеются большие различия: кибербуллинг активно пользуется особенностями Интернета, а именно – анонимностью, широкой аудиторией и возможностью «буллить» 24 часа в сутки. Подверженность кибербуллингу – это восприимчивость, особая предрасположенность к получению различного рода проявления намеренной агрессии от «кибербуллеров» («киберагрессоров»), вследствие повышенной тревожности и низкой социальной адаптации в Интернет-среде, где агрессия проявляется виртуально путём оскорблений, угроз, отправки компрометирующих данных и пр. В настоящее время проблема кибербуллинга становится всё более актуальной в связи с тем, что под угрозой находится психическое здоровье огромного количества людей (в большей степени подростков).

Для исследования была составлена авторская анкета «Степень подверженности кибербуллингу». Она состоит из 13 утверждений, где нужно дать ответы «да» или «нет». Тип шкалы: однополярная. Тип стимульного материала: утверждения. Ответу «да» приписывается 1 балл, «нет» – 0 баллов. Исключениями являются обратные вопросы. По результатам анкеты 28 из 38 человек обладают средней подверженностью кибербуллингу. В среднем результаты по выборке означают, что для респондентов свойственна средняя подверженность кибербуллингу. Это означает, что нет выраженного крайне положительного или крайне негативного отношения к данным индивидам, и они не испытывают как

такового давления со стороны. Технически, они существуют «в мире» с другими людьми, но без высокого уровня сплоченности или дружественных связей между друг другом.

ПОВЕДЕНИЕ В СИТУАЦИИ ФРУСТРАЦИИ У МЕДИЦИНСКИХ РАБОТНИКОВ

Поминальная С.Д., гр. СП-122

Научный руководитель старший преподаватель Кайтукова З.Х.

Кафедра Психологии

Медицинские работники – специалисты, имеющие высшее и среднее специальное медицинское образование, профессиональная деятельность которых связана с действием стрессогенных факторов, повышенной ответственностью за жизнеспособность пациентов. Проведенное исследование направленности реакций медицинских работников в ситуации фрустрации различных специализаций осуществлялось на выборке, включавшей в себя 18 человек (9 врачей-патологоанатомов и 9 врачей-хирургов со средним стажем работы от 5 до 8 лет). Объект исследования: сфера проявлений личности. Предмет исследования: реакции в ситуации фрустрации врачей – патологоанатомов и врачей-хирургов. Методы исследования: методика «Фрустрационный тест С. Розенцвейга» и метод вычисления процентных долей. Гипотеза исследования: существуют различия в направленности реакций у врачей-хирургов и врачей-патологоанатомов. В результате проведенного нами исследования выяснилось, что среди патологоанатомов преобладает импунитивное направление и реакция «с фиксацией на препятствии»; интропунитивное направление с реакцией «фиксации на самозащите» встречается в 2,5 раза реже.

Среди хирургов максимальное количество выбрали экстрапунитивное направление с реакцией «фиксации на препятствие» и в три раза меньше врачей отвечали на вопросы теста в соответствии с интропунитивным направлением и реакцией «с фиксацией на самозащите». В группе врачей хирургов в момент непредвиденной ситуации превалирует гневная реакция на внешние объекты с высоким требованием ответственности к себе и трезвой критике ситуации во время поиска решения проблемы. Возможно, данная реакция связана с тем, что людям данной специальности необходимо экстренно (возможно агрессивно) исключить внешние факторы, чтобы правильно выполнить оперативное вмешательство, взять на себя ответственность и спасти жизнь человека. Врачи патологоанатомы склонны преимущественно к сдержанному поведению в ситуации фрустрации, без

внешней или внутренней агрессии, воспринимая ситуацию, как правильную и полезную.

Таким образом, наше исследование, как это и предполагалось, показало, что врачи разных специальностей реагируют на ситуацию фрустрации по-разному.

СТРЕССОУСТОЙЧИВОСТЬ ЛЮДЕЙ ИЗ ПОЛНЫХ И НЕПОЛНЫХ СЕМЕЙ

Потапова В.А., гр. СП-121

Научный руководитель доцент Костригин А.А.

Кафедра Психологии

В научной литературе активно обсуждается вопрос о важности изучения повседневного стресса, в частности его влияния на семейные взаимоотношения. Дифференциальные признаки стрессоров наблюдаются у детей из разных типов семей. В то же время повседневный стресс является результатом обыденных событий, например нехватки денег, проблем на работе и трудностей в семье. Авторы отмечают, что человек испытывает стресс и воспринимает события как угрожающие, когда он считает, что его ресурсов недостаточно для преодоления препятствий (стимулов, людей, ситуаций и т.д.), что обстоятельства требуют от него большего. Когда требования, предъявляемые к нам, превышают нашу способность справляться, мы испытываем стресс.

Считается, что подростковый возраст является «трудным», «проблемным», «неудобным» для родителей и учителей. По мнению социологов, семья является важнейшим институтом общества, поскольку с ней связано развитие человечества. Именно семья воспитывает человека, заботясь о нем и обучая его. Человек проводит большую часть своего времени в семье, больше всего влияющей на его личность. Семья – это центр общества и источник поддержания культуры.

Однако в зависимости от типа семьи социализация человека и развитие его личности реализуется разными путями. По критерию полноты выделяют полные и неполные семьи. Разница между одной семьей и другой заключается в том, что полная семья – это семья с двумя родителями, а неполная семья – с одним родителем. Состав семьи влияет на формирование личностных свойств и паттернов поведения человека.

Важным и недостаточно исследованным вопросом являются особенности стрессоустойчивости людей из полных и неполных семей. В нашем исследовании научная новизна будет заключаться в выявлении уровня стрессоустойчивости молодежи в полных и неполных семьях с помощью опросника «Перцептивная оценка типа стрессоустойчивости»

Н.П. Фетискина, а также определении их доминирующих копинг-стратегий с помощью опросника «Копинг-поведение в стрессовых ситуациях» (С. Норман, Д.Ф. Эндлер, Д.А. Джеймс, М.И. Паркер). Полученные результаты могут быть использованы в семейной практической психологии.

РАЗВИТИЕ ПСИХОЭМОЦИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ С ПОМОЩЬЮ ФЕЛИНОТЕРАПИИ

Пошина О.А., гр. СП-121

Научный руководитель доцент Никольская А.В.
Кафедра Психологии

Положительное влияние домашних питомцев на настроение и самочувствие человека было замечено с давних времен. Сейчас этот феномен уже не является загадкой и активно применяется в работе с людьми с совершенно разными психологическими особенностями.

Анималотерапия – вид терапии, в котором животные или их образы взаимодействуют с человеком для оказания психотерапевтической помощи. В свою очередь, фелинотерапия – это метод психокоррекции с участием кошек. Поскольку животное всегда выражает то, что непосредственно чувствует, так как не обладает оценочными суждениями, у пациента есть возможность напрямую взаимодействовать с существом, не использующим психологическую защиту. Кошки активно проявляют свою позицию, показывая свое удовольствие или неудовольствие. Главное достоинство работы с этими животными – отсутствие словесного негативного проявления в ответ на какое-либо поведение пациента; он может наблюдать только внешние проявления эмоций. Кошка не станет мстить или игнорировать, а сразу же продемонстрирует свое искреннее отношение. Человек улавливает причинно-следственную связь «действие-реакция» и может проанализировать, доволен ли он ответным отношением внешнего мира. Успешное общение с кошками возможно лишь при доброжелательном, уважительном обращении. Ругать животных имеет смысл только в момент совершения недопустимого поступка, потому что спустя время они уже этого не помнят и не понимают, за что их ругают. Они живут «здесь и сейчас». Эти обстоятельства учат осознанно, спокойно относиться к происходящим событиям, без негатива, контролируя свои проявления эмоций. Так как кошка подвижна и за ней нужно следить, улучшается концентрация внимания, память. Прогнозируя поведение питомца, человек тренирует мышление, пространственное представление. Он также учит себя ответственности, самодисциплине и заботе о другом. Животное – часть природы, а соприкасаясь с природой, человек успокаивается, направляет внимание в себя, рефлексивирует. Эмоциональное

напряжение также снимается за счет звуковых колебаний (25-45Гц), которые кошка издает при мурчании. Фелинотерапия применяется при депрессии, аутизме, социальных расстройствах, амнезии, посттравматических расстройствах.

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ У ЛЮДЕЙ РАЗНОГО ПОЛА

Предеина Е.А., гр. СП-121

Научный руководитель старший преподаватель Гурова О.А.
Кафедра Психологии

Эмоциональный интеллект – достаточно новое и в настоящее время очень популярное понятие. Своё распространение оно получило благодаря работам американских психологов Д. Гоулмана и Г.С. Холла в 1995 г. и 1999 г., в дальнейшем его развитием занимался Д.В. Люсин и др. Дэниел Гоулман писал, что эмоциональный интеллект есть способность человека истолковывать собственные эмоции и эмоции окружающих, с тем чтобы использовать полученную информацию для реализации собственных целей. Эмоциональный интеллект играет важную роль в успешном формировании личности. Эмпатия, самомотивация, эмоциональная осведомлённость, а также способность понимать и управлять как своими, так и чужими эмоциями – качества, представляющие собой эмоциональный интеллект. Если они хорошо развиты, обеспечивается высокая эффективность личности как в профессиональном, так и в личностном плане.

На сегодняшний день половые особенности эмоционального интеллекта малоизучены и достаточно противоречивы. Ш. Берн говорил, что нет значительных различий в эмоциональной сфере между мужчиной и женщиной. Общий коэффициент эмоционального интеллекта у них одинаковый. Однако, у женщин межличностный эмоциональный интеллект выше, а у мужчин выше внутренний ЭИ. В современном мире на эмоциональный интеллект могут влиять гендерные стереотипы, ограничивающие выражение эмоций, «не свойственных» представителям определённого пола. Например, проявления печали, депрессии, страха и таких социальных эмоций, как стыд и смущение, рассматриваются как «немужские». Мужчины, проявляющие подобные эмоции, оцениваются более негативно по сравнению с женщинами, их не склонны утешать в этих случаях, как это принято по отношению к женщинам. Выражение гнева и агрессии, напротив, считается приемлемым для мужчин, но не для женщин. Агрессивные мальчики оцениваются как более привлекательные и компетентные, чем неагрессивные, в то время как агрессивные девочки оцениваются как менее привлекательные и обычно сталкиваются с широким

кругом проблем во взаимоотношениях со сверстниками. В ситуации конфликта мужчины в большей мере склонны к внешней агрессии, в то время как женщины – к аутоагрессии (к самообвинению). Анализируя выше сказанное, можно сделать вывод о том, что эмоциональный интеллект у обоих полов имеет незначительные различия, связанные с влиянием социокультурных и других факторов.

САМООЦЕНКА ЛИЧНОСТИ

Пылина Д.Д., гр. СП-121

Научный руководитель профессор Антоненко И.В.

Кафедра Психологии

Самооценка является инструментом, который интересен не только процессом своего формирования, но и функциями. Исследования самооценки и по сей день занимают важное место в психологии, так как доказывают и показывают ее влияние на уровень человеческой жизни. А ознакомление с данной информацией стимулирует уделить должное внимание вопросу и заняться построением собственной самооценки. По определению А. Захаровой самооценка является формой отражения человеком самого себя как особого объекта познания, репрезентирующей принятые ценности, личностные смыслы, меру ориентации на общественно выработанные требования к поведению и деятельности. В основе самооценки лежат социально значимые ценности, которые позволяют осознавать себя личностью достойной уважения в данном обществе в данное время. Самооценка личности в своей структуре имеет два компонента: когнитивный и эмоциональный. Когнитивный компонент включает в себя все, что человек узнал о себе из разных источников информации. Эмоциональный компонент выражает собственное отношение к сторонам личности – поведению, характеру, привычкам.

К основным функциям самооценки относят: регуляторную – обеспечивает принятие задач и выбор решений, защитную – обеспечивает относительную стабильность личности и ее независимость, развивающую – подталкивает личность к совершенствованию, эмоциональную – позволяет человеку ощущать удовлетворенность собственной личностью, своими качествами и характеристиками, отражающую (или сигнальную) – отображает реальное отношение человека к себе, своим поступкам и действиям, а также позволяет оценить адекватность действий.

Различают адекватную и неадекватную самооценку. Адекватная самооценка – это такое представление человека о самом себе, которое соответствует действительности. Неадекватная самооценка бывает двух видов: заниженная и завышенная. Самооценка чуть выше или ниже

среднего уровня достаточно распространенное явление, она практически не проявляется особым образом в поведении человека, не мешает жить и взаимодействовать с другими индивидами. Если значение самооценки далеко от оптимального уровня (значительно выше или ниже среднего уровня), это оказывает пагубное влияние на поступки человека и может привести к неадекватному поведению.

Самооценка занимает важную роль в качестве жизни, в величине притязаний индивида. Человек, обладающий высокой самооценкой, стремится достичь определенных успехов в построении карьеры, семьи. Он преодолевает себя, берется за задачи самой разной сложности и добивается результата. Порой это сопровождается столкновениями с трудностями и ошибками. Низкая самооценка часто препятствует совершенствованию. Человек остается на том же уровне, боясь перемен.

ВОЗДЕЙСТВИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ ОТНОШЕНИЯ ЛИЧНОСТИ К СОБЫТИЯМ

Радзивилл Б.М., гр. СЖ-120

Научный руководитель старший преподаватель Некрасова А.С.

Кафедра Психологии

В свете последних событий актуальность нашей работы заметно выросла, так как сейчас как никогда остро ощущается влияние общественного мнения и мнения общественных лидеров на отношение индивида к происходящим вокруг него событиям. Более того, несмотря на большое количество исследований в рамках этой темы её все сложно назвать исчерпанной. Приведем здесь некоторые из них. Цель нашей работы исследовать влияние инфлюенсеров и СМИ на отношение индивида к тем или иным вещам, а также, на тенденции общественной самопрезентации личности. В рамках нашей работы мы рассмотрим следующие этапы. Выделим наиболее влиятельных блогеров и СМИ для нашей целевой аудитории и рассмотрим предлагаемые и транслируемые ими образы поведения, а также, типы отношения и восприятия одинаковой информации. Проанализируем воспроизводимые фанатами образы в соц. сетях и их тип отношения и восприятия тех или иных событий. Сделаем выводы о типах современной мимикрии в рамках сети интернет.

Люди действительно склонны думать, что их мысли и чувства идентичны мыслям и чувствам других людей. Исследователи назвали этот феномен «эффектом ложного согласия». В экстренных ситуациях индивиды берут пример с других, что часто приводит к фатальному бездействию. Студентов пригласили в комнату и попросили заполнить опросник. Кто-то оказался в комнате один, кто-то – с двумя другими студентами или с двумя

людьми, которых исследователи проинструктировали ни на что не реагировать. Внезапно в комнату начал поступать дым. Большинство из тех, кто находились в комнате одни, сообщили о чрезвычайной ситуации. Из тех, кто находились в комнате с другими студентами, только треть решили поднять тревогу. Другие две трети волновались, но игнорировали дым. Это исследование, проведенное в 1968 году Бибом Латане (Bibb Latané) и Джоном Дарли (John M. Darley), более чем наглядно доказывает, что, как только индивид сталкивается с непонятной и неожиданной ситуацией, он смотрит на то, как поведут себя другие. В первые минуты пожара, взрыва, вооруженного нападения если большая масса бездействует, то и конкретная личность скорее всего тоже действовать не станет.

ИЗУЧЕНИЕ МУЗЫКАЛЬНЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ СОВРЕМЕННЫХ МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ

Рябовичева А.С., гр. ВМАГ-П-122
Научный руководитель профессор Калинина Н.В.
Кафедра Психологии

Понятие личности молодых людей имеет обширную информационную составляющую. Принято считать, что это люди в возрасте от 14 до 35 лет. Это та категория населения, которая наиболее всего открыта к новому, которая только изучает внутренний и внешний мир, включает в свою жизнь всевозможные активности и виды деятельности. В данном возрасте человек максимально загружен, поэтому важно иметь хобби, развлечение, чтобы было проще справляться с внешним и внутренним напряжением. Это необходимо в первую очередь для физического и духовного здоровья. Одним из таких занятий можно считать музыку. Многие её пишут, исполняют, но очевидно то, что большая часть людей именно слушают готовые композиции, для многих это занятие становится отдыхом или даже смыслом жизни. Это настолько обширное занятие, что, опираясь на музыкальные предпочтения человека можно узнать многое про его интересы, общественные позиции, характер и даже состояние психики. Изучив базу того, какую музыку слушает современные молодые люди можно в дальнейшем исследовать различные вопросы, которые касаются внутреннего мира и внешних факторов.

Для того, чтобы изучить то, какие музыкальные направления предпочитают современные молодые люди был создан авторский опросник. Состоит он из двух блоков. В первом представлены общие вопросы. Они касаются пола, возраста, семейного положения и деятельности личности. Второй блок включает в себя основные вопросы по теме. В первую очередь узнается то, слушает ли респондент музыку, входит ли она в круг его

интересов и занятий. Если нет, то опросник для данного человека завершается, так как есть вероятность того, что на следующие вопросы он не сможет ответить честно и рационально. Если ответили да, то опрос продолжается. Нужно выбрать направление, которое больше всего нравится. В основном предлагаются 4 варианта: поп, рок, джаз, классика, но также есть возможность добавить свой вариант ответа. Затем будут заданы вопросы на тему того, что именно нравится в данном направлении, какие эмоции оно вызывает. Анкета будет предложена молодым людям в возрасте от 18 до 25 лет, все данные анонимные. Исследуя результаты данного опросника, можно изучить то, какое музыкальное направление в приоритете у молодых людей в 2023 году, выяснить ряд закономерностей и взаимосвязей между возрастом, социальным положением и любимым направлением. Опросник может стать основой для изучения различных проблем в психологии, социологии, культурологии.

НАПРАВЛЕННОСТЬ И КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ АГРЕССИВНОСТИ У МОЛОДЕЖИ

Сарболотская П.А., гр. СП-120
Научный руководитель доцент Костригин А.А.
Кафедра Психологии

Особенности коммуникативной агрессии у людей с разной направленностью агрессии являются важной научной проблемой в условиях современного развития общества. На фоне различных политических, экономических и других обострений возросло общественное напряжение, что вызывает рост агрессивных тенденций в настроениях и коммуникации. Цель исследования заключается в изучении взаимосвязи направленности и коммуникативных аспектов агрессии у молодежи. В результате эмпирического исследования коммуникативной агрессивности у молодых людей по методике «Диагностика коммуникативной агрессивности» (В.В. Бойко) было выявлено, что респонденты не умеют переключать агрессию на деятельность и неодушевленные предметы, отсеивать получаемую агрессию, а также аутоагрессию, ведущую к конфликтности.

Результаты проведенного исследования на направленность агрессии по методике «Ауто- и гетероагрессия» (Е.П. Ильин) показали, что респонденты склонны больше к аутоагрессии, чем к гетероагрессии. Респонденты проявляют самобичевание, негативное отношение к самому себе, у них может присутствовать зависимость и нарушения работы организма, а также более высокий уровень агрессии из-за настороженности в отношении оценки окружающих людей и их действий. Были найдены следующие корреляции: аутоагрессия – удовольствие от агрессии (0,61),

ритуализация агрессии (0,70). Это означает, что аутоагрессия в общении позволяет найти выход накопившейся психической энергии и получить от этого удовольствие, может являться способом «удержать партнера» за неимением других способов выражения привязанности; манипулирование через агрессию. Гетероагрессия в коммуникации может проявляться неожиданно, т.е. может найти выход под влиянием незначительного раздражителя в неподходящий момент. Взаимосвязь с аутоагрессией может проявляться в повышенной конфликтности из-за субъективного ощущения неполноценности, проявляясь как попытка отстоять себя.

Исходя из полученных данных можно утверждать, что коммуникативная агрессивность взаимосвязана с разной направленностью агрессии. Эти результаты могут быть применены в области психологического консультирования, в психологии межличностного общения и для нормализации психологического климата.

ЛИЧНОСТНЫЕ КАЧЕСТВА СТУДЕНТОВ

Селиверстова О.Д., гр. СП-221

Научный руководитель профессор Антоненко И.В.

Кафедра Психологии

Вопрос личности, так же, как и качества, присущие ей, изучались большим количеством психологов, как зарубежных, так и отечественных школ. Среди них такие деятели как З. Фрейд, К.Г. Юнг, Р.Б. Кеттел, Г.Ю. Айзенк, Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, Д.Н. Узнадзе, и т.д. Каждый из деятелей выделял различные качества личности. Например, понятия экстраверсии и интроверсии были введены К.Г. Юнгом для обозначения двух противоположных типов личности. Позднее этой темой заинтересовался Г.Ю. Айзенк. Взяв за основу концепцию Юнга, он дает физиологическую интерпретацию. Он утверждает, что в основе проявлений интроверсии-экстраверсии лежат врожденные особенности ЦНС, от которых зависит баланс между процессами возбуждения и торможения.

Кеттелл в своей теории стремится учитывать многочисленные черты, составляющие индивидуальность (степень обусловленности наследовательности, влияние окружающей среды, и как эти факторы будут взаимодействовать между собой). Несмотря на утверждение, что поведение определяется взаимодействием черт и ситуационных переменных, его главная организующая концепция личности заключается в описании различных типов, выявленных им черт. Он выделил основные исходные черты, которые можно выявить с помощью его опросника. Сейчас она больше известна как 16-факторная структура личности.

Канадские ученые П.Л. Хьюитт и Г.Л. Флетт рассматривали такое личностное качество, как перфекционизм. Авторы определяют перфекционизм, как стремление быть совершенным, безупречным во всем. Основываясь на результатах исследований (как своих, так и других ученых) они выделили три составляющих перфекционизма, которые диагностируются созданной ими методикой. Для нашего исследования мы решили взять следующие личностные качества, которые выявляли у студентов: экстраверсия-интроверсия; перфекционизм.

ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ ВЕЖЛИВОСТИ У МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ

Сенокосова А.О., гр. СП-119

Научный руководитель доцент Никольская А.В.

Кафедра Психологии

Вежливость связана с агрессией. Вежливость является социально одобряемой и необходимой для жизни в обществе. Агрессия, наоборот, неприемлема и обычно осуждается. При изучении агрессивного поведения мы исследуем не только агрессивность, но и обратную его сторону – вежливость. С целью исследования уровня вежливости у молодых людей нами был составлен опросник на «Определение уровня вежливости». Он состоит из 13 утверждений, где даются варианты ответов: «часто», «иногда», «редко», «никогда», «затрудняюсь ответить». Тип шкалы: однополярная. Тип стимульного материала: утверждения. Ответу «часто» приписывается 4 балла, «иногда» – 3 балла, «редко» – 2 балла, «никогда» – 1 балл, «затрудняюсь ответить» – 0 баллов. В процессе апробации методики были рассчитаны описательные статистики полученных данных на изучаемой выборке.

Для точности методики по ней была проведена нормализация. Чем больше сумма баллов, тем больше свойственна вежливость. Высокий уровень вежливости означает, что человек уважительно и тактично общается с другими людьми, готов выслушивать, идти на компромисс. Вежливость позволяет людям чувствовать себя комфортно в обществе друг друга и избегать напряженности в отношениях. Низкий уровень вежливости показывает, что человек общается с другими людьми неуважительно, нарушает личные границы, не готов слышать другого и избегает компромисс. В исследовании приняли участие 54 человека, в возрасте от 18 до 25 лет. 40 женщин и 14 мужчин.

По результатам исследования выявлено, что по всей выборке для молодежи свойственна средняя склонность к вежливости. Это означает, что молодые люди, в целом, вежливы. Человек, имеющий средний уровень вежливости, чаще всего поступает по ситуации. В определенных ситуациях

он уступит другим, не нарушает границы, старается прийти к компромиссу, выслушивает другого, в иных же ситуациях способен проявлять себя противоположным образом.

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СТИЛЕЙ МЕЖЛИЧНОСТНОГО ОБЩЕНИЯ У МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ

Слободина Е.С., гр. СП-121

Научный руководитель профессор Калинина Н.В.

Кафедра Психологии

Процесс коммуникации неотъемлемая и очень важная часть жизни каждого. Без передачи информации друг другу общество не имело бы возможности развиваться. Межличностное общение несёт психологическую нагрузку, которая определяет успешность человека во всех сферах жизнедеятельности. Мы постоянно взаимодействуем с другими людьми, а наше общение имеет свои отличительные особенности.

Стиль межличностного общения – это устойчивая индивидуально-специфическая форма поведения человека, которая проявляется при непосредственном взаимодействии с другими людьми. Важно понимать, что на формирование стиля общения, влияют многие факторы, например: воспитание, социальное влияние, профессиональная деятельность, нравственно-этические установки, а также темперамент.

Анализ научной литературы по вопросу стилей межличностного общения показал, что Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погорьша В.М. характеризуют стиль общения как индивидуальную стабильную форму реагирования человека при контакте с другими. В зарубежной психологии наиболее популярны исследования Тимоти Лири. В 1950-ые годы он и его соавторы Р. Сазек, Г. Лефорж разработали методику диагностики преобладающего типа отношений к другим. Она предназначена для изучения представлений субъекта о себе идеальном и реальном, а также для изучения взаимоотношений в малых группах. Опросник диагностики межличностных отношений (ДМО) состоит из 128 утверждений, описывающих черты и способы поведения человека, например: «Стремящийся к успеху», «Дорожит мнением окружающих», «Любит заботиться о других». Таким образом, описывает восемь стилей общения: авторитарный (властный-лидирующий), эгоистичный (независимый-доминирующий), агрессивный (прямолинейный), подозрительный (недоверчивый-скептический), подчиняемый (покорный-застенчивый), зависимый (послушный), дружелюбный (сотрудничающий-конвенциональный), альтруистический (ответственный-великодушный).

Нами было проведено исследование среди студентов от 18 до 20 лет. Было выявлено, что молодым людям свойственны альтруистический, авторитарный и дружелюбный стили межличностного общения. Это позволяет сделать вывод, что для молодых людей характерны такие качества как ответственность, стремление помочь другим людям, дружелюбность, любезность с ними, которые свойственны альтруистическим и дружелюбным типам, а также лидерство всех видах групповой деятельности и энергичность – для авторитарного типа.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТОЛЕРАНТНОСТИ ПОКОЛЕНИЯ Z

Сыч. Л.Д., гр. СЖ-120

Научный руководитель старший преподаватель Некрасова А.С.
Кафедра Психологии

Молодежь является значимой частью развития общества, при этом происходит интенсивная динамика в психологических особенностях, поэтому важно разобраться в аспектах толерантности поколения Z.

С точки зрения научного знания толерантность выступает достаточно проблематичным и противоречивым понятием. Иногда даже считают, что толерантность – это некий парадоксальный феномен. И, следовательно, часто подвергается критике. Из-за этого возникло мнение, что толерантность можно воспринимать как инструмент, который достаточно ценен, но может поспособствовать достижению еще более значимой ценности. Это привело к тому, что толерантность считают не целью, а средством достижения будущей цели. Только в условиях толерантного общества есть возможность реализации прогресса как одного человека, так и всего социума в целом.

Цель исследования: теоретически рассмотреть психологические аспекты толерантности поколения Z. Поколение «Z» – это поколение людей, которое родилось в промежутке 2000-2015 годов.

Разнообразие ценностей, существующих в современном мире, и отсутствие четких норм в современной культуре привели к развитию концепции толерантности. В разных областях понятие толерантности интерпретируется по-разному. В психологии толерантность понимается как качество биологической или социальной системы, которое позволяет безоговорочно принимать другую систему или ее элементы. Ученый-педагог Б.З. Вольф говорит, что толерантность – это своего рода способность общаться с окружающими его людьми, характеризующимися другим менталитетом и другим образом жизни.

В современной науке существует множество понятий и определений толерантности. Однако также существует множество теорий толерантности, в которых отражаются виды и варианты данного понятия. Общество уделяет большое внимание таким видам толерантности: как межэтническая, межконфессиональная и политическая нетерпимость. Таким образом, мы рассмотрели подходы к изучению феномена толерантности и психологические аспекты поколения Z. В дальнейшем планируется эмпирическое изучение толерантности и иррациональных установок молодежи.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЛИЧНОСТИ ЖУРНАЛИСТА

Сыч. Л.Д., гр. СЖ-120

Научный руководитель старший преподаватель Некрасова А.С.
Кафедра Психологии

Журналистика – один из самых сложных видов профессий, взаимодействующих с обществом. Каждый журналист ежедневно расширяет свой кругозор, ведь требования в данной сфере высоки. Профессионал не может позволить себе малейший промах, потому что даже самая маленькая оплошность, может привести к критическим последствиям на мировом уровне. Журналистика является весомым социальным явлением, регулярно освещает происходящее как в стране, так и в мире. Чтобы стать журналистом – недостаточно хорошо знать свой родной язык и быть начитанным. Необходимо иметь обширный кругозор, обладать высокими навыками коммуникации, уметь чётко и грамотно доносить информацию до самых разных аудиторий, выражать свои мысли в разных жанрах. Цель исследования: провести теоретический анализ характеристик личности журналиста. Помимо всего вышперечисленного, журналисту необходимо учитывать психологические особенности личности «типажированного» образа и своего личного

Психологические особенности журналиста включают: творческое мышление и интерес к разным темам; способность включаться в различные рабочие ситуации; скорость и способность принимать решения; умение манипулировать информацией; сильная эмоциональная сторона и мягкий характер; знания о безопасном путешествии; гибкость и умение работать в ситуации стресса и неуверенности. Объективные требования к профессии формируют мир личности журналиста-профессионала. На заре российской журналистики первую сводку черт личности журналиста сделал М.В. Ломоносов в «Диссертации о личности журналиста». Идеальный журналист – это хорошо обученный профессионал, который имеет огромное желание

узнавать новые вещи и делиться достоверной информацией с другими людьми.

ВЗАИМОСВЯЗЬ САМООЦЕНКИ ЛИЧНОСТИ И ВНУТРИЛИЧНОСТНОГО КОНФЛИКТА У СТУДЕНТОВ-МЕНЕДЖЕРОВ

Филенко А.О., гр. СП-221

Научный руководитель доцент Никольская А.В.

Кафедра Психологии

Проблема самооценки в психологии изучается достаточно продолжительное время. Исследованием самооценки занимались многие авторы, такие как А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн и др. Также множество работ было посвящено изучению внутриличностного конфликта, данный вопрос рассматривали такие авторы как А. Лурия, В. Мясищев и др. Многие считают, что данная проблема хорошо исследована, но изучение взаимосвязи самооценки с уровнем внутриличностного конфликта личности у студентов является актуальной темой для современных условий жизни, так как стабильность самооценки играет неотъемлемую роль в преодолении новых этапов жизни молодежи, а наличие внутриличностных конфликтов может влиять на нестабилизацию уровня самооценки человека. Цель исследования теоретически изучить взаимосвязь самооценки и уровня внутриличностного конфликта у студентов менеджеров. Именно в возрасте 18-20 лет студенты вступают в самостоятельную жизнь и переживают смену социальных ролей. Мы теоретически изучили важность вопроса взаимосвязи самооценки личности и уровня внутриличностного конфликта и раскрыли эти понятия.

В исследованиях А.З. Зака самооценка представляется как средство осознания индивидом собственных способов решения различных задач, на которых впоследствии строится план дальнейших действий. Самооценка формируется тогда, когда человек сопоставляет мнения о себе окружающих людей. Изначально индивид учится оценивать окружающих, а навыки к самоанализу и рефлексии формируются в юношеском возрасте. Внутренние конфликты – это некое противоречие наших внутренних феноменов. Рассматривая данное определение, можно сделать вывод, что в первую очередь, у человека в состоянии конфликта происходит столкновение желаний. Одна часть личности отстаивает определенные желания, а другая часть их отклоняет. А. Лурия считал, что ситуация, где в поведении личности взаимодействуют две противоположные тенденции и является внутриличностным конфликтом. В работе А.Я. Анцупова и А.И. Шипилова

содержится классификация конфликтов, которая в данной работе будет взята за основу рассмотрения внутриличностных конфликтов.

Таким образом, мы провели теоретический анализ и подготовились к эмпирическому исследованию взаимосвязи самооценки и уровня внутриличностного конфликта.

ОСОБЕННОСТИ ВНУТРИЛИЧНОСТНОГО КОНФЛИКТА И САМООЦЕНКИ У МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ

Филенко А.О., гр. СП-221

Научный руководитель старший преподаватель Некрасова А.С.

Кафедра Психологии

Проблема самооценки в психологии изучается достаточно долго. Исследованием особенностей самооценки занимались многие авторы, такие как, А.Н. Леонтьев, Б.Г. Ананьев и др. Множество работ было посвящено изучению особенностей внутриличностного конфликта, данный вопрос рассматривали такие авторы как А. Лурия, В. Мерлин и др. Многие считают, что данная проблема хорошо исследована, но изучение особенностей данных аспектов у молодых людей является актуальной темой для изучения в современных реалиях, так как стабильность самооценки играет неотъемлемую роль в преодолении новых этапов жизни молодежи, а наличие внутриличностных конфликтов может влиять на стабилизацию уровня самооценки личности. Цель исследования: изучить особенности внутриличностного конфликта и самооценки у молодых людей.

Молодость достаточно важный период в жизни человека, в данное время человек определяет свои дальнейшие цели свою деятельность, образ жизни. Самооценка играет значимую роль в данном периоде, т.к. уровень самооценки индивида влияет на степень реализации своих целей. Самооценка регулирует поведение человека, от нее зависят все взаимоотношения, и требования к своему Я. Изначально индивид учится оценивать окружающих, а навыки к самоанализу и рефлексии формируются во время молодости. Молодежь выбирает цели и средства их достижения, которые связаны с различными компонентами своего Я. Самооценка повышается, если ожидания соответствуют реальности и понижаются, если цель не достигнута. Завышенные требования к себе и систематическое подавление собственных потребностей впоследствии порождают невротические симптомы. Во внутриличностном конфликте имеют место текущие наблюдения, предшествующая история и интерперсональные мотивы. Личностное самооценивание при этом может быть различным: возрастающим, понижающимся или оставаться незначительно изменённым. В. Мерлин рассматривал внутриличностный конфликт как результат

неудовлетворения личностных потребностей. Существует множество видов внутриличностного конфликта, одним из них является конфликт неадекватной самооценки. Он возникает между «я хочу» и «я могу» у тех людей, у которых завышена или занижена самооценка.

