

НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА

СБОРНИК ЭССЕ СТУДЕНТОВ И УЧАЩИХСЯ ШКОЛ

ПО ИТОГАМ МЕЖДУНАРОДНЫХ
КОНКУРСОВ ЭССЕ
ОТ 10.10.2020

УДК 00
ББК 00
С17

Сборник эссе студентов и учащихся школ по итогам
Международных конкурсов эссе от 10.10.2020/ Бузинный Г.,
Афанасенко Р., Платонова А., Кудимов Г., Матвиенко В. и др./
НОО Профессиональная наука, 2020 – 251 с.

ISBN 978-1-005-07920-8

Данная книга является сборником эссе по результатам конкурсов,
проводимых НОО «Профессиональная наука» в рамках проекта Interclover.

Эта книга будет наиболее полезна для учащихся школ, студентов,
магистрантов и аспирантов.

УДК 00
ББК 00



- © Редактор Н.А. Краснова, 2020
- © Коллектив авторов, 2020
- © НОО Профессиональная наука, 2020
- © Smashwords, Inc., 2020

СОДЕРЖАНИЕ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС БИЗНЕС-ПЛАНОВ «СОЗДАНИЕ ПРИБЫЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В МАЛЫХ И СРЕДНИХ ГОРОДАХ» 5

Бужинский Г., Афанасенко Р., Платонова А., Кудимов Г., Матвиенко В. БИЗНЕС-ПЛАН ОТКРЫТИЯ МЕДИЦИНСКОГО РЕАБИЛИТАЦИОННОГО ЦЕНТРА.....	5
Галкина Н.В. БИЗНЕС-ПЛАН ПО ОКАЗАНИЮ МАНИКЮРНЫХ УСЛУГ.....	10
Михайлов С.С., Гаврасова В.А., Воронцова В.С., Шевцов Д.Д., Лукина К.В. БИЗНЕС-ПЛАН. ООО «ЧУДО-ДОКТОР».....	17
Мырзабай Э.Д., Урынгаалиев К.М., Исказиева Р.Е., Кенжетаев А.Б., Ипполитов Д. БИЗНЕС-ПРОЕКТ «АКВАПАРК ДЛЯ ДЕТЕЙ И ВЗРОСЛЫХ «РАДУГА»».....	22
Трухина Д.С. БИЗНЕС-ПЛАН. СОЗДАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВУ И РЕАЛИЗАЦИИ АГРОПЕЛЛЕТ.....	29
Чистов И., Едрышов Р., Кочубей Н., Прудник Е. БИЗНЕС-ПЛАН. ООО «СМОЛЕНСКАЯ ДЕТСКАЯ ОНКОЛОГИЧЕСКАЯ КЛИНИКА».....	37

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС ЭССЕ ДЛЯ СТУДЕНТОВ И УЧАЩИХСЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ «МОЕ НАУЧНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ» 43

Амирянц Д.В. ПРОБЛЕМА МОЛОДЕЖНОГО ЭКСТРЕМИЗМА.....	43
Воробьева К.В. Лингвокультурные особенности фрейма «ЛАПША» в китайском языке.....	46
Вяльчина Е.А. ПРОБЛЕМА ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЕЖИ.....	51
Джалал Махди Хашеми. ТЕОТЕРИЗАЦИЯ ИСЛАМСКОЙ ЭКОНОМИКИ: ПОИСК ОСНОВЫ ДЛЯ ИСЛАМСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА.....	53
Долаберидзе М.А. ПРОБЛЕМЫ АДАПТАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ В СТУДЕНЧЕСКИХ СПОРТИВНЫХ КОМАНДАХ.....	57
Карпович П.В. ЭВФЕМИЗМ КАК СРЕДСТВО РЕЧЕВОГО ЭТИКЕТА (НА ПРИМЕРЕ МАТЕРИАЛЬНОГО ПОЛОЖЕНИЯ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ).....	59
Князева З.А. ПРОФОРИЕНТАЦИЯ СТАРШЕКЛАССНИКОВ В ОРГАНИЗАЦИИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ФГБОУ МДЦ «АРТЕК».....	64
Колтушкина А.Н. ВИЗУАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ.....	69
Кондратьева В.В. ПРОБЛЕМА САМОРЕАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ.....	71
Крюкова Н.О. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА КИТАЙСКОГО НАРОДА ЧЕРЕЗ ФРЕЙМ «КОЛБАСА».....	73
Кызыласова Ю.В. «А ВОЗ и ныне там» или языковая игра пандемии.....	78
Мазина Н.С. ПРОБЛЕМА СНИЖЕНИЯ КУЛЬТУРНОГО УРОВНЯ МОЛОДЕЖИ.....	80
Останина Е.А. РАДИКАЛИЗАЦИЯ ВЗГЛЯДОВ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ.....	82
Петриченко М.В., Кожухов М.Ю., Косцова М.В. РАЗВИТИЕ АССЕРТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ НА ПРИМЕРЕ ВОЖАТЫХ ФГБОУ МДЦ «АРТЕК».....	84
Половикова Т.Э. ОСОБЕННОСТИ ПРАВОПРИМЕНЕНИЯ КАК ФОРМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАВА.....	88
Пономаренко К.Д. ДИНАМИКА ЖИЗНЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ МОЛОДЕЖИ.....	90
Попова В.А. Одна из самых загадочных сфер языкознания.....	92
Резункова А.И. ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ.....	95
Руслякова М. С. ПРОБЛЕМЫ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ АДАПТАЦИИ И ЯЗЫКОВОЙ ПОДГОТОВКИ КИТАЙСКИХ СТУДЕНТОВ В РОССИЙСКОМ ВУЗЕ.....	97
Самохвал Г.О. ПРОБЛЕМА ОТСУТСТВИЯ НРАВСТВЕННОГО ВОСПИТАНИЯ МОЛОДЕЖИ.....	100
Сычева О.Н. ЗАГАДОЧНЫЙ МИР МОДИФИКАЦИОННОГО СЛОВООБРАЗОВАНИЯ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ.....	102
Тихомирова Е.С. ПРОБЛЕМА ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ: ИХ ВЗАИМОПОНИМАНИЕ СО СТАРШИМ ПОКОЛЕНИЕМ.....	106
Федоров Ю.В. МОТИВАЦИЯ ЗАНЯТИЕМ СПОРТОМ, НА ПРИМЕРЕ ГРУППЫ ПО РУКОПАШНОМУ БОЮ.....	108
Федосеев М.И. ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА НАЦИОНАЛЬНУЮ ЯЗЫКОВУЮ КАРТИНУ МИРА.....	152
Шойхет С.О. НЕВОЗМОЖНОСТЬ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПЛАНОВ КАК ПРОБЛЕМА МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННОСТИ.....	157

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС ЭССЕ ДЛЯ СТУДЕНТОВ И УЧАЩИХСЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ «ВЫДАЮЩИЕСЯ УЧЕНЫЕ» 159

Белкина Е.С. Василий Александрович Сухомлинский - создатель народной педагогики	159
Березина З.С. Выдающийся ученый - Игнац Филипп Земмельвейс	162
Кочейшвили М.А. Выдающийся ученый - Стивен Хокинг	166

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС ЭССЕ ДЛЯ СТУДЕНТОВ И УЧАЩИХСЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ «КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ МОЕЙ РОДИНЫ» 172

Шыырап Ч.Э. Культурное наследие моей родины. Республика Тыва.....	172
---	-----

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС ЭССЕ ДЛЯ СТУДЕНТОВ И УЧАЩИХСЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ «НАУЧНЫЙ МИР ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ» 174

Прохорова Т.Ю., Старовойтова А.А., Суханов М.С., Фролова А.Д. Россия в ПостПандемийном мире	174
---	-----

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС ЭССЕ ДЛЯ СТУДЕНТОВ И УЧАЩИХСЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ "МОЯ БУДУЩАЯ ПРОФЕССИЯ" 180

Антонова С., Канеп А., Кузьмина А., Щербак Д. Моя будущая профессия	180
Баркитова С.А. Менеджер - профессия будущего	182
Белов А.С. Моя будущая профессия	184
Бельденкова М.Д. Моя будущая профессия	185
Белякайте Е. А., Арутюнян Л. В. Управленческая деятельность и профессия «менеджер»	188
Белянкина Ю.К. Профессия будущего	191
Бузун В.В., Лучинина Н.В., Морозова В.А., Речапова А.С., Шулятецкая Я.П. Моя будущая профессия.....	193
Волобуева Я. В., Маслова А. А., Резанова А. А., Комарова О. Г., Казарин Е. А. Моя будущая профессия.....	197
Горбунов В.В. Моя будущая профессия - социология маркетинга	200
Дробышева А.С. Моя будущая профессия	202
Дроздова М.М. Моя будущая профессия - социология маркетинга	204
Задаура В.И. Моя будущая профессия - бренд-менеджер	205
Ивкина А. Моя будущая профессия	210
Ильина А.П., Софин А.Ю., Еремина А.С., Бут А.В., Варакин И.В. Моя будущая профессия	212
Карнаухова М.К. Моя будущая профессия.....	219
Ким А.А. Моя будущая профессия - социология маркетинга.....	220
Корнеева М.Ю. Моя будущая профессия	222
Матюхова А.О. Моя будущая профессия – PR-менеджер	224
Мешков И.Д. Моя будущая профессия.....	226
Мухачева Р.С. Социальная работа: будущее за нами.	228
Нежурина Е.В. Моя будущая профессия – социолог	230
Носова Д.А. Моя будущая профессия	232
Пашенко А., Трубина Л., Фрицковская П., Колосова В. Моя будущая профессия	234
Салахов Р.Х. Моя будущая профессия	237
Сафонова Е.Д. Моя будущая профессия – педагог-дефектолог!	238
Сиротюк А.С. Моя будущая профессия - социология маркетинга.....	240
Степовая Т.П. Моя будущая профессия – Социология маркетинга	241
Стерженченко М. Д., Козырева А. И., Сидоркина А. А. Моя будущая профессия	242
Трофимова Д.Д. Моя будущая профессия.....	245
Уточкина К.М. Рекламист – это моя будущая профессия.....	246
Федосова Д.А. Моя будущая профессия	247
Шарова А.А. Моя будущая профессия - социология маркетинга.....	249

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС БИЗНЕС-ПЛАНОВ «СОЗДАНИЕ ПРИБЫЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В МАЛЫХ И СРЕДНИХ ГОРОДАХ»

Бузинный Г., Афанасенко Р., Платонова А., Кудимов Г., Матвиенко В.
Бизнес-план открытия медицинского реабилитационного центра

*Бузинный Геннадий
Афанасенко Роман
Платонова Анастасия
Кудимов Григорий
Матвиенко Виктория*

студенты 2 курса
педиатрического факультета группы № 206:

Научный руководитель:

Соколова Марина Геннадьевна

доцент кафедры философии

биоэтики, истории медицины и социальных наук

Смоленского государственного медицинского университета

Введение

Одной из актуальных социально-экономических и демографических проблем современного российского социума является включение детей с ограниченными возможностями в общество. Поэтому создание оптимальных условий для успешной адаптации детей-инвалидов является важнейшей социально-экономической и политической задачей всех государственных и общественных структур. С целью повышения уровня адаптации и здоровья детей-инвалидов, изменить не только положение этой группы в обществе, сформировать определенный уровень социокультурной толерантности к ним, в России создается и функционирует сеть реабилитационных учреждений. Междисциплинарный центр детской реабилитации «LittleHeart» специализируется на восстановлении детей после травм и операций на опорно-двигательный аппарат LittleHeart — первая клиника в России, полноценно внедрившая западный подход к реабилитации.

Состав отделений - количество палат: 20, пропускная способность клиники: около 16 чел, штат: 13 чел, планируемый месяц открытия центра: октябрь 2020г. Режим работы центра: с 8:00 – 21:00 (с понедельника по субботу, воскресенье – выходной).

Учредители

Бузинный Геннадий Геннадьевич – главный врач, хирург-ортопед, Афанасенко Роман Олегович – анестезиолог, снабженец,

Матвиенко Виктория Вячеславовна – врач-невролог, экономист, Платонова Анастасия Дмитриевна – психолог, маркетолог, Кудимов Григорий Сергеевич – кинетерапевт, специалист по кадрам.

Деятельность центра

Деятельность реабилитационного центра направлена на восстановление детей после травм и операций на опорно-двигательный аппарат, а также профилактику.

По стандарту размеры кабинетов: длина — 43м, глубина — 6м, высота — 3,5м, площадь здания (суммарная) – 548 м².

Общество с ограниченной ответственностью

«Междисциплинарный центр детской реабилитации после травм опорно-двигательного аппарата «LittleHeart»

Юридический адрес: 124578, г. Брянск, проспект Победы, 34

Фактический адрес: 124986, г. Брянск, ул. Тельмана, 45

Почтовый индекс: 124578

Тел: 89096745435, e-mail: littleheart@yandex.ru

Расчетный счет: ИНН 0278000222

Спектр услуг

Реабилитационный центр проводит диагностику, лечение и профилактику болезней опорно-двигательного аппарата. Перечень услуг: компьютерная томография, денситометрия, УЗИ, ЛФК, массаж, кинезиотерапия, физиотерапия, электромиостимуляция, занятия на тренажерах, занятия с психологом Курс реабилитации сроком на 6 дней составляет 11 500 тыс. руб. куда входят 10–15 занятий. Для достижения максимального результата рекомендуется пройти хотя бы 3–5 лечебно-профилактических курсов, это зависит от патологии. Рекомендуемая частота занятий – 3–6 раз в неделю, длительность – 1 час. Стоимость 1 занятия в РЦ по индивидуальной программе – 1500 руб. Стоимость консультации – 900 руб.

Область реализации, конкуренция

Согласно исследованиям, 90% населения страдает от боли в спине или симптомов, вызванных нарушениями в работе опорно-двигательного аппарата. У многих людей диагностируют межпозвоночные грыжи, остеохондроз, смещение дисков позвоночника и другие патологии. Более 50 000 человек ежегодно получают травмы позвоночника. Почти 12% детей в возрасте до 14–15 лет страдают от

нарушений осанки. В связи с распространённостью патологий позвоночника и суставов наблюдается повышенный интерес к РЦ. Спрос на их услуги возрастает. Жители крупных городов, чей достаток находится на среднем уровне или выше, предпочитают проходить лечение в частных центрах, а не государственных. В Брянске аналогичных центров не наблюдается.

Персонал

Врач-педиатр – 55 000 руб.; высшее медицинское образование, стаж работы 5 лет, рекомендации.

Детский хирург – 50 000 руб.; высшее медицинское образование, стаж работы 5 лет, рекомендации.

Невролог - 38 000 руб.; высшее медицинское образование, стаж работы 2 года.

Отоларинголог –38 000 руб.; высшее медицинское образование, стаж работы 2 года.

Офтальмолог –38 000 руб.; высшее медицинское образование, стаж работы 2 года.

Врач-анестезиолог - 38 000 руб.; высшее медицинское образование, стаж работы 2 года.

Кинетерапевт – 38 000 руб.; высшее медицинское образование, стаж работы 2 года.

Эндокринолог - 38 000 руб.; высшее медицинское образование, стаж работы 2 года.

Врач-психиатр – 32 000 руб.; высшее медицинское образование, стаж работы 1 год.

Медсестра – 25 000 руб.; среднее профессиональное или высшее медицинское образование, стаж работы 1 год.

Санитар – 20 000 руб.; среднее профессиональное образование.

Администратор - 15 000 руб.; среднее профессиональное образование.

Охранник – 15 000 руб.; среднее специальное образование, лицензия.

Примечание: 30% от заработной платы каждого сотрудника уходят во внебюджетные фонды.

Финансирование проекта

Кредит

Общая потребность в инвестициях составляет около 3 400 000 руб.

Данный инвестиционный проект полностью финансируется за счет заемных средств — простого долгосрочного банковского кредита (Инвестором выступает Сбербанк)

Условия и схема кредитования:

- инвестиционные средства поступают на счет в размере 3 400 000 руб.;

- срок погашения кредита 10 лет;
- плата за предоставление кредита 16 % годовых в руб.
- дальнейшие поступления процентов за кредит происходят регулярно — один раз в месяц; сумма ежемесячной выплаты – 63 468 руб.

Маркетинг, оборудование

Расходы на начальном этапе работы предприятия:

- 1) Затраты в первый месяц на закупку еды, лекарств и т д составляют – 390 000 руб.
- 2) Затраты на мебель, предметы интерьера – 2 700 000 руб.
- 3) Затраты на Оборудование – 5 500 000 руб.
- 4) Реклама на первоначальном этапе работы предприятия – 89 300 руб.
- 5) Затраты на постройку здания – 8 555 000 руб.
- 6) Затраты на прочие расходы, непредвиденные риски – 300 000 руб.

Затраты, налоги

Минимальная прибыль за 1 месяц составляет примерно – 2 814 000 руб. (При условии, что центр посетит за месяц 40 человек (максимальное число мест – 60) и каждый будет продлить минимальный срок реабилитации = 6 дням) Ежемесячные затраты (для подсчета чистой прибыли предприятия):

- 1) На все три вида налога будет уходить в месяц – 585 312 руб.
- 2) Суммарные затраты на еду, лекарства, услуги ЖКХ и оборудование для поддержания аппаратов в исправном состоянии - 390 000 руб.
- 3) Вычет за рекламу, выплату заработной платы сотрудникам – 589 300 руб.
- 4) Вычет за кредит составляет – 63 468 руб.

Расчет чистой прибыли:

$2\,814\,000 - 585\,312 - 63\,468 - 390\,000 - 500\,000 - 89\,300 = 1\,185\,920$ руб. **Расчет**

срока окупаемости предприятия:

Всего затрачено на начальном этапе открытия центра – 20 000 000 руб.

Чистая прибыль за месяц – 1 185 920 руб.

Срок окупаемости = $1\,185\,920 / 20\,000\,000 = 17$ месяцев.

Возможные риски

- Имущественный ущерб в результате повреждения
- Проверки со стороны СЭС
- Увеличение стоимости аренды
- Падение выручки, связанное с резким падением спроса
- Подорожание расходных материалов

- Недобросовестность поставщиков
- Форс-мажорные риски

Методы снижения рисков

- Страхование имущества
- Строгое соблюдение всех правил СанПин
- Заключение договора долгосрочной аренды, с четко прописанными условиями оплаты
 - Изучение конъюнктуры рынка; Рациональная ценовая политика; проведение маркетинговых акций
 - Изменение методов ценообразования, создание резервного фонда
 - Заключение договоров с поставщиками с четко прописанными условиями

Хранение стерильных материалов и инструментов

При использовании бактерицидной камеры необходимо выполнять следующие требования:

- стерильные инструменты раскладывают стерильным корнцангом в один слой, продвигаясь от задней стенки камеры к передней. Время загрузки камеры не должно превышать 10 мин. Если крышка была открыта сверх положенного времени, все инструменты вновь подлежат стерилизации, а камера - повторной обработке;

- после загрузки камеры крышку закрывают и не открывают в течение времени, предусмотренного инструкцией (2-10 мин). Через указанное время инструменты готовы к использованию;

- предметы из бактерицидной камеры сестра должна брать корнцангом или длинным пинцетом, который вместе с емкостью для его хранения ежедневно подвергают стерилизации. Во время работы пинцет для стерильных изделий хранят в отдельном стерильном лотке в бактерицидной камере;

- рекомендуемое время изъятия инструментов из камеры - не более 5 с. В этом случае следующий забор инструментов должен быть произведен не ранее чем через 2 мин;

Утилизация

- сбор в кабинете или клинике в одноразовые пакеты, многоразовые прочные емкости;

- вывоз с оговоренной периодичностью, вывозятся материалы на специально подготовленном автомобиле;

- доставка на территорию предприятия, которое имеет лицензию на утилизационные работы с медицинскими отходами, обезвреживание, дезинфекция в соответствии с нормами СанПиН, размещение остатков на полигонах.

Краткое название проекта: «Маникюрный кабинет»

Полное наименование проекта: «Создание бизнеса по оказанию маникюрных услуг» .

Исполнитель проекта: Галкина Наталья Викторовна ,
тел. 8 (496) 612-23-87

Дата начала реализации проекта: «1» января 2021 г.

Дата составления: «10» июня 2020 г.

1.Резюме

В последнее время сфера услуг маникюра и педикюра получила широкое распространение благодаря внедрению новейших технологий по уходу за кожей и ногтями, появлению современных материалов, богатому выбору дизайна. Ранее косметические кабинеты были частью салонов и студий красоты, а сейчас это отдельные заведения, которые посещают не только для проведения процедур, но и для отдыха от повседневных дел и приятного время препровождения.

Все больше женщин обращаются к мастерам, поскольку самостоятельное выполнение маникюра требует навыков, умений, специальных инструментов и немалого количества средств.

Преимущества бизнеса в сфере

ногтевого сервиса: актуальность бизнеса, отсутствие сезонности бизнеса, круглогодичный спрос, не требует больших вложений , не требует серьезных знаний в области бизнеса и финансов, возможность расширения спектра услуг , базовый уровень рентабельности 20-25%.



Реализация проекта предусматривает достижение следующих результатов:

Экономическая эффективность реализации проекта

№	Наименование показателя	2021 год	2022 год
1.	Стоимость продукции (руб.)	1751400	2233270
2.	Издержки производства (руб.)	1769694	1778214
3.	Прибыль (руб.)	434160	916030
4.	Налоги (руб.)	78684	107596
5.	Чистая прибыль (руб.)	355476	808434
6.	Рентабельность (%)	26,9	61,4

2. Описание предприятия

Любая предпринимательская деятельность осуществляется в рамках определённой организационно-правовой формы. Какую из форм избрать, зависит от множества факторов: среды деятельности, финансовых возможностей хозяйствующих субъектов, сравнительных преимуществ той или другой формы. Статья 18 ГК РФ гласит, что граждане Российской Федерации могут заниматься предпринимательской и любой иной не запрещенной законом деятельностью. Гражданин в целях извлечения прибыли может учредить юридическое лицо и получать прибыль от его деятельности или заниматься индивидуальной предпринимательской деятельностью без образования юридического лица.

Предприятие следует регистрировать в форме ИП. *Индивидуальное (единоличное) предприятие* - это предприятие, являющееся собственностью одного человека, несущего полную ответственность, как за ведение бизнеса, так и за последствия, связанные с этой деятельностью.

Предполагаемая организационная структура предприятия представлена на следующей схеме (рис.1).



Рис.1. Организационная структура предприятия

Согласно Трудовому кодексу, индивидуальный предприниматель имеет право нанимать на работу сотрудников. По закону каждый работодатель должен официально трудоустраивать наемных работников. В течение трех дней, после того как сотрудник приступил к работе, работодатель обязан оформить их отношения трудовым договором и внести запись в трудовую книжку.

Далее следует приступать к подбору персонала. На первое время возьмем двух мастеров-универсалов, которые выполняют весь перечень представленных в салоне услуг.

В таблице 2 приведены расчеты заработной платы работников предприятия.

Таблица 2

Расчет фонда оплаты труда

Должность	Количество	Оклад, ставка, руб.	ФОТ, руб./мес.	ФОТ, руб./год.
Мастер ногтевого сервиса	2	50000	50000	600000
Бухгалтер	1	18000	18000	216000
Итого			68000	816000

Для работы на предприятии необходимы мастер-универсал – 2 мастера и бухгалтер.

В обязанности мастера по маникюру и педикюру входит: подготовка рабочего места, поддержание чистоты; дезинфекция инструментов; контроль за расходом материалов и исправностью оборудования; выполнение всех видов процедур, указанных в перечне услуг салона; вежливое обращение с клиентом, информирование о составе процедуры и других услугах салона.

Помещение будет подразделено на следующие составляющие:

- совмещённая зона регистрации и зоны ожидания;
- рабочий кабинет;
- основной зал
- кабинет для педикюра
- санузел.



Необходимое нам здание, соответствующее всем требованиям, находится по



адресу: Московская область, город Коломна, ул. Зелёная, 11а. Ранее в нём было оборудовано агентство недвижимости «Сфера», поэтому все коммуникации (вода и электричество) проведены и функционируют.

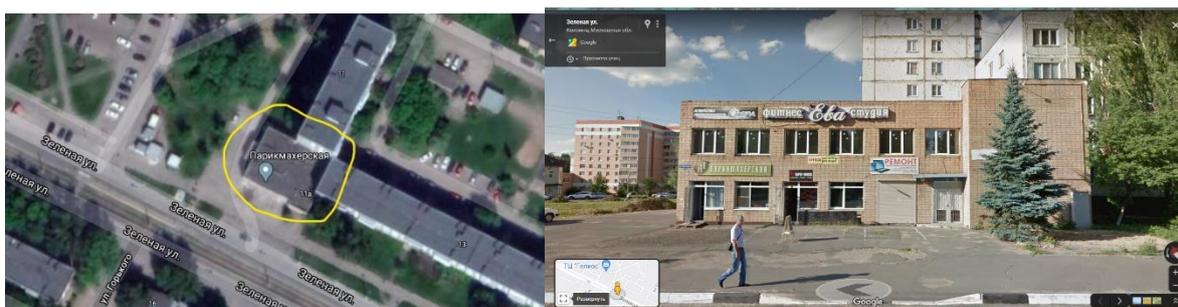


Таблица 3

Расчет стоимости арендной платы по назначению площади помещений

№	Характеристика	Площадь, м ² .	Ставка за 1 м ² . в мес., руб.	Сумма в мес., руб.	Сумма в год, руб.
1	Совмещённая зона регистрации и зоны ожидания	6	200	1200	14400
2	Основной зал	9	200	1800	21600
3	Рабочий кабинет	8	200	1600	19200
4	Кабинет для педикюра	5	200	1000	12000
5	Санузел	2	200	400	4800
	Итого	30		6000	72000

Таким образом, стоимость аренды помещения будет составлять **6000** руб./мес., или же **72000** руб./год.

3. Целевой рынок

Услуги ногтевого сервиса сегодня пользуются стабильно высоким спросом. Данные опросов показывают, что 42% мастеров маникюра и педикюра обслуживают в неделю от 11 до 30 клиентов, а 23% мастеров – более 30 клиентов.

Согласно исследованию, регулярно делают маникюр 55% российских женщин, а 37% не забывают и о педикюре. Эксперты единогласно предсказывают динамичное развитие этого сегмента индустрии красоты.

Целевой аудиторией проекта являются женщины - 90% клиентов, и мужчины - 10% клиентов. Это работающие люди, которые следят за собственной внешностью и пользуются услугами салона от 1 до 4 раз в месяц в зависимости от предпочтений, уровня занятости и уровня дохода.

Для выявления оптимальной клиентской базы и примерного объема оказываемых услуг мы выбрали сегментирование потребителей по возрастному признаку как видно в таблице 4.

Таблица 4

Примерный объем оказываемых услуг клиентам

№	Клиент	Количество оказываемых услуг	
		2021 год	2022 год
1	Подростки (от 16-21 года)	32	44
2	Молодые (от 22-35 лет)	60	68
3	• Зрелые (от 36-55 лет)	40	42
4	Пожилые (от 56 и старше)	18	26
5	Итого:	150	180

В конечном итоге мы пришли к выводу, что нашими потенциальными потребителями являются: подростки (от 16-21 года); молодые (от 22-35 лет); зрелые (от 36-55 лет); пожилые (от 56 и старше).

4. Планирование рабочего процесса

Перед тем, как рассмотреть основные этапы развития бизнеса, необходимо установить точные товарные позиции производимой продукции, установить цены и объем продаж. Предполагаемые объемы продаж будут определены конкретными условиями, в которых будет реализован предпринимательский проект.

Исходя из вышеизложенного, мы можем прогнозировать объем оказываемых услуг (табл. 5).

Планируемые объемы оказываемых услуг

Месяц	Количество производимой продукции, т	
	2021 год	2022 год
Январь	126	180
Февраль	134	168
Март	138	169
Апрель	143	170
Май	145	177
Июнь	147	179
Июль	150	171
Август	154	168
Сентябрь	156	180
Октябрь	159	174
Ноябрь	172	179
Декабрь	176	180
Итого:	1 800	2 095
Всего за 2 года:	3 895	

5. Маркетинговый план

Анализ рынка и ценообразование. Конкуренция на рынке красоты и ухода за собой очень велика. Прямыми конкурентами являются не только салоны маникюра, но и все салоны красоты, а также небольшие нейл-бары и стойки для «быстрого маникюра», которые располагаются в торговых комплексах и развлекательных центрах.

Для того чтобы выдержать конкуренцию и продолжить развиваться в этой сфере, нужно тщательно формировать и сохранять базу постоянных клиентов. Если посетители будут удовлетворены предоставленными услугами, они вряд ли захотят искать другое место. Поэтому конкурентные преимущества компании представляют собой все составляющие качественного и комфортного времяпрепровождения ваших клиентов.

Основными конкурентными преимуществами нашего салона являются: Удобное месторасположение; наличие парковки; уютная атмосфера (комфортная зона ожидания, приятное общение, ненавязчивая фоновая музыка); высокий уровень сервиса (теплый прием, качественное обслуживание, учет пожеланий клиента); наличие системы абонементов для постоянных клиентов; качественное ведение клиентской базы, сегментация клиентов по группам; удобный график работы.

6. Устойчивое развитие

Исходя из анализа результатов практической реализации проекта, можно сделать вывод о том, что открытие маникюрного кабинета является высокорентабельным направлением деятельности сферы услуг, а потому стоит задуматься о дальнейшем развитии бизнеса.

Чтобы увеличить количество оказываемых услуг, необходимо расширить список услуг, а также повышать цены, расширить площадь, нанять больше

работников и другое . Однако перед тем как осваивать новые услуги, мастера должны на высоком уровне выполнять то, что уже есть в прайс-листе.

Также можно отметить, что немаловажной задачей будет являться рассмотрение вопроса о расширении ассортимента оказываемых услуг, а также введении новой аппаратуры для более быстрой и качественной работы.

Для повышения лояльности клиентов рекомендуется внедрять специальные предложения и акции: дисконтные карты, скидки постоянным клиентам, скидки при покупке от определенной суммы и т. д.

7. Техничко-экономическое обоснование проекта

Экономическая эффективность - результат хозяйственной деятельности, характеризуемый отношением полученного экономического эффекта, к затратам факторов, ресурсов, обусловившим получение этого результата, достижение наибольшего объема производства с применением ресурсов определенной стоимости (таб.6).

Таблица 6

Экономическая эффективность реализации проекта

Месяц	Производственные затраты (руб.)	Стоимость продукции (руб.)	Прибыль (руб.)	Налоги (руб.)	Чистая прибыль (руб.)	Рентабельность, %
2021 г.						
Январь	109770	122598	12828			26,9
Февраль	109770	130382	20612			
Март	109770	134274	24504	19671		
Апрель	109770	139139	29369			
Май	109770	141085	31315			
Июнь	109770	143031	33261	19671		
Июль	109770	145950	36180			
Август	109770	149842	40072			
Сентябрь	109770	151788	42018	19671		
Октябрь	109770	154707	44937			
Ноябрь	109770	167356	57586			
Декабрь	109770	171248	61478	19671		
Итого:	1317240	1751400	434160	78684	355476	
2022 г.						
Январь	109770	191880	82110			61,4
Февраль	109770	179088	69318			
Март	109770	180154	70384	26899		
Апрель	109770	181220	71450			
Май	109770	188682	78912			
Июнь	109770	190814	81044	26899		
Июль	109770	182286	72516			
Август	109770	179088	69318			
Сентябрь	109770	191880	82110	26899		
Октябрь	109770	185484	75714			
Ноябрь	109770	190814	81044			
Декабрь	109770	191880	82110	26899		
Итого:	1317240	2233270	916030	107596	808434	
Всего:	2634480	3984670	1350190	186280	1163910	

*Михайлов Сергей Сергеевич
Гаврасова Виктория Андреевна
Воронцова Виктория Сергеевна
Шевцов Дмитрий Дмитриевич
Лукина Ксения Вячеславовна*

Научный руководитель:
Атрощенко Анна Михайловна
доцент кафедры философии, биоэтики,
истории медицины и социальных наук
Смоленского государственного
медицинского университета

Краткое описание предприятия: медицинское учреждение «Чудо-Доктор» создается с целью предоставления своим Клиентам профессиональной медицинской помощи. В настоящее время лишь немногие медицинские учреждения спальных районов Смоленска отвечают требованиям населения. Лечение может быть эффективным только тогда, когда оно осуществляется квалифицированным медицинским персоналом. Главная цель нашего предприятия: служение людям, возвращая им здоровье, жизненно-необходимую силу, уверенность в себе.

Описание вида деятельности: наши преимущества над конкурентами в том, что мы выбрали район, приближенный к центру города и установили график работы, удобный не только для потенциальных клиентов, но и для специалистов. Присутствует запись удобным Клиенту способом- по телефону или через интернет. Мы планируем нанять квалифицированный старший, средний и младший медперсонал, установить для них различные меры поощрения и формы вознаграждения. Мы планируем использовать новейшую медицинскую технику и лабораторное оборудование. Наши пациенты будут довольны не только качественным обслуживанием, но и комфортными условиями нашей поликлиники. Мы планируем уделить особое внимание дизайну и обстановке помещений поликлиники. Мы планируем установить приемлемые цены на все виды услуг. Планируем ввести «Карту постоянного пациента» для предоставления скидок самому постоянному пациенту и членам его семьи.

Инвестиционные расходы: Капитальные вложения включают в себя стоимость здания, оборудования и дорогостоящего инвентаря сроком службы до 1 года.

Итого первоначальные инвестиции в капитал составят: 9963863 руб.

Финансирование проекта: инвестиции в бизнес-проект медицинского центра составили 15000000 руб. и были распределены в равных долях от каждого из соучредителей. Каждый соучредитель вложил по 3 млн. руб. личных средств.

Поставщики и подрядчики: ремонт был произведен компанией «RAYONNANT». Поставки специального медицинского оборудования были произведены компанией-поставщиком. Установка и сертификация оборудования производится компанией-поставщиком. Мебель для комнаты общего помещения и комнаты для персонала закупается у производителя. Поставщиком прочих расходных материалов является специализированная B2B-компания. Сертификация была произведена компанией-поставщиком.

Деятельность предприятия: ООО «Чудо-Доктор» осуществляет деятельность по специальностям:

Педиатрия, детская неврология, детская отоларингология, детская кардиология, детская офтальмология, УЗИ.

Виды услуг, оказываемых ООО «Чудо-Доктор»: медико-консультативные, медико-диагностические, наблюдение над пациентом, лечебная, малоинвазивные отоларингологические и офтальмологические операции.

Аккредитация: Подписан договор с СМГУ от 10.12.2019 о проведении процедуры государственной аккредитации.

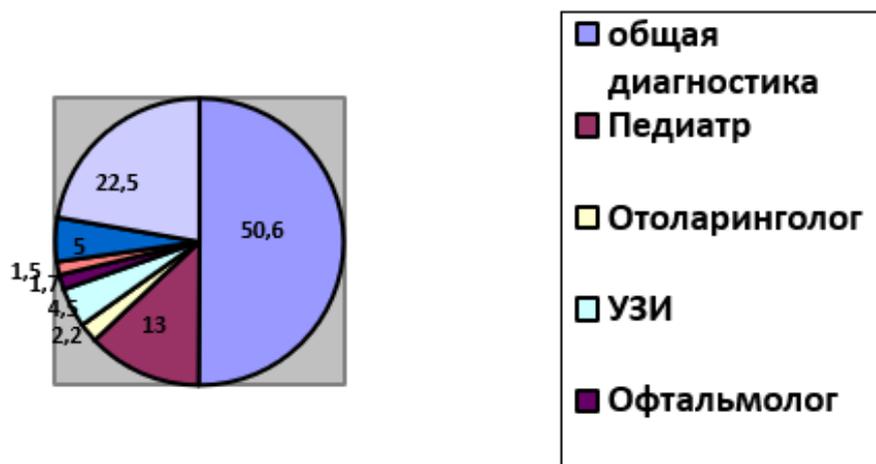
Кабинеты приема имеют площади от 12 до 18 кв. м.

Маркетинг

Цель деятельности фирмы: Основная цель нашей клиники- профессионально и комфортно оказать услуги нашим пациентам.

Конкуренция. Основные конкуренты: государственные поликлиники, сетевые медицинские кабинеты или франшизы, частные медицинские кабинеты, медицинские кабинеты, офтальмологические и отоларингологические частные медицинские центры.

Ассортимент услуг представлен на диаграмме:



Стоимость услуг составляет от 600 руб. до 7000руб.

Рекламная стратегия: проведен анализ рынка предоставляемых рекламных услуг, в результате чего определены следующие виды реклам раздача рекламных

буклетов, проведение рекламных акций, рекламные объявления в интернете. Всего на маркетинговые исследования и рекламу на год было выделено 190000 руб.

SWOT-анализ сильных и слабых сторон.

Сильные стороны: месторасположение, услуги профессионального уровня, комплексные услуги, комфорт, анонимность.

Слабые стороны: малая ЦА, рекламное продвижение.

Возможности: выход на запланированные объемы обслуживания, ценовая политика, близость к ЦА, высокий уровень лояльности, дифференциация цен, сопровождение клиентов, скидки постоянным клиентам.

Производственный план.

Общая площадь, включая санузлы и коридоры- 150кв.м. Площадь кабинетов от 12 до 18 кв.м.

Оборудование: для оснащения медицинского центра было закуплено следующее оборудование на сумму 4210863 руб. Нормативный срок службы оборудования и мебели 10 лет.

Дополнительно: хозяйственный инвентарь, дезинфицирующие средства и другие расходные материалы: 100000 руб.

Поставщики оборудования: дорогостоящая специализированная медицинская аппаратура была закуплена у немецкой компании FRITZ STEPHAN GMBH. Остальные материалы (в т.ч. и расходные) были закуплены у российской компании Медремкомплект.

Штат сотрудников: в ООО «Чудо-Доктор» был набран старший, средний и младший медицинский персонал:

Высший: врач-педиатр- 2 чел., врач детский отоларинголог- 2 чел., врач детский невролог- 2 чел., врач детский кардиолог- 2 чел, врача детский офтальмолог- 2 чел., врач УЗИ-диагностики.

Все врачи прошли государственную аккредитацию. Весь старший медицинский-персонал- врачи высшей категории.

Средний: медсестры педиатрического кабинета- 2 чел., медсестры отоларингологического кабинета- 2 чел., медсестры неврологического кабинета- 2 чел., медсестры кардиологического кабинета- 2 чел., медсестры офтальмологического кабинета- 2 чел.

Младший: уборщицы помещений- 2 чел.

Немедицинский персонал: Администратор, Маркетолог на договорной основе (оплата сдельная), Бухгалтер (удаленно), Снабженец (удаленно), Специалист отдела кадров (совмещает гл. врач клиники)

Время работы: график работы медицинского центра ООО «Чудо-Доктор»: понедельник-пятница с 9.00 до 20.00 с пересменкой с 14.00 до 15.00, суббота-воскресенье с 9.00 до 14.00. Кабинет УЗИ с 9.00 до 15.00. Выходной-вторник.

Процесс оказания услуг: обслуживание клиента врачом-специалистом; медсестра приглашает пациента в кабинет врача; проводится проверка запроса

пациента и первичная диагностика; назначается прохождение анализов; назначается посещение специалиста. Определяется порядок лечения; выписываются лекарства; данные заносятся в карту пациента и передаются в регистратуру.

Финансирование: все средства, вложенные в покупку площади, ремонт, покупку оборудования и расходных материалов и других статей расходов, составили 9963863 руб. Изначально средства, вложенные в проект, составляли 15000000 руб. в равных долях от 5 человек по 3000000 руб. каждый. Заемных средств нет.