В дальнейшем планируется проведение эмпирического исследования, направленное на изучение особенностей на выборке из двух групп – мужчин и женщин.

ОСОБЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ ПОДРОСТКОВ С РАЗЛИЧНЫМИ УРОВНЯМИ СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ

Фирулина К.М., гр. ИКТ-122

Научный руководитель старший преподаватель Гурова О.А.
Кафедра Психологии

Проблема формирования личности подростка прочно связана с его способностью и возможностью определения себя как части социума, с темой социальной адаптации. Особенностью личности в подростковом возрасте является чрезмерное усиление определенных черт, появляется избирательная уязвимость в одних ситуациях и невероятная устойчивость в других. Отмечается неустойчивость личностных проявлений, например, смелость и решительность может смениться робостью, застенчивостью, неуверенность в себе сменяется переоценкой своих сил и наоборот. Значительное развитие в подростковом возрасте приобретают волевые черты характера: развивается способность длительно преследовать поставленные цели, появляются внутренние возможности преодолевать препятствия на пути к ним. Процесс социальной адаптации в гуманистической психологии (А. Маслоу, К. Роджерс) понимается как конструктивное и динамичное взаимодействие индивида и окружающей среды. Процесс социальной адаптации описывается формулой: конфликт-фрустрация-приспособление. Конфликт возникает, когда возникает неудовлетворенность потребностей личности. Для решения возникших конфликтов индивид прибегает к конструктивным или неконструктивным поведенческим реакциям.

Ключевую роль в успешной социальной адаптации подростка играет школа. В ней у подростка появляется возможность реализовывать свой потенциал, развивать коммуникативные и социальные навыки. В исследовании принимали участие подростки 14-15 лет, учащиеся школы в количестве 30 человек. При проведении исследования для определения групп подростков с высоким и низким уровнем социальной адаптации был использован метод экспертных оценок. В качестве экспертов привлекались педагоги, обучающие подростков, и школьный психолог. Методика,

направленная на изучение личностных свойств – 16-факторный личностный опросник Кеттелла. У подростков с высоким уровнем социальной адаптации высокие значения по фактору С (эмоционально устойчивы, спокойны) факторам L, O, и Q4 (дружелюбны, спокойны, внутренне расслаблены), высокие значения по факторам А, F, I. (приветливы, готовы к новым знакомствам, беззаботны, разговорчивы, сентиментальны, умеют сочувствовать другим), низкие значения по фактору Q2 (зависимость от чужого мнения, ориентация на социальное одобрение).

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ У РОССИЙСКИХ СТУДЕНТОВ

Халикова К.Р., гр. СП-120

Научный руководитель доцент Никольская А.В.

Кафедра Психологии

Ценности сейчас занимают важное место в социальных науках и медиа из-за снова происходящей переориентации общества. Социальные и политические предпосылки диктуют необходимость проведения исследования в группе, наиболее подверженной внедрению деструктивных ценностей – студенческой. Целью исследования стало изучение ценностных ориентаций у российских студентов. Результаты эмпирических исследований, проведенных по методике «Ценностные ориентации» М. Рокича, следующие. У студентов наблюдается выраженность индивидуалистических ценностей (7,84), ценность личной жизни (8,17), и менее выражены ценности профессиональной самореализации (8,85), альтруистические ценности (9,2) и конформистские ценности (9,62). Это означает, что студенты ценят независимость, непримиримость к недостаткам, рационализм, смелость в отстаивании своего мнения, твердую волю, любовь, наличие хороших и верных друзей, свобода, счастливую семейную жизнь, удовольствие. Это можно связать с фактом, что студенты еще не освоили профессиональные навыки в той мере, которые позволили бы им осознать ценность профессии и поощряемые прошлыми поколениями альтруистические и конформистские ценности. Также здесь прослеживается влияние индивидуалистической культуры, сменившей советскую направленность на интеграцию и объединение вследствие перехода на рыночную экономику. Еще одна предположительная причина таких ответов – кризис юности, проживаемый студентами, или переход во взрослую самостоятельную жизнь, где становится необходимо отстаивать себя и свои ценности самостоятельно. Также студенты меньше ценят активную деятельную жизнь, интересную работу, общественное признание, продуктивную жизнь, развитие; терпимость, чуткость; воспитанность, самоконтроль, широту взглядов. Как было сказано выше, это может быть

следствием обособления личности, но также это может быть связано с тем, что потребности, подразумеваемые под этими ценностями, удовлетворены – активная и деятельная студенческая жизнь, легкость общественного признания, широта взглядов, воспитанность, чуткость.

На основании этого можно сделать вывод: у студентов преобладают индивидуалистические ценности и ценность личной жизни. Результаты применимы в области межличностной и консультативной психологии.

ИССЛЕДОВАНИЕ ЭМПАТИИ СТУДЕНТОВ

Халфина К.И., гр. СП-220

Научный руководитель доцент Тимохин В.В.

Кафедра Психологии

Данное исследование проводилось с помощью многофакторного опросника эмпатии М. Дэвиса (в обработке Т.Б. Карягиной). Исследование проводилось дистанционно. Участие принимали 95 студентов, обучающихся на различных направлениях. По шкале «сопереживание» большая часть студентов (59%) имеют среднюю выраженность. Немного меньше людей имеют высокую степень сопереживания (34%). Наименьшее количество людей имеют низкую выраженность показателя (7%). Таким образом, большинство человек имеют тенденцию к погружению в чувства и эмоции других людей, однако сопереживание не является гипертрофированным и не доставляет чрезмерных переживаний. Оно несет в себе умение проникнуться чувствами.

По показателю «децентрация» большинство респондентов имеют среднюю выраженность (69%), высокую – 28%. С низкой выраженностью было выявлено 3 человека (3%). Таким образом, многие студенты не проявляют эгоцентрического поведения, однако лишней раз не идут против своих намерений. По шкале «эмпатическая забота» среднюю выраженность имеют 72% студентов. 22 человека (22%) имеют высокую степень эмпатической заботы. 3 человека (3%) имеют низкую выраженность данного показателя. Подавляющее большинство опрошенных имеют тенденцию испытывать сочувствие, к несчастью, других, жалость, сострадание, желание помочь. Однако в некоторых ситуациях люди со средней выраженностью эмпатической заботы способны проявить хладнокровие. По показателю «эмпатический дистресс» наибольшее количество опрошенных имеют среднюю выраженность (53%), немного меньше – низкую выраженность (42%), и 5 человек (5%) имеют высокую выраженность данного показателя.

Полученные результаты говорят нам о том, что большая часть студентов (со средней выраженностью) не подвержены сильным

потрясениям при трудных ситуациях и в моменты, когда нужно оказать помощь пострадавшим от чего-либо. Зачастую они выбирают уход от проблемы с помощью помогающего или избегающего поведения, но в ряде случаев происшествия сильно их не беспокоят. Однако, большое количество людей имеют низкую выраженность, а это значит, что желание помочь у них возникает из направленности на человека, а не на себя.

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЛИЧНОСТИ

Хамидуллина Д.Ф., гр. МАГ-П-121
Научный руководитель профессор Антоненко И.В.
Кафедра Психологии

Существуют такие социально-психологические характеристики личности, которые способствуют росту потребности человека в психологической помощи. Можно выделить такие характеристики как одиночество, тревожность, ответственность и самооценка. Актуальность данного вопроса состоит в том, что в ходе анализа литературы существует потребность в психологической помощи людей, имеющих трудности с выделенными характеристиками.

Изучением проблем одиночества и тревожности занимались такие ученые как Н.В. Имедадзе, И.С. Пшцева, Л.В. Бороздина, В.М. Астапов, Е.В. Вяткин, С.А. Водяха, И.Ю. Гаранькова, А.М. Прихожан, Ю.Л. Ханин, Т.Ю. Артюхова, З. Фрейд, Г.С. Салливан, К. Хорни, Р. Мэй, Э. Эриксон и другие. Одиночество человека – сложная проблема, обусловленная социальными, психологическими, экономическими и культурными факторами. Известно, что за границами оптимальных значений тревожность оказывает негативное влияние на поведение и деятельность человека. Нарушения деятельности и дезадаптацию обычно связывают с чрезмерно высоким или слишком низким уровнями тревожности. Ответственность человека представляет собой одну из наиболее сложных проблем в психологии, которая все еще не разрешена, несмотря на многочисленные исследования, посвященные этой теме. Ответственность имеет огромное значение во всех сферах жизнедеятельности человека и общества в целом. Она является одним из первичных, фундаментальных принципов человеческого бытия и нравственности.

Изучение самооценки характеризуется высокой степенью разработанности, ее вопросом в разные годы и с всевозможных сторон занимались Б.Г. Ананьев, Р. Бернс, Л.В. Бороздина, У. Джеймс, К. Роджерс, И.И. Чеснокова, Борис Литвак и другие. Согласно мнению И.И. Чесноковой, основу самооценки составляет эмоционально-ценностный уровень

самосознания, который оказывает влияние на развитие поведенческого и когнитивного уровня. Таким образом, следует сказать, что рассмотренные социально-психологические характеристики личности, оказывают влияние на поведение человека и его восприятие окружающего мира, что, в свою очередь, способствует его удовлетворенности жизнью.

ТОЛЕРАНТНОСТЬ СТУДЕНТОВ

Харина Я.А., гр. СП-220

Научный руководитель доцент Тимохин В.В.

Кафедра Психологии

В настоящее время людям всё сложнее проявлять уважение к тому многообразию культур, которое окружает их изо дня в день. В связи с этим, человек становится участником множества конфликтов. Толерантность выступает предпосылкой эффективной деятельности личности в конфликтной ситуации. Именно осознание, принятие правомерности наличия у оппонента собственной позиции позволяет выбрать одну из эффективных стратегий поведения в конфликтной ситуации – сотрудничество.

Респонденты с высокими показателями сотрудничества в конфликтной ситуации проявляют более высокий уровень социальной толерантности. Для таких людей свойственно принятие различных форм самовыражения и проявления человеческой индивидуальности. К стратегии «сотрудничество» обращаются люди, основным желанием которых является сохранение межличностных отношений. Данная стратегия может быть наиболее эффективна, когда в установках человека центральное место занимает уважение к людям.

Респонденты с высокими показателями сотрудничества в конфликтной ситуации проявляют более высокий уровень по показателям «использование себя в качестве эталона при оценках других» и «стремление переделать, перевоспитать партнёра по общению». Принятие особенностей поведения, индивидуальности стилей коммуникации партнёров по взаимодействию помогает сделать коммуникационный процесс приятным и эффективным, являются основой для понимания окружающих людей. Сотрудничество проявляется в стремлении выработать решение, полностью удовлетворяющее интересам обеих сторон. Данная стратегия возможна, когда человек обладает установкой об индивидуальности и непохожести каждого. Субъекты с низкими показателями сотрудничества в конфликтной ситуации чаще обращаются к менее эффективным стратегиям поведения (соглашательская политика, уход, активное противостояние, взаимные

уступки). Данные стили не основываются на сохранении межличностных отношений, поэтому показатели по всем параметрам ниже.

На основании полученных данных можно сделать вывод, что существуют различия между толерантностью у субъектов с высокими и низкими показателями сотрудничества в конфликтной ситуации.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ СТУДЕНТОВ РАЗЛИЧНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ПОДГОТОВКИ

Харитонов А.А., гр. СП-221

Научный руководитель доцент Костригин А.А.

Кафедра Психологии

Впервые в отечественной психологии понятие направленности личности ввел С.Л. Рубинштейн, который определил ее через мотивы, потребности, интересы. Он рассматривал направленность личности как совокупность различных тенденций, которые определяют поведение человека и сами, в свою очередь, определяются целями и задачи деятельности. Профессиональная направленность – свойство личности, характеризующее отношение человека к выбранной профессии, оказывающее воздействие на подготовку и успешность профессиональной деятельности, без которой профессиональное становление личности будущего специалиста невозможно. Этот процесс обусловлен проявлениями внутренних ресурсов, свойств, установок на пути профессионального становления и развития личности.

Люди все чаще сталкиваются с проблемой поиска себя, выбора той профессии, которая будет соответствовать их интересам и личностным качествам, позволяющим с большим профессионализмом проявляться в рабочей деятельности. По профессиональной направленности определяется также тип личности, ее поведение, мотивация. В настоящее время является актуальным обращение к особенностям профессиональной направленности современных молодых специалистов и осваивающих профессию студентов. Это обусловлено появлением новых профессий, а также изменением социализации молодежи, в том числе в области профессиональной деятельности. Представим план эмпирического исследования профессиональной направленности студентов различных направлений подготовки. В качестве методов планируется использовать опросник «Интегративно-типологическая профессиональная направленность личности» (Н.Е. Рубцова) и «Методику изучения профессиональной идентичности» (Л.Б. Шнейдер). В качестве выборки будут выступать студенты гуманитарных и технических специальностей. Предполагается, что результаты покажут специфику профессиональной направленности и

идентичности людей, осваивающих гуманитарные и технические специальности. Выявленные данные будут способствовать разработки эффективных мероприятий по профориентации.

СТИЛИ РУКОВОДСТВА СУБЪЕКТОВ С РАЗНОЙ ГЕНДЕРНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИЕЙ

Цанг А.А., гр. СП-120

Научный руководитель старший преподаватель Гурова О.А.
Кафедра Психологии

Управленец, используя тот или иной стиль руководства, может воздействовать на динамику развития организации и социально-психологический климат внутри нее. Это знание формирует необходимость понимания того какими именно различиями обладают руководители с теми или иными характеристиками, в частности, различия в использовании стиля руководства в зависимости от гендерной идентификации личности. Цель исследования заключается в изучении стилей руководства субъектов разной гендерной идентификацией. В эмпирическом исследовании участвовали управленцы, которые по результатам опроса идентифицируют себя как женщины и как мужчины. Отличных гендерных идентификаций, несовпадающих с биологическим полом, выявлено не было.

Исследование стилей руководства на основе теории Курта Левина у субъектов с различной гендерной идентификацией проводилось с помощью методики «Самооценка стиля управления» Аграшенкова А.В. в модификации Ильина Е.П. Результаты не показали статистически значимых различий между представителями различных гендерных идентификаций. Определение направленности задач и ориентаций деятельности руководителя проводилось с помощью теста «Решетка менеджмента» Р. Блейка и Дж. Моутон. Результаты исследования показали, что у субъектов, идентифицирующих себя как мужчин и у субъектов, идентифицирующих себя как женщин, средние значения равны и, соответственно, статистически значимых различий выявлено не было.

Исследование лидерских и гендерных стилей поведения менеджера осуществлялось по одноименной методике А. Кэнн и Д. Зигфрида в модификации Т.В. Бендас. Результаты по шкалам лидерских стилей поведения не показали статистически значимых различий показателей, однако результаты по шкалам гендерных стилей поведения статистически значимые различия были найдены по шкале «маскулинный» ($p=0,05$): субъекты, идентифицирующие себя как женщины, предпочитают не «маскулинный» стиль, а «феминный» или «нейтральный». Данные исследования показали, что различия стилей руководства у субъектов с

различной гендерной идентификацией в большей степени незначительны. Однако, сохраняется тенденция к сохранению полотилических стилей поведения менеджера: у «женщин», остается предрасположенность к «феминному» стилю руководства. Это говорит о том, что для них является важным ценность заботы о человеческом капитале производства.

АКАДЕМИЧЕСКАЯ УСПЕВАЕМОСТЬ В КОНТЕКСТЕ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА

Цой А.А., гр. СП-221

Научный руководитель профессор Калинина Н.В.

Кафедра Психологии

Динамичность – характерная черта современного мира. Такие условия диктуют определенные требования к современным студентам. Соответственным образом это обязывает систему образования к определенным изменениям. В последние годы таким изменением стала смена парадигмы традиционного подхода в обучении на компетентностный. В контексте компетентностного подхода следует выделить понятие «компетентность».

Компетентность – это способность интегрировать и применять соответствующие контексту знания, навыки и психосоциальные факторы (например, убеждения, установки, ценности и мотивации) для последовательной успешной работы в определенной области. В рамках высшего образования подразумевается, что студент приобретает такую способность к метапредметному контекстуальному мышлению.

Компетентностный подход предполагает не просто формирование знаний, умений и навыков, но и развитие личностных качеств, обеспечивающих формирование метапредметного мышления, способностей к самостоятельной организации учебной деятельности и применению теоретических знаний на практике. Наиболее востребованы такие личностные качества как общий уровень образовательной культуры и эрудиции, профессиональная и учебная мотивация, стремление к достижениям, самостоятельность, ответственность, критичность и креативность. Именно с этими личностными качествами связаны процессы саморазвития и самореализации в обществе. Для современного студента значима способность к построению траекторию собственного профессионально-личностного развития.

Профессионально-личностное развитие предполагает как определение профессионального пути, так и формирование собственных личностных качеств, которые способствуют его реализации. Сознательный контроль проявления отрефлектированных личностных особенностей

позволяет студенту достичь успеха в профессионально-личностном развитии. Именно поэтому, в рамках компетентного подхода успеваемость студента необходимо рассматривать не просто как качество освоения определенных программных требований и конкретного объема знаний, но и как проявление личностных особенностей, качественных изменений личности студента, определяющих профессионально-личностное развитие.

САМООТНОШЕНИЕ И СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ В КОНФЛИКТНОЙ СИТУАЦИИ У ПОДРОСТКОВ

Цолоева К.У., гр. СП-120

Научный руководитель старший преподаватель Гурова О.А.
Кафедра Психологии

Подростковый возраст представляет большой интерес с точки зрения высокой активности формирования личности и включения ее в новый социальный контекст. Данный этап развития личности характеризуется высоким уровнем эмоциональной напряженности, агрессивности и конфликтности в поведении.

В отечественной психологии конфликт понимается как трудно разрешимое противоречие, связанное с эмоциональными переживаниями [Выготский Л.С.]. В межличностном взаимодействии конфликт представляет собой столкновение личностей ввиду несовместимости потребностей, мотивов, целей, установок, связанное с негативными эмоциональными переживаниями. Значимой характеристикой поведения в конфликтной ситуации является стратегия выхода из конфликта.

К. Томасом и Р. Килманном была предложена модель поведения в конфликте, включающая 2 поведенческих измерения: внимание человека к интересам других людей, и напористость, защита собственных интересов. Сочетание этих стратегий определяют 5 стилей поведения в конфликте: соперничество, приспособление, компромисс, избегание, сотрудничество.

В подростковый период также происходит формирование самооотношения. Это эмоциональный компонент самосознания, который создает главные предпосылки для формирования саморегуляции. Самоотношение лежит в основе формирования самооценки, способности к рефлексии, и проявляется через самоуважение, аутосимпатию, ожидаемое отношение окружающих, самоинтерес [Столин В.В.].

Эмпирическое исследование было посвящено установлению взаимосвязи самооотношения подростков и предпочитаемого стиля поведения в конфликтной ситуации. В исследовании участвовало 53 испытуемых (в возрасте от 13-17 лет), учащиеся СОШ № 14 г. Назрань,

республики Ингушетия. Подростки заполняли тест-опросник самоотношения В.В. Столина и тест Томаса-Килманна. Были установлены статистически значимые положительные связи Шкалы S (интегральное чувство «за» или «против» собственного «Я») и предпочтение стиля «Соперничество» ($r_s=0.271$, $p<0,05$). Этот же стиль выбирали чаще подростки с высокими значениями по Шкале самоинтереса ($r_s=0.274$, $p<0,05$). Подростки с высоким уровнем по Шкале ожидаемого отношения от других чаще демонстрировали стиль «Сотрудничество» ($r_s=0.281$, $p<0,05$).

СОЦИАЛЬНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ СТУДЕНТОВ ПО ОТНОШЕНИЮ К ЛЮДЯМ С ОВЗ И ИНВАЛИДНОСТЬЮ

Червень А.А., гр. СП-122

Научный руководитель старший преподаватель Гурова О.А.
Кафедра Психологии

Актуальность исследования обусловлена тем, что в современном российском обществе ещё не сформировалось здоровое отношение к людям с ОВЗ и инвалидностью; существующие стереотипы и установки мешают адекватно воспринимать людей с ОВЗ и инвалидностью, которые, несмотря на трудности и ограничения, являются равноправными членами общества и достигают значимых успехов. Социальные стереотипы – упрощенные, схематизированные образы социальных объектов, характеризующиеся высокой степенью согласованности. Проблемы, связанные с восприятием общества людей с ОВЗ и инвалидностью, формируются на основе того, что в основном обществом большое внимание уделяется созданию материальных условий жизни людей с ОВЗ. В то же время, формирование представлений о психологических особенностях, возможностях и потребностях людей с ОВЗ и инвалидностью уходит на второй план.

Главной причиной проблемы восприятия обществом людей с ОВЗ и инвалидностью является неосведомлённость общества о реальных проблемах и трудностях таких людей. Это обусловлено нехваткой знаний и низким уровнем общей культуры общества. Ещё одной важной причиной, формирующей восприятие людей с ОВЗ и инвалидностью, является принятие некоторыми людьми с ОВЗ и инвалидностью иждивенческой позиции, выбор наименьшего сопротивления, что в свою очередь только усиливает имеющиеся стереотипы.

В обществе в настоящее время существует целый спектр разных точек зрения на возможности социальной интеграции инвалидов в социальное и экономическое пространство. Однако достаточно распространённым стереотипом остается восприятие людей с ОВЗ и инвалидностью как слабых, жалких, зависимых от других и ни к чему не способных людей. В

связи с этим люди с ОВЗ и инвалидностью могут столкнуться с дискриминацией при осуществлении своих прав и удовлетворении потребностей.

В ходе исследовательской работы был проведен опрос студентов 1 курса РГУ им. А.Н. Косыгина, обучающихся на разных направлениях подготовки. Вопросы анкеты выявляли содержание представлений студентов об особенностях интеграции инвалидов в общество. Полученные результаты отражают содержательную сторону социальных стереотипов студентов относительно людей с ОВЗ и инвалидностью.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ НЕВРОТИЧЕСКОЙ ЛИЧНОСТИ

Чурякова М.В., гр. СП-119

Научный руководитель доцент Костригин А.А.
Кафедра Психологии

Невроз – актуальная проблема настоящего времени. Неврозами страдают 20-30% городского населения и 10-15% сельского. Неврозы имеют свои истоки не только в биологических факторах, наследственности, ранних переживаниях, но и в социальных факторах: репрессивная функция культуры, производство потребностей, изменение объемов информации, межпоколенческий конфликт. На эти феномены могут быть закономерным ответом психики страхи несоответствия, отвержения, потери контроля.

В связи с социальными запретами подавляются эмоции, у человека развиваются психосоматические расстройства, возникает проблема алекситимии. В частности, есть исследования, которые подтверждают, что поведение типа А (стремление к первенству, конкурентности, проявление напряженности, враждебности, тревожности) располагает к болезни сердца и сосудов. Происходит двухфазное вытеснение агрессии, импульсов: первично вытесненные эмоции проникают в бессознательное, которое проявляется в виде заикания, навязчивых страхах, но если они не находят выхода, то уходят глубже и проявляются телесно (астма, ишемическая болезнь, гипертония).

Первым выделил критерии невротической личности П.Б. Ганнушкин: стабильность, тотальность, социальная дезадаптация, что проявляется в сформированности и постоянстве дезадаптивного характера. Карен Хорни, добавила два критерия – ригидность реагирования и разрыв между возможностями и их реализацией. Она выявила, что в основе невроза есть динамический центр, сформированный из тревоги, источником которой является скрытая, подавленная агрессия. Агрессия, вытесненная из-за беспомощности, страха, любви, чувства вины, претерпевает дальнейшую

трансформацию и проявляется в проекции или атрибутируется неживым предметам. Возникает невротический конфликт – чувство неполноценности. В таком случае у человека срабатывают психологические защиты: рационализация своего страха, избегание, наркотизация, игнорирование тревоги. Хорни выделяет способы защиты от тревоги: потребность в любви, подчинение, власть, отстранение. Далее формируются различные порочные круги, приводящие к повторному вытеснению агрессии и усилению тревоги. Современный взгляд на невротическую личность предусматривает выделение ряда существенных признаков: невротическое страдание из-за псевдопроблем с амплификацией страданий, невротический выбор объекта, болезненная защита своих границ, парадоксальное стремление к слиянию, эгоцентризм, невротическое поведение и порочные круги. Таким образом, невроз качественно нарушает жизнедеятельность и приводит к дезадаптации личности.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЕЖИ МОДНЫМ ТРЕНДАМ

Швемер А.О., гр. СП-119

Научный руководитель профессор Калинина Н.В.

Кафедра Психологии

Следование модным трендам показывает отношение человека к себе и к окружающему миру. Мода и модные тенденции связаны с социально-психологическими механизмами общения такими как, убеждение и подражание. Для изучения следования молодежи модным трендам нами была разработана анкета, состоящая из 14 утверждений. В данной анкете необходимо дать ответы «да» или «нет». Анкета имеет одну шкалу. Стимульный материал представлен в виде утверждений. Для точности методики по ней была проведена нормализация. Чем больше сумма баллов, тем сильнее проявляется ориентация на модные тренды. Высокий уровень по данной шкале говорит о том, что человек в настоящее время отдает предпочтение увлечениям, которые распространены и являются популярными. Низкий уровень по данной шкале говорит о том, что человек предпочитает уникальные, малоизвестные увлечения и вещи, выбирает то, что отвечает его ценностям, даже если в настоящее время данная вещь или занятие не являются популярными. Люди данной группы могут быть увлечены занятиями, которые давно уже всеми забыты или занятиями, которые появились относительно недавно и известны малому количеству людей. Выборку составили 35 молодых людей, проживающих на территории Москвы и Московской области.

Исследование производилось с помощью разработанной анкеты. Результаты данного исследования говорят о том, что показатель ориентации на модные тренды в данной выборке среднего уровня. Большая часть выборки – 20 человек, имеют средний уровень ориентации на модные тренды. Это означает, что они выбирают в равной степени, как трендовые, так и не трендовые увлечения. Но стоит учесть, что большая часть показателей находится на стыке среднего уровня и высокого, что говорит о том, что испытуемые в большей степени выбирают модные тренды, как в увлечениях, так и в одежде. Горазда меньшее количество людей имеют высокий и низкий уровни ориентации на модные тренды. Люди, которые имеют низкий уровень, не интересуются модными трендами. Меньшая часть выборки следует модным трендам. Они следят за модными тенденциями и внедряют их в свою жизнь. Таким образом, анкета, разработанная нами, показывает ориентацию на модные тренды молодежи Москвы и Московской области.

СЕПАРАЦИЯ ОТ РОДИТЕЛЕЙ МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ

Широкова К.О., гр. СП-120

Научный руководитель профессор Калинина Н.В.

Кафедра Психологии

Анализ истории проблемы сепарации в психологии дает основания полагать, что под данным явлением подразумевают изменение структуры отношений, сложившихся между близкими людьми. В меньшей степени рассматривается «внутренняя сепарация», в том числе и ее позитивный аспект, в котором кроется возможность для дальнейшего развития и открытий. С жизненным опытом формируется иной взгляд и способность обрести необходимые инструменты, с помощью которых преодолевается незрелость и страх жизни. Представление об изучаемом феномене привело к необходимости обсудить составляющие сепарацию компоненты. Под конфликтной независимостью рассматривается свобода от чрезмерных чувств: вины, негодования, тревоги, недоверия, и гнева по отношению к родителям. Эмоциональная независимость понимается как уменьшение зависимости от родительского одобрения или же неодобрения. Аттitudная независимость представляет собой способность молодых людей оценивать окружающий мир при помощи собственных, а не родительских установок, вырабатывать позицию, которая основывается на личном опыте. Функциональная независимость предполагает возможность существовать отдельно от родительской семьи. Критерием завершения процесса психологической сепарации от родителей в юношеском возрасте является достижение молодыми людьми эмоциональной автономии, надежной

привязанности к матери и отцу, но при этом дистанцирование от родителей, потребность в личном пространстве, самостоятельность, высокий уровень самооценки и волевой саморегуляции.

Таким образом, сепарация представляет собой эмоционально-независимое существование. Молодые люди приходят к самостоятельным решениям, имеют способность к автономному существованию, но при этом остаются в контакте со значимыми людьми. Нами было проведено исследование на особенности сепарации молодых людей. В нем принимали участие 30 респондентов возрасте от 18 лет до 21 года. Из них 80% женского пола и 20% мужского. Результаты исследования показали, что функциональная независимость по показателям выборки превалирует над остальными компонентами, это означает, что юноши и девушки предполагают возможность существовать отдельно от родительской семьи, готовы планировать финансовую независимость, способность обеспечивать себя, а со временем и собственную семью.

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСМЫСЛЕННОСТИ ЖИЗНИ

Шишлов И.П., гр. СП-221

Научный руководитель доцент Калинин И.В.

Кафедра Психологии

Проблема смысла жизни была и остаётся одной из важнейших в психологической науке. Ей занимались такие учёные как А. Адлер, А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн и др. Б. Франкл считал, что не мы должны задавать вопрос, в чем смысл жизни, жизнь задаёт нам этот вопрос, а мы должны отвечать на него не словами, а действиями. Б.С. Братусь описывал смысл жизни как «нечто большее, чем наша жизнь». Таким образом, это приводит нас к понятию смысловой сферы личности, которая является совокупностью смысловых образований (действие, мотив, личностные ценности и др.), связанных между собой в механизм, обеспечивающий смысловую регуляцию существования человека.

К важнейшим характеристикам смысловой сферы в первую очередь относится уровень осмысленности жизни. Он является количественным показателем степени и устойчивости направленности деятельности индивида на какой-то смысл. Осмысленная жизнь субъекта всегда устремлена в будущее за счёт наличия у него чётких целей, для постановки которых необходимо анализировать и обобщать настоящее и прошлое с целью выделения актуальных смыслов. Человек, ориентированный на смысл, ищет и находит его в своём взаимодействии с миром, с окружающими его людьми. В свою очередь, бессмысленная жизнь подразумевает замыкание индивида на себе, отстранённость от людей и

общества в целом. В такой жизни отсутствует перспектива будущего, она мотивирована внешними механическими силами, а не собственной волей, протекает в рамках «здесь и сейчас».

Для оценки уровня осмысленности жизни отлично подходит «Тест смысложизненных ориентаций» Д.А. Леонтьева, являющийся адаптацией теста «Цель в жизни» Дж. Крамбо и Л. Махолика. Согласно Д.А. Леонтьеву общий уровень осмысленности жизни может быть представлен в виде совокупности показателей проявления смысложизненных ориентаций, первые три, из которых описывают нахождение смысловых ориентиров во времени (прошлом, настоящем и будущем), два других же отражают доминирующий локус контроля (интернальный и экстернальный). В данной работе были изучены теоретические основы такой психологической характеристики, как уровень осмысленность жизни, и был представлен краткий анализ методики её оценки.

ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА

Покутняя К.С., гр. СР-221

Научный руководитель старший преподаватель Носова Д.А.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что в каждой из сфер общественной жизни люди так или иначе имеют дело с созданием собственного имиджа. Имидж следует понимать как образ, состоящий из множества компонентов и индивидуальных черт, который транслируется в массы. Имидж не является неким застывшим образом, он меняется, в зависимости от внешних обстоятельств и совершенствуется, подстраиваясь под тренды. В целом, формирование имиджа является главной целью любой PR деятельности. С помощью тщательно продуманных и хорошо выполненных действий PR специалистов можно выстроить образ, который будет в глазах общественности казаться безупречным. Имиджмейкинг является одним из направлений пиара. Самые яркие примеры данного направления – звёзды шоу-бизнеса.

Имидж становится фундаментом для восприятия человека, как личности. Неправильно сформированный образ может иметь критические последствия для персоны, которая является «носителем» этого образа. Отсутствие знаний об имиджмейкинге можно назвать проблемой современности. Одна ошибка в создании образа – и человеку закрыта дорога в медийное пространство навсегда. Например, в своих научных трудах Г.Г. Почепцов выделил следующие инструменты имиджеологии, которые можно считать основными: позиционирование, манипулирование,

мифологизация, эмоционализация. Все эти инструменты активно применяются PR специалистами и в наши дни. Истинная имиджелогия требует в каждом случае создания индивидуальных имиджей, поэтому перед началом работы над образом необходимо проведение специальных исследований для выявления основных характеристик позитивного и негативного имиджа в глазах аудитории, чтобы выбрать наиболее эффективную стратегию. Однако, на практике современная имиджелогия в России часто ограничивается копированием образов звёзд из других стран, чьи имиджи доказали свою эффективность и действенность на публику.

Безусловно, правильно выбранный подход к формированию имиджа является залогом успешного образа. В наше время существует, так называемая, «культура отмены», которая уже достаточно давно борется с личностями, чей имидж или репутация были подорваны каким-либо способом. Именно поэтому проблема отсутствия знаний в области имиджмейкинга стоит достаточно остро.

ФЕНОМЕН ФАББИНГА В МЕЖЛИЧНОСТНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Кузнецова В., Фуралев М., гр. СР-120

Научный руководитель старший преподаватель Носова Д.А.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Фаббинг – это феномен, при котором у человека наблюдается неконтролируемая потребность и желание использовать свое мобильное устройство при личной беседе. Использование гаджетов и интернет-технологий ориентированы на расширение возможностей человека. Смартфон, позволяет человеку практически не выходить из виртуального пространства. Фаббинг – это действие, которое оказывает деструктивное влияние на налаживание и формирование межличностных коммуникаций. Электронные устройства стали частью нашей жизни, в современном мире большинство людей не выходят из дома, не положив в карман свой мобильный телефон. Таким образом, коммуникация между людьми меняется, становится менее «живой», виртуальный мир захватывает наше внимание, появляется зависимость от интернета, соцсетей, игр и др., следовательно это приводит к появлению понятия «фаббинг».

Исследователи доказывают, что проявление фаббинга со стороны одного из собеседников, показывает другому, что его товарищ относится к нему неуважительно и не внимателен к происходящей между ними беседой. Фаббинг становится привычкой и зависимостью, поэтому для некоторых людей долгое неиспользование своего гаджета, может привести к тревоге и растерянности. Фаббинг – это действие способное влиять на человеческие

отношения. Частое проявление фэббинга в общении двух людей, может привести к ухудшению отношений между ними. Также фэббинг, очень сильно может повлиять на первое впечатление при знакомстве, не зря в обществе принято класть телефон лицевой стороной вниз, либо вообще его не доставать при важных беседах и переговорах.