Экономика

Показатели экономической эффективности клиники:

Наименование показателей	Сумма, руб.
Объем продаж мес.	3758200
Выручка от реализации проекта (мес.)	3568746
Прибыль от реализации проекта (мес.)	2070282
Чистая прибыль (мес.)	1255042
Срок окупаемости капитальных вложений (мес.)	8

Себестоимость оказания медицинских услуг клиники (в мес.)

Зарботная плата сотрудников:

Врач- 50000 руб.

Медсестра-25000 руб.

Администратор-20000 руб.

Уборщица-20000 руб

Наименование показателей	Сумма, руб.
Покупные и комплектующие изделия	100000
Коммунальные услуги	20000
Фонд зарплаты персонала клиники	1135200
Начисления во внебюджетные фонды	363264
Налог на прибыль	750240
Услуги СЭС	2500
Услуги охраны	5000
Расходы на маркетинг	5000
Утилизация отходов	8000
Амортизационные отчисления основных фондов	48954
Налог на имущество	60000
Налог на загрязнение окружающей среды	5000
Итого расходов в месяц	2503158

Окупаемость первоначальных вложений/

Срок окупаемости: 8 месяцев.

Порядок утилизации отходов

Весь мусор, источником которого являются медучреждения, подлежит обязательной классификации. Согласно СанПиН 2.1.7.2790-10 «Санитарно-эпидемиологические требования к обращению с медицинскими отходами», они подразделяются на 5 классов опасности, для каждого из которых действуют свои правила переработки и захоронения.

1. Класс А. Данные отходы являются неопасными. Это может быть строительный мусор, мебельные предметы, остатки пищи, неинфекционный инвентарь. Сбор может производиться в пакеты для разового применения или в емкости, которыми можно пользоваться многократно. Отходы класса А утилизируются как обычный бытовой мусор – путем сжигания или захоронения на полигонах.

2. Класс Б. Представляют потенциальную опасность как инфицированные или потенциально инфицированные. Сбор такого мусора производится в упаковки, предназначенные для разового использования. Транспортируются мешки и пакеты на полигоны только в закрытом виде. Обезвреживание происходит термическим методом.

В клинике «Чудо-Доктор» утилизацией отходов класса «Б» будет заниматься специализированная организация, с которой будет заключен договор. Расходы включены в соответствующую статью бюджета организации. Расходы на утилизацию отходов класса «А» включены в коммунальные услуги (вывоз ТБО).

**Мырзабай Ә.Д., Урынғалиев К.М., Исказиева Р.Е., Кенжетаев А.Б.,
Ипполитов Д. Бизнес-проект «Аквапарк для детей и взрослых
«Радуга»»**

*Мырзабай Әсемгул Дарханқызы
Урынғалиев Кажғали Маратович
Исказиева Регина Ермековна
Кенжетаев Абылай Бекзатұлы
Ипполитов Дмиртий*

Руководитель:

Зам.зав. кафедры экономики и менеджмента

Тулегенова Айнагуль Утегеновна

Западно-Казахстанский инновационно-технологический университет Факультет
языков и менеджмента

Бизнес-план - детальная стратегия и тактика будущей деятельности компании. Чтобы построить успешный бизнес, недостаточно иметь хорошую идею. Необходимо придать ему материальный вид, описать его цифрами, графиками и таблицами. Чтобы понять, для чего нужен бизнес-план, обязательно разберитесь в нем завтра, определите цель и основные задачи этого документа.

Таким образом, бизнес-план-это электронный или бумажный документ, который выдается для внутренних или внешних целей. Он занимается дальнейшим развитием компании, анализирует текущие проблемы и определяет пути их решения. Хорошо разработанный план четко и обоснованно отвечает на вопрос: стоит ли тратить деньги и силы на проект, будет ли он прибыльным и занят ли он? Готовый бизнес-план состоит из результатов комплексной организационной работы и маркетинговых исследований, направленных на изучение продукта, услуги, проекта, направления бизнеса или прошивки во всех текущих рыночных условиях. В связи с этим он базируется на: конкретном проекте компании – при внедрении нового продукта или услуги (технологии, особенности выхода на рынок). Полный анализ производственных, экономических и коммерческих направлений – для получения преимуществ и недостатков, особенностей и отличительных черт. Изучение финансовых, технических, коммерческих и организационных механизмов могут быть использованы для решения определенных задач [1].

Основной целью проекта является открытие надувного аквапарка на воде, вдоль реки Урал, предоставление развлекательных услуг и получение чистого дохода.

Аквапарком считается развлекательный комплекс, который имеет инфраструктуру для водных игр и водных аттракционов, таких как водные горки, бассейны с башней, фонтаны и др. водные развлечения. В современном

мире аквапарки оборудованы устройствами для искусственного нагнетания волн в бассейне и специальными видами серфинга. Большинство аквапарков расположено на открытом воздухе, как правило, в курортной зоне, но есть и множество закрытых комплексов.

Особенностями надувного аквапарка по сравнению с традиционными стационарными аквапарками являются небольшая сумма первоначальных инвестиций, простота монтажа, мобильность и быстрая окупаемость инвестиций. Стоимость проекта составляет 18 605 718 тг.

Чтобы открыть аквапарк на воде, необходимо использовать собственные средства. Срок окупаемости проекта составит 3 месяца. Срок подготовки проекта-2 месяца.

Соответственно, бизнес будет зарегистрирован как индивидуальный предприниматель (ИП). В качестве налоговой системы будет выбрана упрощенная система налогообложения (3% от полученного дохода).

На этапе открытия аквапарка для его первых посетителей будет проведен праздник. В частности, будут проводиться соревнования по прохождению полосы препятствий в течение некоторого времени и конкурсы с розыгрышем талонов на бесплатное посещение аквапарка.

Для привлечения клиентов соревнования будут проводиться и в другие дни работы аквапарка. Кроме того, будут использоваться следующие методы привлечения клиентов:

- наружная реклама (изображения на билборде);
- печатная реклама (купоны, флаера, листовки);
- звук подается с помощью мегафона;
- проведение тематических мероприятий (пенные вечеринки, различные тесты и т.д.).

Общие правила пользования услугами Аквапарка.

Право посещения аквапарка «Aqua Park» (далее – «Аквапарк») предоставляется только лицам, приобретшим входной билет, который продается в кассах входных билетов. Вы должны сохранить свой билет на весь период вашего пребывания в аквапарке и предъявить его по просьбе персонала аквапарка.

Приобретая входной билет, клиент соглашается соблюдать правила и условия посещения аквапарка и несет полную ответственность за их нарушение в соответствии с настоящими Правилами и действующими нормативными актами Республики Казахстан.

Стоимость услуг аквапарка устанавливается прејскурантом,

утвержденным администрацией аквапарка. Цены на билеты указаны в кассах аквапарка и на сайте.

Дети в возрасте до 1 года допускаются на территорию аквапарка бесплатно. Детские билеты приобретаются для детей с 1-го года жизни. Дети ростом более 150 см могут приобрести взрослый билет.

Билеты продаются не менее чем за 1 час до закрытия аквапарка. Продажа билетов может быть временно приостановлена из-за технических неполадок.

В случае непредвиденных технических сбоев и неисправностей аттракционов или отсутствия средств на спуск с горок, а как следствие, невозможности их использования, снижение цены на время вашего пребывания в аквапарке не осуществляется.

Посетители имеют право находиться в парке только в указанные часы работы парка, указанные при входе в аквапарк и на интернет-сайте.

В случае возникновения каких-либо заболеваний или травм посетитель должен обратиться в медицинский центр аквапарка и к персоналу аквапарка.

Использование купальников из хлопчатобумажной ткани [2].

Конкуренция

В ближайших районах и городах нет ни одного аквапарка, подобного запланированному. Из этого следует делать вывод, что на данный момент у него нет и не может быть конкурентов.

Таким образом, ни одна организация в городе Уральске и его окрестностях не может конкурировать с этим аквапарком.

Таблица 1

Основные финансовые показатели проекта

Ставка дисконтирования, %	17
Чистая приведенная стоимость (NPV), тг.	92 531 460
Чистая прибыль проекта, тг.*	6 900 000 – 11 400 000
Рентабельность продаж, %	56,41
Срок окупаемости (PP), мес.	3
Дисконтированный срок окупаемости (DPP), мес.	3
Индекс прибыльности (PI)%	4,97

Если аквапарк посещают 100-150 человек в день и средний чек составляет 3000 тенге.

В таблице 2 дается перечень предоставляемых услуг

Таблица 2

Перечень предоставляемых услуг

№	Наименование	Описание	Стоимость, тг.
1	45 минут	Посещение аквапарка. Продолжительность 45 минут	2100
2	Весь день	Посещение аквапарка. Продолжительность – неограничено	9 000
3	Прокат зорба	Аренда зорба. 30 минут	2400
4	Спасательный жилет	Аренда водяного жилета	бесплатно
5	Матрас	Прокат водяного матраса. 1 час	1200

Стоимость оборудования включает в себя рыночную стоимость приобретения, стоимость запасных частей, стоимость упаковки, транспортные расходы и услуги посредников или снабженческо-сбытовых организаций, стоимость оборудования, закупочные и складские расходы и др.

Таблица 3

Стоимость оборудования

№	Наименование	Цена, тг.	Кол-во, шт.	Стоимость, тг.
Надувной аквапарк water sport парк-95				
1	Слайд кик 2.5x2.5x0.3	220 368	6	1 322 208
2	Высокий переход 9x2.5	1 109 856	1	1 109 856
3	Переход 3x3x0.3	258 078	3	774 234
4	Батут 6x6x0.9	1 040 190	1	1 040 190
5	Скала 3x2x1.5	539 424	1	539 424
6	Мост 3x2x1.2	477 552	1	477 552
7	Горка 3x2x1.2	510 426	1	510 426
8	Старт 3x2x0.3	148 824	1	148 824
9	Барьер 6x2.5	249 384	1	249 384
10	Бочка 5.5x2x1	175 896	1	175 896
11	Качели 6x2x3.2	1 042 176	1	1 042 176
12	Качающийся мост 6x2	510 426	1	510 426
13	Башня 9.1.х7.6х3	2 610 378	1	2 610 378
14	Трап 1.5x2x0.3	152 700	2	305 400
15	Связка Т-образная 3x2.5x0.3	249 384	2	498 768
16	Связка Y-образная 3x3x0.3	308 352	4	1 233 408

№	Наименование	Цена, тг.	Кол-во, шт.	Стоимость, тг.
17	Купол 6х3	839 148	1	839 148
18	Башня спасателя 6х3	1 042 176	1	1 042 176
	Стартовые ворота 6х3	694 110	1	694 110
19	Мини-бассейн 3х2	122 718	2	245 436
20	Спуск 3х2х1.5	539 424	1	539 424
21	Навес 6х4	988 032	1	988 032
22	Подиум 2.5х2.5х0.8	379 902	1	379 902
23	Прочее (насосы, сумка, ремнабор, якоря)	210 000	1	210 000
Итого:	17 306 718			
24	Водный зорб	418 500	2	837 000
25	Униформа спасателя	24 000	4	96 000
26	Палатка	150 000	1	150 000
27	Мегафон	24 000	1	24 000
Итого:	18 413 718			

Билеты в надувной аквапарк будут продаваться с берега. График работы аквапарка:

Понедельник с 12:00 до 21:00, все остальные дни с 11:00 до 21:00. Дети в возрасте до 1 года размещаются бесплатно.

Чтобы обеспечить безопасность посетителей, аквапарк не будет открыт в ночное время.

Таблица 4

Штатное расписание и фонд заработной платы

№	Должность	Кол-во, чел.	Зарботная плата, тг.
1	Администратор	1	150 000
2	Кассир	2	216 000
3	Инструктор-спасатель	4	480 000
Итого: 846 000			
Отчисления: 253 800			
Итого с отчислениями: 1 099 800			

Инвестиционные затраты-это инвестиции, которые связаны с реализацией проекта. Они могут быть связаны с созданием нового предприятия или расширением существующей организации. Например, такое финансирование может быть направлено на перепрофилирование производственной организации или создание отдельной сети торговых точек.

Инвестиционные затраты-это сумма всех финансовых вложений, возникающих в процессе реализации бизнес-идеи. Их виды и объемы могут варьироваться в зависимости от конкретных целей проекта.[3]. В таблице 3 приведены инвестиционные затраты.

Таблица 5

Инвестиционные издержки

№	Статья затрат	Сумма, тг.
Оборудование		
1	Приобретение оборудования	18 413 718
Нематериальные активы		
2	Транспортные затраты	72 000
3	Другие	120 000
Оборотные средства		

Таблица 6

Оценка проектных рисков и меры по предотвращению их возникновения или последствий

№	Риск	Вероятность	Степень тяжести	Меры по предотвращению
		наступления	последствий	
1	Давление конкурентов	низкая	низкая	Изменение цен на услуги, расширение ассортимента услуг, маркетинговое продвижение, программы лояльности
2	Нестабильный спрос	низкая	средняя	Выбор другого места для установки, более активное маркетинговое продвижение
3	Несчастный случай на воде	низкая	средняя	Наем спасателей со стажем, закрепление за каждым из них зоны ответственности, проведение тренингов для посетителей
4	Плохие погодные условия, стихийные бедствия	средняя	средняя	Продление сезона насколько это возможно в благоприятные дни
5	Трудности в согласовании работы аквапарка с властями	средняя	низкая	Использование юридических услуг

Заключение

Таким образом, из представленной информации становится ясно, что данный объект расположен в правильном месте, с учетом рекреационных ресурсов, и выгоден как учредителю, так и финансовому лицу. Инвестор также будет иметь чистую прибыль в размере 6 900 000 – 11 400 000 тенге.

Поэтому, исходя из разработанного бизнес-плана, понятно, что целесообразно профинансировать этот проект. Рентабельность такого бизнеса составляет от 60 до 75%.

Трухина Д.С. Бизнес-план. Создание предприятия по производству и реализации агропеллет

Трухина Дарья Сергеевна

студентка 4-го курса (бакалавриат), Технологический факультет, ГСГУ

Краткое название проекта: «ПРОИЗВОДСТВО АГРОПЕЛЛЕТ»

Полное наименование проекта: «Создание предприятия по производству и реализации агропеллет»

Исполнитель проекта: Трухина Дарья Сергеевна

тел. 8 (496) 614-83-45

Научный руководитель: Шибуков Александр Александрович, доцент кафедры машиноведения ГСГУ

тел. 8 929 640 -54 -09

Дата начала реализации проекта: «1» января 2021 г.

Дата составления: «29» мая 2020 г.

1. Резюме

Агропеллеты – один из самых популярных типов аграрного пеллетного сырья. Они делаются из соломы различных сельскохозяйственных культур, особенно часто используется пшеница и овёс.

Солома относится к воспроизводимым источникам топлива, то есть её сжигание не изменяет баланс двуокиси азота в воздухе: при росте она потребляет столько же CO₂, сколько выделит при сгорании. Также соломенные пеллеты используют не только для отопления, но и как подстилку для животных на скотобазах и конюшнях.

Популярность такого вида пеллет в виде «домашнего» топлива обусловлена тем, что такое тепло воспринимается как более приятное, чем тепло, получаемое из угля или природного газа. Также можно отметить, что в некоторых странах Европы (Германия, Австрия, Великобритания), где рынок альтернативных источников энергии наиболее развит, гранулами отапливается до 2/3 жилых помещений. Спрос на топливные брикеты в странах Европы и России постоянно высокий, нет предпосылок к его перенасыщению. При этом брикеты, выполненные методом шнекового прессования, более предпочтительны у покупателей по сравнению с простой прессовкой.

Преимущества агропеллет: обладают высокой теплотворной способностью; просты в хранении; имеют высокую насыпную плотность (650 кг/м³) и сыпучесть; объём, занимаемый пеллетами при сопоставимой теплотворности, в 5 раз ниже, чем у щепы, и равен объёму угля; не гниют в течение длительного времени, не утрачивают своих полезных свойств; экологичные (использование полезных качеств пеллет

благоприятствует снижению загрязнения атмосферы); безопасные (не расположены к самовоспламенению и не взрывоопасны).

Реализация проекта предусматривает достижение следующих результатов:

Таблица 1

Экономическая эффективность реализации проекта

№	Наименование показателя	2021 год	2022 год
1.	Стоимость продукции (руб.)	14 389 482	23 136 624
2.	Издержки производства (руб.)	6 178 279	8 278 279
3.	Прибыль (руб.)	8 211 210	14 858 340
4.	Налоги (руб.)	830 447	1 355 275
5.	Чистая прибыль (руб.)	7 380 763	13 503 065
6.	Рентабельность (%)	119,5	163,1

2. Описание предприятия

Любая предпринимательская деятельность осуществляется в рамках определённой организационно-правовой формы. Какую из форм избрать, зависит от множества факторов: среды деятельности, финансовых возможностей хозяйствующих субъектов, сравнительных преимуществ той или другой формы. Статья 18 ГК РФ гласит, что граждане Российской Федерации могут заниматься предпринимательской и любой иной не запрещенной законом деятельностью. Гражданин в целях извлечения прибыли может учредить юридическое лицо и получать прибыль от его деятельности или заниматься индивидуальной предпринимательской деятельностью без образования юридического лица.

Предприятие следует зарегистрировать в форме ИП. Индивидуальное (единоличное) предприятие - это предприятие, являющееся собственностью одного человека, несущего полную ответственность, как за ведение бизнеса, так и за последствия, связанные с этой деятельностью.

Предполагаемая организационная структура предприятия представлена на следующей схеме (рис.1).



Рис.1. Организационная структура предприятия

Согласно Трудовому кодексу, индивидуальный предприниматель имеет право нанимать на работу сотрудников. По закону каждый работодатель должен официально трудоустроить наемных работников. В течение трех дней, после того

как сотрудник приступил к работе, работодатель обязан оформить их отношения трудовым договором и внести запись в трудовую книжку.

Для работы на производстве по изготовлению агропеллет необходимы сотрудники производства – оператор оборудования и разнорабочие в промышленной сфере деятельности и бухгалтер.

В таблице 2 приведены расчеты заработной платы работников предприятия.

Таблица 2

Расчет фонда оплаты труда

Должность	Количество	Оклад, ставка, руб.	ФОТ, руб./мес.	ФОТ, руб./год.
Оператор оборудования	1	28 000	28 000	336 000
Разнорабочий	2	50 000	50 000	600 000
Бухгалтер	1	30 000	30 000	360 000
Итого:			108 000	1 296 000

Для производства агропеллет необходимо помещение, которое соответствовало следующим требованиям: помещение для производства агропеллет должно находиться на территории Коломенского городского округа, должно быть площадью не менее 400 м², должно быть оборудовано системой электроснабжения и водоснабжения, толщина стены должна быть не меньше 250 мм.

Помещение будет подразделено на следующие составляющие:

1. **Сырьевой отсек** – в него поставляются растительные отходы, которые начинают перерабатываться посредством работы «Пеллетайзера», находящегося в соседнем отсеке и соединённого посредством труб.
2. **Производственный отсек** – в нём происходит непосредственно сам процесс переработки и прессование готового продукта в агропеллеты определённой длины и диаметра. Далее пеллеты упаковываются в мешки и поставляются на склад.



Рис.2. Производственный отсек

3. **Складское помещение** - для хранения изготовленной продукции было выбрано одно из помещений в том же здании, которое будет оборудовано под склад

со стеллажами, выполненными из дерева и металла, а также конвейерной лентой для более удобной транспортировки продукта. В нём будет поддерживаться определённая влажность воздуха, дабы избежать высокой влажности и плесени, которые губительны для агропеллет. Рекомендуется поддерживать воздух сухим и прохладным, необходимо проследить, чтобы ёмкость с гранулами не соприкасалась с бетонным полом или землёй.

4. **Служебное помещение** – предназначено для хранения личных вещей работников предприятия.

Необходимое нам здание, соответствующее всем требованиям, находится по адресу: Московская область, город Коломна, улица Митяево, дом 152. Ранее оно было оборудовано под конюшню, все коммуникации (вода и электричество) проведены и функционируют.

Таблица 3

Расчет стоимости арендной платы по назначению площади помещений

№	Характеристика	Площадь, м ² .	Ставка за 1 м ² . в мес., руб.	Сумма в мес., руб.	Сумма в год, руб.
1	Производственное	350	200	70 000	840 000
2	Складское	70	200	14 000	168 000
3	Служебное	30	200	6 000	72 000
	Итого	450		90 000	1 080 000

Таким образом, стоимость аренды помещения будет составлять 90 000 руб./мес., или же 1 080 000 руб./год.

3. Целевой рынок

Рынком сбыта является Московская область, включающая в себя следующие районы: Коломенский, Воскресенский, Егорьевский, Зарайский, Каширский, Луховицкий, Павлово-Посадский и так далее.

Договор о поставках сырья заключаем со следующим списком заводов на срок от 6 до 12 месяцев.

Целевой аудиторией производителей агропеллет являются физические лица, а также промышленные предприятия.

Для выявления оптимальной клиентской базы мы разослали свободную оферту по предприятиям, на которую получили акцепт от нескольких из них. При личной встречи с владельцами были проведены переговоры по поставке будущей продукции (таб. 4).

Примерный объем продаж продукции клиентам (т/месяц)

№	Клиент	Количество продукции, т	
		2021 год	2022 год
1	ОАО «Коломенский завод»	23,2	28,4
2	ООО «Коломенский завод порошковой металлургии» («КЗПМ»)	16,67	21,2
3	ООО «К-ЖБИ»	19,8	34,7
4	ООО «КВО-АРМ»	13,5	20,5
5	ООО «Стальтекс»	12,7	24,1
6	АО «Техос»	12,2	14,3
7	ООО «Воскресенский Трубный Завод»	15,43	10,3
8	Физические лица	13,2	13,2
	Итого:	116,7	166,7

4. Планирование рабочего процесса

Перед тем, как рассмотреть основные этапы развития бизнеса, необходимо установить точные товарные позиции производимой продукции, установить цены и объем продаж. Предполагаемые объемы продаж будут определены конкретными условиями, в которых будет реализован предпринимательский проект.

Производство агропеллет заключается в прессовании предварительно высушенных до определенной влажности и измельченных до заданной фракции отходов под давлением порядка 300 атмосфер.

В ряде случаев перед прессованием выполняются водоподготовка и доизмельчение, все напрямую зависит от вида и качества сырья, из которого изготавливаются гранулы. Прессование выполняется в пресс-формах, штампах кольцевого типа при помощи роторных вальцов (катков), которые впрессовывают сырье в фильеры конусной формы, расположенные на матрице.

С другой стороны, полученные гранулы срезаются специальными ножами. После охлаждения агропеллеты просеивают и отправляют мелкие частицы на повторную переработку. Технология замкнутого цикла фактически безотходна, удаляются только несгораемые примеси. Для того чтобы сделать одну тонну агропеллет, необходимо три-пять кубов древесных отходов. Сырье уплотняется приблизительно в три раза. Для приготовления одной тонны агропеллет необходимо от 30,00 до 50,00 кВт в час.

Исходя из вышеизложенного, мы можем прогнозировать объем производства агропеллет (табл. 5).

Объём производства агропеллет

Месяц	Количество производимой продукции, т	
	2021 год	2022 год
Январь	99,2	166,7
Февраль	94,7	166,7
Март	110,9	166,7
Апрель	110,3	166,7
Май	110,1	166,7
Июнь	116,3	166,7
Июль	114,5	166,7
Август	120,0	166,7
Сентябрь	130,8	166,7
Октябрь	120,4	166,7
Ноябрь	137,2	166,7
Декабрь	135,9	166,7
Итого:	1400,3	2 000,4
Всего за 2 года:	3 400,7	

5. Маркетинговый план

Анализ рынка и ценообразование. Прежде, чем выходить со своим товаром на рынок необходимо рассмотреть вопросы, связанные с конкуренцией. Непосредственно предприятий, которые уже производят подобный товар на территории городского округа Коломна и Московской области, в данный момент времени отсутствуют.

Так как наше И.П. планирует реализовывать свою продукцию в сфере промышленности, а также физическим лицам, то после установления непосредственных контактов и переговоров мы согласовали предварительные объемы продаж и цены, а также о сроках реализации агропеллет. Средняя цена за 2 года реализации предпринимательского проекта составит 10920 рублей за 1 тонну продукции.

Стратегия продвижения товара. Для того чтобы производство агропеллет было успешным, надо уметь выстраивать стратегию по реализации товара. Для этого необходимо: организовать производство конвейером, т.е. агропеллеты у вас должны иметься всегда, без перерывов; найти постоянных покупателей и осуществлять прямые продажи безучастия посредников; найти удобную форму упаковки; иметь сертификат соответствия (качества), заключение химической экспертизы, подтверждающие безопасность и качество вашего товара.

Исходя из анализа потребителей нашей продукции, товар будет реализовываться оптом и в розницу, как самим предпринимателем, так и через торговых посредников.

Для первого и второго сегмента потребителей товар фасуется большими партиями в мешки типа биг-бэги, а так же мелкими партиями в полипропиленовые мешки весом от 20 до 40 кг для третьего.

Доставка клиентам, а так же погрузка товаров осуществляется самим предпринимателем. Для этого используется грузовой автомобиль Vaw Fenix.

6. Устойчивое развитие

Исходя из анализа результатов практической реализации проекта, можно сделать вывод о том, что производство агропеллет является высокорентабельным направлением производственной деятельности, а потому стоит задуматься о дальнейшем развитии бизнеса.

Чтобы увеличить количество производимой продукции, необходимо купить более мощный пеллетайзер, который будет производить большее количество продукции за тот же промежуток времени. Модернизация склада позволит увеличить объем хранимой продукции, что в свою очередь, приведет к изменению способов реализации товара.

Также можно отметить, что немаловажной задачей будет являться рассмотрение вопроса о расширении ассортимента производимых агропеллет (например, из древесины), о добавлении в них определённых компонентов (угольной крошки или смол, что будут способствовать лучшему горению), а также об организации собственной торговой точки.

Для повышения лояльности клиентов рекомендуется внедрять специальные предложения и акции: дисконтные карты, скидки постоянным клиентам, скидки при покупке от определенной суммы и т. д. Также следует помнить, что собственное производство по изготовлению агропеллет, как и всякий вид бизнеса, сопряжен с определенными рисками, которые необходимо учитывать и к которым нужно быть готовым: поломка оборудования; нарушение технологического процесса; несвоевременный сбыт продукции, который приводит товар в негодность; хищения со стороны сотрудников.

7. Технико-экономическое обоснование проекта

Экономическая эффективность - результат хозяйственной деятельности, характеризуемый отношением полученного экономического эффекта к затратам факторов, ресурсов, обусловившим получение этого результата, а также достижение наибольшего объема производства с применением ресурсов определенной стоимости (таб. 6).

Экономическая эффективность реализации проекта

Месяц	Производственные затраты (руб.)	Стоимость продукции (руб.)	Прибыль (руб.)	Налоги (руб.)	Чистая прибыль (руб.)	Рентабельность, %
2021 г.						
Январь	514 856	1 019 379	504 523			119,5
Февраль	514 856	973 137	458 281			
Март	514 856	1 139 608	624 752	207 612		
Апрель	514 856	1 133 443	618 587			
Май	514 856	1 131 388	616 532			
Июнь	514 856	1 195 099	680 243	207 612		
Июль	514 856	1 176 602	661 746			
Август	514 856	1 233 120	718 264			
Сентябрь	514 856	1 344 101	829 245	207 612		
Октябрь	514 856	1 237 230	722 374			
Ноябрь	514 856	1 409 867	895 011			
Декабрь	514 856	1 396 508	881 652	207 612		
Итого:	6 178 272	14 389 482	8 211 210	830 447	7 380 763	
2022 г.						
Январь	689 857	1 928 052	1 238 195			163,1
Февраль	689 857	1 928 052	1 238 195			
Март	689 857	1 928 052	1 238 195	338 819		
Апрель	689 857	1 928 052	1 238 195			
Май	689 857	1 928 052	1 238 195			
Июнь	689 857	1 928 052	1 238 195	338 819		
Июль	689 857	1 928 052	1 238 195			
Август	689 857	1 928 052	1 238 195			
Сентябрь	689 857	1 928 052	1 238 195	338 819		
Октябрь	689 857	1 928 052	1 238 195			
Ноябрь	689 857	1 928 052	1 238 195			
Декабрь	689 857	1 928 052	1 238 195	338 819		
Итого:	8 278 284	23 136 624	14 858 340	1 355 275	13 503 065	
Всего:	15 015 168	37 526 106	22 510 938	2 185 722	20 325 216	135,4

*Чистов Илья
Едрышов Роман
Кочубей Никита
Прудник Евгений*

студенты 2 курса
педиатрического факультета
Научный руководитель:

Соколова Марина Геннадьевна
доцент кафедры философии

биоэтики, истории медицины и социальных наук
Смоленского государственного медицинского университета

1. Резюме

Учредители:

1. Прудник Евгений Александрович – Главный Врач
2. Чистов Илья Романович - Инспектор отдела кадров, маркетолог
3. Кочубей Никита Андреевич – Главный Бухгалтер
4. Едрышов Роман Вячеславович – Экономист, снабженец

1.1 Описание деятельности

Представлен бизнес-план детской онкологической клиники, который описывает создание бизнеса с нуля на базе помещения - 186 квадратных метров.

Наша миссия: обеспечить пациентам доступ к инновационным медицинским технологиям, современным методам лечения и высококвалифицированной медицинской помощи в области хирургии и онкологии, основанным на лучших мировых практиках. Мы работаем строго в соответствии с принципами доказательной медицины. Смоленская детская онкологическая частная клиника работает на основании документов, подтверждающих разрешение осуществления деятельности лечебного характера.

Актуальность открытия онкологической частной клиники очень высока, так как количество людей, имеющих какое-либо онкологическое заболевание, возрастает с каждым годом.

1.2. Предоставляемые услуги

№ п/п	Наименование платной услуги	Цена услуги руб.,коп.
Поликлиника		
1	Амбулаторный прием	250,00 - 1250,00
Цитологическая лаборатория		
2	Цитологические исследования	250,00-960,00
Рентгенодиагностическое отделение		
3	КТ, запись на диск	630,00-5000,00
МРТ, распечатка		
4	МРТ-исследование	570,00-8000,00
Рентген		
5	Рентген-процедуры	930,00-2500,00
УЗИ		
6	УЗИ-исследования	600,00-1800,00
Общие анализы		
7	Общий анализ мочи	60,00-720,00

1.3. Расходы

Имеется собственный капитал в размере 15800000 рублей.

Срок окупаемости – 2,5 года

Капитальные вложения включают в себя стоимость здания, оборудования и дорогостоящего инвентаря сроком службы до 1 года.

Нормативный срок службы здания 50 лет, оборудование 5 лет.

Был произведен евроремонт на сумму 651000р. в основном здании.

Ремонт складного помещения обошёлся в размере 252000р.

Затраты на оснащение операционной обошлись в размере 1500000р.

Была произведена закупка лекарственных средств и медицинских материалов на сумму 286781,73р.

Проведен анализ рынка предоставляемых рекламных услуг, в результате чего мы выбрали рекламу в виде сайта, рекламу на радио и на ТВ, стоимость составила 150000р.

Средняя заработная плата у персонала составила 45000р., сумма отчислений во внебюджетные фонды составляет в среднем 13500р.

На курсы повышения квалификации сотрудников было затрачено 461500р.

1.4. Утилизация отходов

Виды отходов: химические, бытовые, биологические. Был заключен договор с утилизирующей компанией, все стандарты утилизации соблюдаются.

1.5. Расположение

Расположение медицинского учреждения очень сильно влияет на его посещаемость. Чем ближе оно находится к центру города, тем выше будет коэффициент востребованности. Расположение нашей клиники на среднем расстоянии от центра города, поэтому мы рискуем данным параметром. По эпидемиологическим нормам: клиника находится в более 5 км от местонахождения свалок, 1,5 км от заправок и 7 м от дороги.

2. Маркетинговый план

2.1. Целевая аудитория

Проблема онкологии серьезна и страшна. К сожалению, но уже с 2000 года возросла детская смертность от онкологических заболеваний. Каждый год среди детей до семнадцатилетнего возраста выявляют рак у 20 000 руб. Если брать маленьких детей в возрасте от 1 до 5 лет, то их доля так же велика — 15 000 руб. Каждый родитель ищет наиболее качественную клинику для лечения своего ребенка, поэтому основным сегментом для нас выступают именно они.

2.2. Конкурентное преимущество

Проанализировав частные и государственные клиники Смоленска и Смоленской области, мы выяснили, что таких медицинских учреждений как наше не существует на данный момент. Этот факт обеспечивает нам полный охват клиентуры в 67 регионе в сфере детского онкологического лечения без наличия конкурентов.

Но при этом наша клиника сталкивается с такой проблемой, как конкуренция с государственными больницами и диспансерами, так как лечение в них бесплатное, чего нельзя сказать о нашем учреждении. В отличии от госучреждений мы можем предложить:

- Компетентность и дружелюбность персонала,
- Качественное оказание медицинских услуг,
- Индивидуальный подход к каждому пациенту,
- Быстрая и точная диагностика экспертного уровня,
- Инновационные методы лечения заболеваний
- Современная высококачественная аппаратура
- Бесплатная Wi-Fi зона,
- Наличие игровой комнаты для детей,
- Имеется 2 телевизора на первом и втором этажах,

2.3. Курсы повышения квалификации

Курсы проходят все врачи-сотрудники в установленном порядке каждые 5 лет и получают соответствующий сертификат об освоении образовательной программы в выбранной области. Опыт работы каждого сотрудника составляет

не менее 5 лет. График работы сотрудников с 8.00 до 19.30, клиника работает в две смены.

2.4. Коэффициенты маркетинга

1. Прибыльность продукции:

Из расчетов, имеем чистую прибыль в размере 714389 руб..

Так же из расчетов, имеем затраты на производство в размере 1385611 руб.

Отсюда, найдем прибыльность продукции: $(714389/1385611) * 100 \% = 51,56 \%$

2. Кадровое направление:

Количество персонала, прошедшего повышение квалификации:8

Количество персонала, нуждающегося в повышении квалификации:9

Учитывая данные, рассчитаем коэффициент переобучения персонала:

$$(8/9) * 100 = 88 \%$$

3. Факторы риска

3.1. Ценообразование

Стоимость услуг центра должна учитывать не только интересы владельца бизнеса, но и пациентов, и даже врачей. Мы должны гибко подходить к этому вопросу и снижать стоимость на консультации докторов, которые меньше всего пользуются спросом. При этом нам нужно учитывать и поддерживать интересы наших специалистов, которые не желают получать меньшую заработную плату.

3.2. Репутация медицинского центра

Самый хрупкий элемент вашего бизнеса — это его репутация. Благодаря хорошей репутации количество наших клиентов будет расти день ото дня, в противном случае, перспективы развития нашего центра могут оказаться под вопросом. Безусловно, угодить каждому пациенту на 100% невозможно. Но мы всегда сможем защитить себя перед аудиторией, благодаря следующим мерам:

- Вежливость, доброжелательность, предупредительность по отношению к пациенту — эти качества должны стать обязательными для каждого сотрудника нашей клиники;

- Анонимность — все сотрудники должны быть предупреждены о финансовых последствиях разглашения конфиденциальной информации о пациенте. Данный пункт должен быть обязательно прописан в трудовом договоре.

- Постоянное повышение квалификации — наши сотрудники должны быть в курсе всех изменений на рынке медицинского оборудования и медицинских препаратов.

- Ведение данного вида бизнеса сопряжено с серьезными рисками. Однако, создавая новую частную клинику с высококвалифицированной командой специалистов и конкурентоспособными ценами, мы оказываем

неоценимую помощь и поддержку людям, имеющим проблемы со здоровьем. Сложно представить вид бизнеса, в котором мы можем принести столько же пользы обществу.

4. Финансовый план

В данном разделе бизнес-плана мы рассмотрим доходы и расходы нашей клиники. Совершить 100 % прогноз совершенно невозможно, однако, имеется возможность выдвинуть предположения на основе статистических данных по России, учитывая, что мы открываем новую клинику и благодаря рекламе в первое время будет небольшой спрос на наши предоставляемые услуги.

Используя маркетинговую стратегию и сильные стороны клиники, можно предположить, что каждый месяц у нас будет увеличиваться клиентура на 10 человек. Начальный этап составит около 70 пациентов в первый месяц. Логично предположить, что малоизвестной клинике мало кто будет доверять, поэтому самые востребованными услугами будут являться консультации. Максимальное число клиентов, которое сможет обслуживать наша частная клиника составляет 150 человек в месяц. Учитывая, что мы работаем ежедневно, то есть без выходных, то каждый день наши врачи будут принимать до 5 человек. Эти данные примерные, что означает возможность посещения до 7-8 клиентов в 1 день – как максимальное число, так и до 2-3 клиентов – минимальное. Так же минимальное число клиентов возможно по причине долго-продолжительных операций. Исходя из посещаемости нашей клиники, а также её набираемой популярности, можно предположить примерную прибыль с каждого клиента в месяц. В первый месяц это может составлять до 5000 рублей. Средняя посещаемость клиники ежемесячно составляет 120 человек, выручка с месяца составит 840000р., с учетом налогов и вычетов чистая прибыль составит 560000руб.

4.1. Финансовый расчет

Средняя месячная прибыль клиники составит 1200000 руб., выручка, с учетом налогов и вычетов чистая прибыль составит 760000руб.

Общая сумма текущих затрат составляет 10379608 руб.

За первый месяц затраты составили 10379608 руб.

Из 15800000 вычитаем 10379608, остаётся 5420392 руб. без учёта доходов.

Полноценные среднестатистические затраты составляют 1385611 руб., а доход в месяц превышающий расход является 6-ым по счёту. Значит за 4 месяца затраты составят 5542444 руб. Эти расходы мы можем погасить имеющимися средствами в размере 5420392 руб. и прибылью с первого месяца 280000 руб. Это позволяет нам рассчитать расходы и доходы за год без угрозы оказаться банкротом.

К концу первого года наши затраты составят: $10379608 + 1385611 \cdot 11 = 25621329$ руб.

Наш доход + имеющиеся средства = $15800000 + 17020000 = 32820000$ руб.

Чистая прибыль составляет к концу 1 года: $32820000 - 25621329 = 7198671$ руб.

К концу второго года и в последующие расходы составят: $1385611 * 12 = 16627332$ руб.

Прибыль к концу второго года и в последующие года будет составлять: $210000 * 12 = 25200000$ руб.

Чистая прибыль к концу второго года и в последующие будет составлять: $25200000 - 16627332 = 8572668$ руб.

Чистая прибыль в месяц, начиная с 9 составляет: $2100000 - 1385611 = 714389$ руб.

Окупаемость будет спустя 2 года 1 месяц: $7198671 + 714389 * 13 = 16485728$ руб., что больше, чем стартовый капитал в размере 15800000 руб.

Учитывая повышение квалификации, за 5 лет на них будет потрачено 461500 руб., что на бюджет в течение 1 года сильно не повлияет.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС ЭССЕ ДЛЯ СТУДЕНТОВ И УЧАЩИХСЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ «МОЕ НАУЧНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ»

Амирянц Д.В. Проблема молодежного экстремизма

Амирянц Джулия Вадимовна

студентка 3-го курса, Направление подготовки: 39.03.01. Социология, Социология в индустрии моды, РГУ им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Молодежь - это та категория в обществе, которая обеспечивает перспективы развития государства. Экстремизм - одно из наиболее деструктивных явлений, представляющих наибольшую общественную опасность, получил широкое распространение и среди молодых людей.