Вариант борьбы с этим феноменом – это осознание неуважительного отношения друг к другу при диалоге и контроль себя. Если действительно нужно срочно ответить, лучше предупредить собеседника, прерваться на несколько минут, отойти и потом продолжить беседу, это приведет к гармоничной коммуникации между людьми. Нужно учиться не жертвовать настоящим и понимать, что виртуальный мир никуда не денется, а настоящий момент можно легко упустить. Данный феномен в современном обществе мало изучен и требует дальнейшей проработки.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АУДИАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В РОССИИ

Кузнецова С.А., гр. СР-221

Научный руководитель старший преподаватель Носова Д.А.
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В современной действительности крайне активно проходит процесс развития технологий, и особое место в нашей жизни занимают мобильные технологии. Особенно актуальна в наши дни проблема коммуникации. Регулярно появляются новые способы связи между людьми, которые находятся в разных городах, разных странах и даже на разных континентах. Одна из последних разработок – аудиальные приложения для знакомств и общения. Они довольно быстро нашли своих пользователей, однако вопрос в том, смогут ли они составить достойную конкуренцию классическим приложениям для знакомств. В связи с актуальностью вопроса было проведено исследование, целью которого являлось выявить положительные и отрицательные стороны данных приложений, а также определить, есть ли у них будущее в условиях современной российской действительности.

Исходя из результатов исследования были сделаны следующие выводы. Большая часть молодежи считает себя визуалами, так как легче воспринимает информацию, передаваемую посредством визуальных каналов. Выявлено, что об аудиальных приложениях для знакомств известно более чем половине опрошенных. Однако среди них крайне мало тех, кто пользовался ими. Было установлено, что среди молодежи в целом наблюдается умеренная заинтересованность в использовании таких приложений. Было выявлено, что абсолютное большинство респондентов считает, что у аудиальных приложений для знакомств все-таки есть

перспективы развития на российском рынке. Нам удалось определить основные преимущества и недостатки аудиальных сетей. Среди преимуществ: голос дает больше информации о человеке, такой формат приложений больше подойдет для аудиалов и слабовидящих людей. Из недостатков можно выделить следующие: недостаток визуальных компонентов в анкете человека, неудобство использования из-за аудиального формата.

Можно сделать вывод, что такие приложения могут твердо занять свое место среди всего функционала мобильных устройств и расширить возможности Интернет-коммуникации.

СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ «ВКОНТАКТЕ» КАК СОВРЕМЕННЫЙ КАНАЛ PR-КОММУНИКАЦИИ»

Семёнова С.А., гр. СР-221

Научный руководитель старший преподаватель Носова Д.А.
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Актуальность данного исследования обусловлена растущим интересом использования социальных сетей как способа PR-коммуникации. В современном мире социальные сети стали органической частью информационного общества, представляя собой пространство, которое обеспечивает поддержание связи между людьми, даже когда они находятся далеко друг от друга.

PR в социальных сетях – это выстраивание связей с общественностью посредством управления группами и страницами в социальных сетях на основе целенаправленного формирования общественного мнения их пользователей. В системе маркетинга PR представляет собой одну из самостоятельных функций управления маркетингом, сопряженную с установлением и поддержанием коммуникации между организацией и ее общественностью для достижения целей, стоящих перед фирмой. Например, в книге «Маркетинг в социальных сетях», в которой автор Халифов Д. рассматривает вопросы PR-коммуникации через социальные сети, а также освещает базовые элементы, цели и определённые площадки для эффективной PR-коммуникации в интернете.

Социальная сеть «ВКонтакте» является одной из самых известных социальных сетей в России на сегодняшний день и представляет огромные возможности для продвижения товаров и услуг, и реализации PR-проектов. Для пользователей важной особенностью «ВКонтакте» является ее многофункциональность. Не выходя из привычного интерфейса, пользователи могут знакомиться, общаться, смотреть видео, слушать музыку, играть в игры, читать, получать новости, совершать покупки и т. д.

В результате многие вообще перестают посещать другие сайты, ограничиваясь «ВКонтакте». Стратегия ее развития во многом основана на отслеживании популярных пользовательских шаблонов поведения и на внедрении их в социальную сеть. Пользователи настойчиво зовут своих друзей регистрироваться во «ВКонтакте», поскольку для них удобнее сосредоточить по возможности все общение внутри сети и, тем самым распространять информацию об услуге или товаре внутри определённого комьюнити. На наш взгляд, данная проблема стоит особенно остро, так как сегодня очень важно развивать отечественные социальные сети и грамотно проводить PR-коммуникацию среди потенциально огромной целевой аудитории.

НЕЙРОСЕТИ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ РЕКЛАМЫ БУДУЩЕГО

Кондрашова Е.И., гр. СР-221з

Научный руководитель старший преподаватель Живенкова С.Ю.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Использование нейросети в рекламе за последние два-три года возросло в разы. Это совокупность умных, самостоятельно работающих и самосовершенствующихся алгоритмов, или своего рода имитация деятельности человеческого мозга. Уникальность нейросети состоит в том, что в процессе постоянного обучения, а точнее анализа поведения каждого пользователя интернета, её алгоритмы стали умнее и тем самым прибавили эффективности в рекламной индустрии.

В рекламе и маркетинге искусственный интеллект активно применяют в следующих сферах. Персонализация предложений, которая является одним из наиболее очевидных и ранних направлений использования нейросетей. С помощью анализа статистики о покупках в системе, свои акционные и рекламные предложения персонализируют многие ритейлеры в России. Предиктивная аналитика, позволяющая прогнозировать действия потребителей с целью понимания точных затрат на рекламу и снижения или ликвидации рисков. Открывается отличная возможность для выявления скрытого потенциала организации и грамотной сегментации клиентов. Коммуникации. Ярким примером являются чат-боты, которые используются в банковских приложениях, сервисах такси и каршеринга и многих других сайтах и приложениях. Чат-боты, созданные на основе искусственного интеллекта, отличаются более развитым навыком распознавания смысла вопросов и «человеческими» формулировками ответов. Генерирование контента, а именно изображений, видеороликов и текстов. С помощью технологий искусственного интеллекта создаются

персонализированные видеоролики, реалистичные портреты людей и животных и даже сайты несуществующих стартапов. С текстом нейросети справляются куда хуже, поэтому пока не могут заменить человека, однако с их помощью успешно генерируют идеи для контента.

Для специалистов по связям с общественностью нейросети дадут возможность не только окончательно автоматизировать уже давно наработанные приёмы и операции, но и получить помощь в генерации идей, тем самым поспособствовать развитию сомнений в собственной компетентности. Однако ни одна нейросеть не сможет заменить ни человеческий талант и эмоции, ни жизненный опыт и знания.

ЛИЧНЫЙ БРЕНД КАК ЭЛЕМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Петросян Д.В., гр. СР-221з

Научный руководитель старший преподаватель Живенкова С.Ю.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Личный бренд – это желаемый образ, который человек формирует в сознании своих клиентов. Цель его создания – увеличение оборотов бизнеса за счет известности предпринимателя. Его задача заключается в стремлении обратить на себя внимание в условиях динамично меняющегося рынка труда и, путем создания уникального образа, выделиться из общей массы других компаний. Именно это помогает в построении доверительных отношений с клиентами и партнерами. Предпринимателям важно поддерживать положительный имидж, заранее продумывая, какое впечатление он хочет произвести. Это влияет на увеличение количества покупателей и, как следствие, прибыли.

Личный бренд формируется на основе визуального представления, экспертности и узнаваемости. Визуальное представление – это способ установления коммуникации между предпринимателем и аудиторией при помощи визуального маркетинга. Ценность визуального представления заключается в том, что человеческий мозг лучше воспринимает и запоминает визуальную информацию, нежели текстовую. Для развития визуального представления используют следующие методы: единый фирменный стиль (сайт, социальные сети), качественные фото и видеоматериалы, графические материалы в виде презентаций, инфографики и т.д. Экспертность – это инструмент воздействия на целевую аудиторию при помощи демонстрации развитых теоретических и практических знаний. Предприниматель, являющийся экспертом в одной области, будет привлекать свою, узконаправленную аудиторию. К инструментам экспертного контента относят: посты в социальных сетях, выступления на

мероприятиях, интервью, проведение вебинаров, обучений и т.д. Узнаваемость – это уровень известности, который отражает степень осведомлённости аудиторией о деятельности предпринимателя и его бизнеса. Чем выше узнаваемость личного бренда, тем предприниматель более конкурентоспособный. Для того, чтобы повысить узнаваемость, необходимо использовать следующие методы: маркетинг в социальных сетях, ATL реклама (СМИ, телевидение и т.д.), прямой маркетинг (email, SMM и т.д.), коллаборации и т.д.

Таким образом, личный бренд – наиболее актуальный элемент продвижения в современном мире.

РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Раннева Д.А., Бутаева М.Р., гр. СР-22

Научный руководитель старший преподаватель Живенкова С.Ю.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Социальная сеть – это интернет-сообщество пользователей, объединённых по какому-либо признаку на базе одного сайта, который и называется в этом случае социальной сетью. Другими словами, социальная сеть во всемирной паутине строится на тех же принципах, что и в реальном мире, но отличается от реальных человеческих сообществ тем, что в функционировании сети не играет роли географическая удалённость её участников друг от друга. Социальные сети включают в себя множество функций, в том числе, участвуют в процессе развития и становления общественного мнения. Формирование общественного мнения в социальных сетях происходит под разнообразным влиянием. Так, какой-либо объект обсуждения может быть чрезвычайно значимым, и затрагивать интересы и потребности людей. Используя социальные сети, человек может, как выразить свое отношение к объекту обсуждения, так и просто узнавать о нем. Процесс и результат изменения субъектом поведения другого субъекта, его установок, намерений, представлений и оценок, в ходе взаимодействия многих факторов, может происходить как напрямую, так и косвенно, порой незаметно для второго.

Позитивное взаимоотношение социальных сетей и общества выражается в объединении граждан, направленном на оказание помощи различным слоям населения, сбор средств на лечение больных детей, бездомных животных. Популярность социальных сетей растет день ото дня. Они пополняются миллионами новых пользователей, реальная связь между которыми отсутствует. Все это делает глобальную сеть могучим оружием

как дестабилизации обстановки в мире, так и инструментом объединения разрозненных пользователей.

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ В СФЕРЕ СПОРТА

Мудрецов А.А., гр. СР-122

Научный руководитель ассистент Бяков Д.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Рассматривая индустрию спорта, можно отметить, что в ней используется огромное количество видов рекламы. Чаще используется реклама традиционного типа – по телевизору, радио, в газетах и объявлениях. Спортивные клубы получают прибыль за то, что дают право размещать рекламные материалы в местах проведения соревнований или на спортивной экипировке, а также на спортивном инвентаре. На спортивных костюмах и спортивной экипировке зачастую используется реклама клуба или же реклама самого производителя костюмов и инвентаря. Спортивные клубы и федерации должны создавать положительный образ себя и своей деятельности. Создание благоприятного имиджа своей организации, позволяет привлечь большее количество внимания к своему клубу и тем самым увеличить свою аудиторию. Как раз-таки из-за большого количества аудитории, реклама имеет огромный охват, что привлекает крупные бренды и дает им возможность использовать свои интеграции.

Зрелищность соревнований в спорте – центральная причина эффективности и запоминаемости рекламы. Зачастую исход поединка или матча не понятен до самого конца, что заставляет зрителей смотреть происходящие события дольше и больше взаимодействовать с рекламой. Это и является дополнительным воздействием на психоэмоциональный настрой зрителей. При чем не важно какого вида реклама, главное, что компания показывает свои ценности за счёт ценностей спорта дополняя друг друга и увеличивая эффективность рекламы. Главной трудностью для рекламы в сфере спорта является малый интерес людей к проводимым спортивным мероприятиям. Если соревнования не такого высокого уровня как Олимпийские игры, чемпионат мира или чемпионат Европы, то у людей будет меньше желания следить за происходящими внутри событиями. Но в таком случае Спортивные федерации продвигают себя за счет публикаций в газете, листовок на баннерах, в социальных сетях и по телевизору. Данный вид рекламы более доступен и не менее эффективен, ведь тем самым люди больше начинают интересоваться спортом. Привлечение аудитории является главным показателем для привлечения спонсоров.

Маркетинг в спорте – это способ установить контакт с потенциальными клиентами через общий интерес, а заодно и

распространить идеи активного образа жизни, тем самым укрепив положительный имидж.

ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ЗНАКОМСТВ КАК ПЛОЩАДКИ ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ

Хлесткова М.В., гр. СР-222

Научный руководитель ассистент Бяков Д.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Развитие новых технологий привело к трансформации института семьи. Конечной целью знакомства стало не формирование длительных отношений, а кратковременное развлечение. В связи с этим сайты знакомств довольно быстро набрали популярность среди пользователей Интернета. Регулярность использования платформ для знакомств, связанную с простотой поиска новых людей для проведения совместного досуга, привела к востребованности размещения рекламы на данных площадках. Для изучения и исследования рекламных объявлений была использована платформа Tinder, так как она является самой популярной в мире, наиболее распространена среди русскоязычной аудитории и насчитывает более 80 миллионов пользователей. Чаще всего встречается продвижение услуг непосредственно в анкетах. Во-первых, стоит отметить рекламу с четким оффером. Такого рода объявления пользователь создает анкету не для знакомств, о чем сообщает сразу. Следом идет предложение перейти на сторонние социальные сети, в которых можно узнать цены, отзывы и ассортимент. Во-вторых, нативная реклама: пользователь, который создал анкету, действительно ищет новые отношения, но помимо этого делает вставку с указанием своих услуг. Таким образом он дает возможность выбрать цель обращения: простое общение или отношения продавца и потребителя. Последний вид – баннерная реклама. Этот вид находится в меньшинстве, так как площадка сотрудничает с брендами только по личной договоренности. На регулярной основе в приложении можно встретить рекламу музыкального сервиса и социальной сети для обмена фотографиями.

Таким образом, можно сделать вывод, что платформы для знакомств являются эффективными площадками для рекламы своих услуг. Этот способ продвижения бесплатен, а также с рекламой в анкете могут ознакомиться множество пользователей. В своем профиле можно указать «свой гимн», который будет реализоваться на музыкальной площадке или подключить аккаунт социальной сети для обмена фото для того, чтобы не обновлять их в анкете самостоятельно. Еще одним немаловажным фактором являются верификации личности, то есть аудитория на сервисах знакомств

достигла совершеннолетия, а по данным компании около 85% пользователей относятся к возрастной категории в возрасте от 18 до 35 лет. И как следствие, реклама будет распространяться среди платежеспособных и активных пользователей.

ПРИЧИНЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕНОРМАТИВНОЙ ЛЕКСИКИ СРЕДИ СОВРЕМЕННЫХ ШКОЛЬНИКОВ И ПОДРОСТКОВ

Куликова Е.А., гр. СР-322

Научный руководитель ассистент Бяков Д.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Общество зачастую не задумывается о том, что применение нецензурных лексик может привести к негативным последствиям. А также для многих данная тема не является проблемой. При рассмотрении проблемы среди младшего возраста, усугубление происходит не только за счет девиантное поведение старшего поколения, но и влияние всемирной сети Интернет. В современном мире дети с раннего возраста начинают пользоваться цифровой техникой. Как правило, родительский контроль происходит на начальном этапе, но позже уже не придает значение поглощаемой ребёнком информации. Во многих социальных сетях размещен контент, в котором часто фигурирует нецензурная лексика, которая воспринимается детьми и распространяется среди сверстников.

Если рассмотреть возрастную категорию подростков подростках, то можно отметить следующее. В данной возрастной категории использование нецензурной лексик напрямую связан с «крутостью» подростка. Зачастую нецензурная лексика помогает ощутить себя более взрослым и самостоятельным человеком, не осознавая, насколько некорректно такое поведение. Часто проблема может заключаться и в окружении подростка, оказывающей негативное влияние.

После проведенного анализа, можно сделать вывод, что оптимальным путем решения проблемы для детей, является контроль родителями активности ребёнка. Современная цифровая техника предоставляет родителям использовать функцию «Родительский контроль». Таким образом на гаджетах, используемыми несовершеннолетними, автоматически будет фильтроваться информация, которая не предназначена для данной возрастной категории.

В случае подростков, действенным методом будет являться беседа родителей или опекунов, с целью выявления причин употребления в речи ненормативной лексик. Чаще всего именно это помогает понять, как искоренить проблему. Поскольку оказывать влияние на подростка намного сложнее, нежели на ребёнка.

Данная проблема остро ощущается в современном мире. Необходимо стремиться к минимизации употребления нецензурной лексики в современном обществе, а также исключить ее среди младшего поколения.

ПРИЧИНЫ И ФОРМЫ ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОДРОСТКОВ

Крылова Э.О., гр. СР-322

Научный руководитель ассистент Бяков Д.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Девиантное поведение – это устойчивое поведение личности, отклоняющееся от общепринятых, наиболее распространенных общественных норм. Самые большие трудности в адаптации к условиям сложной современной экономической, политической, духовной жизни испытывают подростки. Девиантное поведение подростков является, с одной стороны, результатом разнонаправленных по содержанию и формам реализации процессов, совершающихся в обществе, с другой стороны, тех изменений, которые совершаются в среде ближайшего окружения: в семье, школе, университете. В подростковом возрасте человек характеризуется как «трудный», эта проблема – один из социально значимых вопросов. Свою значимость и важность теряют учебная и трудовая деятельность. Подростки хотят извлекать больше благ, привилегий и при этом меньше трудиться и обучаться.

Однако значительную роль в девиантном поведении подростков представляют родители. Чем больше родитель опекает и находит своего ребёнка «маленьким», тем сильнее ребенок желает выбраться из-под опеки и продемонстрировать свою независимость, самостоятельность. Девиантом можно охарактеризовать такого подростка, который отошел от общепризнанных мерок поведения и регулярно склоняется к девиации, которая в данных случаях носит общественно-отрицательный оттенок. В подростковом возрасте, девиантное поведение – довольно непростое явление, поэтому исследование этого вопроса носит междисциплинарный и разнохарактерный вид.

Таким образом, остро встает вопрос изменений поведения у подростков в сторону девиации. Так стоит обратить внимание на необходимость в проведении регулярных работ с индивидами, у кого наблюдается переломное состояние. Для решения проблемы, необходима своевременная профилактика суицида и прочих форм девиации, к примеру, с помощью работы с психологом. Помимо этого, необходимы меры по предотвращению зависимостей от различных веществ и возникновения вредных привычек. Большую роль играет привлечение подростков к

здоровому образу жизни. Необходима углубленная работа с семьями, для рассмотрения важности каждого члена семьи, взаимоотношений детей с родителями, как важной части жизни каждого.

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНЫХ ПОСТОВ

Мациева Л.С., гр. СР-322

Научный руководитель ассистент Бяков Д.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Безусловно на сегодняшний день социальные сети – это не только общение с друзьями, с виртуальными друзьями, знакомы и т.д., но и площадка, где каждый человек, имеющий какую-то определенную нишу, бизнес, развивает своё дело с помощью рекламы. Стоит отметить, что при запуске рекламы огромную роль играет то, как мы её преподносим, то есть «рекламный пост», который должен выглядеть красиво, эстетично, доступно и объективно. Рекламный пост включает в себя качественные фото- или видеоматериалы, и немаловажной частью является текстовое сообщение. Грамотно составленный текст, который должен привлекать внимание и вовлекать получателя информации. Он должен легко читаться, быть понятным и цепляющим, так как с помощью него пользователи, они же виртуальные клиенты, получают основную информацию о продукте или услуге. Но ни в коем случае, текст не должен быть длинным и состоять из сложных слов, потому что в большинстве случаев мы не дочитываем его, соответственно пропадает интерес и, читатели продолжают дальше листать ленту социальных сетей.

Часть рекламного сообщения, содержащее изображение, желательно должна содержать в себе часть информации в виде текста. В любом случае она должна быть заметной, иметь отношение к рекламному посту, не нарушать правила социальных сетей и законодательства, и не оскорблять конкурентов, подкреплять основную мысль и посыл публикации. Если есть необходимость в эмоционально-окрашенных изображениях, то необходимо использовать яркие, красочные цвета. В случае строго стиля, то лучше использовать однотонные, тёмные оттенки, которые ассоциируются с чем-то деловым и солидным.

Исходя из проведенного анализа можно сделать вывод, что одной из самых важных деталей является ваша личная «фишка», которая подчеркивает индивидуальность, при просмотре которой у людей сразу складывается определенное представление, ассоциирующееся именно с определенной деятельностью. В таком случае может быть применено всё что угодно: определенный стиль, разговорный сленг, который используете только вы, специально подобранные тона и т.д.

ВЛИЯНИЕ ОТКЛЮЧЕНИЯ ВСТРОЕННЫХ ИНСТРУМЕНТОВ МОНЕТИЗАЦИИ НА КРУПНЫХ ОНЛАЙН-ПЛОЩАДКАХ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ В СЕТИ

Кулагин А.Д., гр. СР-322

Научный руководитель ассистент Бяков Д.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В свете ряда политических и экономических событий, произошедших в Российской Федерации, начиная с 2022 года, ситуация на рынке рекламных услуг значительно изменилась. Одни его участники прекратили свою деятельность в России на неопределенный срок. Другие – существенно сократили свое присутствие в стране, снизили интенсивность развития бизнеса. Чрезвычайная актуальность изучения заявленной темы заключается в том, что процесс и последствия замены создателями контента привычных, недоступных в настоящее время, интегрированных в крупные площадки размещения контента, например, YouTube или Facebook (принадлежит компании Meta, признанной в России экстремистской и запрещенной), функций монетизации своего труда, а рекламодателями – надежных и действенных инструментов для эффективного распространения рекламных сообщений, изучен в недостаточной степени, что препятствует полноценному исследованию отрасли. Закономерным результатом вышеупомянутых процессов на рынке является поиск иных форм размещения рекламы в интернете, взаимодействия участников рекламного процесса, замены встроенных инструментов монетизации. Потому эти процессы заслуживают всестороннего анализа и изучения.

Таким образом, возникает динамично трансформирующаяся ситуация на рынке размещения рекламных сообщений, представляющая интерес для исследователей, ставящих перед собой целью изучение изменений, произошедших в индустрии на вышеупомянутом типе площадок с начала 2022 г., как для выявления наиболее оптимальных альтернатив утраченному инструментарию, так и для определения возможных тенденций развития рынка в последующем. При этом определенный интерес вызывает и изучение перераспределения как создателей контента, так и их аудиторий от одной интернет-площадки к другой в зависимости от ряда факторов.

В этой связи данный доклад призван представить обзор ситуации в обозначенной части отрасли, отмеченные автором изменения в рекламной деятельности на крупных интернет-площадках для размещения контента, а также вновь возникающие негативные и положительные последствия происходящей трансформации.

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВК-КЛИПОВ И SHORTS ДЛЯ РЕКЛАМИРОВАНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Лункина Е.А., гр. СР-322

Научный руководитель ассистент Бяков Д.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В современном мире ежегодно создаются всё новые и новые способы продвижения себя, своих товаров и услуг. Влияние Интернета на прирост рекламы является колоссальным. В ходе развития формировались разнообразные социальные сети, которые также в свою очередь в ногу со временем усовершенствовались и адаптировались под вкусы и предпочтения пользователей, что повлияло на появление новых видов и способов продвижения. В 2022 г. на территории Российской Федерации ряд социальных сетей был запрещен, поэтому его аналоги, такие как ВК-клипы и Youtube Shorts стали набирать популярность.

При анализе социальной сети были выявлены следующие минусы. Во-первых, пользователи смотрят такой контент целиком, не успевая осмыслить его содержание. Во-вторых, данная платформа «не для всех». В первую очередь это площадка для крупных брендов, которые работают с молодой аудиторией. И уже во вторую для малого бизнеса, который может зайти на площадку в тестовом режиме и проанализировать ее эффективность на своем бренде. В-третьих, на данный момент присутствует всего одного формат для таргетированной рекламы.

Помимо недочетов есть явные плюсы. Во-первых, на данный момент это наиболее популярный формат среди пользователей, поэтому сосредоточенность аудитории находится именно на тех стриминовых площадках, где присутствуют короткие видео. Во-вторых, в ходе исследования было выяснено, что короткие видео самые увлекательные. В-третьих, есть возможность набрать органические просмотры с помощью системы рекомендаций. В-четвертых, на 60-секундные ролики закладывается небольшой бюджет. В-пятых, на сегодняшний день это довольно свободная ниша, где у каждого есть возможность стать известным. Здесь пока нет такой конкуренции, которая есть в классическом видео.

В заключении стоит сказать, что данный вид рекламных роликов только набирает популярность, как среди «пользователей-покупателей», так и среди «пользователей-производителей». Именно поэтому в ходе развития такие платформы, как ВК и YouTube искореняют минусы, выделенные аудиторией, ориентируясь на её предпочтения. Сами разработчики данных площадок заявляют, что короткие видео – это хороший трамплин для завоевания доверия и лояльности потенциальных покупателей.

ВЫСТАВКА КАК СПЕЦИАЛЬНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Лаба К.Л., гр. СР-222

Научный руководитель ассистент Бяков Д.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Выставки, несмотря на свою традиционность, остаются по-прежнему высокоэффективными в сфере маркетинга. Основной целью их реализации является представление новых товаров, услуг, технологий партнерам и клиентам. Впрочем, данные мероприятия нередко используют для работы с прессой. Журналисты посещают выставки, чтобы узнать о новых перспективных компаниях, продуктах и инновационных технологиях.

Сложность работы с журналистами заключается в том, что выставки – это масштабные мероприятия, и работники прессы зачастую не могут составить четкий план своих действий: интервью, просмотр товаров и услуг, знакомства и тому прочее. Поэтому организаторам крайне важно концентрировать своё внимание и на журналистах, и на самом событии.

Для продвижения как самой выставки, так и компаний, участвующих в ней, большое значение имеют средства PR – наружная реклама, телевидение, интернет и директ-мейл. Почему же так важен выставочный PR? Любая выставка – это, в первую очередь, коммуникационная среда определённого круга людей, поэтому общественное мнение оказывает значительное влияние на формирование положительного представления о продукте и самой компании. Следует отметить, что выставочный public relations хоть и направлен в одну сторону, но отличается по инструментарию и поставленным задачам. Организаторы стремятся сформировать индивидуальный образ выставки, а компании-участники – свой и предлагаемых товаров на ней. Однако, для проведения успешного мероприятия прилагают усилия обе стороны.

Эффективной считается собственная экспозиционная деятельность компании. Например, это может быть демонстрация продукции в общественном месте – университете, аэропорту, кафе и так далее. На ряду с выставкой, часто используют проведение конференций и презентаций, своего рода синтез различных стилей специальных мероприятий, которые активно используются в маркетинге.

Несмотря на сложную организационную структуру, выставка – это хорошая возможность привлечь к себе внимание целевой аудитории. Именно проведение таких мероприятий повышает репутацию компаний, помогает установить новые деловые контакты и получить распространение в СМИ, в том числе посредством журналистов.

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ В СФЕРЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ТУРИЗМА

Щербань Е.А., гр. СР-222

Научный руководитель ассистент Бяков Д.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Современный туризм невозможно представить без рекламы, целью которой является оповещение потенциальных покупателей о туристских услугах, их качестве, цене, достоинствах, особенностях, удобстве, безопасности потребления, а также об имидже организации, предоставляющей услуги.

Россия обладает колоссальным потенциалом разнообразных туристских услуг, но занимает весьма скромное место на этом рынке. Таким образом, недостаточная и неграмотная реклама на туристском рынке – важнейший фактор, сдерживающий развитие туризма в нашей стране.

Важно развивать специалистов рекламы и PR для увеличения спроса на туристические точки (города России, достопримечательности), поскольку количество городов, которые пользуются спросом небольшое. Наиболее популярными среди них являются: Санкт-Петербург (27,7%), Москва (15%), Сочи (7,6%), Казань (5,3%), Нижний Новгород (2,2%).

Стоит обратить внимание на экскурсионный туризм ведь он играет важную роль в развитии туризма, так как достопримечательности являются одними из главных причин, по которым люди хотят приехать в тот или иной город или страну. Специалисту в сфере рекламы и PR важно сделать локацию узнаваемой и желаемой для посещения. Такими популярными объектами в России являются: здание МГУ, улица Арбат, Красная площадь, ГУМ (крупный торговый комплект в центре Москвы), Спасская башня, Петропавловская крепость, Дворцовая площадь, Эрмитаж, Исаакиевский собор, различные объекты культурного наследия и т.д.

Наилучшим подходом к рекламной деятельности в сфере туризма служит разработка стратегий рекламной кампании. Этот подход позволяет минимизировать риски, связанные с недопониманием потребителя, позволяет повысить эффективность рекламы, а также может значительно повысить оборот, а следовательно, и прибыль. Правильно спланированная кампания является тем, к чему предприятиям сферы туризма следует стремиться. Качественная реклама оказывает большое влияние на внутренний туризм, который в первую очередь развивает экономику страны и в целом помогает развиваться стране во всех сферах жизни. Поэтому не следует экономить на рекламе, так как она действительно является «двигателем торговли».

ПОПУЛЯРНЫЕ САУНДТРЕКИ АРТИСТОВ В ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ АУДИТОРИИ БРЕНДА

Беседина У.О., гр. СР-222

Научный руководитель ассистент Бяков Д.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В наши дни практически невозможно представить себе рекламу без музыки. Однако многие не до конца понимают, какая это трудная и кропотливая работа. Ведь нужно подобрать такую музыку, которая была бы сдержанной, но при этом привлекала внимание аудитории. Музыка оказывает огромное влияние на настроение и поведение людей и поэтому активно используется в маркетинге. Существует огромное разнообразие музыки, используемой в рекламе: джинглы, более длинные песни, классика, рэп, ненавязчивая фоновая музыка или известные песни исполнителей. Музыка создает атмосферу, формирует образ бренда, а также помогает продвинуть товар или услугу.

В отличие от радиорекламы, где саундтрек является чуть ли не главным инструментом для привлечения внимания, музыка в телевизионной рекламе менее заметна, и как правило находится на заднем плане. Она должна усиливать восприятие основной идеи рекламного сообщения. Например, 5 января 2021 Coca-Cola запустила новую рекламу в Индонезии «Turn Up Your Rhythm», в которое BTS приняли участие. Их контент становится вирусным с невероятной скоростью. Их фан-база, известная как ARMY, насчитывает более 60 миллионов участников и невероятную связь между ними. Фанаты отчётливо услышали голоса вокал-лайна группы: Чонгука, Чимина, Ви и Джина. В рекламе звучит кавер на песню «Jungle» американской рок-группы X Ambassadors и британского певца Jamie N Commons. Вокалисты исполнили в рекламе второй куплет и припев, вызывая ажиотаж у фанатов группы. Трек для рекламы получился запоминающимся, легким для восприятия и от части динамичным и танцевальным, что подходит к их новому концепту. Для самой компании Coca-Cola и для любителей напитка, это было что-то новое, так как их продукт из года в год считался новогодним символом.

Можно сделать вывод, что популярные саундтреки артистов для продвижения бренда, может повысить узнаваемость продукта, а также его продажу. Как правило, люди сразу обращают внимание на ту рекламу, где задействован голос любимого кумира или его популярный трек.

ОСОБЕННОСТИ РЕСЕЙЛ-УСЛУГ В РОССИИ

Хоменок И.А., гр. СР-222

Научный руководитель ассистент Бяков Д.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Под ресейлом понимают рынок перепродажи. В первую очередь в обществе он ассоциируется с перепродажей брендовой одежды, поскольку спекуляция на этом начала набирать популярность сегодня как среди единичных лиц, называемых «перекупщиками», так и среди и целых фирм (ресейл-площадок). Ресейл-площадки – это онлайн-маркетплейсы, на которых люди перепродают или покупают вещи. На них обычно покупатели ищут лимитированные вещи хорошего качества по цене ниже, чем они покупали в ритейлерах. Параллельно ресейл-площадкам появились «перекупщики» – лица, занимающиеся перепродажей вещей через личные профили в соцсетях. Главная причина, по которой ресейл набирает популярность – это развитие культуры осознанного потребления в эпоху fast fashion. Лидирующие позиции среди иностранных ресейл площадок заняли: eBAY, Vestiaire Collective, ASOS Marketplace.

Изначально к покупке вторичных товаров в России относились с предосторожностью, однако с развитием интернета и социальных сетей, российская культура стала больше подвержена мировым трендам. И как следствие произошли изменения в отношении к ресейлу. Еще более благоприятными условиями для развития ресейла в России стали события 2022 года, связанные с уходом огромного количество иностранных торговых марок из России. Покупатели, потерявшие возможность покупать эти самые бренды обратились к услугам «перекупщиков» и ресейл-площадок. По данным РБК, количество объявлений о перепродаже в различных соцсетях вещей с весны 2022 года увеличилось на более 150% по сравнению с весной 2021 года.

Самой популярной ресейл площадкой в России является «Авито». На площадке предложено огромное количество различной продукции. Существенным недостатком является факт, что сервис не несет ответственности за подлинность дизайнерских вещей и не дает гарантий, что товар не подделка. Российские ресейл-площадки, построенные по принципу The RealReal или Vestiaire Collective (защита покупателей от подделок, вещей плохого качества) – Oskelly, Hunters, Second Friend Store

Таким образом, на сегодняшний день рынок ресейла в России только набирает обороты и имеет большой экономический потенциал.

TELEGRAM КАК ПЛОЩАДКА ДЛЯ РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ

Земскова М.А., гр. СР-322

Научный руководитель ассистент Бяков Д.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Реклама – это неотъемлемая часть продвижения продукта любого бренда, которая помогает узнать о себе или о своём товаре. Каждая компания по-разному относится к рекламе, её количеству или качеству.

С появлением цифровизации, интернета, радио и телевидения рекламные возможности брендов и компаний увеличились в разы, но для конкуренции и повышения продаж нужно делать качественную рекламу. Подавляющая часть современного мира ежедневно использует мобильные гаджеты. Большой популярностью среди пользователей являются социальные сети и мессенджеры.