Данный вид преступности имеет высокую латентность, статистика не позволяет в полном объеме отразить реальную картину экстремистских преступлений в современном российском обществе. К тому же в настоящее время деятельность молодежных экстремистских объединений приобретает более агрессивный характер, более возрастающую организованность, а также политическую направленность деятельности, что указывает на актуальность данной проблемы.

Первичными истоками зарождения экстремизма среди российской молодежи выступают «средовые предпосылки»: нарастающая социальная напряженность, неравенство молодежи (социальное и экономическое), социальное неблагополучие, низкий культурный уровень некоторых социальных, этнических и религиозных молодежных групп, размывание системы духовных ценностей, падение престижа власти.¹

Оживление экстремизма в России произошло в начале 1990-х годов. Причиной этому явились кризисные явления в экономической, социальной и политической сферах государств бывшего СССР, что изменило взгляды и настроения молодежи.²

Молодежный экстремизм можно рассматривать как запрещенные законом противоправные действия, совершаемые молодыми людьми в возрасте от 14 до 30 лет или их объединениями, приверженными к крайним взглядам и мерам в политике, экономике, религии, экологии и иных сферах жизнедеятельности молодежи, для

¹Сущенко С. А. Экстремизм в среде российской молодежи: социальные и психологические истоки возникновения // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2017. №10. С. 147-154.

²Тенгизова Ж. А. Причины и условия распространения экстремизма в молодежной среде // Проблемы в российском законодательстве. 2017. №3. С. 56-58.

достижения своих целей (выполнения своих требований), сопряженные с насилием. В качестве одной из характеристик молодежного экстремизма является специфическое «экстремистское сознание»: радикальное мышление; чувство безнаказанности; интолерантность к представителям других этносов; завышенная или заниженная самооценка и т.д.³

Наиболее опасным, с точки зрения вхождения в поле экстремистской активности, является возраст от 14 до 22 лет, так как данный возраст характеризуется развитием самосознания, поиском смысла и ценности жизни, поиском собственной идентичности. Также ему присуща неустойчивая психика, легко подверженная внушению и манипулированию.

По сравнению со взрослым, молодежный экстремизм имеет некоторые существенные отличия. Он менее организован, стихийен. Молодые экстремисты менее склонны к компромиссам, в то время как большая часть взрослых политических экстремистов, при наступлении критических условий, могут отчасти изменять свою политическую позицию и договариваться с более сильным противником.⁴

Основные способы борьбы с угрозой распространения экстремизма в современной России:

- эффективная государственная политика, в том числе молодежная политика;
- совершенствование гражданского общества, его институтов в интересах формирования и совершенствования свободной, толерантной среды взаимодействия, социальной солидарности, условий для самореализации молодежи;
- нормативно-правовое обеспечение системы профилактики молодежного экстремизма;
- духовно-нравственное воспитание;
- повышение эффективности социализирующей роли семьи, семейного воспитания;
- создание системы альтернативных практик для широкого социального взаимодействия молодежи, в том числе в области досуга, спорта и отдыха.

Таким образом, явление молодежного экстремизма с каждым днем вовлекает все большее количество молодых людей с неустоявшимися взглядами, переменчивыми настроениями, поэтому данная проблема требует особого внимания, так как молодежь – будущее любого государства.

³Черных А.А. К вопросу о молодежном экстремизме // Территория науки. 2013. №5. С. 178-186.

⁴Головин А. Ю., Аристархова Т. А. Сущность экстремизма и особенности его проявления в молодежной среде // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. 2013. №3-2. С. 3-9.

Библиографический список

1. Головин А. Ю., Аристархова Т. А. Сущность экстремизма и особенности его проявления в молодежной среде // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. 2013. №3-2. С. 3-9.
2. Сущенко С. А. Экстремизм в среде российской молодежи: социальные и психологические истоки возникновения // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2017. №10. С. 147-154.
3. Тенгизова Ж. А. Причины и условия распространения экстремизма в молодежной среде // Пробелы в российском законодательстве. 2017. №3. С. 56-58.
4. Черных А.А. К вопросу о молодежном экстремизме // Территория науки. 2013. №5. С. 178-186.

Воробьева К.В. Лингвокультурные особенности фрейма “лапша” в китайском языке

Воробьева Ксения Всеволодовна,
студентка 2 курса направления «Лингвистика»
Научный руководитель:
Ли Станислав Игоревич
ассистент кафедры стилистики и риторики
Кемеровский государственный университет

У каждой нации есть свои вкусовые предпочтения. Национальная кухня Китая имеет давнюю историю и отличается особо трудоемким процессом приготовления блюд. Это создает своеобразную языковую картину мира, в которой на основании наименований того или иного блюда можно судить о вкусовых предпочтениях народа. Наиболее удобным способом, через который можно увидеть, как реализуется национальная языковая картина мира, является категоризация. На основании категорий мы можем судить об особенностях национального мировидения, духа народа и коллективного произведения искусства. Удивительным является фрейм, в котором содержатся наименования лапши в китайском языке. Лапша в Китае – один из основных продуктов питания. Рассмотрение данного фрейма также поможет нам распознать особенности семантики китайского языка.

Материал для данного исследования был получен от носителя китайского языка Ван Шуанфэн, студентки второго курса факультета русского языка Цицикарского университета (Китай). Сбор материала проходил через китайскую социальную сеть Вичат. Ван Шуанфэн оказала огромную помощь при сборе информации о данном фрейме, разъяснении материала, рассказала об особенностях иероглифики того или иного вида лапши, истории их происхождения. Кроме того, рассказала о рецептах приготовления лапши.

Проанализировав материал, мы сделали вывод, что самой распространенной пропозициональной структурой, далее – ПС (наиболее абстрактного суждения, находящегося в основе наименований, являющих собой ословленные суждения), является ПС «объект по внешнему виду другого объекта». В пределах ПС реализована пропозиция (П): лапша, похожая по внешнему виду и по форме на другой объект. Например, 貓耳面 [māo ěr miàn] обозначает лапшу под названием «*кошачьи уши*» (рисунок 1), где 貓 [māo] означает «*кошка*», 耳 [ěr] – *ухо*, а 面 [miàn] – *лапша*. Здесь использована метафора – «лапша похожая по внешнему виду на кошачьи уши».



Рисунок 1. Лапша 猫耳面 [māo ěr miàn]

<https://m.tiantiancaipu.com/photo/food-860466.html>

Лапша 面线 [miàn xiàn] имеет характеристику: «лапша, тонкая, как нить», так как 面 [miàn] – лапша, а 线 [xiàn] означает нить (рисунок 2).



Рисунок 2. Лапша 面线

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%BA%BF%E9%9D%A2>

Очень необычное значение имеет лапша под названием 老鼠粉 [lǎoshǔ fěn] – Лаошүфэнь (рисунок 3), представляющая собой игольчатую толстую лапшу около 5 см в длину и 3-5 см в диаметре. 老鼠 [lǎoshǔ] – крыса, мышь; 粉 [fěn] – вермишель, лапша из крахмальной муки. Особенность этой лапши заключается в том, что оба конца лапши заострены и имеют форму мышиноного хвоста.



Рисунок 3. Лапша 老鼠粉 [lǎoshǔ fěn]

<https://kknews.cc/food/p42ogme.html>

Фрейм «лапша» также имеет пропозицию «лапша, по средству приготовления», реализованную в границах ПС «результат по средству действия». Примером может послужить 刀削面 [dāo xiāo miàn], где 刀 [dāo] означает «нож», 削 [xiāo] – это глагол

«срезать», а 面 [miàn] – лапша (рисунок 4). Это относительно короткая плоская лапша, изготавливается методом срезания с помощью ножа.



Рисунок 4. Лапша 刀削面 [dāoxiāomiàn]

<https://baike.baidu.com/item/%E5%88%80%E5%89%8A%E9%9D%A2>

拉面 [lāmian] – это лапша, которая складывается вручную. Название данного вида лапши можно увидеть из значения иероглифов拉 [lā] – глагол «тянуть», «растягивать», 面 [miàn] – лапша (рисунок 5).



Рисунок 5. Лапша 拉面 [lāmian]

<https://baike.baidu.com/item/%E6%8B%89%E9%9D%A2/735870>

竹升面 [zhú shēng miàn] является редкой разновидностью кантонской лапши, тесто для которой отбивают бамбуковой палкой. 竹 [zhú] – бамбук, 升 [shēng] – глагол «подниматься», «восходить», 面 [miàn] – лапша (рисунки 6, 7).



Рисунки 6, 7. Лапша 竹升面 [zhú shēng miàn]

<https://baike.baidu.com/item/%E7%AB%B9%E5%8D%87%E9%9D%A2>

<https://www.tech-food.com/kndata/detail/k0140550.htm>

Особенно интересно представлена пропозиция «лапша по месту изготовления», реализованная в пределах ПС «результат по месту изготовления». В данной пропозиции слова имеют свою историю происхождения. Так, например, 宮面 [gōng miàn] – это тонкая соленая лапша, которую ели исключительно во дворце: 宮 [gōng] – дворец, 面 [miàn] – лапша (рисунки 8, 9). История происхождения данного вида лапши такова: дворцовая лапша является одним из особых подарков Гаочэна (район городского подчинения округа Шицзячжуан провинции Хэбэй). Это местное традиционное блюдо провинции Хэбэй, возникшего в период Тан Чжэнгуань. В качестве сырья для нее используется очищенная пшеничная мука с добавлением рафинированной соли, рафинированного масла, крахмала и т. д. Без каких-либо добавок производится секретным мастером. Ее изготавливают с помощью катанки, стебля, вытягивания, волочения проволоки, сушки в тени.



Рисунки 8, 9. Лапша 宮面 [gōng miàn]

<https://baike.baidu.com/item/%E8%97%81%E5%9F%8E%E5%AE%AB%E9%9D%A2>

Еще одна разновидность лапши с «историей» представлена в пропозиции «лапша по субъекту изготовления», реализованной в пределах ПС «результат по субъекту изготовления» 伊面 [yī miàn] или 伊府面 [yī fǔ miàn] – это жареная яичная лапша, один из распространенных видов кантонской лапши (рисунок 10). Она названа в честь ее создателя И Биншоу (伊秉綬), чиновника династии Цин. 伊 [yī] – фамилия создателя, 面 [miàn] – лапша, 府 [fǔ] – высшее чиновничество. Согласно легенде, И Биншоу был знаменитым чиновником и из-за его высоких достижений в каллиграфии многие литераторы дружили с ним. По этой причине его часто посещали гости. Шеф-повар, отвечающий за приготовление банкетов, постоянно был очень загружен. Чтобы уменьшить нагрузку на поваров дома, И Биншоу приказал людям смешивать муку и яйца с водой, скатывать из них лапшу и скручивать в гнезда, сушить и жарить на сковороде до золотистого цвета. Благодаря крайне низкому содержанию воды такая яичная лапша может долго храниться без порчи. Как только гости приедут, они смогут воспользоваться этой лапшой в любое время. Во время еды нужно всего лишь ополоснуть кипятком и добавить жареные грибы, нежирное мясо и другие приправы. Позже, в память об И Биншоу, этот вид пасты был назван «Лапша Ифу».

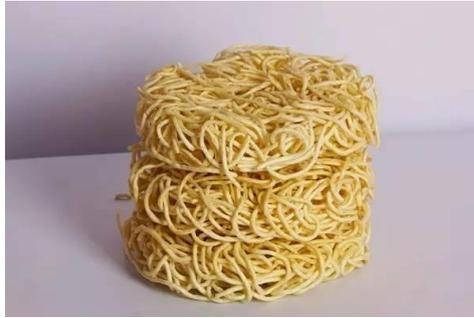


Рисунок 10. 伊府面 [yī fǔ miàn]

<https://www.yan.sg/chimianzhinan/>

Существует еще одна пропозиция «лапша по месту изготовления» 沙河粉 [shāhé fěn], имеющая характеристику широкой и плоской лапши (рисунок 11). 沙河 [shāhé] – Шахэ — городской уезд городского округа Синтай провинции Хэбэй. Название происходит от протекающей по его территории реки Шахэ. 粉 [fěn] – вермишель, лапша из крахмальной муки.



Рисунок 11. Лапша 沙河粉 [shāhé fěn]

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%B2%99%E6%B3%E7%B2%89>

Возникает вопрос, почему и в каких-то случаях для обозначения лапши используется иероглиф 面 [miàn], а где-то 粉 [fěn]. Ответ кроется в различных привычках питания между севером и югом Китая. Северяне предпочитают есть вермишель, а южане – лапшу. Для приготовления лапши, как правило, используется молотая пшеница, а для вермишели – рисовый порошок. Сырье из пшеницы представляет собой более «тяжелый» для желудка продукт, чем рисовая основа.

Таким образом, наименования лапши в китайском языке представлены в большом количестве разнообразных пропозиций, которых нет в русском языке. Они обусловлены территорией, климатом, пищевыми предпочтениями китайцев. Анализируя фрейм, мы видим, насколько уникальной и необычной представляется описываемый фрагмент языковой картины мира китайского народа. Знание данной специфики может помочь нам в понимании особенностей этноса, обычаев и культуры, присущих этому народу. В перспективе мы планируем проанализировать другие фрагменты национальной языковой картины мира китайцев, относящиеся к их пищевым привычкам. Кроме того, представляется интересным проведение сопоставительного анализа фрагментов языковой картины мира китайцев и русских.

Вяльчина Елизавета Алексеевна

студентка 3-го курса, Направление подготовки: 39.03.01. Социология, Социология в индустрии моды, РГУ им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Молодежь – это социально-демографическая группа, выделяемая на основе обусловленных возрастом особенностей социального положения молодых людей, их места и функций в социальной структуре общества, специфических интересов и ценностей. ⁵Согласно действующим Основам государственной молодежной политики РФ на период до 2025 года, к молодежи относят людей в возрасте от 14 до 30 лет. ⁶ Из-за своих ценностных ориентаций и социально-психологических черт молодежь вовлечена в многочисленные проблемы современности, например, подмена жизненных ценностей, непонимание поколений, трудоустройство, проблемы поиска себя и своего места в жизни и т.д.

Молодежь зачастую сталкиваются с проблемой трудоустройства из-за отсутствия или нехватки опыта работы, хотя и имеет большое желание и амбиции, а также стимул к работе. Это, в свою очередь, может породить новые проблемы и привести к обострению криминогенной обстановки в стране: увеличению количество преступлений, сокращению средней продолжительности жизни и повышению уровня смертности.

Проблема трудоустройства молодых людей была и остается наиболее острой в настоящее время. Данная проблема возникла в начале 90-х годов, когда Совет Министров СССР принял постановление об отмене централизованного распределения выпускников учебных заведений. Тогда, конечно, была разработана система замены данного вида трудоустройства, а именно возможность устраиваться на работу по заявкам организаций и предприятий, но она не была эффективна, так как везде были нужны опытные и высококвалифицированные специалисты. ⁷

Проблема трудоустройства молодежи возникает из-за нескольких факторов: во-первых, несоответствие уровня квалификации выпускников к требованиям работодателей, то есть отсутствие опыта принятия самостоятельных решений, недостаток знаний, отсутствие практических навыков по полученной профессии; во-вторых, это непонимания молодежи о путях адаптации в сфере труда и занятости, абитуриент в выборе направления чаще всего не ориентируется в реальной ситуации на рынке труда, а значит не может здраво оценить востребованность данной профессии. Из-за сложившейся ситуации выпускники школ все охотнее идут в колледжи и техникумы, нежели в высшие учебные заведения. Это связано с тем, что

⁵ Национальная социологическая энциклопедия. \ <https://voluntary.ru/termin/molodezh.html>.

⁶ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 ноября 2014 г. N 2403-р г. Москва.

⁷ Андреева Н.С. Проблема трудоустройства молодежи // Вестник молодежной науки. 2017. №3 (10). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-trudoustroystva-molodezhi-1> (дата обращения: 14.09.2020).

окончив профессиональное учебное заведение легче устроиться на работу, чем выпускникам ВУЗов.

Для эффективного решения проблем государство должно заботиться о создании социальной стабильности и защищенности разных слоев населения, корректировать политику центра занятости населения, оказывать финансовую помощь для реализации программ по содействию трудоустройства граждан, государственные и федеральные социальные программы должны способствовать трудоустройству молодежи через создание новых рабочих мест в перспективных отраслях экономики, а также на законодательном уровне государство должно обеспечить правовую и экономическую защиту прав молодежи и содействовать профессиональной подготовке молодежи.

Организации и предприятия, для решения данной проблемы, должны сменить правил приема молодежи, а именно смягчить критериев приема на работу, трудоустройство без опыта работы, создать гибкого графика работы для студентов дневной формы обучения.

Также необходимо содействовать молодежи в выборе профессии: повышать уровень личных способностей, проводить анализ результатов рынка труда, организовать доступ для учащихся старших классов к информации по востребованности тех или иных профессий, это можно делать с помощью различных лекций, специализированных сайтов. Еще один вариант решения данной проблемы - это выявление способностей учащихся к тем или иным видам профессиональной деятельности, через имеющуюся систему образования формировать в каждом человеке активный тип трудового поведения.

Вышеперечисленные решения данной проблемы должны способствовать повышению конкурентоспособности студентов, что в свою очередь поможет снизить процент безработицы среди молодого населения, эффективно адаптироваться к современным условиям рынка труда, что в дальнейшем приведет к усилению благоприятных тенденций приближения к полной занятости молодого поколения.

Библиографический список

1. Андреева Н.С. Проблема трудоустройства молодежи // Вестник молодежной науки. 2017. №3 (10). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-trudoustroystva-molodezhi-1> (дата обращения: 14.09.2020).
2. Национальная социологическая энциклопедия. \ <https://voluntary.ru/termin/molodezh.html>
3. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 ноября 2014 г. N 2403-р г. Москва.

Джалал Махди Хашеми. Теотеризация исламской экономики: поиск основы для исламского экономического анализа

Джалал Махди Хашеми,
аспирант кафедры экономической теории,
мировой и региональной экономики
Волгоградский государственный университет, г. Волгоград,

Неудовлетворенность традиционной экономической теорией и ее ограничениями для решения экономических проблем сегодняшнего дня обуславливает необходимость в общей теории экономики без каких-либо ссылок на религию, которая способна объяснить экономическое поведение любого общества с учетом социально-экономических и институциональных параметров этого общества. Теоретизация исламской экономики подразумевает развитие исламской теории экономики. В целом наша теория экономики, используемая в социально-экономических учениях ислама, и будет означать исламский подход к пониманию, анализу и теоретическому обоснованию экономического поведения людей, потому логично, что теоретизирование исламской экономики должно пройти следующие стадии:

1. Понимание причин, по которым традиционная теория не подходит для исламского анализа экономического поведения;
2. Разработку собственного подхода к пониманию экономического поведения в целом;
3. Определение исламских параметров экономического поведения и включение их в наш подход к пониманию экономического поведения.

Исламскими экономистами разработана собственная теория экономики – теория, вдохновленная, конечно, божественным знанием для объяснения положительного экономического поведения. Она стремится объяснить необходимость отправной точки для развития исламской теории экономики. Чтобы упростить обсуждение, мы выделим ключевые особенности в обсуждении вопроса: балансировка, а не оптимизация как ключевой элемент принятия решений человеком во всех сферах деятельности; удовлетворение потребностей, а не удовлетворение желаний как основное направление экономической деятельности. Эти особенности являются положительными элементами человеческого поведения, они прямо вытекают из Корана. Значение концепции баланса в исламском мировоззрении трудно переоценить в свете коранического взгляда на этот мир и человеческую жизнь в нем. В этой связи стоит отметить следующие утверждения из Корана: *«И небо Он воздвиг*

высоко, и Он поставил Весы, чтобы вы не преступили (должное) весы; И весы соблюдай по весу, и весы не делайте недостатка » (55: 7-9).