Ежемесячная аудитория Telegram составляет 700 млн. пользователей. При этом каждый день мессенджером пользуется 55,2 млн. человек. Такие данные демонстрируют постоянный рост аудитории и интереса. Мессенджером пользуется многомиллионная аудитория пользователей, размер которой, как утверждает статистика, увеличивается на 40% каждые полгода. Стоит отметить, что на сегодняшний день приложение Telegram входит в топ-5 самых устанавливаемых приложений в мире. Приложение Telegram позволяет сделать охват аудитории из разных стран. Пользователи из России, Беларуси, Украины, Казахстана, Киргизстана, Индии, Китая, Ирана, Эфиопии и других стран ведут свои каналы и чаты в Telegram.

Как сообщает сам Telegram, пользователи ежедневно отправляют через этот мессенджер более 15 миллиардов сообщений. При этом в среднем пользователи по всему миру проводят в Telegram свыше трех часов в месяц. По аналогичному показателю, пользователи из России – свыше пяти часов в месяц.

По данным Statista, в 2021 году самыми популярными Telegram-каналами были новостные каналы, каналы развлечений, политика, образование и новости из собственной отрасли, что необходимо учесть при размещении рекламных сообщений.

Исследования подтверждают, что 75% пользователей используют Telegram для чтения новостей. Также 69% считают его самым удобным мессенджером, 49% используют для обмена файлами и ссылками между своими устройствами. Посредства чего, можно определить дальнейшую популяризацию данного приложения.

Таким образом, приложение Telegram является не только удобным мессенджером, но и перспективной рекламной платформой с новой для рекламодателей целевой аудиторией.

ИНФЛЮЕНС-МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Кожухова Н.Ю., гр. СР-221

Научный руководитель доцент Бегичева О.Л.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Инфлюенс-маркетинг или маркетинг влияния – форма маркетинговых коммуникаций, которая основана на привлечении влиятельных людей и лидеров мнений (инфлюенсеров), которая, по мнению многих специалистов отрасли, доминирует над остальными маркетинговыми стратегиями, применяемых в социальных сетях для воздействия на поведение потребителей. Проведение данного исследования обусловлено необходимостью получить ответ на вопрос о том, что определяет потребительское решение о покупке при применении технологий маркетинга влияния в социальных сетях. Автором исследования была выведена гипотеза, заключающаяся в том, что на решение потребителя о покупке влияет связь между характеристиками образа инфлюенсера и уровнем доверия к нему потребителей, а также конгруэнтность (схожесть) инфлюенсера и рекламируемого им продукта или бренда.

В ходе данного исследования было проанализированы особенности восприятия потребителями инфлюенсеров в социальных сетях, в частности особенности восприятия рекламы от инфлюенсеров. Респондентам было также предложено оценить уровень своего доверия к инфлюенсерам, за которыми они следят, по пятибалльной шкале. 76% респондентов ответили, что чувствуют разницу между восприятием рекламы от инфлюенсера, которым им нравится, и рекламы от инфлюенсера, личность и контент которого их не интересует. Ответы на уточняющие вопросы дают возможность сформулировать вывод о том, что потребители не реагируют или почти не реагируют на рекламу от инфлюенсеров, с которыми их не связывают доверительные «отношения», в данном случае мы можем говорить о так называемых парасоциальных отношениях – феномене, при котором пользователи социальных сетей формируют с медийной личностью, например, популярным блогером, односторонние близкие отношения. Реклама же от инфлюенсеров, на которых подписаны респонденты и которых они в чем-то ассоциируют с собой, воспринимается не столько как реклама, сколько как рекомендация, причем от заслуживающего доверия источника. Почти каждый второй респондент хотя бы раз совершил покупку по рекомендации инфлюенсера. 92% совершивших покупку ответили, что были подписаны на того инфлюенсера, в аккаунте которого они увидели рекламируемый товар/услугу. Таким образом, гипотезу о важности конгруэнтности можно считать подтвержденной.

ОТНОШЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К УЧАСТИЮ ЗНАМЕНИТОСТЕЙ В РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

Кондрашова Д.А., гр. СР-121

Научный руководитель доцент Бегичева О.Л.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Если рассматривать отдельно понятие «знаменитость», то его можно описать, как «человек, достигший успеха в своей области, ставший широко известным среди самых разных слоёв населения и привлекающий повышенное внимание телевидения и прессы». Также мы говорим о понятие «реклама». Реклама, как прописано в Федеральном законе РФ «О рекламе», – это «информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке».

Научный интерес представляет собой проблема участия знаменитостей в рекламных кампаниях, эффективность привлечения звёзд, а также отношение аудитории к ним. Для изучения данного вопроса было проведено пилотажные исследование. Респондентам были заданы вопросы об обязательности участия знаменитостей в рекламе. В ходе данного исследования, было проанализировано отношение людей к знаменитостям в рекламе, а также сферы, в которых привлечение знаменитостей является наиболее эффективным. Распределение респондентов по возрасту: категория 18-25 лет – 93%, младше 18 – 3%, 26-30 – 3%. По роду занятий выборка ответов распределилась следующим образом: учусь – 60%; работаю – 7%; и учусь, и работаю – 30%; не учусь и не работаю – 3%. По результатам исследования можно сделать вывод о том, что несмотря на то, что участие знаменитостей не является обязательным условием для построения рекламной кампании, привлечение звезд может вызывать большую степень доверия к ней, а также улучшить ее запоминаемость. Больше всего такой способ эффективен в сфере проведения мероприятий (например, фестивалей, музыкальных фестивалей и презентаций), а также в бьюти-сфере. Лучший канал распространения рекламы со звездами – это телевидение и интернет, которые также являются одними из самых популярных и эффективных каналов современности.

СОВРЕМЕННАЯ МОЛОДЕЖЬ И СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИИ

Хими́на У.А., гр. СР-321

Научный руководитель доцент Бегичева О.Л.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В современном мире в условиях тенденции развития информатизации общества широко распространено мнение о том, что молодежь предпочитает коммуникацию в интернете «живому» общению. Наши реалии действительно способствуют превалированию дистанционной коммуникации в нашей жизни. Однако это не значит, что современная молодежь заиклена лишь на чатах и блогах. Возможно, это лишь вынужденная мера? Может многие хотели бы, чтобы в их жизни было больше реального общения, но у них просто нет возможности исполнить это желание? Для изучения данного вопроса было проведено пилотажное исследование бакалаврами Российского государственного университета им. А.Н. Косыгина. В ходе данного исследования были проанализированы стереотипы о предпочтениях современной молодежи в использовании различных средств коммуникации.

В ходе исследования были заданы вопросы о положительных характеристиках двух видов коммуникации. Каждый из них набрал значительное число плюсов и отсутствие голосов на варианте ответа «Не вижу плюсов». Из этого можно сделать вывод, что живое и интернет-общение имеет ряд преимуществ. Ключевую роль в анкетировании сыграл вопрос о том, какое общение предпочитают респонденты. 90% участников ответили, что выбирают «живое» общение. 10% респондентов затруднились ответить. И ни один человек не отдал предпочтение чатам в интернете. Этим вопросом можно подвести итог и сделать общий вывод: абсолютное большинство современной молодежи выберет общение в реальной жизни, несмотря на то что вынуждены часто общаться в интернете. Общение в интернете стало скорее вынужденной мерой и средством удобства связи, когда нет возможности видеться вживую. 76% респондентов указали на то, что за последние годы они стали чаще пользоваться интернетом, что говорит о неоспоримом превалировании «дистанционного» общения в жизни современной молодежи по сравнению с предыдущими годами. Итак, мы можем сделать вывод, что чаты стали неотъемлемой частью нашей жизни. И это не плохо: часто общение в интернете помогает в учебе и работе. Однако это не значит, что подобный вид коммуникации может вытеснить настоящее, живое общение с людьми: когда мы мгновенно считываем эмоции собеседника, выражаем свои, можем поддерживать зрительный и тактильный контакт.

ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ К РЕКЛАМЕ В КИНОФИЛЬМАХ

Нестеренко К.А., гр. СР-421

Научный руководитель доцент Бегичева О.Л.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Для любителей кино не секрет, что многие фильмы или сериалы используют в своих работах тот или иной брендированный продукт, который активно продвигается героем, либо же просто мелькает на фоне и создаёт картинку. Такая скрытая реклама носит название Productplacement, что переводится с английского, как «размещение продукта». В современном мире реклама в кино является настолько разнообразной, что продвигает самые различные товары. Реклама может заключаться в самом названии фильма, как например, «Дьявол носит Prada», или вокруг неё может закручиваться сюжет фильма, к примеру, реклама телефона Samsung, который связывал главных героев фильма «Питер FM».

Чтобы выявить эффективность скрытой рекламы в фильмах/сериалах, было проведено пилотажное исследование, в котором приняли участие студенты Российского государственного университета имени А.Н. Косыгина. В пилотажном исследовании приняли участие 33 человека. Распределение выборки по половому признаку: мужской – 31%; женский – 69%. По роду деятельности выборка распределилась: учусь – 70%; работаю – 24%; не работаю – 6%. Из проведённого исследования можно сделать вывод, что скрытая реклама является широко распространённым явлением, с которым все опрошенные респонденты оказались знакомы. Исследование показало, что респонденты понимают мотивы рекламы, и их отношение к увиденному в фильме/сериале бренду не меняется, в отличие от самого фильма/сериала. Стоит отметить необходимость согласования на начальном этапе создания фильма/сериала рекламы и непосредственно сюжета. Ведь реклама и киноиндустрия могут иметь взаимовыгодные отношения, в котором, как отмечали респонденты, рекламные продукты могут создать тренд, продвигающим фильм/сериал. Ненавязчивое воздействие скрытой рекламы позволяет эффективнее проникать в сознание потребителя. В современном мире люди уже устали от рекламы, поэтому не обращают на неё внимания между фильмами. В это время технология Productplacement может быть наиболее эффективна и продвигать не только рекламные продукты, но и сами фильмы/сериалы.

ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЕЖИ К СТИЛЮ ОДЕЖДЫ

Смычникова О.Н., гр. СР-221

Научный руководитель доцент Бегичева О.Л.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Стиль играет очень важную роль в нашей жизни. Чаще всего, сами того не замечая, люди хотят что-то сказать обществу через свою одежду, аксессуары и т.д. «Благодаря одежде человек приобретает своего рода «вторую кожу», являющуюся частью его самого и имеющую отношение к его душевной и духовной сути», пишет Лобарева Л.А. в своей работе. Данный тезис был актуален всегда, так как каждый человек выбирает свой стиль, исходя из собственных предпочтений и убеждений.

Особый интерес вызывает причина изменений стилевых предпочтений людей в течение их жизни. Какие факторы влияют на это? И от каких в большей мере зависит данное явление: индивидуальных характеристик человека или же окружающей его среды? Для изучения данного вопроса было проведено пилотажное исследование среди студентов ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина». В ходе данного исследования были выявлены основные факторы, влияющие на изменение стиля среди молодёжи. При последующих вопросах были выявлены и подтверждены факторы, влияющие на изменения стиля. Их результаты показали, что окружение, в котором находится человек, действительно в некоторой мере влияет на его стиль. Еще одним выводом стало подтверждение того, что при изменении возраста, меняется мышление, вкусы, взгляды на жизнь, окружение, меняется и стиль молодых людей. И респонденты дополнили, что место работы является еще одним очень важным фактором, от которого зависит стиль. Также было подтверждено, что за последние 3 года изменилось их чувство стиля. Еще одним результатом данного исследования стало то, что такие каналы СМИ, как блоги о моде и лидеры мнений тоже способны влиять на стиль молодежи.

Итак, по результатам исследования можно сделать вывод о том, что на стиль человека влияют многие факторы и их совокупность. Следовательно, по стилю одежды, макияжу, аксессуарам и другим дополнительным атрибутам можно очень много понять и рассказать о человеке, не общаясь с ним лично. Ответы на многие другие вопросы надеемся получить в следующих исследованиях.

МЮЗИКЛ КАК ОСОБАЯ ФОРМА МЕЖЛИЧНОСТНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Кузнецова В., гр. СР-120

Научный руководитель доцент Зотов В.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Мюзикл – это музыкальный жанр, в котором составляющими элементами являются: песня, хореография, диалог. Также мюзикл – это весьма дорогое шоу, в котором участвуют только профессионалы своего дела. Зародился мюзикл в начале 1920-ых годов XX века в Соединенных Штатах Америки, но как жанр он был признан только в 1940-ых. Поход на мюзикл является уникальным, расслабляющим, поражающим и чарующим препровождением времени.

В Московском Театре Мюзикла, ежегодно идет рок-опера «Преступление и наказание». Представьте какая глобальная работа проводится, чтобы создать такое представление, которое будет способно погрузить человека, в ту тяжелую, депрессивную атмосферу мира Раскольниковова, о котором повествует М.Ф. Достоевский. Также, можно вспомнить о мюзикле «Бал Вампиров», сделанный по фильму Романа Полански, с его чарующей вампирской атмосферой, мюзикл «Тетрадь Смерти» по аниме Цугуми Оба и Такэси Обата или же современный «Ничего не бойся, я с тобой» со звездным шоу и любовной историей. Примеров огромное множество, все они дарят человеку незабываемые эмоции, шанс отлично провести время, вдохновиться и просто отдохнуть за просмотром любимого представления.

Для поддержания интереса публики театры делают ставку на баланс между классикой и нестандартными постановками. Мюзиклы всегда рассказывают о человеке, даже если персонажи – сказочные существа или животные. На сцене показываются взаимоотношения людей, поднимаются проблемы: отцов и детей, социального неравенства, ссоры и непонимание в семье и отношениях. Мюзикл учит, дает нам вживую увидеть книжные произведения, которые мы могли лишь вообразить или дарит нам возможность погрузиться в новый мир чарующей сказки.

Мюзикл – особая форма межличностной коммуникации и сложная коммуникативная система. Специфика его как вида искусства определяется характером связи с аудиторией. Мюзикл невозможен без аудитории – живой процесс творчества происходит именно на глазах у зрителя.

ОСОБЕННОСТИ ВНУТРИКОРПОРАТИВНОГО PR В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ

Сахарова А.Д., гр. СР-321

Научный руководитель доцент Баймешова С.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Внутрикорпоративный PR – это совокупность PR-технологий и способов психологического воздействия, направленных на нематериальную мотивацию сотрудников компании. Основной его целью является сплоченность коллектива и команды, в котором каждый сотрудник чувствует себя частью общего механизма и стремится к общим вершинам. Нами проведено исследование, целью которого было выяснить, в чем заключаются особенности корпоративной культуры в структурном подразделении образовательной организации. Была выдвинута гипотеза, что наиболее подходящими PR-технологиями могут быть: актуализация доски информации и почета, уважительные отношения внутри коллектива и внедрение корпоративного стиля. Интервьюируемому было предложено охарактеризовать степень важности корпоративной культуры и необходимость её внедрения в структурные подразделения ВУЗа.

Один из респондентов отметил высокую степень важности внедрения в структурные подразделения ВУЗа корпоративной культуры. Второй респондент отметил, что важность проведения данной политики помогает повысить имидж ВУЗа, структурных подразделений, отдельных сотрудников, социальную и визуальную составляющую ВУЗа. Третий респондент описал ситуацию, которая касается конкретно нашего Университета. Здесь мнение было таким: «не хватает коммуникации внутри подразделений». Все респонденты сошлись во мнении о том, что без корпоративной культуры не обойтись образовательной организации и следует развивать ее не только в масштабах ВУЗа, но и в рамках структурных подразделений.

Также не остался без внимания вопрос о том, какие технологии внутреннего PR сотрудники хотели бы видеть в своей работе. Исходя из ответов на данный вопрос, появился перечень того, что сотрудники считают важным для структурного подразделения образовательного учреждения, а именно: составление календаря ответов на поставленные задачи и вопросы, корпоративная платформа/сайт конкретного отдела, внедрение корпоративного стиля, утверждение идеологии и философии, введение мотиваций и поощрений, формирование определенных традиций.

Таким образом доказано, что внутрикорпоративный PR не просто важен, а необходим в образовательной организации, в том числе в структурных подразделениях ВУЗа.

БРЕНДИРОВАНИЕ ПОЕЗДОВ И ВАГОНОВ В МЕТРО МОСКВЫ

Воронина Е.С., гр. СР-122

Научный руководитель доцент Баймешова С.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В современном мире метрополитен – это место с наиболее выгодным размещением рекламы. В день московским метро пользуются около 7 миллионов человек, что позволяет запомнить информацию рекламных сообщений множеству потенциальных потребителей. Оригинальным и масштабным рекламным средством в метро считается брендинг вагонов. Поезд, украшенный фирменными красками, фотографиями и уникальной информацией, мгновенно притягивает к себе внимание всех пассажиров станции метрополитена. Этот рекламный инструмент позволяет крупным фирмам стать более известными, заметными среди конкурентов, показать свой фирменный стиль. На данный момент было создано более 30 именных поездов, из них по линиям метро курсирует около 5 составов.

Одним из действующих составов метро стал поезд, посвященный творчеству Олега Табакова. Внешняя часть состава представлена переплетом логотипа Московского театра Олега Табакова на однотонном синем фоне. Внутри каждый вагон поезда индивидуален, все имеют свою тематику, связанную с жизнью режиссера: Премия, Подвал, Новая сцена, «Матросская тишина» и другие. Аудитория может прочитать новую информацию, посмотреть кадры из кинофильмов и спектаклей. Брендированный поезд также привлекает и новую аудиторию, которую знакомят с именем Олега Табакова. Вторым действующим поездом является «Акварель», запущенный при содействии Государственного биологического музея имени К.А. Тимирязева. Вагоны девятого состава «Акварели» выполнены как передвижная галерея, где представлены работы акварелистов, изобразивших растения красной книги Москвы. Именной поезд должен не только заинтересовать пассажиров в посещении выставки, но и напомнить им о природе вокруг них, которая нуждается в бережном и трепетном отношении. Третьим курсирующим поездом стал состав «Путь к победе», который Российское военно-историческое общество посвятило 75-летию победы в Великой Отечественной войне. В вагонах показаны основные события войны – блокада Ленинграда, битва за Москву, битва на Курской дуге и другие. Запуск тематического состава был направлен на популяризацию военной истории страны, а также на сохранение истории нашей страны и подвигов наших предков.

Таким образом, брендинг поездов и вагонов метро становится сегодня важным инструментом отечественной рекламной и PR-деятельности.

ПРОДВИЖЕНИЕ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Балян С.Н., гр. СР-122

Научный руководитель доцент Баймешова С.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Сегодня социальные сети стали неотъемлемой частью нашей жизни. Дистанционное обучение увеличило время проведения за монитором или другим девайсом, при этом общение в значительной части перешло в соцсети. Так как социальные сет имеет особое воздействие на аудиторию, их целесообразно задействовать в качестве средств рекламы здорового образа жизни, в частности спорта. В качестве источника мотивации может выступать просмотр различных роликов, авторами которых могут быть не только выдающиеся звезды спорта и кино, но и обычные люди, которые смогли добиться поставленных перед собой целей, изменить свою жизнь к лучшему. Взглянув на тех, кому удалось преодолеть себя, добиться самодисциплины, сложно будет найти очередную отговорку не начать заниматься спортом. Ведь как говорил Дуэйн Уэйд, знаменитый баскетболист: «Каждая тренировка – это шаг вперед. Каждая пропущенная тренировка – это два шага назад».

К сожалению, во всем этом есть и отрицательная сторона. Многие блогеры, которые ведут аккаунты на тему здорового образа жизни и тренировок, некомпетентны в этой области и не имеют соответствующего образования. Информация, которую они распространяют на своих страницах, может нанести вред здоровью. Поэтому стоит с особой серьезностью и ответственностью относиться к выбору спортивных аккаунтов.

Удобство использования возможностей социальных сетей состоит в том, что каждой возрастной группе может быть предложена информация о здоровом образе жизни с учетом ее особенностей. Социальные сети в этом случае могут оказывать сильное влияние на аудиторию, предлагая ей изменить привычный образ жизни, внести в него наиболее разумные, позитивные элементы. Благодаря огромному охвату пользовательских аудиторий социальными сетями, возможно установление моды на здоровый образ жизни, ориентацию на правильное питание, физкультуру, естественную красоту и добросовестное отношение к своему здоровью.

Заметную роль в этом процессе играют именно информационные технологии, которые комплексно воздействуют на индивида и помогают формированию взглядов, образа мышления и потребностей. В связи с этим подытожим, что применение социальных сетей в продвижении ЗОЖ целесообразно и оправдано.

ШЕРИНГ В РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Оганесян А.Т., гр. СР-119

Научный руководитель доцент Баймешова С.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Шеринг – это новый подход к потреблению, который позволяет использовать вещи, не покупая их. Шеринг является частью концепции разумного потребления, которая становится все более популярной в настоящее время. Разумное потребление – это концепция, которая заключается в том, чтобы использовать ресурсы более эффективно и экономно. В современном мире люди становятся все более осознанными в своих потребностях и ресурсах, необходимых для их удовлетворения. Это помогает сохранить окружающую среду, снизить затраты и повысить уровень жизни.

Одним из главных преимуществ шеринга является экономия денег. Вместо покупки дорогостоящих вещей, которые могут использоваться только время от времени, пользователи могут оплачивать только время их использования. В России шеринг-услуги развиваются быстрыми темпами. Сейчас на рынке уже есть предложения по аренде автомобилей, велосипедов, электросамокатов, бытовой техники и другого оборудования. Компании, предоставляющие такие услуги, стремятся упростить их использование, предоставляя максимально удобные сервисы: от приложений для бронирования до доставки на дом. Сейчас на рынке шеринга в России есть несколько крупных игроков, таких как Яндекс.Драйв, Delimobil и YouDrive, которые предоставляют услуги аренды автомобилей.

Однако, наряду с ростом популярности шеринга, существует ряд проблем, таких как необходимость обеспечения надлежащего обслуживания и безопасности, а также правовых аспектов. Некоторые пользователи также могут отказываться соблюдать правила использования и возвращения арендованных предметов.

Тенденции развития шеринга в России обнадеживающие. Среди основных можно выделить увеличение числа предметов потребления, доступных для аренды, а также удобство использования сервисов шеринга с помощью мобильных приложений. Также существует потенциал для развития шеринга в сфере бытовой техники и оборудования.

В целом, шеринг и разумное потребление представляют собой важные тенденции в современном мире. Развитие данной концепции в России может сделать жизнь людей более удобной, помочь экономить ресурсы и внести свой вклад в сохранение окружающей среды. В будущем шеринг может стать одним из главных инструментов развития экономики России.

ВЛИЯНИЕ РЕБРЕНДИНГА НА ОТНОШЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К БРЕНДУ

Чуфарова К.В., гр. СР-119

Научный руководитель доцент Баймешова С.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Ребрендинг – это сильный инструмент маркетинга, который может как оживить бренд, так и ухудшить финансовое состояние или положение на рынке. Ребрендинг – это, в первую очередь, смена имиджа компании. В большинстве случаев заключается в изменении логотипа, названия, миссии, ценностей, целевой аудитории, рынка. Чаще всего его проводят, чтобы перестроить восприятие бренда в глазах потребителей. Изменяя визуальное представление, компания говорит о том, что обновилась. Когда меняется восприятие, то меняется и отношение к бренду. Однако не всегда потребители положительно реагируют на ребрендинг и сохраняют лояльность.

Наиболее ярким примером положительного отношения потребителей к ребрендингу – это Сбер. Быстрый рост компании и переход в экосистему требовал репозиционирования. При этом у клиентов бренд ассоциировался с финансовыми услугами, несмотря на расширение сферы деятельности компании. Сберу все-таки удалось сохранить лояльность и приверженность потребителей, а также уйти от репутации консервативного и неудобного банка.

Большинство брендов прибегают к глобальным переменам в качестве антикризисных мер, из-за репутационных скандалов или ошибок в позиционировании. Так было с брендом Pura John's. Бывшего главу компании Джона Шнаттера обвинили в расизме, поэтому ему пришлось покинуть свой пост. Тогда Pura John's приняли решение провести ребрендинг, чтобы отстраниться от негативного образа в глазах потребителей и улучшить репутацию.

Реакция целевой аудитории на ребрендинг может быть спорной или даже негативной из-за отказа от старых ценностей, низкого качества нового фирменного стиля, дизайна и прочих факторов. Бренд может утратить известность и лояльность своей аудитории, поэтому во многих кризисных ситуациях предпочтительнее выбирать более мягкие пути, чем радикальные изменения в компании. В зависимости от ситуации могут оказаться эффективными и результативными запуск новой рекламной кампании, рестайлинг или улучшение качества обслуживания.

Таким образом, ребрендинг способен влиять как положительно, так и отрицательно на отношение потребителей к бренду, поскольку он предполагает глобальную перестройку бренда.

СОВРЕМЕННЫЕ PR-ТЕХНОЛОГИИ В МУЗЫКАЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ

Бровкина Е.А., гр. СР-218з

Научный руководитель доцент Баймешова С.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

На сегодняшний день развитие интернет-технологий существенно повлияло на все сферы жизнедеятельности общества, в том числе и на музыкальную индустрию. Новые технологии привнесли колоссальные изменения в музыкальный бизнес, подарив уникальные возможности, но вместе с тем возникли и сложности. С падением продаж музыкальных продуктов (альбомов, синглов, треков) вырос сектор живых выступлений, что предоставило артистам альтернативный вариант развития бизнеса и новые возможности выстраивания отношений с поклонниками.

Существенное значение имеют рост легальной дистрибуции цифровой музыки в интернете и популярные сервисы, предоставляющие пользователям контент на условиях платной подписки. Когда на рубеже тысячелетия начали распространяться сервисы обмена файлами, многие предсказывали музыкальной индустрии несли катастрофические потери в продажах. Однако многие музыканты пошли альтернативным путем – они начали распространять свою музыку бесплатно для продвижения, что успешно повлияло на продажи билетов.

Современные тренды коммуникаций в музыкальной индустрии полностью соответствуют трендам музыкальной индустрии – развитие технологий приносит за собой развитие отношений между клиентами и брендами в рамках предложенного инструментария. При этом распространение мобильных устройств позволяет артистам все больше коммуницировать с публикой напрямую, причем особое значение в коммуникации стали играть социальных сетей.

Интернет и мобильные технологии за последние два десятилетия коренным образом изменили способ создания, нахождения и прослушивания музыки. Сегодня артисты могут создавать музыку новыми способами и достигать своих поклонников инструментами, которые нельзя было даже вообразить несколько лет назад. Меломаны могут делиться своей любимой музыкой со своими друзьями, семьей и коллегами в режиме реального времени. Отныне их драгоценные коллекции собираются виртуально. Все это позволяет нам говорить о том, что индустрия движется в правильном направлении – после более полувекового господства и олигополии гигантских корпораций артисты наконец могут свободно использовать современные PR-технологии и успешно продвигать свои музыкальные шедевры.

ВЛИЯНИЕ УРБАНИЗАЦИИ НА СОВРЕМЕННОЕ ОБЩЕСТВО

Ларионова Ю.С., гр. Ссоц-121

Научный руководитель старший преподаватель Носова Д.А.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Актуальностью данного исследования выступает стремительный процесс урбанизации городов, в частности мегаполисов. Рост городов в современном мире характеризуется обилием разнообразных корпораций, массовым притоком людей в развивающиеся города, а также технологический прогресс, который непосредственно влияет не только на функционирование города, но и на его образ. Данная тенденция заставляет людей пересмотреть свои взгляды на жизнь в городской среде.

Процессу деурбанизации начинает подвергаться всё большее количество людей. Если говорить о современной России, то на сегодняшний день можно сделать вывод о том, что рурализации подвергнуты жители больших городов, в частности Москвы, как мегаполиса. Москва представляет собой быстро развивающийся регион, который является эпицентром скопления трудовых, экономических, культурных ресурсов, что делает её привлекательным для большинства населения России и стран СНГ. В столицу вкладываются значительные финансовые ресурсы, делая город технологически развитым и комфортным для жизни. Москва стала очень «перегруженным городом», это даёт повод людям рассматривать столицу как место заработка и построения карьеры, но не как место для жизни, воспитания детей и отдыха. По этой причине происходит процесс «обратной миграции», заставляющей горожан переселяться либо на постоянное место жительства, либо на сезонное в сельскую местность или в пригороды. Современный житель мегаполиса преследует личные цели для улучшения своей жизни за счёт работы и карьерного роста, это сказывается и на социальном самочувствии горожан, что является паттерном к «обратной миграции». Данная тенденция постепенно начинает набирать обороты, хотя, по данным статистики, число городского населения в России увеличивается, а сельское уменьшается, тем не менее в Москве наблюдается процесс деурбанизации сильнее, чем в других городах. Данная тема является острой на сегодняшний день и требует дальнейшего исследования.

«ВЕЙПИНГ» КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ЯВЛЕНИЕ

Гречуха Д.Е., гр. Соц-119

Научный руководитель старший преподаватель Мишина О.Ю.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

«Вэйпинг» – это явление, связанное с использованием электронных сигарет (электронных никотиновых испарителей, или ВЭЙП-устройств) для ингаляции пара, содержащего жидкость с никотином или без него. Это явление стало очень популярным в последние годы, особенно среди молодых людей. С точки зрения социологии вэйпинг рассматривается как социокультурное явление, которое произошло в результате социального взаимодействия между людьми, а также влияния медиа и рекламы. Одним из факторов, оказавших влияние на распространение вэйпинга, становится мода на здоровый образ жизни и стремление к отказу от традиционных табачных изделий. Это прослеживается и в маркетинге вэйп-устройств, где акцент сделан на «безопасности» в сравнении с обычными сигаретами. Также важно отметить, что это связано с социальными и культурными аспектами, такими как субкультуры и комьюнити. В некоторых группах людей вэйпинг используется как способ создания социальной связи и общения. Кроме того, вэйпинг среди молодого поколения ассоциируется с музыкальными фестивалями и ночными клубами, где он становится частью образа жизни и способом проведения досуга.

Однако безопасность вэйпинга все еще вызывают неоднозначность, хоть и считаются менее вредными, чем традиционные сигареты, но они могут содержать вредные химические вещества, наносящие еще больший вред. Кроме того, наибольшая популярность вэйпинга среди молодежи вызывает опасения, что это может привести к никотиновой зависимости в будущем.

В целом, вэйпинг является социокультурным явлением, которое отражает изменение образа жизни и поведения людей, и это явление продолжает эволюционировать. Однако, как и в любом новом явлении, в вопросах безопасности и регулирования вэйпинга необходимо проводить дополнительные исследования и разработки соответствующих нормативных актов. В некоторых странах уже были введены запреты на продажу и использование электронных сигарет, особенно для несовершеннолетних. В связи с его популярностью среди молодежи, возникает риск стимуляции никотиновой зависимости в раннем возрасте. Кроме того, вэйпинг может стать объектом коммерциализации, что может привести к появлению неэтичной рекламы и манипуляции потребительскими предпочтениями.

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ВЛИЯНИЯ СМИ НА ПОПУЛЯРИЗАЦИЮ СПОРТА В РФ

Михайлова Н.А., гр. Ссоц-119

Научный руководитель старший преподаватель Мишина О.Ю.
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В наше время средства массовой информации оказывают значительное влияние на общественное сознание, из-за способности быстро и тотально охватывать широкие аудитории. В следствии этого развитие физической культуры и спорта в России во многом зависит от эффективности ее пропаганды в СМИ. Современная российская молодежь почти не вовлечена в занятия спортом, а спортивная деятельность не включена в систему смысло-жизненных ценностей, занимая крайне мало места в досуговых практиках на разных этапах. В советский период физкультурно-спортивная работа целенаправленно велась с различными категориями населения. Социально-политические преобразования последних десятилетий в нашей стране привели к существенным изменениям в подходах к организации физкультурно-спортивной работы с населением. Переход России на принципы рыночной экономики внес существенные коррективы в организацию функционирования спорта и физической культуры, поскольку изменился принцип финансирования этой сферы деятельности. Влияние спортивных практик на идентификационные модели молодежи ограничено конкуренцией со стороны досуговой сферы и ослаблением идентификационного потенциала спорта, что связано с распространением неформальных и неправовых спортивных практик.

В большой степени телевидение способствует просвещению и образованию молодежи в области физической культуры и здорового образа жизни. Присутствуют программы, в которых показывается положительная роль, направленная на минимизацию таких социальных явлений как пьянство, наркомания, курение и т.д. Однако мало используются возможности телевидения в обобщении положительного опыта организации спорта. В пропаганде и его освещении телевизионные журналисты в основном отслеживают происходящие события, упуская из внимания само формирование здорового образа жизни и привлечения к нему молодой аудитории. В этом более активно стали использовать возможности сети Интернет, но существуют противоречия между декларируемыми целями спортивно-ориентированных СМИ и реализацией ими на практике, прежде всего спорт для большинства населения российского общества не является деятельностью, а больше телевизионным зрелищем.

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФЕНОМЕНА ВЫСОКОЙ МОДЫ

Пашинская А.С., гр. Ссоц-119

Научный руководитель старший преподаватель Мишина О.Ю.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В современном мире понятие феномен определяется как элемент социальной реальности, обладающий всей полнотой социальных свойств и признаков. Высокая мода или от-кутюр (от франц. haute couture – дословно «высокое шитьё») является швейным мастерством самого высокого качества, и как феномен в современном мире рассматривается с различных сторон её влияния на общество. Исследуя социальный контекст моды, в первую очередь стоит отметить социальные классы, статусы, подражание, дифференциация и престиж. Все эти понятия являются как причинами существования моды, так и её последствиями, характеризующими моду как социальное явление.

Изучение непосредственно высокой моды и широкого научного углубления в ее причины и социальные следствия не имеет, так как часто рассмотрение идет через искусство и понимание высокой моды как источника самовыражения конкретного дизайнера. Конечно, с первого взгляда таковым она и является, но тогда не учитывается высокая мода как канал коммуникации дизайнера со своей аудиторией, что добавляет ей значимости как источника и транслятора трендов, обеспечивая взаимосвязь между элементами моды по иерархии их происхождения (сначала вещь или тенденция создается брендами высокой моды, потом переходит в мидл-сегмент, затем в массмаркет). Данная взаимосвязь чаще всего проходит сверху вниз, то есть вертикально, но может быть и запущена поп-культурой - горизонтально, и быть подхвачена брендами.