Существуют особые исламские учения относительно сохранения баланса между расходами времени и ресурсов на ведение мирских дел и расходом времени и ресурсов на поклонение и выполнение религиозных обязанностей. Соблюдение баланса во времени и ресурсах, которые должны быть выделены на семью, и времени и ресурсах, которые должны быть выделены на другие дела. Соблюдение баланса между расходами времени и ресурсов на религиозные дела, а также временем и ресурсами для заботы о себе и своей семье. Соблюдение баланса в экономической и общественной жизни. В контексте экономики проблемы определяются на макроуровне. Большинство этих макропроблем существует из-за проблем на микроуровне. Макроэкономику можно рассматривать как аналог общей анатомии органа, а микроэкономику как часть микроскопической анатомии внутри органа. Различные системы органов вместе составляют организм. Различные системы органов живого организма не работают изолированно. Следуя схеме A&P, мы можем представить общество как живой организм, состоящий из различных систем органов, таких как социальная система, правовая система, моральная система, экономическая система, религиозная система. В экономической системе, например, есть потребитель, производитель/фирма, рынок. Все они работают вместе, чтобы создать богатство и позволить его должным образом распределять и усваивать в обществе для удовлетворения потребностей людей. Мы перечислим структурные особенности, основанные на биологии и A&P, чтобы лучше понять экономическое поведение человека. A&P анализирует структуру и функцию каждой системы органов независимо, при этом признавая ее связи с другими системами и общее состояние всего тела. A&P говорит нам, что при изучении человеческого тела как живого организма необходимо понять его потребности, необходимые для стремления и процветания. Экономика должна делать это в целях исследования экономического поведения человека. Концепция гомеостаза, используемая в A&P, должна привести экономистов к мысли, что в человеческом поведении может быть сбалансированное равновесие, подобное сбалансированному равновесию в человеческом теле. A&P определяет болезни как гомеостатический дисбаланс, неспособность тела поддерживать равновесие. Такой же подход можно использовать и в изучении экономики. A&P определяет природу сигналов, которые используются нервной и эндокринной системами для достижения гомеостатического равновесия. Экономистам будет в равной степени выгодно определить экономические «рецепторы», экономические «секторы контроля» и экономические «эффекторы». A&P анализирует структуру и функции каждой системы органов. Должна быть возможность разработать критерии для оценки индивидуального экономического поведения по отношению к цели жизни, которая должна быть одинаковой для всех людей в обществе, разделяющих одно и то же мировоззрение. На теоретическом уровне необходим новый взгляд на природу экономической

проблемы. Экономическая проблема - это всего лишь проблема индивидуального выбора, основанного на инстинктах. Этот выбор не зависит от потребностей людей, а также общества. Экономическая проблема - это не просто проблема выбора удовлетворения потребностей; это проблема удовлетворения потребностей, как отдельных людей, так и общества. Задача, стоящая перед исламскими экономистами, будет заключаться в выявлении некоторых ключевых исламских концепций, которые имеют прямое отношение к экономическому поведению верующих.

Рушд - исламская концепция рациональности, ее можно интерпретировать как исламское понятие здравомыслия или способности делать здравые суждения. Термин «рушд» упоминается в этом смысле в нескольких местах Корана. «Рашид», то есть разумный человек, который применяет верные суждения в отношении своей экономической деятельности и принятия экономических решений.

Хасан – добро - важная черта человеческого поведения, которая также должна отражаться при принятии экономических решений. Поведенческие аспекты, уходящие корнями в хасан – добро, неоднократно упоминались в Коране применительно к различным сферам человеческой деятельности, в том числе экономической. *«Аллах повелевает справедливости и творит добро (16:90). «И не подходи близко к имуществу сироты, кроме как для улучшения его, пока он не достигнет возраста полной силы. И выполнить (каждый) завет. Воистину! О завете спросят (17:34). «Мы научили человека делать добро своим родителям. И если они настаивают на том, чтобы вы приписывали Мне партнеров, то не слушайте их. Ко Мне твое возвращение; тогда я расскажу вам, что вы делали раньше ». (29: 8) «И следуйте лучшему из того, что было ниспослано вам от вашего Господа, прежде чем наказание придет к вам внезапно, когда вы даже не ожидаете (39:55). Хасан (1998) и Хасануззаман (1998) сформулировали набор аксиом, имеющих значение для экономической политики. Существует твердое убеждение в том, что есть достаточные основания для развития исламской экономики как отдельной дисциплины, совершенно отличной от традиционной экономики. Некоторые считают, что в исламской экономике нет необходимости. Другие считают, что исламская экономика в лучшем случае может быть отраслью «их» экономики.*

Есть достаточно оснований полагать, что исламская экономика может развиваться на научной основе. Существует четкое представление о том, как это будет выглядеть. Это определено не будет отраслью традиционной экономики, основанной на ее цели и методологии. Исламская экономика необходима сама по себе, а традиционная экономика не может удовлетворить эту потребность. Традиционная экономика не позволяет нам понять нашу собственную экономику, заложенную в учении Корана и в традициях нашего Пророка. Исламская теория экономики, основанная на методологии биологии и физиологии, способна ответить на несколько вопросов, касающихся современных экономических проблем, которые традиционная экономика не смогла решить. Макроэкономические проблемы, такие

как бедность, голод, безработица и повторяющиеся глобальные финансовые и экономические кризисы, можно лучше понять и решить.

Библиографический список

1. Абдул Маннан М.А. Исламская экономика: теория и практика. Багдад, 1986. 350 с.
2. Генецкий Роберт. Принципы классической экономики и благосостояния народов. Книга 1, Москва, 2011. 189 с.
3. Икбал Мунавар. Закат, умеренность и совокупное потребление в исламской экономике //Журнал исследований по исламской экономике, 1985. №3. С. 99-110
4. Куран Тимур. Исламская экономика и исламская субэкономика // Журнал экономических перспектив, 1995. №9. С. 155-173.
5. Пресли, Джон Р. и Джон Г. Сешнс. Исламская экономика: появление новой парадигмы //Экономический журнал, 1994. №104. С. 584-596
6. Самуэльсон, Пол А. и Уильям Б. Нордхаус. Микроэкономика. Нью-Йорк, 2004. 267с.
7. Сардар Зиауддин. Исламское и будущее // Futures Volume, 1991. №3. С. 223-230
8. Франк Роберт Х., Томас Д. Гилович и Деннис Т. Реган. Препятствует ли изучение экономики сотрудничеству? //Журнал экономических перспектив, 1993. № 7. С. 159-171.
9. Хан, М. Фахим. Факторы производства и факторные рынки в исламских рамках // Журнал исследований по исламской экономике, 1984. №2. С. 61-70.
10. Чапра М. Умер. Ислам и экономические проблемы. Лестер, Великобритания, 1992. 300 с.

Долаберидзе М.А. Проблемы адаптации современной молодежи в студенческих спортивных командах

Долаберидзе Мария Андреевна

студентка 3-го курса, Направление подготовки: 39.03.01. Социология, Социология в индустрии моды, РГУ им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Студенчество – это новый этап жизни каждого молодого человека. Этот жизненный период сопровождается множеством проблем, связанных с адаптацией в целом. Как правило, проблемы адаптации в высшем учебном заведении возникают на начальном этапе обучения⁸. Большинство обычных студентов испытывают трудности при приспособлении к новым условиям существования, ещё тяжелее приходится студентам-спортсменам, так как им нужно не только привыкнуть к отличному от школьного графику обучения, длительности учебных занятий и найти общий язык с будущими одноклассниками, но и «влииться в команду»: найти взаимопонимание в уже сложившемся коллективе. Актуальность проблемы заключается в том, что к спортивным университетским командам по различным видам спорта ежегодно присоединяются новые студенты, которые так или иначе сталкиваются с адаптационными проблемами.

Проблема адаптации возникла в тот момент, когда люди начали взаимодействовать, коммуницировать друг с другом, объединяться в различные социальные группы и получила своё развитие в дальнейшем за счёт влияния феномена социальной мобильности на общество и его составные части. Социальная мобильность стала своеобразным фактором, влияющим на смену человеком слоя, страты, той или иной группы, и, соответственно, опосредованно влияющим на его психологическое, эмоциональное, социальное и физиологическое состояние.

Решение проблемы адаптации современной молодежи в студенческих спортивных командах является главной задачей, которая ложится на игроков, тренерский состав и самого новичка команды. Система адаптации позволяет предотвратить различные конфликты игрока, пополнившего состав команды, с другими спортсменами, избежать недопонимания в отношениях с тренерами и сокомандниками или сокомандницами, преодолеть волнение и скованность в тренировочном и соревновательном процессах, минимизировать неуверенность игрока в собственных силах⁹.

Процесс адаптации нового игрока должен начинаться с выявления уровня мастерства, опыта, знаний и характера новичка, состояния его здоровья, физических

⁸Долаберидзе М.А. Социально-психологические проблемы современного студенчества на начальном этапе обучения в ВУЗе // Всероссийская конференция молодых исследователей с международным участием «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации» (Социальный инженер-2019): сборник материалов Часть 1. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2019. – С. 183 – 187.

⁹Краев Ю.В., Мерзликин А.А. Проблемы адаптации в студенческих спортивных командах // Московский экономический журнал. 2019. №11. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-adaptatsii-v-studencheskih-sportivnyh-komandah> (дата обращения: 11.09.2020).

возможностей, кондиций, возможностей решать поставленные в коллективной борьбе задачи. При процессе социально-психологической адаптации нового члена команды важны скорость его вхождения в коллектив во временном аспекте, нахождение общего языка и иных, помимо спортивных, общих интересов в ближайшем социальном окружении в спортивной студенческой команде, а также приспособление к традициям и неформальным нормам команды, к стилю работы тренеров, к особенностям межличностных отношений, которые ранее сложились в студенческой спортивной команде¹⁰.

Пути решения проблемы адаптации современной молодежи в студенческих спортивных командах заключаются в следующем:

- дополнительная социализация студента-спортсмена в бытовых вопросах студенческой и спортивной жизни;
- снижение уровня стресса, озабоченности и неопределённости у нового игрока;
- создание положительных условий для вливания игрока в новый коллектив;
- уменьшение волнения, посредством уделения новому члену команды большего внимания со стороны тренерского штаба;
- регулярная поддержка игрока на тренировках партнёрами по команде;
- поддержание здорового климата в студенческом спортивном коллективе.

Таким образом, проблему адаптации современной молодежи в студенческих спортивных командах необходимо разрешать как можно раньше для того, чтобы приспособление игрока к новым изменившимся условиям произошло максимально быстро и комфортно, и, чтобы взаимоотношения между всеми игроками в команде, в том числе и с новыми студентами-спортсменами, имели положительную характеристику, что не препятствовало бы, а только способствовало как достижению индивидуального успеха новичка, так и успеха всей команды.

Библиографический список

1. Долаберидзе М.А. Социально-психологические проблемы современного студенчества на начальном этапе обучения в ВУЗе // Всероссийская конференция молодых исследователей с международным участием «Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации» (Социальный инженер-2019): сборник материалов Часть 1. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2019. – С. 183 – 187.

2. Краев Ю.В., Мерзликин А.А. Проблемы адаптации в студенческих спортивных командах // Московский экономический журнал. 2019. №11. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-adaptatsii-v-studencheskih-sportivnyh-komandah> (дата обращения: 11.09.2020).

¹⁰Там же.

Карпович П.В. Эвфемизм как средство речевого этикета (на примере материального положения в русском и китайском языках)

Карпович Полина Владимировна,

студентка 4 курса

направления «Фундаментальная и прикладная лингвистика»

Научный руководитель:

Денисова Эльвира Степановна

кандидат филологических наук, доцент

Кемеровский государственный университет

Каждый человек знает, что для гармоничного существования в социуме необходимо следовать определённым правилам. Это касается и речевого этикета – особых норм (речевого) поведения, направленных на создание коммуникативно успешных ситуаций общения. Как правило, образованная и всесторонне развитая личность знакома с нормами этикета, а также применяет данные навыки в повседневной жизни. К речевому этикету относят такое языковое явление как эвфемизм.

Эвфемизм (от греч. *euphémismos* – благоречие) – это слово или высказывание, которое употребляется вместо грубого, неприличного выражения и меняет его смысл на более нейтральный. Например, в повседневной ситуации общения при описании затруднительного материального положения человека выражение *у него финансовые трудности* звучит более деликатно, чем *он беден*. Также будет более уместно обозначить финансовую состоятельность через эвфемистическое прилагательное *обеспеченная* вместо *богатая*. Представители китайского языка тоже нередко обращаются к этикетным формулам для того, чтобы не задеть чувства собеседника. В аналогичных ситуациях они выразятся следующим образом: 社会经济低层分子[shèhuì jīngjì dīcéng fēnzǐ] *член низшей социально-экономической группы*, 富比王侯[fù bǐ wánghóu] *богаче императоров и князей*.

Актуальность данного научного исследования обусловлена тем, что изучение эвфемизмов, обозначающих «богатство» и «бедность» в русском и китайском языках, позволяет изучить общее и различное в сравниваемых культурах, и, следовательно, сделать вывод о предпосылках их использования как в коммуникации с носителями языка, так и в межкультурном общении.

Как уже было отмечено ранее, в русском языке эвфемизм понимается как выражение, используемое вместо грубого. Поэтому первой частью нашего исследования стало изучение понятия эвфемизма в китайском языке. С опорой на «Практический словарь эвфемистических слов и словосочетаний» [Ван Яцзюнь, 2005], нам удалось выделить следующие характерные черты эвфемизма:

1. Язык, который обычно люди используют в современном обществе;

2. Легок в восприятии, его охотно принимают, способствует утешению, вдохновению и мотивации;

3. Отражает воспитание людей, заменяет вульгарность вежливостью, прямолинейность тонкостью, смягчает грубые выражения, уклончиво и тактично отвечает на особо острые вопросы, способствует улучшению отношений между людьми.

Получается, что в китайском языке эвфемизм трактуется как язык, который легко используется и воспринимается в общении людей с развитой культурой речи. Таким образом, изучив подходы к эвфемизмам в отечественном и зарубежном языкознании, мы пришли к выводу о том, что понимание данного явления имеет разные точки зрения в зависимости от имеющегося культурного фона.

Без сомнений, довольно сложно составить полное представление о изучаемом феномене без рассмотрения его функций. Вторая часть работы – сопоставление функционального потенциала эвфемизма в русском и китайском языках, а также выявление их общих функций. К ним мы отнесли: 1) функцию вежливости. Порой люди прибегают к скрытому потенциалу языка из-за требований вежливости. В китайском языке некоторые болезни носят следующее название: вместо *рак* используют 不治之症 [bùzhì zhīzhèng] *неизлечимая болезнь*. 2) Функцию избегания. Исходя из общечеловеческих пониманий о достоинстве, стыде и изысканности, в китайском языке прибегают к тактике избегания и эвфемизации речи, когда речь идет о непристойных событиях. К примеру, в китайском языке вместо того, чтобы прямо сказать *пойти в туалет* употребляют выражение 上洗手间 [shàng xǐshǒujiān] *пойти в уборную*. 3) Функцию маскировки. Одной из основных функций эвфемизма является непрямая передача неловкого выражения, а также сокрытие нежелания говорящего или трудности, передаваемые при коммуникативном акте. В США автомобили маленького размера и малолитражки называются compact cars (精巧汽车 [jīngqiǎo qìchē] дословно *искусный автомобиль*). Но в китайском языке в словосочетании «маленькая машина, легковой автомобиль» (小汽车 [xiǎoqìchē]) иероглиф 小 «маленький» не является табуированным. Обладать маленькой или компактной машиной, наоборот, показывает славу, гордость человека. В Китае некогда была эпоха 越穷越光荣 [yuè qióng yuè guāngróng] «чем беднее, тем славнее» и, несмотря на то, что сейчас избавление от нищеты стало целью каждого человека, тематика бедности до сих пор не является табуированной [<https://m.xzbu.com/5/view-2162712.htm>]¹¹.

Рассмотрев три основные функции эвфемизмов, реализующиеся в речи как носителей русского языка, так и носителей китайского, мы отметили, что основная

¹¹ Перевод статьи с китайского языка выполнен нами.

задача эвфемизации речи – это сокрытие информации либо уход от прямого названия неприятного явления.

Практическая часть нашей научной работы состоит из двух этапов, которые предполагают анализ словарей-справочников и проведение эксперимента. К сожалению, сейчас существует не так много лексикографических источников, которые располагают большим количеством собранного материала. Для начала обратимся к информации, представленной в «Словаре эвфемизмов русского языка» Е. П. Сеничкиной [Сеничкина 2008]. Данный словарь построен по алфавитному принципу, где на тему «богатство» представлено 13 лексем (*достаточек, копеечка* и др.), «бедность» - 58 (*малоимущий, карманная чахотка* и др.).

«Семантика и прагматика эвфемизмов. Краткий тематический словарь современных русских эвфемизмов» М. Л. Ковшовой - второй проанализированной нами источник, в основу которого положен тематический принцип, что достаточно облегчает поиск необходимого эвфемизма [Ковшова 2007]. Нам удалось найти 2 лексемы, связанных с ситуацией «богатство» (*состояние, достаток, человек со средствами*), и 13 – в тематической группе «бедность» (*я деньги не рисую (не печатаю); малоимущие граждане* и др.). Из проанализированных источников следует вывод о том, что наиболее широко в словарях представлена тематическая группа «бедность».

Эвфемизм – многоаспектное языковое явление, но не стоит путать его со смежными понятиями. Например, ошибочно считают, что табу и эвфемизм синонимичны, однако стоит помнить о том, что табу – это предпосылка к появлению эвфемизма. Ещё в древности табу налагали строгий запрет на совершение определённых действий, а чуть позже - на вербальное выражение мысли (нельзя было произносить вслух наименования таких животных, как «ёж», «медведь», «змея», чтобы не накликать беду).

Полная противоположность эвфемизмам – это дисфемизмы, то есть грубые слова или выражения, используемые с целью акцентирования внимания на негативной оценке чего-либо. К примеру, вместо слова *телевизор* люди употребляют *зомбоящик* (подчёркивается негативное влияние телевизора через дисфемизм).

Политически корректная лексика выступает в качестве социального и языкового явления, которое направлено на защиту интересов конкретных общественных групп по принципам половой и расовой принадлежности, возраста, состояния здоровья, социального статуса, внешнего вида и др. Лингвисты считают, что политкорректная лексика в большей степени зависит от общественной обстановки в целом (проведения митингов, массовых протестов), в то время, как эвфемизм не имеет таких условий функционирования.

Достаточно трудно представить научное исследование без проведения эксперимента. В нашей работе мы решили обратиться к анкетированию, в котором приняло участие 60 человек (30 студентов Кемеровского государственного

университета и 30 студентов университетов Китая из провинций Шаньдун, Сычуань, Хэйлунцзян, Цзянсу и Чжэцзян), средний возраст информантов - 21 год. Нами была составлена анкета, которая предполагала заполнение пропусков в ситуациях, связанных с материальным положением человека:

1) В этом году он не поедет в отпуск. У него _____

Он имеет _____

Он _____

2) В прошлом году моя коллега купила машину и загородный коттедж.

Она _____

У нее _____

В ходе анализа результатов, нами были выделены частотные ответы (наиболее встречающиеся среди информантов) и уникальные ответы (встречающиеся по одному разу), отраженные в таблицах № 1 и № 2:

Таблица 1

Тематическая группа	Частотные ответы	Уникальные ответы
Бедность	1. «недостаточно (денежных) средств» (5); 2. «финансово ограничен» (4)	1. «финансово нестабилен»; 2. «социально незащищенный слой населения»
Богатство	1. «финансово обеспечена» (2); 2. «достаточно денежных средств» (2)	1. «много работает, соответственно хорошо зарабатывает»; 2. «финансово благополучна»

Таблица 2

Тематическая группа	Частотные ответы	Уникальные ответы
Бедность	1. 有点经济紧张 [yǒudiǎn jīngjì jǐnzhāng] – «немного напряженное материальное положение» (2) 2. 房贷未还 [fángdài wèi huán] – «непогашенную ипотеку» (2)	1. 有点拮据 [yǒudiǎn jiéjū] – «немного находится в стесненных обстоятельствах»; 2. 经济状况 [jīngjì zhuàngkuàng] – «экономическое положение»
Богатство	1. 生活质量较高 [shēnghuó zhìliàng jiàogāo] (2) – «качество жизни относительно высокое»; 2. 空余资金很多 [kòngyú zījīn hěnduō] – «очень много свободных средств» (2)	1. 手头比较充裕 [shǒutóu bǐjiào chōngyù] – «карман относительно находится в достатке»; 2. 支付得起 [zhīfù de qǐ] – «в состоянии заплатить (по карману)»

В разработанных нами анкетах информантам было предложено вписать другие (по сравнению с данными в образцах) варианты ответов по изучаемым группам. Носители китайского языка поделились 62 ответами, а представители русского языка чуть меньше – 46. Стоит также отметить, что русские студенты не давали в своих ответах эвфемизмы других тематических групп. Китайцами же, напротив, было предложено 3 ответа, относящихся к группе «смерть» (“老” [lǎo] *состариться*, “过世” [guòshì] *покинуть мир*, “安息” [ānxī] *вечный покой*, “驾鹤西去” [jià hè xī qù] *верхом на журавле унести на запад*). По статистическим данным можно

сделать вывод о том, что представители китайского языка знакомы с большим количеством эвфемизмов, чем представители русского. Возможно, это говорит и о том, что китайцы чаще прибегают в повседневном общении к правилам речевого этикета.

На данном этапе нашего исследования по результатам анкетирования не представляется возможным выделить самую многочисленную по ответам эвфемистическую группу: в русском и китайском языках в группе «богатство» информанты дали одинаковое количество реакций – 48 ответов; в группе «бедность» разрыв небольшой – русскоязычные носители предложили 50 эвфемизмов, носители китайского языка – 51 эвфемизм.

Данный эксперимент показал, что эвфемизм как один из составных частей речевого этикета в настоящее время достаточно актуален, используется в молодежной аудитории, а также понятен не только в рамках общения носителей одного языка, но и между представителями разных наций.

Теоретическая часть исследования эвфемизмов тематических групп «богатство» и «бедность» показала, что: 1) представление о сущности эвфемизма имеет существенные различия в русском и китайском языках; 2) функциональный потенциал эвфемизмов двух языков имеет общие черты; 3) в настоящее время тематика материального положения достаточно кратко представлена в словарях-справочниках; 4) эвфемизм обладает рядом отличительных черт среди таких смежных явлений, как табу, дисфемизм и политкорректная лексика.

Благодаря практической части данной работы нам удалось подтвердить актуальность применения эвфемизмов в повседневной речи участников анкетирования, а также выявить отсутствие количественного преимущества в какой-либо из тематических групп, что говорит о том, что в коммуникации люди прибегают к эвфемизации ситуаций, связанных с бедностью и богатством, примерно одинаково.

Таким образом, в ходе теоретического и практического этапов исследования, посвящённого эвфемистическим группам «богатство» и «бедность», мы пришли к выводу о том, что необходимо увеличить количество информантов для более точного анализа языковой базы русского и китайского языков, а также считаем обоснованным изучение дополнительных зарубежных и отечественных источников, посвящённых настоящей теме.

Библиографический список

1. Ковшова М.Л. Семантика и прагматика эвфемизмов: краткий тематический словарь современных русских эвфемизмов / М. Л. Ковшова // М.: Гнозис. – 2007. – 320 с.
2. Сеничкина Е.П. Словарь эвфемизмов русского языка / Е.П. Сеничкина // М.: Флинта: Наука. – 2008. – 464 с.
3. Яцзюнь Ван. Практический словарь эвфемистических слов и словосочетаний. Словарь / Ван Яцзюнь. – Китай, 2005. – 434 с.
4. Поисковая система ZhidaoBaidu [Электронный ресурс]. Режим доступа: [<https://zhidao.baidu.com/question/569150867.html>] (дата обращения: 04.03.2020).

Развитие современного общества выдвигает запросы на новые форматы получения образования, которые позволяют ребенку приобретать ключевые компетенции человека 21 века: критическое мышление, умение работать в команде, выстраивание собственной образовательной траектории, системное мышление, взаимодействие в межкультурной среде. Предметные знания и навыки в настоящее время являются одной из составляющих широкого спектра образовательных результатов, сформулированных во ФГОС. Достижение метапредметных и личностных результатов возможно при размыкании образовательного процесса как в организационном, так и содержательном смысле. Организации, осуществляющие отдых и оздоровление детей, являются оптимальной площадкой для апробации и реализации инновационных образовательных проектов, интегрирующих основное и дополнительное образование, по ряду причин. В первую очередь, детский лагерь – территория неформального образования. Во-вторых, он дает возможность ребенку проявить самостоятельность, а образование в лагере не воспринимается детьми как традиционное и может осуществляться во всех видах деятельности детского лагеря (экскурсии, игры, соревнования, коллективные творческие дела и др.). ФГБОУ «МДЦ «Артек» предлагает новый взгляд на организацию образовательного процесса в условиях детского лагеря. Наш подход позволяет интегрировать основное и дополнительное образование и различные средства и формы познавательной деятельности, максимально обогатить образовательную среду, выйти за пределы «стандартного» школьного содержания, обеспечивая современные образовательные результаты, в том числе метапредметные и личностные.

Каждая проводимая смена в Артеке является тематической и одна из смен созвучна моему исследованию.

О смене: Ведущая идея смены – профессиональное самоопределение детей в мире будущего. Образовательная программа 12 смены своим содержанием призвана способствовать формированию у обучающихся целостного представления о мире классических и современных профессий, развитию восприятия трудовой деятельности как одного из важнейших направлений самоактуализации человека.

Не случайно ключевым словом в названии смены выбрано слово «навигация». В этой связи в рамках смены ставится вопрос о необходимости формирования у подрастающего поколения навыка выбора собственной профессиональной траектории. Для того, чтобы сегодня состояться в качестве развитой и успешной личности человеку необходимо брать на себя максимальную инициативу в

проектировании своей будущей жизни, понимать себя, свои сильные и слабые стороны, учиться осознанно принимать решения.

Ключевые слова смены: Профессия (будущее, приключения, выбор)

Эпиграф: *«Если вы удачно выберете труд и вложите в него всю свою душу, то счастье само отыщет вас».* К.Д. Ушинский

Ключевой текст смены: Тем не менее надо быть весьма безрассудным и неосторожным охотником, адмиралом или генералом, чтобы во всякой ситуации рассчитывать лишь на свою счастливую звезду, собственную отвагу и находчивость, пренебрегая мудрыми расчетами, подготовкой к предстоящему делу и не заботясь о материальных средствах, необходимых для успеха предприятия. Рудольф Эрих Распе

Цель: Формирование у детей ценностного отношения к труду, понимания его роли в жизни человека и общества через игровое освоение основ существующих профессий и проектов будущего.

Календарь смены:

29 сентября – Всемирный день моря

29 сентября – Всемирный день сердца

1 октября – День пожилого человека

1 октября – Международный день музыки

2 октября – Всемирный день улыбки

4 октября – Всемирный день защиты животных

4 – 6 октября – Всемирная неделя космоса

5 октября – Международный день учителя

5 октября – Международный день врача

6 октября – Всемирный день охраны мест обитаний

8 октября – Международный день борьбы с природными катастрофами и катаклизмами

9 октября – Всемирный день почты

События смены будут разворачиваться вокруг попытки ответить на главный вопрос: как проложить путь к будущей профессии? В течение смены артековцы проживут каждый свою историю, связанную с выбором профессии, смогут погрузиться в мир артековских традиций, приобрести новых друзей.

Траектория развития по пути к своей мечте начнется в первые дни смены по трем векторам движения:

– вектор «АРТЕКиЯ»;

– вектор «ПрофессияИЯ»;

– вектор «ЗдоровьеИЯ».

Индивидуальная навигация в мир профессий каждого ребенка будет включена в работу своего отряда и «Артека» в целом.

Каждый тематический вектор окажется наполнен разнообразной деятельностью. В финале смены на конкурсных платформах, спортивных площадках, туристических маршрутах, театральных подмостков, в конференц-залах состоится встреча всех артековцев – с совершенно разными мечтами о будущем, но уже с уверенностью как к ней двигаться.

Вдохновителем и помощником в нашей смене для каждого из участников станет барон Мюнхгаузен. Своим примером убеждает нас, что выход из сложной ситуации всегда можно найти, если верить в себя и в победу, никогда не унывать и брать юмор на вооружение. *«Вы утверждаете, что человек может поднять себя за волосы? – Обязательно! Мыслящий человек просто обязан время от времени это делать!»*

1. **«АРТЕКИЯ»** - традиции и история «Артека», связанные с историей страны, ценностные ориентиры (коллективные отношения, доброта, забота, внимание и т.д.)
2. **«ПрофессияЯ»** - навигатор в мир профессий
3. **«ЗдоровьеИЯ»** - ЗОЖ, экология

«АРТЕКИЯ» (традиции и история «Артека»)

Деятельность, связанная с юбилейными датами – 75 лет Победы, 95-летний юбилей «Артека»: конкурсы, акции памяти, игровые и познавательные квесты, поздравления учителей и медиков «Артека» с их профессиональным праздником.

Навигатор в мир профессий «Мой путь в профессию»
(дорожная карта)

1 этап: Тестирование каждого ребенка, получение рекомендаций к профессиональной деятельности, соответствующей способностям конкретного ребенка.

2 этап: «Мой путь в профессию». Участие в программах дополнительного образования.

Отрядная и лагерная деятельность разной направленности (творческой, спортивной, интеллектуальной).

3 этап: Итоговые общеартековские конкурсные площадки, олимпиады, соревнования профильных отрядов.

«Полезные привычки» (ЗОЖ, экология)

Вектор движется в трех направлениях:

- спорт в «Артеке»,
- самообслуживание и санитарная гигиена в «Артеке»,
- культура артековца.

А это спортивно-туристическая деятельность, санитарные посты, мастер-классы с медицинскими работниками, экологические акции, игровая деятельность для погружения в артековскую культуру

События смены:

30 сентября – 7 октября Чемпионат профессий «Точка роста- «Артек»

5 октября – Фестиваль воздушных змеев, празднование Дня учителя, Дня медика

8 октября – Конкурс проектов «ПРОФИ–2020»

9 октября – «Встреча перед расставанием» «Герои наших дней»

Образовательный проект «ПРОФИ 2020»

Данная программа поможет определить готовность к личностному и профессиональному росту учащихся, повысить уверенность в себе, сориентироваться в мире профессий.

Содержание занятий программы предполагает последовательное расширение и углубление представлений, как о себе, так и о будущей взрослой жизни, которая так страшит многих подростков. Программа предполагает не только самопознание учащихся, но и знакомит их с основными способами самоуправления своими способностями и чувствами, ситуациями общения и конфликта.

Артековцы, получив личные рекомендации по направлению своей деятельности в течение смены погружаются в мир разных профессий, приобретают умения, навыки, которые необходимы для той или иной профессии, участвуют в конкурсах и соревнованиях по избранным ими профессиям, создают презентации профессий будущего.

Финал проекта общеартековская конкурсная площадка команд победителей в своем лагере:

– конкурс проектов в формате презентаций «Профессии будущего в «Артеке».

Альбом профессий артековцев (творческий проект).

Проект представляет собой творческое представление профессий будущего в детском лагере, в том числе профессии, которые могут из настоящего перейти в будущее. Конкурс проектов «Альбом профессий» дети выполняют в формате рисунка на бумаге А3 в любой художественной технике. По окончании проекта будет организована выставка лучших работ.

Тематика проекта — профессии будущего в детском лагере. Это могут быть и педагоги дополнительного образования, ведущие новые кружки и секции, например: воздухоплавание, чтение мыслей животных, подводное ориентирование, изучение дна Черного моря при помощи батискафа, детская железная дорога «Артека» и другие.

Суть проекта носит информативный и креативный характер. При выполнении работы ребенок (дети) должен руководствоваться ответом на вопросы:

- 1) Чем занимается данный специалист?
- 2) Каково его рабочее место?
- 3) Будущее его профессии

Результаты этой смены будут использованы в нашей исследовательской работе.

Колтушкина Анна Николаевна

студентка 3-го курса, Направление подготовки: 39.03.01. Социология, Социология в индустрии моды, РГУ им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Известно, что визуальная культура включает в себя всю среду повседневного визуального восприятия начиная с театра, кино и искусства и заканчивая повседневным бытом, видом из окна, одеждой. С девятнадцатого века, визуальная составляющая обретает новый смысл, а именно в повседневную жизнь приходит транспорт, не только как средство передвижения, но и как один из регуляторов быстротечности времени. Человек, посредством поездки, перестает ощущать себя в движении, всё движется мимо индивида, и тем самым у него появляется время на собственный досуг, который не был бы реализован в повседневной жизни.

Изначально, транспортный досуг был лишь в виде созерцания быстро сменяющегося ландшафта, однако с ускорением транспорта, развитием гаджетов, включая мобильные телефоны, наушники, электронные книги и др., люди стали меньше обращать внимание на пейзаж за окном. Их начинает интересовать большее количество информации, у людей меняется ритм жизни и, вместе с этим, транспортный досуг и поведение в целом.

На сегодняшний день молодёжь является той категорией граждан, которая не способна долго сохранять внимание на каком-либо объекте, в связи с тем, что молодые люди были рождены и воспитывались в среде с развитой визуальной культурой, которая характеризовалась своей простотой, доступностью, красочностью и воплощалась в основном в экранном формате. Такой переход от культуры созерцания пейзажей, картин, статических объектов до культуры экранной с быстро сменяющимися картинками обязан научно-техническому, информационному прогрессу, как минимум.

Современная молодёжь не может представить мир без ярких картинок, например, популярное приложение ТикТок захватило весь мир именно потому что молодёжь стала нуждаться в коротких, ужимчатых роликах. Теперь проще смотреть рецепты за 15 секунд под веселую музыку, чем 40 минут следить за готовкой какой-то медлительной женщины; теперь гораздо интереснее посмотреть нарезки из каких-либо передач, чем посмотреть часовую версию. Если раньше звезд унижали за то, что они поют под фонограмму, то сегодня это тренд под названием липсинг, если раньше танец был частью элитарной культуры, то сегодня это атрибут массовой, такой же упрощенный и безликий. Таков смысл массовой культуры и массового человека.

Если бы на этом проблемы заканчивались, сегодня у многих наблюдается на или иная форма зависимости от визуального контента, от гаджетов. Человек просыпается и сразу хватается за телефон, боясь упустить что-то важное или просто

разбудить разум, человек засыпает также с телефоном в руках. Данная проблема активно изучается психологами и социологами, однако из-за ее новизны, вопрос по её устранению остается открытым. Безусловно, люди начинают практиковать цифровой детокс, который заключается в отказе от цифрового контента, однако, на мой взгляд, этого недостаточно, потому что такой способ борьбы с зависимостью является лишь временным.

К сожалению, сложно сказать, позитивно или негативно влияют вышеописанные явления, однако ясно лишь одно: люди сознательно упрощают себе жизнь, включая восприятие той или иной информации, способы передвижения и др. Думаю, что это приведет к тотальному преобладанию массовой культуры, некоторой деградации общества или унификации человека с частичной или полной потерей индивидуальности.

Кондратьева Вероника Вадимовна

студентка 3-го курса, Направление подготовки: 39.03.01. Социология, Социология в индустрии моды, РГУ им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Самореализация – это процесс, заключающийся в осознании собственных задатков, потенциала, таланта и в их грядущем воплощении в каком-нибудь выбранном виде деятельности. Согласно учению Маслоу и его концепции «иерархия потребностей», самореализация представляет собой наивысшую потребность личности. Следовательно, человеку просто жизненно необходимо предопределить и осознать свое персональное место в обществе, жизни, эффективно использовать собственные заложенные природой задатки, проявить собственную личность по максимуму в действительном мире ради того чтобы потом испытывать полное удовлетворение от жизни.¹²

Процесс самореализации молодежи, как и общества в целом происходит в следующих сферах жизни человека:

- в культурно-нравственной сфере;
- в политической сфере;
- в социальной сфере;
- в экономической сфере.

Стоит отметить, что самореализация в любой из вышеперечисленной сфер начинается с образования в школьных и высших учебных заведениях. Однако учитывая широкое распространение в обществе различных форм получения образования, в том числе дистанционного, проблема качества образования не теряет своей актуальности.

Большинство представителей педагогической общественности считают, что для современного молодого поколения россиян общедоступность образования сегодня гарантирована не в полной мере:

- нет полной гарантии получения качественного образования в соответствии с госстандартом;
- нет гарантированного доступа молодёжи к качественному образованию вне зависимости от места жительства и уровня дохода семьи;
- не в полной мере гарантирована информированность учащихся о реальных потребностях рынка.¹³

¹² Сборник психологический статей «Психология и психотерапия»: psihomed.com. Самореализация. URL: <https://psihomed.com/samorealizatsiya/> (дата обращения: 30.09.2020).

¹³ Луговой А.А., Куракина Е.В. Проблема самореализации молодёжи в современном российском обществе // Научно-аналитический журнал «Вестник Санкт-Петербургского университета Государственной противопожарной службы МЧС России». - 2016. - №4. – С. 168.

В настоящее время молодежь при выборе профессии ориентируется, прежде всего, на престижность профессии, а не на её востребованность, а что самое страшное и не на собственный выбор. Результат очевиден, на выходе мы получаем специалиста, не обладающего необходимыми знаниями и умениями профессии.

Также нельзя не отметить, что зарплата молодых специалистов с высшим образованием зачастую значительно меньше работников средней квалификации, что приводит к вынужденной смене профессии из-за низкой заработной платы и отсутствия перспектив карьерного роста.¹⁴

Однако, как указывалось выше, сейчас, существует большой выбор образовательных программ. В эпоху интернета мы имеем доступ к большой базе платных и бесплатных курсов, программ стажировок как внутри страны, так и за границей. Что в свою очередь дает возможность самостоятельно реализовываться, независимо от обязательных учебных заведений, таких как школа, институт или колледж.

Таким образом, самореализация в жизни каждого человека имеет большое значение. Но пути к ней обременяются такими факторами, как:

- проблема качества образования;
- выбор престижной, а не востребованной работы;
- низкая заработная плата молодых специалистов и т.д.

Но, разнообразие интернет-сети дают людям возможности для самореализации через прохождение курсов, практик или стажировок.

Библиографический список

1. Сборник психологический статей «Психология и психотерапия»: psihomed.com. Самореализация. URL: <https://psihomed.com/samorealizatsiya/> (дата обращения: 30.09.2020).

2. Луговой А.А., Куракина Е.В. Проблема самореализации молодёжи в современном российском обществе // Научно-аналитический журнал «Вестник Санкт-Петербургского университета Государственной противопожарной службы МЧС России». - 2016. - №4. – С. 168.

3. Информационный ресурс: infopedia.su. Проблема самореализации молодежи. URL: <https://infopedia.su/14x1573a.html> (дата обращения: 30.09.2020).

¹⁴ Информационный ресурс: infopedia.su. Проблема самореализации молодежи. URL: <https://infopedia.su/14x1573a.html> (дата обращения: 30.09.2020).

Крюкова Н.О. Репрезентация национальной языковой картины мира китайского народа через фрейм «колбаса»

Крюкова Наталья Олеговна,
студентка 2 курса направления «Лингвистика»
научный руководитель:
Керексибесова Урсула Валерьевна
ассистент кафедры стилистики и риторики
Кемеровский государственный университет

В наше время возросло стремление к изучению словообразования разных языков, потому что основные единицы словообразования, производные слова и сложные слова, проявляя особенности работы мозга, образуются по аналогии и составляют большую часть лексических единиц в любом языке. Мы рассматриваем роль суффиксоидов в категоризации мира на материале фрейма «колбаса» в китайской лингвокультуре. Эта тема является малоизученной, но ее следует описать, потому что колбаса является любимой пищей китайцев. Именования колбасы в китайской лингвокультуре оформляются с помощью суффиксоидов, таких формальных показателей, которые в сложных словах выполняют функцию суффиксов, то есть образуют по аналогии многие сложные слова.