Понимание высокой моды как искусства, бесспорно, но для большей части общества авангардные, необычные и зачастую неносибельные предметы кутюрной одежды являются чем-то непонятным, странным и вызывающим смех. Это происходит прежде всего, по причине неготовности массового потребителя воспринимать вещь как предмет самовыражения, прежде всего он ждет от неё функциональности и удобства, в то время как дизайнер воплощает свои желания и идеи, высказывая свое собственное видение мира. Такой диссонанс в восприятии модной одежды разделяет людей на несколько групп, понимающих – элитарную группу, и не понимающих, являющуюся большинством. Также можно выделить и людей, подражающих элитарному слою, но при этом не пытающуюся понять смыслы, вкладываемые дизайнерами.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРИБРЕТЕНИЯ ЖИЛЬЯ МОЛОДЕЖЬЮ

Орлова Е.А., гр. ССоц-119

Научный руководитель старший преподаватель Мишина О.Ю.
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Жилье является неотъемлемой частью жизнедеятельности индивида. Оно не только удовлетворяет физиологическую потребность, но и играет важную роль в определении и улучшении качества жизни. Выбор жилья складывается из субъективных факторов – установки, поведение, и объективных, среди которых социально-экономические события и заданные обществом ценности и нормы. Поэтому не любое жилье может удовлетворить современную молодежь и оказать влияние на повышение качества жизни. Собственное жилье обеспечивает высокую комфортность существования, поэтому приобретение недвижимости молодыми людьми является не просто ответственным шагом, но и определяет новый уровень жизнедеятельности, что ведет к повышению эффективности и снижению уровня стресса. Однако этот процесс сопровождается рядом актуальных вопросов. Во-первых, в силу финансовой неустойчивости и отсутствия четкого видения своего будущего, молодые люди могут предпочитать альтернативные варианты проживания, как аренда квартиры, общежитие или проживание с родителями. Во-вторых, молодежь может не обладать достаточной информацией о доступных программах для покупки недвижимости, которая способна помочь приобрести жилплощадь в нужной ценовой категории. В-третьих, в процессе покупки молодые люди могут столкнуться с низкокачественным и малонадежным жильем. В-четвертых, молодежь может пугать и отталкивать сложность, связанная с документооборотом и рисками как при выборе программы поддержки, так и в процессе приобретения жилплощади.

Так или иначе тенденция на покупку недвижимости среди молодого поколения продолжает расти. Поэтому важно рассмотреть все аспекты покупки жилья для определения путей решения данных вопросов. Это знание позволит молодым людям как можно раньше задумываться о дорогостоящей покупке, а собственно, определит уровень удовлетворенности многими сферами жизни, среди которых социальная и духовная.

Таким образом, рассмотрение основных вопросов приобретения жилья и выявление наиболее важных аспектов, позволит молодежи определить основные направления действий в сторону улучшения собственной жизни, что важно для устойчивого развития общества.

МОДА КАК СОЦИАЛЬНАЯ НОРМА ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЕЖИ

Сергеева Н.Н., гр. Ссоц-119

Научный руководитель старший преподаватель Мишина О.Ю.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Актуализация моды как социальной нормы поведения молодежи имеет противоречивый характер, так как каждый хочет быть индивидуальностью, но в то же время старается следовать модным тенденциям, чтобы не отличаться от представителей своего социального круга. Исследуя эту проблематику стоит отметить, что молодежь – это социальная группа, больше всего подверженная влиянию, а под социальной нормой понимаются общепринятые правила и образцы поведения, которые обеспечивают стабильное взаимодействие индивидов и социальных групп в обществе. В настоящее время мода занимает ключевое место в жизни современной молодежи, и как «норма» предписывает членам общества определенную модель потребительского поведения, распространяясь на различные сферы общественной жизни, носящая внешний характер. Принимая норму внешнего модного поведения, индивид опирается уже не на собственное желание и потребность, вследствие чего мода становится ценностью, а люди добровольно стремятся быть модными. Некоторые социальные нормы предполагают санкции за нарушение содержащегося в ней правил и мода не исключение. Модные санкции не несут кардинального характера, то есть не следование модным тенденциям не приведет к строгим наказаниям или социальной изоляции, помимо некоторых молодежных кругов, где может проявиться жестокий характер, например, насмешки, унижение и не принятие социальной группой. Одной из главных ценностей моды является современность. Быть модным значит быть современным. Информационное пространство способствует постоянному внедрению новых модных тенденций, способных повлиять на поведение молодежи. Не мало важное значение для распространения также оказывают близкие друзья, где происходит необходимость перенимать модное поведение и приводит к демонстративности моды. Молодежь выступает активным «потребителем» моды, которая быстрее других социальных групп реагирует на постоянные изменения, происходящие в модной индустрии, а ее объекты приобретаются для показа, оценки и принятия окружающими.

Изобилие многообразной информации и ее доступность, способствует влиянию на социальное поведение молодежи, в силу интереса попробовать что-то новое, отсутствию опыта, наивности, ведомости к мнению других людей и несформировавшихся мировоззрения, а также убеждений и идентификации себя к определенным социальным группам. Следовательно,

в современном мире молодежь является ключевой группой, перенимающей модные тенденции не только на свой внешний вид, но и внутренний мир.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК НОВАЯ ФОРМА КОММУНИКАЦИЙ В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Аббасова С.Э., гр. Ссоц-121

Научный руководитель профессор Тихонова Е.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

С возникновением Интернета и его развитием образуются новые модели взаимодействия людей, формируются своеобразные виртуальные сообщества, которые основываются чаще всего на онлайн общении. Эти виртуальные сообщества, которые можно отнести к новой форме общества, объединяют людей в онлайн-режиме вокруг общих ценностей и интересов, образуют связи поддержки и дружбы, распространяющиеся на межличностное взаимодействие. Одним из таких видов электронной коммуникации выступают социальные сети.

Социальная сеть – социальная структура, объединяющая людей с одинаковыми интересами, предпочтениями, или просто для общения и поиска новых знакомств. По результатам опроса ВЦИОМ можно определить, что среди российской аудитории социальных сетей и мессенджеров почти каждый третий (29%) тратит на них более трех часов в день (72% среди 18-24-летних), 16% – от двух до трех часов, 25% – один-два часа в день, 19% – полчаса, а 9% – менее получаса. Из этого следует, что социальные сети занимают для молодежи отдельное место в ежедневной рутине. Социальные сети выполняют множество функций. К основным относят, функцию социализации, информационную функцию и развлекательную. Говоря о достоинствах общения в социальных сетях необходимо отметить, что главным преимуществом подобного вида коммуникации выступает возможность завести знакомства вне зависимости от местоположения и времени. Вдобавок общаясь в интернет-пространстве, люди могут быть более открытыми и свободными по сравнению с общением в реальной жизни. Также знакомясь с человеком в социальных сетях, есть возможность заблаговременно ознакомиться с информацией о нем которая размещена на его странице. Стоит отметить и недостатки межличностной коммуникации в социальных сетях. Во-первых, зачастую бывают ситуации, когда портрет человека в виртуальном пространстве не соответствует его реальному, это приводит к возникновению фэйков. Во-вторых, общение в интернете не может передать эмоции человека, отсутствуют невербальные средства общения. Все это может привести к недопониманию и частым разногласиям между людьми.

В связи с вышесказанным следует отметить, что при всех многочисленных плюсах межличностной коммуникации в социальных сетях необходимо помнить и об обратной стороне.

СИСТЕМА ЦЕННОСТЕЙ, ТРАНСЛИРУЕМЫХ РОССИЙСКИМ ДЕТСКИМ ТЕЛЕВИДЕНИЕМ, КАК ПРЕДМЕТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Мусина А.Е., гр. Ссоц-119

Научный руководитель профессор Тихонова Е.В.
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В исследовании на тему «Система ценностей, транслируемых российским детским телевидением, как предмет социологического анализа» принимали участие мамы и папы детей от 4 до 9 лет. Все респонденты ответили, что их дети ежедневно смотрят телевизор после школы или детского сада от получаса до трех часов в день. При этом в связи с разной загруженностью дошкольники смотрят телевизор больше, чем школьники. Среди любимых телепередач и мультфильмов детей были названы «Простоквашино», «Фиксики», «Барбоскины», «Смешарики», «Хранитель лев», «Май литл пони», «Леди Баг и Супер-Кот», «Буба».

Мультфильмы, которые смотрят современные российские дети, рассказывают как о приключениях, героических поступках, так и о бытовых семейных ситуациях, взаимоотношениях. Многие мультфильмы являются ремейками старых мультфильмов. Главные персонажи очень разные по характеру, обладают различными талантами и способностями.

К основным ценностям, встречающимся в современных мультфильмах, стоит отнести доброту, трудолюбие, смелость и героизм, помощь ближним, дружбу и ценность семьи. Современные мультфильмы учат детей быть добрыми и готовыми прийти на помощь. К наиболее познавательным мультфильмам респонденты отнесли «Фиксики» и «Смешарики».

Респонденты отметили красочность, качество графики, яркость мультфильмов. Респондентов радует многообразие мультфильмов.

Однако родителям не нравится, что современные мультфильмы будоражат детскую психику, иногда показывают негативные модели поведения, выражающиеся в непослушании родителям. Также негативно выразились родители по поводу отсутствия глубокого смысла во многих мультфильмах. Все респонденты отметили влияние мультфильмов на формирование системы ценностей детей. Современное детское телевидение влияет на поведение и привычки детей, их игры. Современные мультфильмы учат большей независимости от родителей, отстаиванию

своей точки зрения вместо послушания и согласия со старшими. В старых мультфильмах больше придавалось значение патриотизму, советские мультфильмы были душевнее, по мнению респондентов. Современные мультфильмы отличаются от мультфильмов, которые смотрели родители современных детей, соответственно система ценностей, транслируемая в мультфильмах, в некоторой степени претерпела изменения.

СТРЕССОГЕННОСТЬ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ МЕГАПОЛИСА

Полякова А.А., гр. Ссоц-120

Научный руководитель доцент Зотов В.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Процесс развития урбанизации в несколько раз опережает ход эволюции человека, адаптационные способности его организма, вследствие чего, человек в сегодняшнем урбанизированном пространстве ограничен. Результатом воздействия совокупности обстоятельств урбанистической среды на человека является состояние городского стресса – эмоционально поведенческого комплекса, появляющегося из-за воздействия некоторых условий городской формы жизни.

Городское социокультурное пространство выступает в роли среды обитания человека, которая имеет присущие ей характерные вещно-предметные, а также социально-коммуникативные отличительные черты его жизни. И.В. Тулиганова описывает социокультурное пространство города наподобие конструкции информационно-коммуникативных основ социальной деятельности, выраженных в различных знаково-символических продуктах социокультурной практики, сосредоточенных в конкретных территориальных пределах. Г. Зиммель, рассуждая о результатах воздействия городской сферы на психику индивида, фиксировал, что обстоятельства проживания в мегаполисе являются причиной развития состояния «блазириванности», которое ученый определял равно как некоторый культурный механизм адаптации жителей города, вытекающее из их неспособности регулярно взаимодействовать вместе с огромным количеством людей, сформулированное в экономии психологических ресурсов: эмоциональных сил, отказе от установления тесных взаимоотношений с людьми и т.д.

Эмоционально-психологическая пресыщенность трактуется наподобие предохранительного инструмента нервной системы от переизбытка различных социальных контактов, поступающих извне. Изобилие данных в условиях мегаполиса начинает восприниматься населением обезличено, порождает апатию, раздраженность, враждебность,

стремление поменять работу, а также замкнуться, уйдя от социальных контактов.

Таким образом, явление социально-психологической пресыщенности представляет собой интегрированный феномен, характеризуемый равно как состояние волнение жителя мегаполиса (жителей большого города) избыточности возникающим перед ним возможностей, содействующих удовлетворению его общественных потребностей в обстоятельствах проживания в мегаполисе. Оно выражается как на уровне психологического волнения, так и на уровне поведенческих реакций.

ОТПУСК ПО УХОДУ ЗА РЕБЁНКОМ ДЛЯ МУЖЧИН: ПЕРСПЕКТИВЫ РОССИЙСКОЙ ПРАКТИКИ

Авдеенко А.А., гр. Ссоц-120

Научный руководитель ассистент Гайтукаева Г.Р.
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В современном мире наблюдается тенденция размывания традиционных гендерных установок. Это выражается в увеличении количества семей с эгалитарным устройством. В сложившихся обстоятельствах актуальным для изучения и внедрения становится подход, в котором отцы на равных участвуют в воспитании и уходе за детьми с ранних лет жизни. В конце 2020 года были опубликованы результаты опроса «Суперджоб», согласно которому 35% работающих мужчин, состоящих в браке, полностью исключают возможность уйти в отпуск по уходу за ребенком вместо жены. Скорее не согласятся на такой отпуск 26% мужчин. Допускает возможность ухода в декрет вместо жены каждый седьмой (12%), и 27% опрошенных утверждают, что готовы сидеть с ребёнком. При этом, по данным Фонда социального страхования, ежегодно в России мужчинами оформляется более 13 тысяч отпусков по уходу за ребенком. А женщинами, для сравнения, – почти 700 тысяч отпусков.

Причин тому несколько. Во-первых, неравенство мужчин и женщин на рынке труда. С экономической точки зрения выгоднее уходить в отпуск по уходу за ребенком родителю с меньшим доходом. Во-вторых, консервативная семейная политика. Например, на законодательном уровне нет «отцовской квоты» – оплачиваемого отпуска по уходу за ребенком, который может взять только отец, и его нельзя передать матери. Если отец не воспользуется квотой, отпуск сгорает.

Опыт скандинавских стран показывает, что обязательное участие отцов в воспитании детей на ранних этапах дало положительный эффект: ребенок, которого с самого раннего возраста воспитывают и мама, и папа, лучше учится, быстрее адаптируется к социуму и чувствует себя более

защищенным. Когда у матерей есть возможность разделить заботу о детях со своими партнерами, они реже страдают от послеродовой депрессии. Кроме того, с рождением ребенка они не выпадают из профессии, и в итоге разрыв между мужскими и женскими зарплатами сокращается.

Таким образом, в развитии российской социально-политической практики одним из наиболее перспективных направлений является создание условий для увеличения числа мужчин в отпуске по уходу за ребёнком. Этого можно добиться путем введения «отцовских квот», уравнивания в доходах мужчин и женщин, а также последовательной пропаганды равноправного родительства в течение длительного времени на государственном уровне.

ТРЕНД НА МЕДИТАЦИЮ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Еременко Е.Р., гр. Ссоц-120

Научный руководитель ассистент Гайтукаева Г.Р.
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В современном динамичном обществе происходят постоянные трансформации. Тренды сменяются один за другим с непостижимой скоростью. На место старых быстро приходят новые, которые набирают популярность, и оказывают влияние на ценности, характеризующие действия людей и их отношения друг с другом. Особенно в последние годы набирает обороты заинтересованность общества в сфере здорового образа жизни, в состоянии не только физического, но и духовного благополучия.

Медитации являются одной из самых быстрорастущих тенденций в настоящее время. Однако данный вид духовных практик уходит корнями в глубокую культурную историю. Некоторые ученые утверждают, что зарождение медитации началось еще до нашей эры, и из религиозной идеи выросло в нечто большее, потребляемое широким кругом лиц. Сейчас медитативные практики представляют собой совокупность техник, основанных на фокусировании внимания и устранении потока беспорядочных мыслей.

С помощью медитации различные чувства и эмоции человека могут приобретать иной характер, который положительно воздействует на его социальную среду. Учеными выявлено, что духовные практики способствуют развитию эмпатии, проявлению сострадания, ощущению чувства связи и общности с другими, а также ведут к бескорыстной заботе о благополучии окружающих. В основе тренда на духовное развитие лежат потребности общества в познании и самореализации.

Благодаря увлечению медитацией и духовными практиками также происходит интеграция индивида в общество единомышленников.

Появляется возможность обмениваться знаниями, опытом, навыками и организовывать совместную деятельность с людьми, которые понимают тебя и разделяют твоё мнение. Помимо одиночных практик существуют и групповые, в процессе которых между людьми появляется близость и укрепляется связь.

Таким образом, медитативные практики оказывают влияние не только на внутренний мир конкретного индивида, который владеет знаниями, касающимися духовной трансформации, но и на его внешнюю среду, то есть на всё общество в целом. Медитации являются доступным и полезным инструментом в познании окружающего мира, себя и достижении гармонии, однако стремительная сменяемость трендов наталкивает на вопрос о том, надолго ли задержится данная практика в культуре и обществе.

ПОЗИЦИЯ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ В ОТНОШЕНИИ ТЕНДЕНЦИИ НЕПРЕРЫВНОСТИ ОБРАЗОВАНИЯ

Демьянова А.Р., гр. Ссоц-120
Научный руководитель ассистент Гайтукаева Г.Р.
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В эпоху развития науки, информационных технологий, искусства формируется пространство, содержащее в себе множество взаимосвязанных компонентов разного уровня и характера, обеспечивающее возможность развития научной, образовательной и социокультурной среды. Появление бесчисленного количества возможностей к получению и освоению информации, таких как научные конференции, онлайн-образование, бесплатный доступ к библиотекам и другим электронным ресурсам, а также высокий уровень глобализации и быстрый темп развития экономики, создающий потребности в новых навыках и умениях, привели человека к стремлению постоянно обучаться в течение всей жизни и создавать новые форматы получения образования.

Для современного общества применение системы непрерывного образования является оптимальным решением в развитии и становлении. Это постоянное, структурированное и последовательное пополнение каждым человеком личного объема знаний, умений, навыков для дальнейшей их реализации. Особенно это характерно для современной молодежи, так как непрерывное образование позволяет сформировать социально-профессиональные представления, напрямую влияющие на самоопределение и самоактуализацию.

Стремясь к определению своих индивидуальных особенностей и профессиональных качеств, поиску деятельности, приносящей как

финансовую прибыль, так и внутреннее удовлетворение, современная молодежь нацелена на непрерывное обучение и постоянное приобретение новых компетенций, в т.ч. за рамками классического высшего образования.

Тенденция на постоянное получение образования возникла также за счет стремления к саморазвитию и самореализации среди молодого поколения. Самореализация сопряжена с бесконечным поиском самого себя, связана со стремлением к самосовершенствованию, и предполагает некий конечный продукт, не имеющий материального воплощения. А с развитием средств массовой информации и Интернета люди получили невероятные возможности реализовывать данные потребности.

В настоящее время на рынке труда существует бесчисленное количество сотрудников, имеющих среднее или высшее образование по специальности. Но в то же время все больше молодых специалистов осознает, что для выживания в конкурентной рыночной среде мало иметь просто образование, необходимы не только базовые профессиональные навыки, но и их постоянная актуализация, развитие личностных характеристик, отличительных особенностей.

ДЕПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ В ТЕОРИИ МАСС И ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Симакова Я.К., гр. Ссоц-122

Научный руководитель ассистент Гайтукаева Г.Р.
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Вместе с многочисленными разработками информационного общества было предпринято множество попыток создать «искусственный интеллект», который развивается и совершенствуется людьми по человеческому подобию. Искусственная интеллектуальная система имитирует поведение человека, чтобы выполнять различные задачи и творческие функции.

Специалисты стремятся создать сознание, превосходящее человеческие возможности, которое, однако, в любом случае будет опираться на опыт, знания, модели поведения и мышления своего создателя – человечества. В рамках изучения данной темы остро стоит вопрос существования собственной модели внешнего мира у искусственного интеллекта, наличие которой обеспечило бы собственное «Я» в противовес деперсонализированному характеру искусственного интеллекта.

Теория, или же психология, масс изучает особенности поведения и мышления большой группы людей, которые имеют общие ценности, взгляды, чувства. Представления человека, его мышление, модели поведения, восприятие мира основывается на опыте многих поколений

людей. В условиях существования массового сознания, влияние которого усиливается в информационном обществе, сложно провести грань между чисто субъективными и социально обусловленными аспектами личности.

Человек, живущий в современном мире, превращается в некую «операционную молекулу», для которой практически полностью predetermined вся её дальнейшая судьба, потому что происходит копирование тех, кто был до нее или тех, кто как-то повлиял на её жизнь. В современном обществе деперсонализация становится обыденностью. Массовидность современного общества ведет к преобладанию «среднего человека», индивидуальность которого сведена к минимуму, во многом это обусловлено необходимостью реагировать на усложняющиеся условия информационного общества.

Деперсонализация является общей характеристикой для «искусственного интеллекта» и массового сознания человека. И сознание современных масс, и искусственный интеллект характеризуются высоким уровнем механичности, автоматизмом действий и реакций. Но, в отличие от искусственного интеллекта, сознание людей наделено индивидуально обусловленными характеристиками, собственным «Я», поэтому развитие искусственного интеллекта во многом зависит от глубины изучения мышления человека, от того, где находится черта между индивидуально смысловым и безлично функциональным.

СПОРТИВНАЯ ФОРМА КАК ИНСТРУМЕНТ РЕКЛАМИРОВАНИЯ СПОНСОРОВ

Хорошавина А.Б., гр. Ссоц-120
Научный руководитель ассистент Гайтукаева Г.Р.
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Специалисты считают, что спонсорство можно отнести к классу эффективных PR-компаний, именно по этой причине спортивные команды выносят логотипы спонсоров на форму. Команды размещают логотипы спонсоров для решения проблем, связанных с ограничениями на рекламу некоторых категорий товаров и, как следствие, затрудненной коммуникацией между потребителем и продавцом. К примеру, многими спонсорами являются компании по производству спиртных крепких напитков или табачной продукции. Спонсорство важно для компаний с точки зрения наибольшего охвата специфических целевых аудиторий.

Многим может показаться, что нанесение логотипа компании на спортивную форму является нецелесообразным вложением для спонсора, но опытные игроки на арене спонсорства понимают, что приобретают не

просто место на футболке, а вероятное попадание в историю клуба, увеличенные охваты аудитории и одну из лучших рекламных кампаний.

На данный момент спонсорство является значительным источником дохода зарубежных спортивных клубов, поэтому многие бизнесмены ищут варианты коллабораций со спортивными клубами, чтобы поддержать собственную финансовую мощь и узнаваемость бренда. Одним из самых популярных видов спорта в мире является футбол, далее приведены примеры рекламирования спонсоров на футбольной форме.

Знаменитый клуб «Манчестер Юнайтед» размещает на своей форме логотипы «Шевроле», компаний по производству ГСМ и топлива, матрасов и подушек, вина, кофе и головных уборов. Если взглянуть на логотипы этих компаний, то большинству людей они покажутся очень знакомыми. В 2009 году в одном из испанских клубов забитый гол отмечали натягиванием футболки на голову, на внутренней стороне которой разместили лицо маскота «Бургер Кинг» – короля бургеров. Эта рекламная кампания собрала очень большие охваты публики, после чего компания «Бургер Кинг» начала быстро набирать популярность.

Подводя итог, стоит отметить, что финансовое развитие любого серьезного клуба не обходится без спонсорства. Это сотрудничество является взаимовыгодным, т.к. клуб имеет финансовую стабильность, а спонсоры – постоянное внимание к себе со стороны аудитории.

Таким образом, спортивная форма была и остаётся одним из важнейших и эффективных инструментов рекламирования спонсоров.

ТРЕНД НА ЦИФРОВУЮ МОДУ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

Хворостянова П.И., гр. Соц-120

Научный руководитель ассистент Гайтукаева Г.Р.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Сегодня сфера digital становится одной из самых востребованных и быстро развивающихся. Современные специалисты в данной области создают в цифровом мире ситуации, объекты и продукты, существование которых зачастую невозможно в реальности, и фешн-индустрия – наглядный пример тому, что digital-сфера растёт и развивается с невероятной скоростью.

Условия пандемии направили ведущих дизайнеров и домов моды на создание цифровой одежды, которая, по их мнению, станет одним из эффективных способов борьбы с глобальными экологическими проблемами. Цифровая одежда делает возможным не производить в материальном виде образцы, которые впоследствии утилизируются в связи с ненужностью. Таким образом можно снизить негативные последствия

ускорения цикла сменяемости моды и модных тенденций. Также развитие цифровой одежды дает возможность людям, не вписывающимся в стандарты красоты «реального» модного мира, идентифицировать себя с модной индустрией и теми образами, которые раньше были им недоступны. Благодаря digital-моде снижается тенденция навешивания ярлыков, связанных с современными стандартами красоты. Модные показы в digital-пространстве, например, на площадках существующих онлайн-игр или на базе специально созданных платформ, помогают организовывать мероприятия фэшн-индустрии без привилегированного отношения, т.е. показы, доступные для всех слоёв населения: каждый человек вне зависимости от физических возможностей здоровья, материального положения и места проживания может стать их участником.

Несмотря на положительные аспекты влияния digital-моды, по мере того, как цифровая мода и digital-пространство становятся частью повседневной реальности людей, увеличивается и их негативное влияние. В перспективе возможно снижение спроса на привычные для всех показы коллекций, снижение значимости работы дизайнеров, декораторов и организаторов модных показов, которым уже сегодня сложнее удивить аудиторию. Также непроработанной остается проблема защиты авторского права на цифровые продукты и его нарушение. Рост значимости цифрового пространства в жизни людей становится причиной целого ряда психологических и социальных проблем.

Таким образом, сегодня можно говорить о том, что сфера digital, в которую все активнее вкладываются мировые модные дома, станет главной причиной начала модной революции.

ВЛИЯНИЕ ВОЛОНТЕРСКОГО ДВИЖЕНИЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ АКТИВНОЙ ГРАЖДАНСКОЙ ПОЗИЦИИ СТУДЕНТОВ

Валеева П.И., гр. Ссоц-122

Научный руководитель ассистент Гайтукаева Г.Р.
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Волонтерство – это добровольная деятельность, направленная на оказание помощи другим людям, животным, окружающей среде, культуре и обществу в целом. В России волонтерское движение стало развиваться в конце 80-ых годов прошлого столетия. Однако, следует отметить, что оно существовало всегда, например, в виде сестер милосердия, тимуровского и пионерского движений и других организаций добровольной помощи.

Участие в волонтерских проектах может иметь множество положительных последствий для студентов, особенно в вопросах

формирования активной гражданской позиции. Одним из главных преимуществ волонтерской деятельности является возможность понимания социальных проблем и причин, которые их вызывают. Участие в волонтерских проектах разной направленности позволяет студентам посмотреть на проблемы со стороны и оценить их влияние на жизнь людей. Это способствует развитию социального сознания, эмпатии и желания помогать другим людям и обществу в целом. Искренний интерес к общественной работе и сознательные рациональные действия, направленные на улучшение общественной жизни, являются признаками активной гражданской позиции, формирование которых происходит в процессе волонтерской деятельности.

Новые знакомства и окружение людей, сплоченных одной идеей, мотивируют студентов на дальнейшую активную деятельность, а также способствуют социализации молодежи. Волонтерство вовлекает обучающихся в политическую, культурную и социально-экономическую жизнь общества, за счет чего у молодых людей формируются ценности, навыки и нравственные качества человека с активной гражданской позицией.

Еще одним важным аспектом волонтерской деятельности является развитие навыков лидерства, коммуникации, работы в коллективе, организации мероприятий и управления проектами, необходимых не только в личной жизни, но и в трудовой деятельности. Студенты, участвующие в волонтерских проектах, имеют возможность совершенствовать свои навыки и получать опыт, который может пригодиться им в будущей карьере.

Таким образом, студенты, занимающиеся волонтерской деятельностью, зачастую становятся более осознанными гражданами, которые понимают свои права и обязанности, а также могут выступать за свои убеждения и идеалы. У волонтеров выработано чувство ответственности. Они могут оказывать влияние на общественное мнение и участвовать в различных формах гражданской активности.

РОЛЬ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ

Пономаренко М.С., гр. Ссоц-120
Научный руководитель ассистент Гайтукаева Г.Р.
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В связи с динамичными социальными и экономическими преобразованиями современного мира, обусловленными переходом к информационному обществу, на рынке труда все чаще возникает

потребность поиска не столько специалистов, имеющих нужный уровень образования, сколько открытых и инициативных людей, способных в короткий промежуток времени приспособиваться к новым для них трудовым условиям, выполнять задачи с минимальным уровнем энергозатрат. Из этого следует, что системе образования необходима трансформация, переориентация с теоретической на практическую деятельность, внедрение новых методов и форм обучения, способствующих индивидуализации, раскрытию творческих и профессиональных навыков обучающихся.

Использование проектной деятельности в обучении ориентирует студентов не только на получение информации в рамках своей специальности, но и на развитие и интеграцию знаний и умений из других областей. Проектные методики ориентированы на самостоятельную деятельность обучающихся, на умение правильно определить проблему, подобрать эффективные способы ее решения в условиях ограниченных ресурсов. В реализации проекта студент приобретает навыки самостоятельной и командной работы, учится ориентироваться в информационном пространстве, аккумулировать свои знания и направлять их в нужное русло. Проектная деятельность формирует профессиональные компетенции обучающегося путем использования таких инструментов, как планирование, то есть декомпозиция задачи и описание подробных шагов по достижению цели, поиск, анализ и обработка информации, навыки работы с документами, в том числе написание письменных отчетов, умение презентовать свою работу и проанализировать причины успехов или неудач.

Посредством активного включения обучающихся учебных заведений в проектную деятельность можно трансформировать теоретические знания в практический профессиональный опыт, реализовать творческие идеи и замыслы, создать благоприятные условия для саморазвития, самодисциплины и самореализации. Эти задачи постепенно решаются путем внедрения в учебные планы таких дисциплин, как «Проектная работа» и «Проектная деятельность», а также активной работы над студенческими проектами в области науки и экономики. В результате этого будут сформированы и усилены профессиональные компетенции выпускников, обеспечивающие высокий уровень востребованности и конкурентоспособности на рынке труда.

НОВАЯ ЭТИКА КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНОГО КОНТРОЛЯ В ОБЩЕСТВЕ

Богуславский И.П., гр. ССоц-120

Научный руководитель старший преподаватель Завельская И.М.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Новая этика – это концепция норм поведения в обществе среди публичных людей, а также в профессиональных сообществах. Сам термин связан с волной толерантности и принятия на западе ряда законов, касающихся феминизма, харассмента и морального насилия. Общественное движение по изменению ценностей целых поколений вызвало неоднозначную реакцию со стороны социума. Положительными последствиями действия новой этики можно считать: борьба против дискриминации – уменьшение количества стереотипов, предвзятого отношения из-за национальности, возраста, рода деятельности, пола и сексуальной ориентации; показательный результат действия социального контроля как инструмента влияния на ценности и взгляды людей; борьба с агрессией, негативом и однозначности социальной реальности. Новая этика пропагандирует отказ от обесценивания и ненависти в отношении любого человека или социальной группы.

Отрицательными сторонами новой этики можно считать: категоричность и радикальность – характерные черты данного процесса, так как не существует сформированной структуры, правил действия, категориального аппарата и выработанного алгоритма выбора «наказания» посредством инструментов социального контроля; ограничение в высказываниях и действиях людей – цензура и противоречие в реализации права человека на свободу слова, действий и мыслей.

Главная цель Новой этики – создать безопасное пространство для взаимодействия и общения людей, обращая внимание на индивидуальные особенности ментального и физического характера. Напрямую данный процесс связан с такими же неоднозначными терминами и социальными явлениями: харассмент, виктимблейминг, газлайтинг, абьюз, насилие, институт репутации и культура отмены.

В заключении хотелось бы отметить важность самого процесса выстраивания личных границ в обществе, а также реализации важной ценности – ответственности за свои слова и поступки.

ПРОБЛЕМА КУЛЬТУРНОЙ АПРОПРИАЦИИ В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ

Богуславский И.П., гр. ССоц-120

Научный руководитель старший преподаватель Завельская И.М.
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В современном мире, где процесс глобализации охватил практически все страны, культура, традиции и обычаи стали интегрироваться в другие культуры посредством кино, музыки и прочих видов искусства. В связи с увеличением популярности идей сохранения собственной идентичности, проблема культурной апроприации стала одной из самых видимых в контексте культуры отмены.

Культурная апроприация – процесс использования и неуважительного отношения к элементам чужой культуры. Важно отметить, что важно составляющей этого процесса является негативная реакция представителей данной культуры на «пародию». Часто отмечают следующие причины появления культурной апроприации: упрощенная модель социальной действительности для использования узнаваемых образов в индустрии развлечений, в коммерческой сфере; колониализм 19 и 20 веков, когда происходило угнетение этнических меньшинств; тенденции культуры отмены в структуре института репутации, в частности деятельности пользователей социальных сетей.

Примерами культурной апроприации можно считать следующие ситуации: в поп-культуре – скандал с модным домом Gucci и их использование образа тюрбана в своем каталоге, в кино – фильм «Призрак в доспехах», где главную роль азиатской девушки играет представительница европеоидной расы, актриса Скарлет Йоханссон. В социальных сетях также культурной апроприацией считается использование белокожими людьми образа чернокожих, так называемый black face.

Однако стоит разделять категориальный аппарат и уточнить терминологию. Схожее понятие – культурный обмен, когда в рамках трансляции своих ценностей представители одной культуры обмениваются традициями с представителями другой. Эта тонкая грань культурной апроприации позволила социологам и культурологам выработать простые правила: узнавать историю происхождения культурного образа, проявлять уважение к чужой культуре, осознавать собственные привилегии.

В заключении хотелось бы отметить противоречивость данного процесса и указать на важность дальнейших социологических исследований для изучения социального значения апроприации в контексте современного общества.

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ КАК ФАКТОР ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОДРОСТКОВ

Зорькина П.С., гр. Ссоц-221

Научный руководитель старший преподаватель Завельская И.М.
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Появление и актуализация возможности виртуального общения внесла свои коррективы как в инновационную, так и в социальную сферу современного общества. Самыми частыми пользователями социальных сетей являются подростковая социальная группа, поскольку именно она впитывает все изменения в мире технологий и прогресса. Однако подростковый возраст является одним из самых нестабильных периодов в жизни индивида, это легко объясняется процессом социализации, который особенно ярко проявляется в школьные годы детей. Именно поэтому подростки подвержены большему влиянию из медиaprостранства.

По данным ВЦИОМ 98% несовершеннолетних пользуются интернетом ежедневно, кроме того, 89% заходят в социальные сети практически каждый день. Находясь большое количество времени в интернет-среде, школьники берут примеры поведения, образов, предпочтений и увлечений. Проблема роста девиантного поведения среди несовершеннолетних стала особенно актуальна с появлением интернет-пространства. Участились случаи насилия, агрессии, употребления наркотических и алкогольных веществ, что приводит к деградации нравственного начала современного поколения.

Распространение в социальных сетях сообществ и трендов, пропагандирующих суицид, травлю, терроризм и пагубные образы жизни влечет за собой существенное увеличение такого поведения среди подростков, например, в 2016 году в сети появилось течение «Синий кит», главной целью которого было внедрение в неокрепшие умы мыслей о суициде. Жертвами данного направления за год стали 130 детей.

Также актуальной проблемой в настоящее время стало появление агрессивного настроенного сообщества «ЧВК Редан». Подростки, вступавшие в ряды этого течения, устраивают массовые драки и дебоширства по всей стране.

Влияние социальных сетей как одна из возможных причин девиантного поведения редко рассматривается современными социологами и психологами, отдавая главенствующие места проблемам с родителями и школьному буллингу, однако, с ростом технологического прогресса в современном мире необходимо обращать внимание и на виртуальную среду.

ФОРМИРОВАНИЕ НОВЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ГРУПП В FASHION-ИНДУСТРИИ

Манушина Е.А., гр. Ссоц-221

Научный руководитель старший преподаватель Завельская И.М.
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Последнее время экологическая повестка все чаще выходит на первый план: потребители призывают fashion-индустрию взять большую ответственность за окружающую среду. Возникает ситуация поиска компромисса между созданием продукции и запросом покупателей на экологичность товаров, а также последующего изменения к требованиям для профессий легкой промышленности. Важным вопросом остаётся изучение особенностей деятельности специалистов в данной сфере, в том числе в рамках формирования новых профессиональных групп для выявления перечня необходимых работникам компетенций.

Представителей модных сообществ можно обозначить как профессиональную группу. Она имеет определенный характер трудовой деятельности и иерархию профессиональных статусов, а также социально-поведенческие составляющие профессиональной культуры – нормы, стереотипы поведения. Fashion-индустрия характеризует личность и её социальное положение, а также отражает специфику вида деятельности и преемственность поколений специалистов. В результате осознания общности интересов и сохранения экологии внимание уделяется тому, какие ресурсы уходят на создание предметов гардероба. Компаниям требуются профессионалы, которые смогут не только обеспечить развитие бренда и получение прибыли, но и создать условия для производства и реализации продукции с минимальным вредом для окружающей среды. На смену классическим «швейным» профессиям – швея, дизайнер и модельер-конструктор приходят дизайнеры виртуальной одежды, разработчики материалов нового поколения и эксперты по устойчивому развитию. Благодаря этому становится возможно избежать ненужных покупок (по статистике около 40% вещей остаются одетыми лишь однажды), а также использовать «здоровую одежду» и рециклинг – оптимальные способы переработки старого текстиля и его вторичного использования, применять стратегии развития производств без ущерба для возможностей будущих поколений.

Тренд на экологичность не только позволяет минимизировать пагубное воздействие человека на природу, но и открывает дополнительные возможности для специалистов на рынке труда, формируя при этом в компаниях новое направление профессиональной культуры – вовлечение сотрудников в соблюдение экологических стандартов.

ВИЗУАЛЬНЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ГЕНДЕРА В МАСС-МЕДИА

Грешилова В.В., гр. Ссоц-221

Научный руководитель старший преподаватель Завельская И.М.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В рамках изучения визуального представления гендера в массмедиа был выявлен дуальный характер транслируемых образов гендера, с использованием метода анализа источника были исследованы стереотипные гендерные качества.

В современном мире гендер поменял свое значение, стал восприниматься как роль, которую может играть каждый. Такое положение сложилось с развитием масс медиа, именно оно решало какую роль играть субъекту вне зависимости от пола. Кричащие строки реклам, заголовков журналов стали диктовать образы, правила поведения, стиль.

Термин маскулинность стал стереотипом мужского поведения и его представления в рекламе, кино, литературе. Что касается женщин, им все также были присущи роли: материнства, домохозяйки. Женщины в медиа воспринимались как объекты для рассмотрения мужчинами. Реклама закрепляет в сознание людей присущие им гендерные роли, которые укрепляются в обществе и продолжают жить годами, десятилетиями. Однако в зависимости от исторического контекста образы мужчин и женщин олицетворяли политико-социальную ситуацию. Важно учитывать, что такие образы позволяли создать материальное состояние людям, которые эти образы продвигали. Так, рекламная продукция стереотипизирует и проектирует на массы наиболее патриархальные образцы массового сознания. Женщина выступает как представительница некоего продукта, где в силу своей «слабости» выбирает соответствующие товары. Женщина представляется в образе некоего нерационального, подверженного эмоциям, инфантильного поведения. Фигурирование женщины в рекламе сопровождается словами: легкость, женственность, слабость. Мужской же образ транслируется через призму лидерства, успешности и самореализации. Мужчина в медиа – сильный, стрессоустойчивый, разумный. Образ мужчины фокусируется на его личности, товары и услуги предлагаемые ориентируется на все то, что позволяет достичь успеха либо стать его атрибутом. Механизм выделения сильного пола в медиа, может гиперболизировать различия между полами и выделять стереотипные гендерные качества.

Влияние массмедиа и рекламы, транслирующих стереотипные гендерные образы и роли, создает потери достигнутого прогресса в равноправия полов, так как гендерное влияние рекламы поддерживает имеющиеся в обществе предубеждения и не дает им искорениться.

КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРАКТИКИ МОЛОДЕЖИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Осипова К.Д., гр. Ссоц-221

Научный руководитель старший преподаватель Завельская И.М.
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В наше время современная молодежь более 8 часов в день проводит в социальных сетях, которые используются ими в качестве места для общения, обучения, развлечения, проведения досуга и т. п. В процессе взаимодействия человек использует различные коммуникативные практики, такие как: картинки, эмодзи или стикеры, интернет-мемы и др.

Речь при общении в социальных сетях также играет немаловажную роль. Многие стараются использовать грамотную речь с правильным построением предложений и постановкой знаков препинания. Тогда человек, получивший сообщение, с большей вероятностью правильно воспримет информацию, которую ему хотели донести. Есть люди, которые выражают противоположную точку зрения. Она объясняется тем, что тексты в социальных сетях должны быть приближены к устной речи, чтобы получатель понимал как человек выражает свои мысли в реальной жизни. Еще одним способом передачи информации в социальных сетях является голосовое сообщение. Так человек способен передать всю информацию устно, без необходимости расставления знаков препинания.

Для усиления эффекта своих слов люди используют смайлики, стикеры и различные картинки. Такая коммуникационная практика, чаще всего, используется на постоянной основе.

Из всех отправляемых собеседнику картинок большинство из них – интернет-мемы. Интернет-мемы – это своего рода шутки, выраженные в форме фотографий и картинок, иногда с надписями. Чаще всего их используют не только для выражения эмоций в социальных сетях, но и для того, чтобы вывести на эмоции своего собеседника. А также интернет-мемы используются и при офлайн-общении людей для выражения своего внутреннего состояния с помощью знакомой всем картинки.

Таким образом, можно отметить, что коммуникация в социальных сетях занимает у людей большую часть их времени, а вместе с этим происходит размытие границы между реальным и виртуальным миром.

НЕСТАНДАРТНЫЕ МЕТОДЫ В РЕКЛАМЕ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ

Адама Салл, гр. МАГ-Р-121

Научный руководитель доцент Мореева Е.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В настоящее время наряду с традиционными рекламными методами воздействия на потребителя существуют различные методы с использованием инновационных технологий. Несмотря на недавнее появление, эти методы получили достаточно широкое распространение среди производителей и были одобрены целевой аудиторией.

К инновационным рекламным продуктам, которые целесообразно использовать торговым предприятиям можно отнести: видеорекламу в журналах; неубираемую рекламу на экранах телефонов, в компьютерах; различные инновации в интернет-рекламе: контекстную видеорекламу, систему, позволяющую превратить скучные баннеры в интерактивную видеоплощадку; трансляцию видеорекламы в местах массового скопления людей; трехмерное изображение рекламной информации с возможностью выхода картинка за пределы экрана без использования дополнительных средств; технологию интерактивного взаимодействия, которая позволяет отслеживать движение рук потребителя и с их помощью управлять функциями меню, расположенного на специальном табло; интерактивную проекцию, которая позволяет потребителю не просто наблюдать за рекламным сюжетом, но и принимать в нем участие. Различные event-мероприятия, выставки, ярмарки, презентации продукции и услуг могут активно использовать эти инновационные рекламные технологии.

К новейшим инновациям в рекламе, которые целесообразно широко использовать в сфере сервиса целесообразно отнести технологию InDoor TV, технологию интерактивного взаимодействия Just Touch, технологию Ground FX, технологию Free Format Projection, проекционную рекламу, видеорекламу в журнале, неубираемую рекламу от APPLE.

Применение малозатратных и нестандартных методов рекламы также можно отнести к инновационным рекламным технологиям. Они ещё называются партизанской рекламой, актуальной для предприятий малого и среднего бизнеса в сфере сервиса. Инновационная реклама базируется на использовании в промоакциях солидного технического обеспечения, новейших компьютерных технологий и нестандартных способов подачи информации. Использование данных технологий для демонстрации видеороликов – прекрасная возможность эффектного и запоминающегося воздействия на потребителя, ведь нестандартный, креативный подход важен

на каждом этапе рекламной коммуникации – от идеи до ее визуального воплощения.

ОПТИМИЗАЦИЯ КОММУНИКАЦИЙ КАК УСИЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Градова Е.А., гр. МАГ-Р-122

Научный руководитель доцент Мореева Е.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Успешное управление проектом напрямую зависит от эффективности коммуникаций между членами команды проектов. Совсем недавно большинство коммуникаций в управлении реализовывалось посредством проведения совещаний, телефонных разговоров или же путем письменной переписки. На сегодняшний день современные информационные технологии коренным образом изменили методы и средства коммуникаций, возникающих между членами проектных команд.

Следует согласиться, что даже простые коммуникации невероятно сложно исследовать и измерить. Коммуникации в деятельности проектных команд включают в себя различные персоналии, потоки информации, средства передачи информации и, разумеется, препятствия, возникающие на пути информации. Современные информационные технологии, сложные и не всегда понятные, создают определенные проблемы в коммуникациях. Руководители проектов и функциональные руководители в компаниях, занимающихся созданием проектов, имеют жизненно необходимую потребность в средстве, с помощью которого можно определить текущее состояние коммуникаций, проблемы в межличностном общении и пути их преодоления. Руководители проектов должны понимать, каким образом осуществляются взаимодействия внутри их команд, насколько интенсивны связи между членами их команд, кто является главной фигурой в межгрупповой коммуникации, какая информация передается незамедлительно, а какая – не воспринимается.

Исследователи в области коммуникаций более 20 лет назад был разработан метод «social network analysis» (анализ социальной сети). Этот метод, определенным образом, решает вопросы. Представленный метод позволяет решать вопросы, связанные с оптимизацией коммуникаций в проектно-ориентированных компаниях. До последнего времени анализ социальной сети использовался социологами, антропологами и специалистами по коммуникациям для исследования проблем и методов осуществления коммуникативной деятельности в различных социумах – племенах, муниципальных общинах, семьях и пр. На сегодняшний день

представляется целесообразным использовать этот метод для анализа коммуникаций.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОГРАММЫ И ПРОЕКТЫ КАК СОСТАВЛЯЮЩИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Штрикер Ю.Д., гр. МАГ-Р-122

Научный руководитель доцент Мореева Е.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Инновационные процессы, формируемые в виде инновационных программ и проектов, относятся к категории объектов наиболее высокого риска для инвестиций. В основном, финансирование инновационной сферы в России идет из бюджетных источников, из собственных средств предприятий и специальных фондов. Эти расходы являются, вне всякого сомнения, одной из важнейших составляющей для эффективного стратегического развития бизнеса, но большая часть предприятий во всем мире очень осторожно относятся к новейшим разработкам, предпочитая идти по пути наименьшего сопротивления (небольших усовершенствований уже существующих технологий. Разумеется, только крупные корпорации имеют возможность осуществлять вложения в инновации. Речь идет и о российских предприятиях, учитывая тот факт, что они работают в условиях социально-политической и финансовой нестабильности. Процент отечественных хозяйствующих субъектов, имеющих возможность инвестировать средства в инновационные проекты, остаточен низкий. Поэтому при поиске инвестиций из коммерческих источников инициатор инновационного процесса должен реально оценить свои шансы.

Цель анализа инвестиционной привлекательности инновационных проектов – классифицировать данные объекты по двум основным критериям: уровень качества инновационного проекта; уровень риска недостижения запланированных результатов при осуществлении проекта.

Под качеством инновационного проекта как объекта управления будем понимать те его характеристики, которые относятся к способности результатов проекта и процесса его осуществления удовлетворять установленным требованиям к эффективности результата для инвестора и уровню инновационного менеджмента проекта. Чтобы уровень риска недостижения запланированных результатов при осуществлении проекта свести к минимуму, руководитель инновационного проекта должен непрерывно контролировать ситуацию на каждом этапе, своевременно реагируя на «слабые сигналы» вероятного риска. Если пропустить начало развития рискованного события, то, несмотря на последующие правильные

действия, убытки будут значительно выше, чем в случае предупреждения надвигающейся опасности.

ПРОВЕДЕНИЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ РЕКЛАМНЫХ АКЦИЙ КАК ОСНОВНОЕ СРЕДСТВО МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Кутеева Е.В., гр. МАГ-Р-122

Научный руководитель доцент Мореева Е.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Развитие технологий коммуникаций сегодня представляет потребителям различные ходы и технологии, используемые в любой сфере. Реклама и PR предлагают различные способы по продвижению продуктов и услуг, а также их популярности на рынке. Не исключением является и современная индустрия моды.

Современный мир моды довольно разнообразен, и с каждым годом становится все динамичнее, наполняется новыми стилями, образами, направлениями. Стандартные технологии PR в каких-то ситуациях довольно успешно реализуются и приносят свои результаты, но все чаще необходимо привлекать внимание потребителей новыми, нестереотипными техниками продвижения товара. Развитие индустрии моды сегодня обуславливает необходимость привлечения новых средств продвижения не только самих услуг, сколько имени организации. Для этого и организовываются всевозможные рекламные кампании, в ходе которых предполагается увеличение спроса и узнаваемости. Можно выделить несколько эффективных приемов: предоставление моделей для съемок, городских мероприятий, выставок, показов, телевизионных передач, фильмов и т.д.; благотворительные акции, с помощью которых достигается определенная социальная ответственность; сотрудничество с фотографами, визажистами, парикмахерами, арендаторами студий и магазинами; создание собственного сайта, активное ведение интернет-страниц, поскольку интернет-ресурсы на данный момент – это мощный коммуникационный канал; использование так называемого «сарафанного радио»; расширение целевой аудитории за счет увеличения предлагаемых услуг; участие в «закрытых» вечеринках с целью популяризации известных людей.

Таким образом, в рамках глобальной стратегии развития компании, направленной на достижение долгосрочных задач и целей, особое значение приобретают усилия кампании по использованию рекламы и проведение специальных рекламных акций в качестве основных средств маркетинговых коммуникаций.

ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК ЭЛЕМЕНТ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БРЕНДИНГА ТЕРРИТОРИЙ

Тарасова А.А., гр. МАГ-Р-122

Научный руководитель доцент Мореева Е.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Термин «брендинг территорий» появился впервые в 2002 году, благодаря С. Анхольту, который представил концепцию идентичности бренда в виде шестиугольника, показывающего элементы бренда страны. В соответствии с данной концепцией С. Анхольта брендинг территорий является стратегией повышения конкурентоспособности территории, создания привлекательности определенной территории, привлечению инвесторов, туристов, новых жителей. Под идентичностью территории понимают самовосприятие жителей территории. Различают внутреннюю (самосознание жителей) и внешнюю (имидж территории, внешнее восприятие) идентичность. Идентичность может базироваться на прошлых (исторических, культурных), настоящих (профессиональных, психологических) или будущих (целевых) ценностях». В России вопросы территориального брендинга рассматриваются на высшем государственном уровне. В 2012 году премьер-министр РФ Дмитрий Медведев изложил в своем докладе с руководителями представительств Россотрудничества значимость геобрендинга России и его позитивное восприятие, а также определил задачи его продвижения.

Территориальный бренд рассматривают в качестве одного из главных ресурсов развития региона. Однако создание сильного бренда территории является сложным и многоэтапным процессом. Территориальный брендинг рассматривают как деятельность по продвижению и развитию территории при помощи определенного набора инструментов и методов с целью улучшения проживания жителей данной территории и привлечения на нее потенциальных потребителей.

Проведение исследования восприятия территории является важнейшим этапом, позволяющим оценить сильные и слабые стороны, выделить конкурентные преимущества, определить ключевые особенности, которые можно использовать в дальнейшем развитии. Важную роль отводят в этом процессе местному населению в связи с тем, что именно оно является носителем бренда, отражает ценности, менталитет и специфику определенной территории.

Таким образом, бренд территории должен основываться на территориальной идентичности, жители должны разделять и поддерживать бренд. Другая, не менее важная, целевая аудитория – туристы, так как

увеличение туристического потока относится к ключевой цели территориального брендинга.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ВОСПРИЯТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ БРЕНДОВ ОДЕЖДЫ РОССИЙСКИМИ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

Казаченко М.Д., гр. МАГ-Р-121

Научный руководитель доцент Мореева Е.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В нашем исследовании предпринята попытка сравнения образа отечественных и зарубежных брендов одежды, что поможет понять, в каких направлениях необходима работа по изменению образа отечественных брендов в первую очередь. Исследование основывается на модели образа торговой марки, разработанной В.М. Марковой. Методы исследования: методика измерения образа торговой марки, разработанная В.М. Марковой; ассоциативный эксперимент; методика персонификации.

Выборку составили 178 человек различного возраста и социального статуса. По итогам анализа в соответствии с методикой вычислялся общий коэффициент образа бренда. Результаты исследования показали, что образ отечественных брендов одежды отстает по каждому из измеряемых параметров. Особенно велика разница по параметрам «доверие», «качество» и «персонификация», что, по-видимому, является основной причиной предпочтения зарубежных брендов отечественным. Российские потребители оценивают отечественные бренды одежды как некачественные, не доверяют им, при этом отсутствует персонификация, что снижает возможности соотнесения образа бренда с собственной личностью. Результаты ассоциативного эксперимента продемонстрировали, что в отношении отечественных брендов респонденты дают большее количество негативных ассоциаций, чем в отношении зарубежных. Максимальные различия выявились по категориям качество, спорт, мода, удобство, цена, национальность.

Результаты контент-анализа методики персонификации показали, что количество описаний отечественного бренда как человека значительно меньше, а сами они однообразнее, нежели описания зарубежных брендов. Отечественный бренд чаще воспринимается как «женский», а зарубежный – как «мужской». Многие респонденты не могли ответить на вопрос о том, какие отечественные бренды они потребляют. 55 человек, то есть более трети опрошенных, отвечали, что не знают отечественных брендов одежды или не потребляют отечественную продукцию вовсе. Это иллюстрирует низкий уровень осведомленности потребителей о существовании

отечественных брендов одежды и низком уровне доверия по отношению к отечественной продукции в целом.

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ ОБЩЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ

Бузькевич А.О., гр. МАГ-Р-121

Научный руководитель доцент Мореева Е.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Исходя из состояния социокультурной стороны общества потребления, можно сделать вывод, что именно реклама на сегодняшний день выступает новым уровнем взаимодействия с целевой аудиторией благодаря умению оперативно реагировать на изменения в рыночных отношениях. Всё это становится возможным из-за повышения использования таких современных и эффективных процессов, как брендинг, директ-маркетинг, пиар, промоушен и т.п. Подобные тенденции развития рекламной деятельности требуют модернизации существующих технологий или создание новых, которые помогут не только развивать, совершенствовать, но и трансформировать рекламные материалы. По мнению исследователей данной индустрии, именно такие изменения приведут к возрождению мирового рекламного рынка.

Интернет-реклама, являясь неотъемлемой частью всей рекламы, имеет характерные отличия в направлениях развития на нынешнем этапе общества потребления. Сегодня практически все «игроки» рекламного рынка используют собственные сайты и аккаунты в популярных социальных сетях для продвижения своих товаров или услуг широкому числу потребителей. Это помогает им не только оперативно реагировать на запросы своей потенциальной целевой аудитории, но и всегда оставаться на связи для решения возникающих вопросов.

Подобное усиление роли информационных технологий в скором времени может привести к полному отказу от использования традиционных видов рекламы, то есть к полному онлайн-формату рабочего процесса. Благодаря развитию интернет-коммуникаций, такая форма взаимодействия стала не дополнительной, а основной. Усиление влияния интернет-рекламы привело к формированию отличительных тенденций её развития. К наиболее важным можно отнести увеличение финансирования и спонсирования через разнообразные онлайн-каналы коммуникации, увеличение коэффициента креативности, разрушение стереотипов и гендерного неравенства, усиление роли таргетированной рекламы и направлений SMM, SEO, а также создание комплексных программ с

удобным интерфейсом для рекламного продвижения в онлайн-пространстве.

Таким образом, при грамотном развитии интернет-реклама может стать подсказкой в плане выбора финального продавца и модели потребительского поведения.

РОЛЬ PR В ОСУЩЕСТВЛЕНИИ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И МЕЦЕНАТСТВА

Загоруйко М.М., гр. МАГ-Р-122

Научный руководитель доцент Мореева Е.В.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В рамках благотворительности, которой занимаются очень многие организации и компании, существует огромное количество программ, но проводятся они достаточно разрозненно.

Крупные российские компании сегодня тратят от 11 до 17% чистой прибыли на благотворительность. Почти 100% российских пожертвований идут на программы в России и для России. При этом публичных частных жертвователей, то есть людей, создающих частные фонды и открыто об этом говорящих, очень незначительная доля от населения в целом – всего 0,1% населения России.

Нужно ввести благотворительность в информационное поле в качестве полноправной темы, то есть создать для этого регулярно действующие информационные источники, к которым СМИ могли бы обращаться и получать информацию. Появление доступных источников информации о благотворительности необходимо как для тех, кто нуждается в помощи, так и для тех, кто такую помощь мог или хотел бы оказать. Увеличение числа участников благотворительного процесса предполагается обеспечить путем пропаганды форм и методов благотворительности, создания простых и понятных механизмов, которые позволят встретиться тем, кто деньги дает и тем, кто их просит.

В результате хотелось бы получить признание существования благотворительности государством, включая введение морального поощрения участников благотворительной деятельности, изменение законодательных условий деятельности как для российских, так и для иностранных донорских организаций, а также частных лиц.

Таким образом, PR-сопровождение корпоративных социальных программ ориентировано не только на достойный уровень и качество жизни, но и на необходимую степень духовного и психологического комфорта существования в обществе, обусловливаемую жизнеспособностью и интегративным потенциалом социальных ценностей, взаимным доверием

населения и государства, полнотой демократии в политической жизни, наличием привлекательного для широких масс людей социального проекта будущего. Наконец, PR-деятельность тесно связана с развитием партнерства государства и крупного бизнеса по обеспечению социальной стабильности, профилактике серьезных кризисов.

К ВОПРОСУ ОБ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ СТРАТЕГИЯХ В СФЕРЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

Имансу А.В., гр. АСС-122

Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Избранная тема исследования выводит на размышление о сути стратегии, которая сводится, на наш взгляд, к интегрированной совокупности действий, ведущих к желаемой цели – устойчивому преимуществу перед конкурентами. Они применимы к условиям, характеризующимся низкой степенью неопределённости. Однако необходимо более широкое определение данной категории. Например, в ситуациях, связанных с высокой степенью неопределённости среды, управленческая стратегия потребует проработки альтернативных вариантов и принятия решений, зависящих от ресурсных возможностей промышленного производства. Многообразие научных подходов и точек зрения на процесс построения управленческой стратегии свидетельствует о том, что в настоящее время не существует концептуально формализованной методики её идентификации ни с позиции предприятия, ни с позиции его внешнего окружения. На наш взгляд, с одной стороны, это связано с нестабильностью условий среды – не существует универсального способа для ведения экономически безопасного бизнеса. С другой стороны, формирование управленческой стратегии – процесс творческий, слабо формализуемый, в котором весьма велика роль человеческого фактора, поскольку именно за руководителем, в конечном счёте, закреплены право стратегического выбора и ответственность за него. Тем не менее, на наш взгляд, анализ научных теоретических и практических достижений позволяет предположить, что в качестве формализованных критериев определения управленческой стратегии может быть использована совокупность факторов их формирования. Обращение к российским промышленным предприятиям в качестве объекта исследования обусловлено двумя основными обстоятельствами. Во-первых, экономический потенциал России, как индустриальной державы, решающим образом определяется уровнем экономического развития её промышленного комплекса, поскольку в нём формируется наибольшая часть совокупных активов

предприятий и аккумулируется наибольшая часть совокупных межотраслевых денежных потоков. Во-вторых, деятельность промышленных предприятий объективно связана с деятельностью предприятий других отраслей и сфер рынка в силу специфики, главной особенностью управленческой стратегии промышленного производства является формирование их специфического производственного профиля, обеспечивающего в совокупности со стратегическим набором конкурентный статус и преимущество на рынке.

СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Даутов Р.Ф., гр. ВМАГ-С-221

Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Информационное общество диктует новые подходы к экономике и обществу в целом, а именно развитие услуг, отрасли экономики по предоставлению информации, её формированием и подачей.

В настоящее время востребованы для государственного и частного сектора специалисты(кадры) в области информационно-коммуникационных технологий. «Цифровая экономика РФ» – это Национальная программа Российской Федерации, сформированная Правительством Российской Федерации и утвержденная президиумом совета при президенте Российской Федерации. Данная программа несет стратегический характер развития РФ до 2030 года, целью программы которой является внедрение цифровых технологий в экономику и социальную сферу. В программу входят следующие федеральные проекты: нормативное регулирование цифровой среды; кадры для цифровой экономики; информационная инфраструктура; информационная безопасность; цифровые технологии; цифровое государственное управление; искусственный интеллект; обеспечение доступа в Интернет за счет развития спутниковой связи; развитие кадрового потенциала ИТ-отрасли. В реализации программы были обеспечены бюджетные места на ИТ-специальности в более 60% российских вузах. Так же гражданам РФ можно получить дополнительное ИТ-образование в рамках программы. В конце декабря 2018 года был утвержден паспорт национального проекта «Цифровая экономика Российской Федерации».

В связи с преимуществом национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» по отношению к ранее утвержденной программе «Цифровая экономика Российской Федерации» эта ранее утвержденная программа признана утратившей силу. Во исполнение нового

майского указа президента РФ от 2018 года были разработаны нацпроекты в 12 сферах (демография, культура, здравоохранение, образование, жилье и городская среда, экология, дороги, производительность труда и поддержка занятости, наука, цифровая экономика, малый и средний бизнес, международная кооперация и экспорт). Основными целями являются, в частности, увеличение внутренних затрат РФ на развитие цифровой экономики не менее чем в три раза по сравнению с 2017 годом, создание устойчивости и безопасности инфраструктуры связи в России. Кроме того, программа нацелена на использование преимущественно отечественного программного обеспечения госорганами, органами местного самоуправления и организациями.

ПОЛИТИЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ У МОЛОДЁЖИ МЕГАПОЛИСА И ПРОВИНЦИАЛЬНОГО ГОРОДА

Медведкова Е.Е., гр. ВМАГ-С-221

Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

За последние несколько лет увеличилось количество молодежи, которая активно участвует в политической деятельности. Для старшего поколения снижается политический характер к жизни, однако здесь больше интересуют тех, кто работает в той или иной степени, и, соответственно, меньше тех, кто не проявляет такого интереса. Невысокий интерес к провинциальной молодежи затрагивает множество тем, что круг их жизненных интересов затрагивает проблемы вхождения во взрослую жизнь и связан с активной социализацией, а социальный опыт ограничивается пока межличностными и внутрисемейными внутренними коммуникациями. Однако идет увеличение количества социальных связей (институт, армия, работа и т.д.) обычно перераспределение жизненных интересов и переоценка основных жизненных собраний в сторону общественных и общественных собраний. Молодежь провинции охватывает все значительно больший интерес, особенно в периоды регистрации событий федерального и регионального масштабов. Исследование настроений избирателей, проведенное в период кампании по выборам депутатов Государственной Думы и Законодательного Собрания, показало высокий уровень интереса электората к политической ситуации в нашей стране. Значительная часть современной молодежи оценивает политическую стабильность как условия достижения своих жизненных целей, хотя и менее значимое, чем рост экономики и личных способностей, знаний, характера. Осознание важности политики, политической устойчивости как условий жизни высокой степени старости по возрастным группам. Молодежь ждет от власти решения своих

социально-экономических проблем, не удовлетворяет качество обеспечения реализации прав на труд, необеспечение прав на получение образования. Социально-ориентирующая современная молодежь требует нового отношения к политике, к восприятию власти: в развитии происходит все большее разграничение карьеры, славы, власти. Большая часть молодёжи склонна поддерживать существующий политический курс в государствах, поскольку резкая его смена может неблагоприятно сказаться на благополучие простых людей, именно поэтому подавляющее большинство респондентов в период последней предвыборной кампании доказали поддержку партии «Единая Россия». В целом практически все респонденты объективно оценивают возможности достижения успеха и почета в обществе, позитивно относятся к политической ситуации в стране и к избранному курсу развития и будущему с надеждой и оптимизмом.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СОВРЕМЕННЫЙ СПОСОБ КОММУНИКАЦИИ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

Хайруллина И.Г., гр. ВМАГ-С-221
Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В современном мире распространение и популяризация информационно-коммуникационных технологий происходит быстро, повсеместная цифровизация имеет важное значение, а информация составляет основу нашего общества. Даже исследователь З. Бжезинский пишет об информационном обществе как о технотронном обществе, где особую роль играют современные технологии и инновации. Объект исследования: молодежь, пользующаяся социальными сетями. Предмет исследования: социальные сети как молодежная коммуникативная среда. Проблемой исследования является то, что на данный момент социальные сети это способ коммуникации между людьми, но при этом они непосредственно влияют на становление личности в современном обществе. Сегодня коммуникация часто осуществляется при помощи социальных сетей – через различные онлайн-платформы для взаимодействия и общения, получения информации, обмена контентом, проведения досуга. Интернет, а в особенности социальные сети, как раз позволяют быстро обмениваться информацией, взаимодействовать друг с другом. Как утверждает М. Кастельс, сети между людьми возникают как раз под влиянием информационно-коммуникационных технологий. Г. Рейнгольд определяет Интернет как виртуальное сообщество, в котором формируется множество личных связей в киберпространстве.

Изначально в социологии понятие «социальных сетей» означало социальную структуру, которая состоит из большого количества агентов и связей между этими агентами. Социолог Д. Барнс ввел понятие социальные сети, определяя их как точки (людей/группу людей), соединенных между собой линиями (определенные взаимосвязи между людьми). Данное определение и в настоящее время является основополагающим в современной социологии.

Социальные сети особенно популярны среди молодежи, ведь именно она составляет основную часть пользователей в сетях – 97% молодежи являются пользователями социальных сетей. К тому же доля пользователей ВКонтакте выросла с 37% до 40%.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день социальные сети играют особую роль в нашей жизни, особенно в жизни молодежи. Существует значительное число теорий и концепций, раскрывающих суть социальных сетей между людьми. Также в настоящее время проводится немало исследований, направленных на изучение социальных сетей.

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ПРОБЛЕМЕ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ И ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИИ СПОРТА ВЫСШИХ ДОСТИЖЕНИЙ В РОССИИ

Бяков Д.В., гр. МАГ-С-221

Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Спорт является неотъемлемой частью современной общественной жизни, выполняя помимо своих специфических функций, функции крайне важные для общества в целом. Несмотря на то, что до 1988 года в нашей стране не существовало профессионального спорта, в виду противоречия принципам социализма, успехи в спорте на международных аренах выполняли огромную роль в формировании идентичности советского гражданина. Профессиональный спорт в СССР рассматривался как форма эксплуатации профессиональных спортсменов владельцами клубов и профессиональных команд. Поэтому Советский Союз подвергал жесточайшей критике профессиональный спорт в зарубежных странах, а также проводил активную борьбу против коммерциализации международного спортивного движения. Важнейшим историческим моментом в определении статуса профессионального спорта в СССР стало принятое в августе 1998 года постановление Совета Министров СССР, ВЦСПС И ЦК ВЛКСМ «О совершенствовании управления футболом,

другими видами спорта и дополнительных мерах по упорядочению содержания команд и спортсменов по основным видам спорта». Данное постановление зафиксировало в Общесоюзном классификаторе профессий должность спортсмена-инструктора и, соответственно, определяло его юридически статус.

Обращение России к рынку, а также либерализация общественных отношений сформировали оптимальные условия для быстрой профессионализации и коммерциализации российского спорта. Данный шаг определил развитие спорта как самостоятельную сферу и позволил дифференцировать спорт в зависимости от предоставляемых им возможностей и условий его культивирования в различных социальных сферах, где он оказывается полезным и поддается преобразованиям применительно к особенностям той или иной сферы.

Несмотря на прекращение существования Советского Союза и сложную политическую и экономическую ситуацию в 90-ые годы в России, уже к 2000-2010 годам Российская Федерация вернула себе статус «спортивной сверхдержавы» посредством успеха российских спортсменов на международных аренах, а также проведения крупнейших спортивных мероприятий в нашей стране.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ОЖИДАНИЯ ОТ ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ КОММЕРЧЕСКИХ УСЛУГ В ВУЗЕ

Гайтукаева Г.Р., гр. МАГ-С-221

Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Несмотря на отказ российского законодательства от употребления термина «услуга» в отношении образовательного процесса, за годы процветания капитализма и преобладания экономических факторов в выстраивании практически всех видов социальных отношений сформировался так называемый сервисный подход к образованию. Подобная «парадигма» является оправданной в ситуации, когда значительная часть студентов обучается на внебюджетной, т.е. платной основе. В связи с этим появляется необходимость в изучении обучающихся в качестве потребителей образовательных услуг, у которых есть определенные запросы и ожидания.

Высшее образование является специфической услугой в связи с длительным периодом ее оказания и сложной, комплексной структурой получаемого результата. Достижение конечной цели высшего образования – формирования профессиональных компетенций, достаточных для успешной самореализации выпускника ВУЗа на рынке труда, а также

интеграции в существующую социальную структуру – невозможно без активного участия всех субъектов образовательного процесса. Однако зачастую у потребителей образовательных услуг складывается стереотипное восприятие образования как услуги, ответственность за реализацию которой ложится в большей степени на учебное заведение и его сотрудников. При этом, в условиях высокой конкуренции и борьбы за каждого абитуриента, соответствие образования адекватным ожиданиям потребителей платных услуг является приоритетной задачей ВУЗов. Обучающиеся и их родители, зачастую выступающие заказчиками услуги, обоснованно выдвигают высокие требования к ВУЗу по таким параметрам, как квалификация и численность профессорско-преподавательского состава, личностные качества сотрудников и эффективные способы коммуникации со студентами, достаточный аудиторный фонд с высоким уровнем оснащения техническими средствами, возможность для реализации научной и социокультурной деятельности в рамках учебного процесса и за его пределами, хорошо развитая студенческая жизнь, качественная инфраструктура университета, высокий уровень цифровизации и пр. Для того, чтобы соответствовать подобным требованиям, оправдывать ожидания и производить качественный набор, ВУЗу необходимы систематические самообследования и постоянный мониторинг удовлетворенности обучающихся, по результатам которых будет осуществляться совершенствование образовательного процесса.

ВОПРОСЫ ИССЛЕДОВАНИЯ БРАЧНО-СЕМЕЙНЫХ МОДЕЛЕЙ У СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЁЖИ МОСКВЫ

Гашимова А., гр. МАГ-С-221

Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Социологи в своих исследованиях говорят о существенных трансформациях, которые претерпевает институт семьи в современной России в связи с произошедшими в стране радикальными изменениями социально-экономических условий и социокультурных ориентиров. Среди последствий этих изменений можно выделить фиксируемые статистикой снижение уровня рождаемости; рост числа разводов, одиноких мужчин и женщин, внебрачной рождаемости, числа «повторных» и так называемых «гражданских» браков; ухудшение материального положения семей; рост случаев насилия в семье и ряд других социальных факторов. Интерпретируются эти статистические данные двояко.

Ряд исследователей рассматривают современные трансформационные процессы в семье как эволюционные, позитивные,

ведущие к увеличению многообразия семейных форм, при этом все негативные явления они относят к незавершённости процесса перехода к новым семейным формам. Большинство же исследователей склонны считать такие изменения проявлениями деформации семейных ценностей и глубокого кризиса института семьи. В любом случае, независимо от исследовательской парадигмы, семья в современной России нуждается во внимании и поддержке со стороны общества и государства, которые должны сводиться не только к выполнению функций компенсаторного характера, но, в том числе, и к популяризации семейных ценностей. Ценностный подход к семье как к социокультурному явлению осуществляется в рамках социологии. Семья считается одним из четырёх фундаментальных институтов общества, придающим ему стабильность и способность к воспроизводству, одновременно она выступает и малой группой. Социологический подход состоит в целостном исследовании семьи как социального института и как социально-психологической группы.

Одним из приоритетных направлений при этом должна стать работа с молодёжью как с наиболее мобильной и восприимчивой частью общества, причём не только с молодёжью семейной и не только в направлении использования её репродуктивных функций в контексте необходимости решения демографической проблемы в стране. Безусловно, формирование семейных ценностей начинается (или должно начинаться) с раннего возраста в своей семье, тем не менее, образовательные учреждения, в том числе и вузы, обладают определённым потенциалом для их популяризации и подготовки молодёжи к семейной жизни.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ВЛИЯНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА НА СОЦИАЛЬНЫЕ УСТАНОВКИ МОЛОДЕЖИ

Гришина Е.В., гр. МАГ-С-221

Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В современном мире технологический прогресс играет существенную роль в формировании социальных установок молодежи. Развитие цифровых технологий и интернета приводит к трансформации в том числе и образовательных установок. Способ обучения молодых людей и их отношение к образованию претерпели глубокие изменения. Онлайн-курсы, мобильные приложения, интерактивные доски и другие технологии позволяют обеспечивать более эффективное обучение и повышать качество знаний у студентов. Происходит изменение традиционных методов

обучения, таких как лекции и занятия в аудиториях. Развиваются более гибкие формы обучения: дистанционное образование и онлайн-курсы. Тем временем преподаватели все больше выступают в роли наставников и фасилитаторов, помогая молодежи анализировать и оценивать полученные знания. Также происходит трансформация отношения к образованию под влиянием технологий из-за расширения доступа к образовательным ресурсам. Интернет и цифровые технологии позволили учащимся получить доступ к огромному количеству образовательных материалов из любого места и в любое время. Это расширило горизонты учащихся, предоставив им возможность изучать предметы, выходящие за рамки учебников.

Технологии также помогают преподавателям привлечь больше внимания молодежи к обучению. Интерактивные игры, аудио и видеоматериалы способствуют визуализировать материал и сделать его более привлекательным для освоения учебного материала. Однако, технологический прогресс не всегда положительно влияет на установки молодежи. Избыток информации и наличие различных источников знаний может привести к недостатку критического мышления и способности фильтровать и анализировать информацию. Также наличие технологий в аудиториях может отвлекать внимание студентов и приводить к недостаточной концентрации во время занятий.

Таким образом, технологический прогресс имеет значительное влияние на социальные установки молодежи. Он предоставляет новые возможности для обучения и развития, но также создает вызовы для образовательных систем. Важной целью образовательного процесса является достижение баланса использования преимуществ технологий и сохранения социального взаимодействия и структуры, обеспечивающей традиционное обучение в аудиториях.

К ВОПРОСУ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ ДОСТУПНОСТИ ЖИЛЬЯ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ В МЕГАПОЛИСЕ

Губина С.А., гр. МАГ-С-221

Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Жилищный вопрос приобретает небывалую важность для современного общества, в особенности, для молодежи городов-мегаполисов. Мегаполис образует в себе определенное социальное пространство, которое имеет свои законы, свое пространство идентичности и порождает определенные потребности современной молодежи. Выбор и доступность жилья – это одни из наиболее важных вопросов, которые стоят перед представителями современной молодежи мегаполиса. Жилище

подразумевает под собой целый набор различных факторов, среди которых, в первую очередь, закрытие первичных базовых потребностей в «крыше над головой», безопасности, поддержании эмоционального и физического здоровья, а также удовлетворение более возвышенных потребностей, к которым можно причислить статусность, удобство расположения, комфорт и другие.

Современные условия мегаполиса диктуют большую важность такого неотъемлемого аспекта жизни индивида, как наличие собственного комфортабельного жилища. Можно предположить, что объемы жилищного строительства и качество жилья влияют на возможности для увеличения населения в стране и в регионах соответственно. Также бытует мнение, что наличие свободных площадей жилого фонда и их доступность является одним из решающих факторов, когда молодые индивиды принимают решение о создании семьи.

Очевидно, что преобразование экономических отношений привело к изменению условий и качества жизни населения. В настоящее время экономическая составляющая в вопросах собственного жилья для молодежи не всегда способствует возможности приобретения собственного жилья. Так, например, за последние год рост цен в Москве набрал очень существенные темпы. В последние несколько лет, данную проблему стали решать строительством малогабаритного жилья, в том числе апартаментов. Такой подход позволил решить проблему доступности жилья для многих представителей молодого поколения.

Таким образом, вопрос доступности жилья остается важным и актуальным для представителей молодежи мегаполиса, при том в последние годы появляются нововведения, способствующие приобретению собственной жилплощади.

ОСОБЕННОСТИ КУЛЬТУРЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Колдра Е.А., гр. МАГ-С-221

Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В исследовании раскрываются изменения, характеризующие культуру потребления в условиях цифровизации. Характеризуются особенности, возникшие при влиянии цифровой среды на потребление молодежи. Научная проблема данного исследования заключается в отсутствии исчерпывающей информации; существует противоречие между знанием, что развитие цифровой экономики влияет на культуру потребления молодежи и незнанием о реальном воздействии цифровых

сервисов и платформ на различные аспекты культуры потребления и потребительского поведения, таких как предпочтения бренда, принятие решений о покупке и пост-покупательское поведение.

Актуальность данного исследования состоит в том, что феномену цифровизации общества потребления уделяется достаточное внимание в научных кругах, а также в необходимости уточнения существующих представлений о потреблении молодежи посредством цифровых технологий. Молодежь как эмпирический объект была выбрана по причине доступности к изучению аудитории, а также по причине того, что данная социальная группа является основным пользователем благ цифровой экономики. Объект исследовательской работы – культура потребления. Предмет работы – потребительское поведение молодежи, проявляющиеся в процессе использования цифровых технологий. Цель исследования заключается в определении особенностей потребительского поведения молодежи с учетом влияния развития цифровой экономики в процессе формирования культуры потребления. Для реализации цели исследования решаются следующие исследовательские задачи: проведение анализа современных концепций культуры потребления; изучение культуры потребления российской молодежи в ретроспективе и в перспективе; определение специфики потребительского поведения в цифровом пространстве; выделение и описание особенностей потребительского поведения молодежи, проявляющиеся в эпоху развития цифровой экономики. Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что потребление молодежи происходит с помощью цифровых технологий, влияние цифровой экономики на процесс потребления воспринимается молодыми людьми положительно, а также что у респондентов различного возраста сформированы определенные потребительские практики.

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ЭСТЕТИЧЕСКОГО АСПЕКТА В ДОПОЛНИТЕЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

Коробкова А.Ю., гр. МАГ-С-221

Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Исследуя эстетический аспект, важно отметить, что само понятие эстетика определено и санкционировано академической эстетикой в значении единственной и безусловной нормой культуры. В целом методологический смысл различных исследований приводится к тому, что в современном мире необходимо изучать не только традиционные подходы, включающие в себя законы общепринятых норм, но и формировать

полноценное художественное восприятие. В системе дополнительного образования данный аспект рассматривается с точки зрения художественно-эстетического воспитания, культурных и нравственных ценностей, формирующих гармонично-развитых личностей. В данный момент развитие дополнительного образования в Российской Федерации одно из приоритетных направлений государственной образовательной политики и связано это с различными аспектами современного общества. Также существуют особенности дополнительного образования, например, их функционирование происходит на основе программ, учитывающие индивидуальные особенности, потребности, интересы и имеет узкую направленность деятельности, где формой общения чаще выступает наставничество, что в первую очередь влияет на самореализацию, выражения собственного «Я» и познания самого себя. Его фундамент закладывается не только на эстетическом, но и художественном уровне. Суть заключается в многоступенчатом сложном процессе, которые базируются еще начиная с идей о неотрывности интеллектуального становления от разнообразия и силы эмоциональной жизни, где неотъемлемую часть составляют развитие фантазии и наблюдательности, памяти и внимания, ассоциативного мышления, культуры чувств, пластики и речи, моделирование в игре эффективных жизненных ситуаций, что способствует формированию в целом эстетического аспекта. При всем разнообразии характеристик и особенностей исследуя данную проблему важно включать не только основные социологические подходы (демографический, психологический, коллективистический, культурологический и выявляющий взаимоотношения), но и подходы изучающее общественное мнение, для определения потребностей населения, необходимых для создания востребованных программ дополнительного образования, которые будут включать в себя основополагающие ценности, способствующие самореализации, социализации и формировать нелимитированную личностно значимую деятельность.

СОЦИАЛЬНО-СТАТУСНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ МНОГОДЕТНЫХ СЕМЕЙ В РФ

Лобачева К.И., гр. МАГ-С-221

Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Объектом исследования является многодетная семья в социологическом измерении. Единых критериев, определяющих семью, как многодетную на федеральном уровне нет. Региональные власти самостоятельно определяют понятие многодетной семьи. Например, в

Москве многодетной признается семья, в которой воспитывается три и более ребенка до достижения младшим 16-летнего возраста если не учится и 18-летнего, если продолжает учебу в школе. Среднестатистическая многодетная семья живет в квартире или доме с тремя комнатами. В среднем на одного человека в многодетной семье приходится 13,6 м². Это достаточно мало: на человека в семье без детей приходится 31,4 м², а официальная норма для семьи из трех и более человек – 18 м² общей площади жилого помещения на каждого члена семьи. Половина многодетных семей, по их словам, испытывает «большую» или «небольшую» стесненность. По данным исследования ставропольских ученых, чаще всего в многодетных семьях отец зарабатывает деньги, а мать проводит время с детьми. Возможно, именно поэтому половина детей отмечает, что отец «все время занят» и «все время далеко». Треть многодетных матерей также отмечают, что их мужья все время заняты и находятся вдали от семьи. Таким образом, мать становится самым близким человеком для детей: так считают 60% маленьких респондентов. По статистике 40,7% бюджета семьи уходит на еду. Правда, в эту сумму включены и натуральные поступления, то есть продукты, которыми, например, бесплатно поделились родственники.

Если верить расчетам Росстата, в многодетных семьях едят меньше мяса и рыбы, чем в семьях с одним и двумя детьми, но больше картофеля и хлеба. Сколько зарабатывают и на что тратят деньги. В среднем в семье, где трое или больше детей, на одного человека приходится 18415 руб. в месяц. В эту сумму входят все расходы на жизнь: от покупки продуктов до оплаты коммунальных услуг. Для сравнения: в семье с одним ребенком – 29675 руб. на человека в месяц, с двумя детьми – 25351 руб. Данные показывают, что многодетные испытывают финансовые трудности чаще, чем семьи с одним или двумя детьми. Например, 18,3% семей из пяти и более человек, где есть три ребенка, имеют деньги только на еду, а оплачивать ЖКУ и покупать одежду для них затруднительно. Половина семей с тремя детьми может купить еду и одежду, но не может позволить себе товары длительного пользования, такие как бытовая техника.

ВОПРОСЫ ВЛИЯНИЯ НОВЫХ МЕДИА НА РАЗВИТИЕ КОММУНИКАЦИИ В МОЛОДЁЖНОЙ СРЕДЕ

Мамонов Д.Е., гр. МАГ-С-221
Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В современных условиях информационный вид коммуникации, а именно новых медиа, имеет особенно важное значение, поскольку каждый

год информация о мире удваивается, появляются новые информационные каналы, среди которых доминантным в настоящее время является Интернет. Новые медиа рассматриваются как процесс качественно новой интеграции, взаимосвязанности и взаимозависимости современного мира, с учетом культурных традиций, инноваций и коммуникаций, представляют собой универсальную коммуникативную среду, являются одним из факторов социального прогресса и утверждают новые принципы человеческого бытия и человеческой коммуникации: сетевой, виртуальный, интерактивный. Интегративные процессы в России и во всем мире, постоянно растущая информационная мобильность молодежи должны основываться на толерантности во взаимоотношениях народов мира и практического осуществления основополагающих принципов межкультурной коммуникации в установлении межкультурных связей. В Интернете, как и в реальной жизни, коммуникация представляет собой атрибут социокультурной жизнедеятельности общества, в социальном пространстве которого происходит взаимодействие и взаимосвязь между разными культурами в пространственном и временном измерениях. За последние годы новые медиа стали для большей части молодежи важным каналом общения и получения информации, дал возможность двустороннего активного общения практически со всем миром. Посредством Интернета молодежь вступает в новый тип общения – информационную межкультурную коммуникацию, протекающую в виртуальной реальности. Высокие темпы развития информационных технологий в России приводят к расширению российского сегмента новых медиа, в том числе Рунета. При проведении федеральной социокультурной политики необходимо исходить из универсальных в своей общечеловечности норм и принципов с учетом специфики культурного пространства России. Со стороны органов государственной власти необходимо более внимательно отнестись к процессу развития информационных технологий в молодежной среде, защите молодежи от негативной информации и созданию позитивного Интернет-пространства для молодежи не только как среды формирования личности, но и активной гражданской позиции молодого человека, способной создавать и поддерживать межкультурные связи.

СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ РЫНКА ДИДЖИТАЛ-МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Нюхалов И.А., гр. МАГ-С-221

Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Рынок диджитал-маркетинга в условиях цифровизации экономики претерпевает существенные изменения. Гносеологическая проблема исследования заключается в недостаточной разработанности теоретической базы социологических измерений особенностей рынка диджитал-маркетинга в условиях цифровизации экономики. Предметная научная проблема заключается в противоречии между теоретическими подходами к рассмотрению социологических измерений состояния рынка диджитал-маркетинга в условиях цифровизации экономики и использовании различных инструментов диджитал-маркетинга на практике. Актуальность данного исследования представлена двумя составляющими. Теоретическая актуальность заключается в необходимости рассмотрения рынка диджитал-маркетинга в условиях цифровизации экономики. Практическая актуальность определяется необходимостью разработки рекомендаций по применению инструментов диджитал-маркетинга в условиях цифровизации экономики с учетом их социологических измерений. Цель настоящего исследования заключается в комплексном анализе основных эффективных инструментов диджитал-маркетинга, определяющих его особенность в условиях цифровизации экономики и в рамках социологических измерений.

В качестве объекта исследования выступает рынок диджитал-маркетинга. Предметом исследования являются особенности социологического измерения рынка диджитал-маркетинга в условиях цифровизации экономики. В качестве гипотезы исследования выдвигаются предположения о том, что основные особенности социологических измерений диджитал-маркетинга в условиях цифровизации экономики характеризуются использованием таких эффективных инструментов рынка диджитал-маркетинга, как SMM, нативная реклама и SEO-продвижение.

Для реализации цели исследования и подтверждения исследовательской гипотезы в представленной работе решаются следующие исследовательские задачи: проведение теоретического анализа отечественной и зарубежной литературы социологического характера по рассмотрению рынка диджитал-маркетинга; существующих особенностей социологических измерений рынка диджитал-маркетинга; основных инструментов рынка диджитал-маркетинга в условиях цифровизации экономики.

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ФЕНОМЕНА ПОТРЕБИТЕЛЬСТВА У СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Рагасова С., гр. МАГ-С-221

Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Жизнь современного человека и особенно молодежи сосредоточена вокруг потребления, которое становится центром жизнедеятельности. Традиционно в экономике потребление понимается как удовлетворение потребностей человека, которое основывается на прагматическом выборе с учетом потребностей и дохода. Однако, потребление является социальным процессом, а выходит далеко за рамки удовлетворения потребностей. В научной среде все больше говорится о символической роли потребления и о потреблении как фактора осуществления социальной мобильности. В обществе потребления возникает противоречие между диаметрально противоположными целями: с одной стороны, стремлением индивида выделиться из толпы, а с другой стороны, потребностью не отстать от моды, соответствовать общепринятым стандартам и нормам поведения, навязанным ему рекламой или СМИ.

Первым научным трудом, который занимался проблематикой потребления выходящего за рамки прагматичного удовлетворения потребностей и связанного со статусом и престижем является работа Торстейна Веблена «Теория праздного класса», которая вышла в 1899 году. Теория Веблена получила дальнейшее развитие в трудах Г. Зиммеля, В. Зомбарта, Ф. Ратцеля. Оживленный интерес к проблематике потребления приходится на вторую половину 20 века и связан с появлением концепции постиндустриального общества Д. Белла. Выразителем критическую позицию в отношении общества потребления занимал Э. Фромм и Г. Маркузе. Большой вклад в теорию потребления внесли французские ученые Ж. Бодрийяр и П. Бурдьё.

В последнее время все чаще исследователи воспринимают именно молодежь как самую активную категорию потребителей. Потребление не только является важной частью жизни молодежи, но и оказывает огромное влияние на ее жизнь и социализацию. Потребительство как чрезмерное потребление все чаще становится объектом критики с призывами к сохранению природы и более ответственному выбору, который должен оценивать значение товаров с позиций блага для всего общества. В результате возникают новые модели потребительских практик: экологических, коллаборативных, ретритистских, просьюмерских.

Дальнейший научный интерес будет представлять изучение феномена потребления современной молодежи с целью выявления степени потребительства у современной московской молодежи и степени влияния и роль новых потребительских практик.

СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ ВИРТУАЛЬНЫХ МОЛОДЕЖНЫХ КОМЬЮНИТИ

Фофанова Е.А., гр. МАГ-С-221

Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Понятие социальная активность связано с превращением интереса в фактор действия, социальная активность направлена на решение проблем, связанных с несоответствием между потребностями и условиями бытия. Таким образом, под социальной активностью понимается совокупность форм человеческой деятельности, ориентированной на ликвидацию проблем, стоящих перед обществом или социальной группой. На трансформацию современного общества влияют различные социальные процессы как информатизация и виртуализация, которые можно рассматривать в качестве комплекса социальных изменений.

Процесс информатизации, являясь глобальным процессом в настоящее время, значительно расширил информационную составляющую жизни общества: сформировались особое информационное пространство, что привело к изменениям способов общественного взаимодействия. Новой ступенью информатизации стало использование интернет-технологий, которые имеют уникальные возможности и быстро стали неотъемлемой частью жизни. Сетевые комьюнити как социальное наполнение компьютерной глобальной сети Интернет имеют специфические особенности, а по своим месту и роли в обществе справедливо приобрели статус социального института с соответствующей структурой и функциями. Основной целью сетевого комьюнити является создание особой сети для реализации различных социальных потребностей. Информатизация всех сфер деятельности и бурное развитие новых информационно-коммуникационных технологий создают все условия для реализации программ оперативного доступа к удаленным материальным и интеллектуальным ресурсам, распределенным по всему земному шару. В ходе трансформации появляются новые общественные слои и группы со особыми интересами, потребностями и способами их удовлетворения. Перед социологической наукой встает задача интерпретации этих современных тенденций социального развития гражданского общества. В

рамках этого вопроса была проведена Федеральная целевая программа «Электронная Россия», созданы государственные платформы «ГосУслуги», «Культура» «Мос.ру», а также множество информационных сайтов, пользователи и модераторы которых образуют сетевое комьюнити по административным вопросам.

В современных условиях сетевые комьюнити объединяют большие группы населения, формируют круг интересов и общения, стимулируют развитие межличностных отношений.

МАРКЕТПЛЕЙС КАК СПОСОБ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Чернаков В.Ю., гр. МАГ-С-221

Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Маркетплейс на сегодняшний день играет важную роль в развитии рыночных отношений, торговли, ведь интересы и потребности современной молодежи, предпочтения в выборе товаров влияют на формирование спроса и предложения. «Общество потребления» под ним подразумевается массовое потребление материальных благ и формирование соответствующей системы ценностей и установок современной молодёжи, совокупность формирующихся общественных отношений, организованных на основе принципа индивидуального потребления. Молодые люди сегодня нацелены на повышение уровня жизни, получение достаточно высокого уровня образования, профессионального и карьерного роста, у них отсутствуют стойкие стереотипы в экономическом мышлении, свойственные более старшим поколениям. Для молодежи характерны перемены и инновационность. Такая склонность к новаторству не может не сказываться на стиле потребительского поведения. Большинство новинок, выходящих на рынок товаров и услуг, ориентированы именно на молодых потребителей, открытых новому и не боящихся экспериментов. Молодежь в свою очередь, обладая такими социальными характеристиками, как восприимчивость к инновациям, максимализм, изменчивость ценностей, склонность к подражательству, поиск собственного стиля и образа поведения, активно вовлекается в разнообразные потребительские практики. Сегодня современная молодёжь посредством маркетплейсов стремится сделать свою жизнь более комфортной, поэтому приобретает не только товары первой необходимости, поддерживающие его жизнедеятельность, но и те предметы, которые облегчают его повседневность. Кроме того, в современном динамично развивающемся

мире возрастает роль молодежи как «проводника» информационных потоков, новых знаний и навыков, формирующих новые модели ее поведения, в том числе, потребительского. Изменения, произошедшие в социальном положении российской молодежи, оказывают непосредственное влияние на ее сознание. Потребление товаров и услуг на маркетплейсе постепенно отходит от своего первоначального значения удовлетворения базовых потребностей, оно приобретает более широкий смысл, ведь в процессе потребления человек сообщает информацию о своих предпочтениях, своем статусе, о себе, как члене общества. Молодежь в таких условиях представляет собой поколение, мировоззрение которого формировалось под воздействием перехода к рыночной системе хозяйствования и общественных отношений.

КОММУНИКАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ КАК ПРЕДМЕТ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Шукаев А., гр. МАГ-С-221

Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В данный период времени, интернет является одной из основных платформ коммуникационной активности учащейся молодежи. Он дает все необходимые возможности для многогранной коммуникации. Самой популярной коммуникационной площадкой являются социальные сети, а поисковой системой – Google, также широко сейчас используются мессенджеры. Представители молодежи серьезно относятся к коммуникации среди единомышленников и прислушиваются к их советам и мнению. Потребность в общественном признании особенно ярко выражена у молодых людей. Демонстративное поведение связано с процессом социализации. Данный возраст может быть охарактеризован как период вхождения в «большой» социум, и с этой точки зрения можно предположить, что возрастающая значимость расширяющихся социальных контактов делает подростков обостренно чувствительными к мнению окружающих и заставляет уделять больше внимания построению публичного образа. Молодежь часто совершает покупки благодаря различного типа коммуникационной активности, в том числе, исходя из отзывов и рекомендаций. Предпочитает заказывать посредством интернета одежду, обувь, продукты, косметику и другое. Актуальностью также пользуются видеосервисы, потому что у них более активное обсуждение различных товаров, есть обзоры на них. Именно коммуникационная активность учащейся молодежи в настоящее время достаточно активно

отслеживается такими специалистами, как маркетологи, потому что данная группа потребителей знает о текущих и будущих современных трендах больше всего, а иногда и образует их сама. Сейчас есть тенденции к «омоложению» рынка, многие уже опытные и популярные бренды меняют траектории своего продвижения и развития именно под молодежные сегменты. Молодежь изменчива, остро реагирует на тенденции рынков и в основном свое мнение оставляет именно в интернете: в комментариях, постах, отзывах. Сейчас определенно можно сказать, что интернет является значимой платформой для молодежи, именно на ней данная социальная группа проявляет основную коммуникационную активность, которую могут отслеживать маркетологи. В маркетинговых исследованиях можно рассматривать такие аспекты как предпочтение социальных сетей и мессенджеров, приобретение услуг и продуктов преимущественно в сети интернет, благодаря коммуникационной активности молодёжи.

ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Носова Д.А., гр. АСС-121

Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В современном мире использование цифровых технологий внедряется во все сферы деятельности людей, в том числе и в образовательную среду. В контексте изменений, преобразования и модернизации образовательного процесса цифровизация подразумевает не только внедрение различных цифровых и информационных технологий в образовательный процесс, но и появление новых компетенций. Цифровизация образовательного процесса, учитывая тенденции современного общества, безусловно, ведет к качественной и кардинальной перестройке системы образования. Данная тема является актуальной, т.к. на сегодняшний момент происходит адаптация системы образования с ориентиром на новое поколение, а именно на digital natives (цифровое поколение). Перестройка необходима по причине существенной разницы цифрового поколения от поколения миллениалов: digital natives склонны применять во всех сферах своей жизни информационные технологии, в том числе и в образовательном процессе. Учитывая, что именно в образовательном учреждении индивид получает информационные первичные знания, процессу цифровизации необходимо уделять особое внимание. Научная проблема организации образовательного процесса исследования обусловлена совокупностью следующих факторов. Повышение квалификации, переквалификация профессорско-преподавательского состава способствуют улучшению организации

образовательного процесса, однако вышестоящие органы требуют расширения компетенций специалистов, поскольку качество «формального» образования не соответствует действительным реалиям. Впоследствии обучение преподавателей не приносит желаемой практической пользы, а лишь закрывает отчетность учебных учреждений.

Цифровизация и цифровая трансформация требует существенных финансовых вложений: разработка сопровождающих сайтов, образовательной платформы, техническое сопровождение и др.

Современный студент, учитывая поколенческие особенности, со значительным затруднением воспринимает педагогов и информацию, поданную без использования цифровых и медийных технологий.

Целью данного исследования является на основе анализа уровня образовательного процесса в современном российском образовании выявить основные запросы со стороны участников этого процесса и наметить пути их удовлетворения, а также предложить рекомендации.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ В РОССИИ

Белов А.С., гр. АСС-1-120

Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Современное автомобилестроение в промышленно развитых странах является ведущей отраслью машиностроения и одной из ключевых отраслей практически любой страны, влияющих на стабилизацию процессов экономического и социального развития общества. Оно дает импульс развитию ряда других отраслей, стимулирует занятость населения, как в производстве автомобильной техники, так и в обслуживании автомобильного транспорта, повышает товароборот, укрепляет денежную систему, определяет потребность в продукции всей промышленности. Состояние автомобильного рынка является не только показателем экономического благополучия, но и мощным рычагом в развитии товарно-денежных отношений в стране, символом экономического, социального и научно-технического прогресса и стержнем дальнейшего развития страны. Все возрастающий спрос будет и далее оказывать сильное влияние на рост производства и сбыта автомобильной продукции в России и во всем мире, а также на социальные аспекты развития общества. Автомобильное производство развивается на основе достижений фундаментальной и прикладной науки и является весьма важным двигателем научно-технического прогресса, поскольку постановка на производство каждой новой модели требует новых технических и синологических решений, как в

автомобильной, так и в смежных отраслях промышленности. Одно из направлений развития рынка автомобилестроения в быстро развивающихся странах станет влияние на автомобильную промышленность цифровых технологий, которые помогут в разработке и массовом внедрении электромобилей и автономных (беспилотных) авто, что несомненно скажется на процессы экономического и социального развития и российского общества. Актуальность данной проблемы состоит также в том, что учет социальных аспектов развития рынка автомобилестроения имеет определённый научный потенциал в связи с недостаточной степенью изученности динамично меняющихся тенденций влияния автомобилестроения на экономическое и социальное развитие общества. Нарастающая динамика изменений экономике и социальной сфере показывает необходимость усиления изучения этого аспекта.

Цель данного исследования состоит в том, чтобы изучить степень влияния рынка автомобилестроения на процессы экономического и социального развития российского общества, в том числе на повышение эффективности принятия управленческих решений в социально-экономической сфере.

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ЦЕННОСТЕЙ И МОТИВОВ ПОКОЛЕНИЯ Z

Хамави Н., гр. АСС-1-120

Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.

Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

Поколение Z массово появилось на рынке труда чуть более пяти лет назад, и у «иксов» с «игреками», которые стали их руководителями, появились новые задачи: найти рычаги влияния на Z-новичков. Станут ли они такими же полезными для рожденных в цифровом мире и подвижных совершенно другими ценностями. Согласно теории поколений, люди схожего возраста имеют схожие установки и ценности, а смена поколений происходит каждые 20 лет. Через несколько лет каждый четвертый сотрудник будет представителем «Z», не мыслящим жизнь без смартфона, интернета, соцсетей, загранпаспорта. При этом руководить ими будут все те же «игреки», или миллениалы, которые уже и сейчас не хуже «зетов» владеют цифровыми технологиями. Поколение Z требует другой мотивации и другого подхода к постановке задач. Кроме того, важно учесть, что они отлично ладят с технологиями и часто демонстрируют высокую скорость, в связи с чем другие сотрудники начинают казаться неэффективными. Необходимо разрешать связанные с этим конфликты, практиковать ситуационное лидерство и не пытаться применять ко всем один подход.

Поколение Z – позитивные, доброжелательные и целеустремленные люди, которые не боятся экспериментировать. Они отлично будут себя чувствовать в работе, связанной с динамикой, ответственностью, креативными решениями и общением. Z умеют держать баланс работы и личной жизни. Не стоит их мотивировать выйти на работу на выходных, работа для них – только один из множества важных аспектов. Они неспособны терпеть дискомфорт и не станут молчать, если им неудобно. Им нужны хорошие условия, четко сформулированные задачи, приоритеты, регулярный контроль. Отказываться от «зетов» не стоит: они – образ покупателя, на которого уже ориентируются производители, источник легкости и оптимизма в коллективе, и к тому же – очень трудолюбивые и прогрессивные люди. «Зеты» быстро обучаемы и с удовольствием посещают мастер-классы, семинары, тренинги, моментально впитывая новую информацию. Они способны научить весь коллектив легкости обращения с технологиями и информацией, заразить оптимизмом и предприимчивостью, помочь сориентироваться в быстро меняющемся мире и ввести в курс текущих тенденций. С ними легко найти общий язык, если учитывать их особенности. Для «зетов» игровая и цифровая среда – естественна. Главное – понимать, что с массовым приходом представителей «Z» организации уже не будут такими, как прежде, и это невозможно игнорировать.

ФОРМИРОВАНИЕ ГРАЖДАНСКИХ ИНИЦИАТИВ У СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЁЖИ

Олейников И.И., гр. АСС-1-122
Научный руководитель профессор Карпова Е.Г.
Кафедра Социологии и рекламных коммуникаций

В течение последних лет, проблема «российской идентичности» встаёт особенно остро. В результате сложной сложившейся политической ситуации, вопрос традиционных ценностей России – встаёт неоднозначным, как внутри страны, так и за её пределами. Целью же государства является отстоять и защитить российскую идентичность, в том числе при помощи гражданских инициатив у студенческой молодёжи.

На сегодняшний день, гражданские инициативы являются неотъемлемой частью политики государства, которая направлена на развитие различных сфер жизнедеятельности общества: территориальное благоустройство, социальную поддержку льготных категорий граждан, создание различных органов самоуправления, создание и поддержку студенческих и молодёжных организаций, решение экологических, образовательных проблем, пропаганда здорового образа жизни и

воспитание патриотизма у населения. Студенческую молодёжь можно охарактеризовать как основной кадровый ресурс для проведения подобной политики. В условиях социально-экономических изменений в стране, становления гражданского общества и правового государства происходят изменения содержания и методов подготовки студентов вузов. Это связано с разработкой путей и средств формирования человека, способного жить в гражданском обществе, потребностью общества в специалистах, обладающих не только фундаментальными и профессиональными знаниями, но и высоким уровнем общей культуры, самостоятельностью мышления и развитым гражданско-патриотическим самосознанием. Современная высшая школа особенно нуждается в создании эффективной системы воспитания, обеспечивающей развитие гражданской ответственности, правового самосознания, духовности и культуры, инициативности, самостоятельности, толерантности, способности к успешной социализации в обществе. Важнейшими субъектами этой деятельности являются студенты вуза, преподаватели, представители институтов гражданского общества и муниципальных структур.

Большинство исследователей полагает, что гражданские инициативы прежде всего направлены на проблемные зоны в обществе. Трансформационно-кризисный тип культурных изменений в российском обществе является причиной несформированности гражданской идентичности у студенческой молодёжи. Всё это служит основой для социальной деятельности и процессов по обеспечению надёжного будущего государства и его общества.

РОТОСКОПИРОВАНИЕ В СОВРЕМЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Овечкина А.А., гр. СТВ-219

Научный руководитель доцент Губанова Г.И.

Кафедра Журналистики и телевизионных технологий

Современное телевидение широко использует анимацию в реализации продуктов экранного искусства. Методы создания, тематика анимации значительно обогатились с развитием семиотических механизмов. Вариативность техник, внедрение новых технологий позволяет аниматорам на данном этапе представлять зрительскому вниманию новые художественные образы. Анимационные телепрограммы, реклама, каналы свидетельствуют о популярности этого направления.

Широкие технические возможности позволяют художникам искать различные подходы для создания персонажей. Знание принципов актерской игры значительно упрощает процесс анимации и насыщает продукт эмоциями, что в свою очередь цепляет внимание зрителей. Применяя

технологии ротоскопирования, аниматоры могут не углубляться в теоретическую часть, а опираться на отснятый заранее видеоматериал с реальными актерами. Так создавались продукты ранней анимации, когда пластика, анатомия и закономерности поведения человека были недостаточно изучены.

Компьютерные технологии позволили преобразовать ротоскопирование в более качественный метод. Программы для рисования по кадрам с возможностью просвечивать слои позволяют художнику рисовать сразу на графических планшетах. В этом случае мультфильм по кадрам перерисовывается из натурального видео с реальными актерами компьютерным способом. Теперь ротоскоп активно используется в методиках «оживления» мультипликационных персонажей. Ротоскопирование позволяет более точно отображать выражения лица и движения. Этот метод можно охарактеризовать как эффективное средство создания изображения в мультфильмах с покадровой анимацией. При этом процесс не лишен творческой составляющей, художники дополняют и подчеркивают отдельные движения, расставляют акценты. Таким образом, применение этой технологии позволяет повысить художественный уровень и облегчить процесс производства. Кроме того, в результате получается особенная «живая» картинка, которая может не уступать по художественной выразительности медиа продуктам, выполненным с помощью 3D-технологий.

ОБРАЗ ГОРОДСКОЙ НИЩЕТЫ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО «ПРЕСТУПЛЕНИЕ И НАКАЗАНИЕ» И А.О. БАЛАБАНОВА «БРАТ»

Ермолова А.М., гр. СЖ-122
Научный руководитель доцент Мельников Е.С.
Кафедра Журналистики и телевизионных технологий

В творчестве Достоевского весомое место занимает образ Петербурга. В своём подходе к изображению писатель выбирает его тёмную сторону: это душный город со зловонными улицами, нищетой и развратом. В такой передаче атмосферы Петербурга с писателем схож кинорежиссёр Балабанов. У этих творцов дуалистическое противопоставление нереальной и объективной действительности сменяется их взаимной связью. У Достоевского Петербург предстаёт то, как город, сотканный из мглы, то, как колыбель городского анекдота. Отметим и олицетворение Петербурга: описывая дом Рогожина в «Идиоте», Достоевский одаряет его «физиономией», а «Белые ночи» наделяют дома правом говорить. Балабанов наследует Достоевскому. Завязка фильма «Брат» перекликается

с «Преступлением и наказанием». Багров – провинциал, приехавший в Петербург за новой жизнью. Раскольников родом из небогатой мещанской семьи, за его плечами обучение на юридическом факультете Петербургского университета, дающее возможность безбедного существования, но брошенное из-за недостатка денежных средств. Оба, попав в атмосферу безжалостного города, полного «маленьких людей», идут на убийства.

Расправы Багрова происходят из-за жажды наживы и чувства несправедливости: он убивает подельников за то, что они лишили жизни безоружного, пользуясь своей безнаказанностью. Раскольников идёт на преступление, желая понять по своей теории, к кому себя отнести – людям высшим или низшим. Вторая причина, – несправедливость мира, в котором страдают невинные, а счастливы такие, как Лужин и Свидригайлов. Третья причина весьма очевидна – нищета.

Параллели проводятся и в отражение морального облика людей через физически-локационный образ Петербурга. У Достоевского важную роль в становлении персонажей играет его столкновение с церковными символами. Даже если герою не суждено обрести счастье в материальном мире, он уповает на божественный. У Балабанова герои как будто находятся в поисках подобных символов – не столько религиозных, сколько носящих характер обещания лучшей жизни. Герои Балабанова тянутся к иному, более высокому миру хотя и не могут обрести его в вере, как персонажи Достоевского.

НЕЙРОННЫЕ СЕТИ – НОВЫЕ ДЕЯТЕЛИ ИСКУССТВА

Жиронкина В.В., гр. СЖ-121

Научный руководитель доцент Мельников Е.С.

Кафедра Журналистики и телевизионных технологий

Нейронные сети – это обучаемые алгоритмы, имитирующие работу человеческого мозга. В данном случае рассмотрим их в контексте литературного искусства.

Художественная литература. Нейронные сети вошли в литературу давно, но пока все же не научились создавать целостные произведения. Нельзя сказать, что нейронные сети в полной мере являются авторами, потому что нейросети нужно обучать на уже существующих данных, которые создал человек. Нейронная сеть совмещает в себе какие-то части из уже созданных произведений и не может существовать без оригинала, который создал человек. Ежедневно распространяется продажа художественных книг, созданных нейронными сетями. Они становятся все более популярны, поэтому сейчас существуют онлайн-магазины, где можно

найти подобные издания книг. Их покупают не ради смысловой наполненности, а для того, чтобы пополнить свою коллекцию.

Нейростихи – еще одно направление, в котором развивается и обучается искусственный интеллект. Нейронную сеть обучают на основе стихотворений разных поэтов. Так она по-своему интерпретирует их творчество и генерирует собственные тексты на основе исходных материалов. Так или иначе, нейронная сеть опирается на уже готовые тексты и создает что-то связанное с ними.

Нейросети в журналистике. В этой сфере они стали немного «успешнее», так как выступают помощниками журналистов и помогают им создавать контент для СМИ. Однако, сейчас они еще не могут конкурировать с живыми журналистами.

Глобальной целью использования нейронных сетей является создание при помощи искусственного интеллекта нестандартного контекста, который способствует сложному взаимодействию с читателем. Искусственный интеллект изменяет творческий процесс и помогает воплощать новые идеи. Цифровое искусство существует уже наравне с традиционным, и будет только совершенствоваться и развиваться.

30 ЛЕТ РОССИЙСКОМУ ИГРОЖУРУ

Игнатъев А.Г., гр. СЖ-222

Научный руководитель доцент Мельников Е.С.

Кафедра Журналистики и телевизионных технологий

В 2023 году российской игровой журналистике исполнилось 30 лет. Мы живём в интересное время: за последние годы эта сфера развивается, улучшается и привлекает к себе внимание людей. И в этой работе я приведу примеры, как она меняется из года в год и кто на сегодняшний день представляет российскую игровую журналистику.

В первую очередь, нужно выделить особенности игровой журналистики. Основное направление этого типа журналистики – гонзо-журналистика. Это направление в журналистике, для которого характерен глубоко субъективный стиль повествования от первого лица, при этом репортёр выступает не как беспристрастный наблюдатель, а как непосредственный участник описываемых событий, используя свой личный опыт и открыто выражая эмоции, благодаря чему подчёркивает основной смысл этих событий. Для «гонзо-журналистики» также свойственно активное использование цитат, сарказма, юмора, преувеличений и даже ненормативной лексики, что является неотъемлемой чертой этого стиля. Она открыта для новых авторов. Буквально каждый сайт российской игровой журналистики позволяет создавать зарегистрированным

пользователям создавать контент (обзоры, новости, статьи). Многие сайты не только развивают это направление на их сайтах, но и поощряют это. Например, игровой портал StopGame.ru каждую пятницу объявляет лучшие статьи недели и выплачивает победителю 1000 рублей. Основной жанр этого типа журналистики – это обзоры. Но и остальные жанры «общепринятой» журналистики в ней присутствуют. Например, на игровых порталах можно встретить интервью, опросы, заметки, новости и многое другое.

Давайте рассмотрим, что игровая журналистика в России из себя представляет в 2023 году. Основные элементы этого вида журналистики это – сайты и каналы на видеохостингах (в основном YouTube). Главными представителями этого направления являются по охвату аудитории: Stop Game, IxhtGames и Навигатор игрового мира. Этот тип журналистики крайне динамичен и способен адаптироваться к любым условиям. Всё благодаря тому, что в основном ей занимаются энтузиасты. Например, в 1997 году начал свою работу журнал «Навигатор Игрового мира». К началу нулевых вместе с журналами стали выпускать программу «От винта». В 2000 заработал сайт «Навигатор игрового мира». И таких примеров множества.

РОЛЬ ЛИТЕРАТУРЫ В ПРОЦЕССЕ САМОРАЗВИТИЯ

Коротченко Д., гр. СТВ-121

Научный руководитель доцент Мельников Е.С.

Кафедра Журналистики и телевизионных технологий

Вопрос о саморазвитии возникает в жизни каждого человека, поэтому данную тему можно считать актуальной. Саморазвитие – активность человека в изменении себя, развитии разных сфер жизни, обогащении своих потребностей. Эта деятельность происходит по инициативе человека. Так как у саморазвития несколько направлений, люди не могут выбрать, что сделать первым. Из-за этого появляется вопрос предназначения и цели жизни. Когда человек не в силах определиться с направлением, к нему приходит чувство неопределенности. В литературе есть множество примеров таких ситуаций, для самых ярких ввели даже термин «лишний человек». Важно отметить, что, если человек выставил перед собой цели, он не должен быть одержим результатом, ведь при таком мышлении он его не достигнет. Необходимо сконцентрироваться именно на процессе, что приведет к более качественной проработке собственных действий. Литература напрямую влияет на процесс саморазвития человека и «направляет» его, когда он не может выбрать, на что заострить внимание.

Саморазвитие – активность человека в изменении себя и развитии разных сфер жизни. Литература напрямую влияет на процесс саморазвития человека и «направляет» его, когда он не может выбрать, на что заострить внимание.

Важно отметить, что каждый человек уникален и имеет свои сильные и слабые стороны, поэтому не стоит сравнивать себя с другими и стремиться быть как кто-то другой. Саморазвитие – это длительный процесс, требующий постоянного развития и самоконтроля. Литература может помочь в процессе саморазвития, но главную роль здесь играет сам человек и его желание развиваться.

КУЛЬТ ПРИРОДНОСТИ В ЛИТЕРАТУРЕ НА ФОНЕ ЦИВИЛИЗАЦИОННЫХ ПОТряСЕНИЙ

Крапивенцева А.Д., гр. СЖ-221

Научный руководитель доцент Мельников Е.С.

Кафедра Журналистики и телевизионных технологий

Долгое время природа почиталась человеком как неисчерпаемый кладезь истин. Однако по мере развития общества традиционное благоговение сменилось на эгоистичную веру в собственную самодостаточность и превосходство над окружающей средой. Вековую связь разрушил азарт потребления, а свободное существование обросло оковами социальных требований и условностей. Такое движение общественной мысли привело к полемике вокруг противостояния природной и цивилизованной жизни. Мнение о превосходстве первой особенно яростно отозвалось в творчестве писателей разных эпох.

В своей работе мы рассматриваем связь фундаментального «культа природности» и Жан Жака Руссо в произведениях разных эпох и художественных направлений. Так, в романе Германа Мелвилла «Моби Дик» авторский идеал воплощается в образе моряка-протагониста, чье достоинство заключается в безграничной романтической чувственности к окружающему миру. Природа же представлена бурным морским пейзажем, олицетворение которой – неподвластный человеку белый кит. И любые попытки обуздать стихию становятся обречены на сокрушительный провал. Генри Дэвид Торо в сочинении «Уолден, или жизнь в лесу» избрал природный натурализм для выражения философских идей. Живое знание и дневниковая форма выделяют произведение из иных художественных работ. Здесь практический рационализм и абстрактные размышления автора сходятся воедино, рождая негасимый диалог между автором и читателем об истинном человеческом существовании. Произведение Чинуа Ачебе «Всё рушится» стоит громогласным особняком из-за демонстрации яростного

столкновения традиционного уклада с намерениями прогрессивной цивилизации. Автор обращается к фольклорным источникам и реалистично изображает историю племени, чтобы показать родство читателя с диким миром. Кульминация являет губительные последствия прогрессивных насаждений.

Авторы сходятся в одном: какими бы передовыми не казались действия человека, не стоит пренебрегать вечными природными идеалами: свободой, мудростью и независимостью.

НЕГАТИВНЫЕ ЯВЛЕНИЯ В СФЕРЕ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИА-КОММУНИКАЦИИ

Луценко Б.А., гр. СЖ-119

Научный руководитель доцент Чеботарева И.В.

Кафедра Журналистики и телевизионных технологий

За последнее время роль медиа сильно возросла в жизни социума. Благодаря появлению доступного интернета люди могут ежесекундно получать информацию, и за день видеть десятки, а то и сотни новостей. По данным Фонда «Общественного мнения» в 2021 году 56% граждан читали новости в интернете [8]. Новые технологии изменили системы медиа-потребления, а значит и саму структуру современных медиа-коммуникаций. Появились негативные явления, которые мы рассмотрим в данном тексте, но сначала дадим определение медиа-коммуникации. Медиакоммуникация – информационное взаимодействие между социальными субъектами (личностями, группами, организациями и т.д.), основанное на производстве, распространении и потреблении массовой информации. Мы выделили 6 негативных явлений современной медиа-коммуникации.

1. Феномен фильтрационного пузыря. Его еще называют «информационным пузырем». Впервые это понятие было употреблено интернет-активистом Илаем Парайзером в его книге «За стеной фильтров» («Filter bubble»), посвященной поисковым алгоритмам. Другими словами, алгоритм анализирует какие материалы, статьи вам понравились и рекомендует похожие. Из-за этого люди думают, что их мысли, идеи, воззрения верны, ведь противоположная точка зрения им не встречается. По такому принципу работают большинство новостных подборок.

2. Эффект «Эхо-камеры». Это негативное явление тесно связано с предыдущим пунктом.

3. Феномен нарциссизма. Это психологическое понятие перешло в сферу медиа-коммуникации благодаря французскому философу и социологу Жили Липовецкому. Концепция нарциссизма, как отклик на

кульминацию частной сферы, означает доминирование тотального стремления индивида к самовыражению и получению любой ценой удовольствия от обольщения публики. Из-за этого человек пытается соответствовать стандартам, навязанными медиа, что приводит к депрессии и снижению самооценки.

4. Фейки. Под фейками мы понимаем заведомо ложную информацию, которую запустили через СМИ. В интернете такие материалы быстрее распространяются, чем в аналоговых медиа. В результате читатель воспринимает ложь за истину и имеет неправильное представление о случившемся. Сюда можно отнести «глубокий фейк».

5. Феномен постправды. Суть этого негативного явления заключается в том, что аудиторию больше заботит не сама новость, которая может оказаться фейком, а то, что про нее сказала известная личность, медийная персона, инфлюенсер. Таким образом, правда становится относительной величиной в современном мире.

6. Информационный шум. Из-за большого потока новостей читателю тяжело разобраться, что действительно важно, а на что не стоит обращать внимания. Таким образом, значимые новости теряются в общем потоке информации, и человек не получает полной картины мира.

ИНТЕРНЕТ-ПАСТЫ КАК ВИД НАРОДНОГО ТВОРЧЕСТВА И ФАКТОР ОБЪЕДИНЕНИЯ НАЦИЙ

Овчинников С.Д., гр. СЖ-122

Научный руководитель доцент Мельников Е.С.

Кафедра Журналистики и телевизионных технологий

Повсеместно интернетом люди начали пользоваться не так давно. Даже за такое сравнительно небольшое время в нём сформировалась своя культура и этика. Одним из ярчайших проявлений этой культуры справедливо можно считать интернет-пасты (от разг. англ. copypaste – «копировать, вставлять, копированный текст»), (далее «пасты»). «Пасты» – это некий вид современного фольклора, возникший из городских легенд, рассказы, часто мистифицированные, а иногда и просто неординарные истории из жизни рядового человека. Можно ошибочно полагать, что эти рассказы ограничиваются «страшилками», так называемыми «крипипастами» (от англ. creepypasta – «жуткий»), однако крипипаста – лишь поджанр, тогда как главным признаком интернет-истории часто является не её мистичность, а её неординарность. Интернет-рассказы зародились на различных форумах и имиджбордах, таких как «Reddit», «4chan», в России «Двач». Подобные сайты, хоть и малоизвестны сейчас, тем не менее, занимают огромный пласт человеческой культуры и творческой

деятельности. Главным фактором в становлении жанра является анонимность. Часто «пасты» пишутся не с целью распространения и популяризации рассказа, а с желанием высказаться и поделиться своей сокровенной историей, так как интернет вполне способен обеспечить анонимность. В России как элемент культуры «пасты» начали появляться сравнительно недавно, с появлением таких ресурсов как «ВКонтакте», «Двач». Большая часть российских рассказов является переводами англоязычных «паст», или адаптацией их на русский манер. Однако существует такой феномен, как «SCP» – вымышленный мир, состоящий из рассказов разных людей с разных точек планеты, объединённый общей идеей и правилами. Такие вещи как «SCP» и являются неким объединяющим фактором людей разных национальностей, взглядов и мировоззрения. Подобное сотрудничество идёт несколько обособленно от мира политики и религии, хоть часто и берёт оттуда некие образы и идеи (некоторые «крипипасты» основаны на различных мифологиях разных стран).

«Пастинг» можно называть феноменом, способным формировать культуру и новые её ступени. Интернет объединяет в себе людей со всего мира не с радикальными политическими, религиозными целями, а с целью творчества.

ПРАВОВОЙ НИГИЛИЗМ

Истомина С.П., гр. СТВ-321

Научный руководитель доцент Мельников Е.С.

Кафедра Журналистики и телевизионных технологий

Нигилизм в России возник в 60-80 годы XIX века. Нигилизм – философия, отрицающая наличие каких-либо проверенных, надежных и заслуживших уважения устоев в любых социальных кругах (религиозных, политических, философских). Пример нигилизма в литературе: Евгений Базаров из «Отцы и Дети» И. С. Тургенева. Он «не принимает ни одного принципа на веру, каким бы уважением ни был окружен этот принцип».

Правовой нигилизм – это отрицание права как социального института и системы правил поведения, как элемента успешного регулирования взаимоотношений между людьми, или проще говоря, отрицание законов. Коррупция – это действие, в результате которого, один субъект пытается использовать другого, с целью извлечения выгоды. У множества людей сложился стереотип, что коррупция – это приемлемая форма решения собственных проблем.

В 2008 году Д.А. Медведев отметил: «Очевидно, что коррупция – это угроза для любого государства. Она разлагает деловую среду, снижает

дееспособность государства, отражается на имидже государства, но самое главное – коррупция подрывает доверие граждан к власти...».

Положительные стороны. Базаров представлял собой новое поколение демократов, которые впоследствии должны были стать революционерами. «Нравственные болезни человека – от дурного состояния общества. Исправьте общество – и болезней не будет». Позже эти идеи выльются в великую социалистическую революцию 1917 года. Существует легальная форма правового нигилизма, установленная Федеральным законом «О собраниях, митингах, демонстрациях шествиях и пикетированиях» от 19.06.2004 №54-ФЗ. Положительные черты выражаются в конструктивной критике несовершенных законов и борьбе против тоталитарных режимов.

Нигилизм – широко распространенное социологическое явление, которое зародилось очень давно и до сих пор является актуальным.

ЗАВИСИМОСТЬ В ЛИТЕРАТУРЕ И СОВРЕМЕННОЙ ЖИЗНИ

Сахарова А.А., гр. СТВ-221

Научный руководитель доцент Мельников Е.С.

Кафедра Журналистики и телевизионных технологий

Наркомания и алкоголизм бродят по миру, представляя собой настоящую эпидемию. У этой болезни нет пола, возраста и социального статуса – она неразборчива и безжалостна. Тогда справедливо встает вопрос: почему люди до сих умирают, когда еще на старте путешествия известен результат? Не потому ли, что кому-то преградил шаткий путь «Морфий» Булгакова, а кто-то все же пересек черту, вселившись в образ Генри Чинаски? Будем разбираться. «Я плюхнулся на кушетку. Мне нравилось быть пьяным. Я понял, что полюблю пьянство навсегда» – пожалуй, самая запоминающаяся фраза юного Чинаски из «Хлеба с ветчиной». Бутылка – главный атрибут образа писателя и основной двигатель его творчества. Из интервью «Солнце, вот он я»: «Алкоголь, возможно, одна из величайших вещей на Земле, и мы неплохо ладим. Он разрушителен для большинства людей, но не для меня. Все то, что я создаю, я делаю, пока пьян». Зависимость расшатывает психику человека, делая ее податливой и превращая в яму, готовую принимать любую информацию, оправдывающую губительный образ жизни. Романтизированное отношение Генри Чинаски (да и самого писателя) к алкоголю дает возможность больным реальным людям увидеть толк в зелье, ощутить его «магическую» силу и надавить на газ навстречу алкогольному забвению. Чинаски (Буковски) становится другом, наставником и собутыльником, который никогда не осудит; он поддержит и нальет еще. В этом специфика поведения

зависимого – он обязательно найдет себе оправдание и этим оправданием может стать алкогольная философия Генри.

Трудно пройти мимо «Морфия». Булгаков – известный морфинист – описывает свое зависимое будущее (которого ему удалось избежать, к счастью) в лице Сергея Полякова. Здесь дело больного принимает совсем другой оборот. На смену веселым и нелепым последствиям после пьянки приходит невинная первая инъекция, которая начинает обратный отсчет. Булгаков удивительно точно описывает все стадии наркотической зависимости своего героя (он сам это пережил, но смог выбраться): отрицание, паранойя, ложь – не самое страшное, что ожидает глубоко зависимого. Перед нами предстает глубокая человеческая драма. Автор показывает наркотическую пропасть во всем ее безобразии, всей трагичности – в нее нетрудно упасть, а, вот, вылезти практически нереально. Читатель может попасть под воздействие такого веселого выпивохи как Генри Чинаски, так и другого – умирающего в муках несчастного Сергея Полякова. Литература способна влиять на нас под разными углами: беззаботность, веселье и непредсказуемость или страх, боль и смерть.

Авторский указатель

А

Абаулина Д.А. · 186
Аббасова С.Э. · 289
Авдеев А.А. · 292
Агамирян С.В. · 66
Адама Салл · 307
Алекберова А.А. · 187
Александрова С.А. · 91
Андреева П.А. · 92
Антрианова А.О. · 188
Архипова М.Д. · 41
Астафьева М.Г. · 166
Асютина М.А. · 50
Атик С.У. · 45
Афанасьева А.П. · 93

Б

Бабарькина А.А. · 78
Бадеева А.Д. · 189
Балашова С.Р. · 79
Балян С.Н. · 279
Бардаенко А.Д. · 94
Баткаеви Рапаэл · 190
Бахтиева К.А. · 167
Бегутова М.А. · 95
Безух П.М. · 96, 97
Белов А.С. · 335
Белугина В.В. · 48
Беляев Г.С. · 98
Березина Д.А. · 99
Беседина У.О. · 268
Богуславский И.П. · 301, 302
Большаков Е.Д. · 100
Боргенц Я.В. · 5
Боровая В.И. · 191
Бородин А.А. · 58
Бородкина К.А. · 192
Ботоногова В.Е. · 62
Братушева Е.П. · 101
Бровкина Е.А. · 282
Бузькевич А.О. · 313
Булатова Е.Н. · 15
Булгачева А.Г. · 193
Бутаева М.Р. · 258
Бяков Д.В. · 319

В

Вагаева А.М. · 168
Важничин Н.О. · 102
Валеева П.И. · 103, 298
Волкова А.Д. · 70
Воложанина Д.В. · 194
Волошина Д.Д. · 104
Воронина Е.С. · 278

Г

Гайтукаева Г.Р. · 320
Галоян А.И. · 105
Галямова Ю.П. · 195
Гашимова А. · 321
Глазачев И.Д. · 106
Горячева Д.В. · 196, 197
Градова Е.А. · 308
Гречка А.Д. · 107
Гречуха Д.Е. · 284
Гречухина А.Р. · 169
Грешилова В.В. · 305
Григорян Д.М. · 80
Гришина Е.В. · 322
Громко К.А. · 20
Грюнбер С.Р. · 71
Губина С.А. · 323

Д

Даньярова А.Ж. · 43
Даутов Р.Ф. · 316
Дворникова В.Р. · 145
Деликов Д.А. · 27
Демьянова А.Р. · 294
Деспич И. · 198
Джавоян А.А. · 110
Джандавлетова К.К. · 199
Дианова В.О. · 108
Дмитриева А.Д. · 200
Дмитриева Л.М. · 109
Докукин И.С. · 201
Дудакова Д.А. · 202
Дудняк В.С. · 203

Е

Егорова А.С. · 111
Еременко Е.Р. · 293
Еремина А.А. · 113
Ермолова А.М. · 114, 339
Ермошкина М.А. · 204

Ж

Желыбин А.А. · 158
Жидкова В.И. · 21, 115
Жиронкина В.В. · 340
Жукова В.В. · 81

З

Загороднева М.А. · 204
Загоруйко М.М. · 314
Замалеева Д.И. · 140
Земскова М.А. · 270
Зиновьева П.М. · 72
Зорина В.С. · 116
Зорькина П.С. · 303
Зудилова В.П. · 73
Зуев М.С. · 206

И

Игнатъев А.Г. · 341
Ильджинов Н.-А.С. · 117
Имансу А.В. · 315
Истомин А.В. · 210
Истомина С.П. · 46, 346

К

Кадыров А.И. · 13
Казаченко М.Д. · 312
Камалова Р.Я. · 170
Карпова С.В. · 82
Карпова С.И. · 52
Клещенко А.Д. · 207
Клюев В.Д. · 6
Князева А.Б. · 208
Козлов М.С. · 118
Козлова А.В. · 119
Козлова Ю.С. · 209
Кокорина М.И. · 120

Колдра Е.А. · 324
Колесникова А.Д. · 121
Колесникова М.Д. · 83, 122
Коломиец М.Д. · 66, 123
Кондрашова Д.А. · 272
Кондрашова Е.И. · 256
Конищев В.В. · 27
Коробкова А.Ю. · 325
Коробова А.С. · 124
Королева Е.Э. · 16
Короткова М.А. · 125
Коротченко Д. · 342
Коршунов Т.Д. · 126
Корытко М.Н. · 57
Костюченкова Е.С. · 7
Кочеткова В.С. · 127
Крапивенцева А.Д. · 55, 343
Крылова Э.О. · 262
Крышевич В.В. · 42
Крюков М.Ю. · 210
Кузнецов А.А. · 128
Кузнецов Ю.В. · 4, 211
Кузнецова В. · 253, 276
Кузнецова Д.В. · 171
Кузнецова С.А. · 254
Кузьмин К.В. · 25
Кулагин А.Д. · 264
Куликова Е.А. · 261
Кулинич М.К. · 212
Кульменёва К.Н. · 172
Курочкина М.А. · 129
Кутеева Е.В. · 310

Л

Лаба К.Л. · 130, 266
Лаврентьев А.Е. · 131
Ларионова Ю.С. · 283
Линкевич А.А. · 18, 133
Лобачева К.И. · 326
Логинова Ю.А. · 173
Лоторева Ю.И. · 8
Лункина Е.А. · 265
Луценко Б.А. · 344
Любашева М.А. · 134
Лясковска А.З. · 135

М

Максимова Е.М. · 213
Малекова Д.М. · 12
Маливанов И.А. · 97

Мамонов Д.Е. · 327
Манина И.И. · 174
Манушина Е.А. · 304
Марачевская С.Е. · 10
Маркова А.Ю. · 214
Мартянова К.А. · 215
Маслакова А.С. · 136
Мациева Л.С. · 263
Медведкова Е.Е. · 317
Мельникова А.П. · 26
Мирзоева С.Ч. · 216
Миронова Т.А. · 27
Михайлова И.М. · 53
Михайлова Н.А. · 285
Михалёва А.А. · 138
Мишенкова А.П. · 139
Морозихин О.И. · 59
Мусина А.Е. · 290
Мухортова М.Д. · 28

Н

Надтока А.И. · 67
Нейматов М.Э. · 217
Нестеренко К.А. · 274
Никитина А.М. · 9
Никитина Е.А. · 218
Носова Д.А. · 334
Нуриягдыева М. · 219
Нюхалов И.А. · 329

О

Оботина Л.С. · 175
Обухова М.А. · 84
Овчинников С.Д. · 345
Овчинникова А.О. · 29
Овчинникова Д.А. · 140
Оганесян А.Т. · 280
Олейник О.К. · 60
Олейников И.И. · 337
Орлова Е.А. · 287
Осипова К.Д. · 306

П

Пак А.А. · 30
Пасичная П.Д. · 63
Пашинская А.С. · 286
Петрайтите Е.В. · 176
Петрова А.А. · 22, 115

Петросян Д.В. · 257
Петрусева О.А. · 220
Писанюк Д.А. · 97, 141
Письменчук А.С. · 221
Подлипалина В.А. · 34
Подплетько М.В. · 222
Покутняя К.С. · 252
Поляков М.Д. · 31
Полякова А.А. · 56, 291
Полякова М.А. · 74
Полянский С.К. · 141
Поминальная С.Д. · 223
Пономаренко М.С. · 299
Попова П.Н. · 143
Потапова В.А. · 224
Потебенко С.В. · 144
Пошина О.А. · 225
Предеина Е.А. · 226
Пурясова К.С. · 145
Пчелина Е.Д. · 39
Пылина Д.Д. · 227

Р

Рагасова С. · 330
Радзивилл Б.М. · 228
Разенкова Н.Н. · 65
Раннева Д.А. · 258
Ринейский А.С. · 177
Рогачев Н.С. · 51
Родичева О.Н. · 49
Ромашёва К.К. · 19
Рубанов Д.А. · 146
Румянцев И.Д. · 75
Рыжова А.В. · 178
Рябовичева А.С. · 229

С

Савельева Е.А. · 64
Савостина П.М. · 47
Садыкова К.В. · 85
Самодулова М.М. · 35
Сарболотская П.А. · 230
Сахарова А.А. · 347
Сахарова А.Д. · 277
Селезнев Е.Н. · 68
Селиверстова О.Д. · 231
Селюкова Т.А. · 147
Семёнова С.А. · 255
Сенокосова А.О. · 232
Сергеева Н.Н. · 288

Симакова Я.К. · 295
Синюткина Е.А. · 148
Слободина Е.С. · 233
Смышникова О.Н. · 275
Солнцева И.С. · 54
Стоякин К.Н. · 69
Сунцова М.Ю. · 149
Сыч. Л.Д. · 234, 235

Т

Тагай П.В. · 150
Тагирова К.М. · 179
Тарасик У.И. · 151
Тарасова А.А. · 311
Терентьева А.Н. · 180
Тетова Х.Х. · 76
Тимергалиева К.А. · 38
Тимофеева Д.М. · 153
Тимохин А.В. · 152
Титаева М.С. · 181
Титова В.В. · 154
Толмачева С.С. · 155
Толстихин Т.В. · 182
Топунова А.И. · 14
Торшина М.А. · 32
Тоскина В.И. · 37
Тронина Е.М. · 11
Туголукова А.А. · 23
Туманова Е.А. · 156
Тюрина А.С. · 157

У

Усов Т.Е. · 158
Усова А.А. · 86

Ф

Фанасюткина Д.Д. · 159
Федорченко Д.П. · 160
Ферзен А. · 33
Филенко А.О. · 236, 237
Фирулина К.М. · 161, 238
Фофанова Е.А. · 331
Францева А.И. · 24
Фуралев М. · 253

Х

Хайруллина И.Г. · 318
Халикова К.Р. · 239
Халфина К.И. · 240
Хамави Н. · 336
Хамидуллина Д.Ф. · 241
Харина Я.А. · 242
Харитоновна А.А. · 243
Хворостянова П.И. · 297
Химица У.А. · 273
Хлесткова М.В. · 260
Хоменок И.А. · 269
Хорошавина А.Б. · 296
Хохлова В.Б. · 36
Храпова А.В. · 162
Хромова Е.Д. · 70

Ц

Цанг А.А. · 244
Цвиркун П.И. · 61
Цой А.А. · 245
Цолоева К.У. · 246

Ч

Чеботарева О.А. · 87
Чепёлкина А.Д. · 17
Червень А.А. · 247
Чернаков В.Ю. · 332
Чечёкин Д.Г. · 163
Чугунова Я.А. · 183
Чулкова П.В. · 184
Чурякова М.В. · 248
Чуфарова К.В. · 281

Ш

Швемер А.О. · 249
Широкова К.О. · 250
Широкова С.В. · 88
Шишлов И.П. · 251
Шостак С.В. · 51
Штрикер Ю.Д. · 309
Шукаев А. · 333

Щ

Щадров Д.Н. · 164
Щербань Е.А. · 267
Щербинин Е.Р. · 77

Э

Эльгудина М.М. · 40
Эрелс С.А. · 89

Ю

Юлдашев И.М. · 90
Юсупова Д.Р. · 185

Я

Ягафарова С. · 165
Ястребова К.А. · 44

Научное издание

Юбилейная 75-ая Внутривузовская научная студенческая конференция
«Молодые ученые – инновационному развитию общества
(МИР-2023)»

Часть 3

В авторской редакции

Издательство не несет ответственности за опубликованные материалы. Все материалы отображают персональную позицию авторов. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

Усл.печ.л. Тираж 30 экз. Заказ № ____

Редакционно-издательский отдел РГУ им. А.Н. Косыгина
115035, Москва, ул. Садовническая, 33, стр.1
тел./ факс: (495) 955-35-88
e-mail:riomgudt@mail.ru

Отпечатано в РИО РГУ им. А.Н. Косыгина