Нам важно узнать, как суффиксоиды влияют на восприятие действительности людей, а также, каким образом репрезентируется национальная языковая картина мира (НЯКМ) через данный фрейм. Олег Александрович Корнилов называет языковую картину мира (ЯКМ) «результатом отражения объективного мира обыденным (языковым) сознанием конкретного общества, конкретного этноса» [Корнилов 2003: 200]. Привязанность ЯКМ к особенностям того или иного этноса дает основания для использования термина НЯКМ. В монографии «Языковые картины мира как отражения национальных менталитетов» Корнилов дает довольно полное определение НЯКМ: «Национальная Языковая Картина Мира – это запечатленное в лексике соответствующего языка национально-специфическое видение всего сущего, где в слово “видение” вкладываются понятия и логическое осмысление, и чувствование, и оценивание, а в понятие сущего – не только реальный материальный мир, но и все привносимое в него человеческим сознанием. НЯКМ столько же, сколько языков, каждый из которых отражает уникальный результат многовековой работы коллективного этнического сознания над осмыслением и категоризацией бытия человека во Вселенной» [Корнилов 2003: 200].

Мы рассматриваем, как НЯКМ влияет на мировоззрение носителей языка, как люди представляют мир через призму влияния культуры народа.

В нашей работе мы описываем фрейм «колбаса» в китайском языке, каким образом НЯКМ влияет на наименования колбас.

Являя фрагмент НЯКМ наименования колбас через суффиксоиды, направляемые внешней, надсистемной, структурно-логической детерминантой

(пропозициональными структурами), оказываются обусловленными детерминантами культурологического характера (явленными в пропозициях). Пропозициональные структуры, наиболее абстрактные предикативно связанные субъектно-объектные отношения, проявляющие дискурсивность мыслительной деятельности человека, едины для всех представителей современной цивилизации.

Понятие категоризации человеческого опыта является одним из самых фундаментальных понятий в характеристике когнитивной деятельности. Тесно связанное со всеми когнитивными способностями человека, оно также переплетено с разными компонентами этой деятельности – памятью, воображением, вниманием и т.д. Способность классифицировать явления, распределять их по разным группировкам и классам, разрядам и категориям свидетельствует о том, что в актах восприятия мира человек судит об идентичности неких объектов другим, или же, напротив, об их различии. Категоризация воспринятого – это способ придать поступающей к человеку информации упорядоченный характер, способ систематизировать, рассортировать увиденное и услышанное. В данной работе мы также увидим, как китайский народ категоризирует наименования колбас. Казалось бы, что при наименовании колбас имеется безграничная свобода, но из нижеизложенного мы увидим, что так или иначе человек стремится классифицировать разные колбасы и дает им вполне обоснованные наименования по аналогии.

Так, в китайском языке слово *колбаса* 香肠 xiāngcháng состоит из иероглифа 香 xiāng *аппетитный* и 肠 cháng *кишки*. Изначально при изготовлении колбас использовались кишки, в настоящее время колбасные изделия могут быть изготовлены как из кишок, так и при помощи других продуктов, но слово 肠 cháng *кишки* применяется относительно всех видов колбасных изделий. В именовании колбас иероглиф 肠 cháng *кишки* выполняет роль суффиксоида. Рассмотрим роль этого суффиксоида в именовании колбас.

В зависимости от применяемого сырья и технологии производства так же, как и в русском языке, в китайском выделяют следующие виды колбас:

煮香肠 zhǔ xiāngcháng (煮 zhǔ варить + 香肠 xiāngcháng колбаса) вареная колбаса;

半熏肠 bàn xūncháng (半 bàn половина + 熏 xūn коптить + 肠 cháng колбаса) полукопченая колбаса;

生熏肠 shēng xūncháng (生 shēng сырой + 熏 xūn коптить + 肠 cháng колбаса) сырокопченая колбаса;

风干肠 fēnggān cháng (风干fēnggān сушить на ветру +肠cháng колбаса) вяленая колбаса.

В вышеперечисленных наименованиях колбас реализуется ПС «результат по способу приготовления».

В зависимости от используемого мяса колбасы именуются как:

猪肉香肠 zhūròu xiāngcháng (猪肉zhūròu свинина + 香肠xiāngcháng колбаса) свиная колбаса;

牛肉香肠 niúròu xiāngcháng (牛肉niúròu говядина +香肠xiāngcháng колбаса) говяжья колбаса;

狗肉香肠 gǒu ròu xiāngcháng (狗肉gǒu ròu собачатина +香肠xiāngcháng колбаса) колбаса из собачатины.

В разных регионах Китая популярны разные виды колбас. В связи с этим колбасы именуются по месту изготовления. По названию колбасы китайцы часто определяют, какая она на вкус. Ср.:

如皋香肠 rúgāo xiāngcháng колбаса Жугао (如皋 rúgāo Жугао (городской уезд городского округа Наньтун провинции Цзянсу КНР + 香肠xiāngcháng колбаса);

睢宁香肠suīníng xiāngcháng колбаса Суйнин (睢宁 suīníng уезд Суйнин (городского округа Сюйчжоу провинции Цзянсу) + 香肠xiāngcháng колбаса);

莱芜香肠 láiwú xiāngcháng колбаса Лайу (莱芜 láiwú Лайу (район городского подчинения города субпровинциального значения Цзинань провинции Шаньдун, КНР) + 香肠xiāngcháng колбаса).

Аналогично в китайском языке образуются названия колбас иностранного происхождения: «название местности + колбаса». Например, 法兰克福 香肠 fǎlánkèfú xiāngcháng франкфуртская колбаса (法兰克福 fǎlánkèfú г. Франкфурт-на-Майне + + 香肠xiāngcháng колбаса).

Часто колбасы, именуемые по месту изготовления, уточняются и выражаются через полипропозициональные структуры. Колбасы именуются как по месту, так и по способу изготовления. Ср.:

哈尔滨红肠 hā'ěrbīn hóngcháng Харбинская копченая колбаса (哈尔滨 hā'ěrbīn г. Харбин + 红肠hóngcháng копченая колбаса);

蒙古肉肠 měnggǔ ròucháng монгольская мясная колбаса (蒙古 měnggǔ Монголия + 肉肠 ròucháng мясная колбаса);

川味麻辣香肠 chuān wèi málà xiāngcháng Сычуаньская терпко-острая колбаса (川 chuān Сычуань (провинция в КНР + 味 wèi вкус + 麻辣 málà терпко-острый + 香肠 xiāngcháng колбаса);

滇味麻辣香肠 diān wèi málà xiāngcháng Юньнаньская терпко-острая колбаса (滇 diān провинция Юньнань + 味 wèi вкус + 麻辣 málà терпко-острый + 香肠 xiāngcháng колбаса).

Следует отметить, что в китайской кухне гораздо чаще встречаются острые блюда. В некоторых регионах, например, в провинции Сычуань, местные жители привыкли употреблять в пищу очень острую еду. В названиях колбас отмечается, что они не просто острые, а именно терпко-острые, это указывает на то, что степень остроты является значимой для китайцев.

Кроме этого, в Китае также популярными являются следующие виды колбас, которые называются по продуктам, которые входят в состав:

血肠 xiěcháng кровяная колбаса (血 xiě кровь + 肠 cháng колбаса);

米肠 mǐ cháng рисовая колбаса (米 mǐ + 肠 cháng колбаса).

Не менее популярной в Китае также считается 农家香肠 nóngjiā xiāngcháng крестьянская колбаса (农家 nóngjiā крестьяне + 香肠 xiāngcháng колбаса). Эта колбаса именуется по субъекту, которому она предназначена.

Следует отметить, что в различных языках наименования колбас могут совпадать, но при этом пропозициональная структура знаний оказывается разной. Например, как в русском, так и в китайском языках имеется 茶肠 chá cháng чайная колбаса. В китайском в отличие от русского языка данное наименование образовано по средству изготовления: колбаса, приготовленная в чае или с чаем.

В России кровяная колбаса употребляется в пищу повсеместно. Представители коренных народов России, когда режут на праздники барана, обязательно делают кровяную колбасу. Тогда как рисовая колбаса для россиян неизвестна.

Как следует из анализа материала, в основе наименований колбасных изделий в китайском языке находятся те же пропозициональные структуры, что и в русском: «результат по средству изготовления»; «результат по способу изготовления»; «результат по месту изготовления»; «результат по субъекту изготовления», которые на языковом уровне, на уровне пропозиций, (ословленных суждений) наполняются национальным колоритом. Анализируемый фрейм представляет фрагмент

пропозиционально организованной национальной языковой картины мира китайского народа. Знание национальной специфики приготовления колбас способствует эффективности межкультурной коммуникации.

Кроме этого, важно отметить, что анализ национальной языковой картины мира играет важнейшую роль в изучении мировоззрения того или иного народа и взаимосвязи этого мировоззрения с языком. При этом, говоря о НЯКМ, мы должны понимать, что особенности того или иного национального языка не образуют отдельную и самостоятельную картину мира, а всего лишь придают восприятию явлений окружающего мира специфическую окраску, которая обусловлена значимостью тех или иных предметов для образа жизни, мышления и национальной культуры данного народа.

Библиографический список

1. Корнилов О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. 2-е изд., испр. и доп. – М.: ЧеРо, 2003, 349 с.

Кызыласова Юлия Владиславовна,
студентка 1 курса направления «Лингвистика»
Научный руководитель:
Араева Людмила Алексеевна
доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой стилистики и риторики
Кемеровский государственный университет

Пословицы и поговорки - это распространенные жанры устного народного творчества. Они имеют самую тесную связь как с языком, являясь образными речевыми выражениями, часто употребляемые в устной и письменной речи, так и с народом, придумавшим их. Именно в них подмечаются особенности национального менталитета, традиций и определенных стереотипов. Пословицы не придумывали намеренно, они формировались предками как результат наблюдений за закономерностями стереотипных событий в жизни, для передачи опыта между поколениями. Современные люди активно употребляют их в своей речи, даже не замечая этого. Большинство пословиц заключают в себе посыл научить адресата чему-то благородному, доброму и вразумляющему. Например: ученье - свет, а неученье - тьма; доброе слово до сердца доходит; терпенье и труд все перетрут.

В 2020 году на человечество обрушилась страшная напасть, которая сравнима с самыми страшными болезнями, с которыми людям приходилось когда-либо сталкиваться в прошлом - новый тип коронавирусной инфекции SARS-CoV-2. Это явление оказало колоссальное влияние на все сферы общества без исключения, и, конечно же, оно не могло не оставить определенный отпечаток в сознании людей, что в дальнейшем отразилось и в их устном творчестве. За период пандемии произошло изменение уже существующих пословиц. Причиной тому стало внедрение в жизнь новых понятий, привычек и правил. Тут в свои права вступила языковая игра.

Для выявления особенностей игры слов мною был проведен эксперимент среди 51 студента Кемеровского государственного университета. В эксперименте приняли участие 30 девушек и 21 юноша. Забегая вперед, хочется отметить, что девушки более грамотно и развернуто ответили на поставленные вопросы.

Все видоизмененные пословицы можно разделить на группы:

Первая группа это та, в которой все пословицы были видоизменены от одной исходной: «На Бога надейся, а сам не плошай».

1. На Бога надейся, а руки помой;
2. На Бога надейся, а маску носи;
3. На социальную дистанцию надейся, а сам не плошай

Как можно увидеть, смысл пословиц изменился с того, что, будучи уверенным в божьей помощи, лучше рассчитывать только на свои силы, на то, как не стоит надеяться, что болезнь обойдет стороной, а лучше самому вовремя принять необходимые меры. Следует обратить внимание на то, что в современных пословицах сохраняется синтаксическая структура и ритм исходной пословицы, но в первом случае сохраняется начальная часть исходной пословицы (на Бога

надеяться), а вторая часть заполнена новыми словосочетаниями, представляющими сложившуюся под влиянием борьбы с пандемией ситуацию. В пословице «на социальную дистанцию надейся, а сам не плошай» также сохраняется та же самая ритмика исходной пословицы по изменяется субстанция, на которую следует надеяться, при этом вторая часть тождественна второй части исходной пословицы.

Следующая пословица отличается весьма интересной языковой игрой, так как если посмотреть на ее звучание относительно исходной - оно не изменилось. Игра слов проявляется лишь на письме. «А ВОЗ и ныне там». Как можно заметить, в основу была положена пословица «а воз и ныне там», которая хорошо известна нам по басне Крылова. В данном случае было заменено слово «воз», обозначающее повозку, телегу, на созвучную аббревиатуру «Всемирной Организации Здравоохранения». Смысл нового выражения «отсутствие ощутимого результата по противодействию коронавирусу со стороны ВОЗ» обусловлен бездействием мировой организации здравоохранения по вопросу противодействия распространению коронавируса. Данной пословицей подчеркивается разочарование людей в вышеупомянутой организации.

Далее особое внимание хочется уделить пословицам, в которых фигурирует первоначальный источник заражения – Китай:

1. Все дороги ведут в Ухань;
2. Бойся китайцев, дары приносящих;

Данные пословицы в юмористическом ключе подчеркивают, что в такое непростое время отношение россиян к китайцам явно изменилось. Теперь представители этой нации вызывают страх и ассоциации со смертельным вирусом. В основе первой пословицы находится пословица «Все дороги ведут в Рим».

Вторая группа пословиц – это те пословицы, в тексте которых было заменено лишь одно единственное слово. Игра слов предельно проста, но смысл кардинально меняется.

1. Хорошо чихает тот, кто чихает последним
2. Переболел – гуляй смело
3. Друг познается на карантине
4. Самоизоляцию пережить – не поле перейти.

Первоначальные варианты пословиц такие, как «друг познается в беде», «хорошо смеется тот, кто смеется последним», «сделал дело- гуляй смело», «жизнь пережить - не поле перейти» вызвали в понимании людей абстрактные понятия, которые у каждого человека были индивидуальными. Теперь же появляется конкретика, основанная на закономерности течения болезни или всеобщей самоизоляции. Именно в подобных выражениях раскрывается истинное отношение народа к происходящим событиям. Наши люди не привыкли отчаиваться, поэтому ищут любые способы для поддержания морального духа, что впоследствии и находит отражение в подобных пословицах.

Нет никаких сомнений, что пандемия коронавируса станет самым ужасных событий последних лет, но только в подобных условиях проявляется коллективный разум нации, порождающий удивительную языковую игру, которая и является основой языковой картины мира определенного народа.

Мазина Наталья Сергеевна

студентка 3-го курса, Направление подготовки: 39.03.01. Социология, Социология в индустрии моды, РГУ им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Стремительные изменения основ нашей жизни за последние несколько десятилетий (развитие IT-технологий, деформация сложившихся форм культуры, вызванная экспансией Запада) привели к возникновению новой социальной и культурной ситуации. В первую очередь изменения претерпели такие социальные институты, как образование и семья. Воспитание и образование всегда являлись механизмами, через которые передавались исторически сложившиеся стандарты поведения, гаранты преемственности и сохранения национальной культуры. Культуролог Кирилл Разлогов отмечает, что на смену системе классической культуры, в вершине которой «стоит Бог, дальше священники, потом - преподаватели университетов, кандидаты наук, студенты, школьники, грамотные люди и 90% неграмотных вокруг» пришла другая. В этой системе «90% неграмотных диктуют, что такое хорошо и что такое плохо, а те, кто был у руля, уже не диктуют ничего, а покупают билеты на массовые зрелища наряду с другими, и их вес в этой системе ровно такой же, как их число по соотношению к общему количеству населения».

Доступность информации дает людям возможность не получать образование в той или иной сфере, а прибегать к использованию интернета в качестве базы знаний. Отсюда возникает ряд проблем. Во-первых, возрастает конкуренция среди источников информации, приводящая к упрощению информации в целях привлечения массовой аудитории, среди которой молодежь, как правило, менее подготовленная часть. Ей нужна доступная пониманию информация, которую она быстро усвоит и распространит, даже если она недостоверна. Все источники стремятся преподнести материалы в доступной для любого человека форме, не обращая внимания на то, что часть полезной информации просто теряется или пересказывается некомпетентными людьми. Даже при добросовестном отношении к подготовке информации всегда существует вероятность того, что информация будет приукрашена, или будут существовать некоторые ошибки в формулировках.

Во-вторых, высокая загруженность интернета бесполезной информацией, развлекательными программами, сайтами и др. приводит к рассеиванию внимания молодежи. Люди предпочитают проводить время не за поиском информации, чтением книг, прослушиванием лекций, а за просмотром видео на YouTube и пролистыванием ленты социальных сетей.

В потребительском обществе всегда присутствует избыток как товаров и услуг, так и информации. Доступность поверхностной информации участвует в формировании такого потребителя, которому достаточно того, что лежит на поверхности.

Несмотря на это, среди молодежи присутствует тенденция к поиску достоверной информации и повышению своего культурного уровня. В исследовании, проведенном М.А. Шиминой и И.П. Ветюговой в 2016 году среди студентов технического вуза было определено, что молодежь понимает: «наличие общего культурного поля, обязательно. На нем испокон века держалось образование, а если шире - культура общества. В своих ответах студенты демонстрируют тяготение к сохранению или обретению четких жизненных ориентиров».

Не смотря на негативные прогнозы ученых, проблему низкого культурного уровня молодежи возможно решить, за счет повышения их интереса к получению знаний, создания интерактивных способов обучения.

Библиографический список

1. Полудина Варвара Павловна Информационный шум в Интернете как проблема потребления коммуникации // ЖССА. 2011. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnyy-shum-v-internete-kak-problema-potrebleniya-kommunikatsii> (дата обращения: 16.09.2020).

2. О.Татарников Испорченный интернет- любимая игра XXI века // Компьютер пресс. URL: <https://compress.ru/article.aspx?id=18916> (дата обращения: 14.09.2020)

3. Якунин Александр Андреевич Некоторые проблемы, связанные с достоверностью информации, распространяемой в сети Интернет (на примере избирательного процесса в РФ) // Правовая информатика. 2014. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-problemy-svyazannye-s-dostovernostyu-informatsii-rasprostranyaemoy-v-seti-internet-na-primere-izbiratel'nogo-protssessa-v-rf> (дата обращения: 15.09.2020).

4. Шиминая Мария Андреевна, Ветюгова Ирина Павловна Современные культурные предпочтения студентов технического вуза и проблема формирования общего культурного поля // Russian Journal of Education and Psychology. 2016. №12 (68). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyye-kulturnyye-predpochteniya-studentov-tehnicheskogo-vuza-i-problema-formirovaniya-obshchego-kulturnogo-polya> (дата обращения: 16.09.2020).

Останина Елизавета Андреевна

студентка 3-го курса, Направление подготовки: 39.03.01. Социология, Социология в индустрии моды, РГУ им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В современном обществе актуальной становится проблема радикализации своих взглядов на жизнь, вне зависимости от того, в какой плоскости политических воззрений находятся их носители.

Важно понимать, что, имея одинаковое проявление, что левые, что правые идеи, которые обрели радикальный окрас являются взаимосвязанными, но имеют разные предпосылки на существование.

Начать стоит с освещения левых идей, которые сильно пошатнули многие государственные устройства. Равноправие, к которому раньше стремились, теперь предстает в головах многих, как навязываемая модель мышления, без альтернативных вариантов. Толерантность к ЛГБТК+ персонам, к людям другой национальности, другого телосложения, в конце концов к другому полу. И, казалось бы, что это то, к чему мы должны стремиться и радоваться, но мир как всегда не идеален в своем представлении, а все хорошее может в миг обернуться плохим, с легкой руки неадекватных людей, для которых подобные идеи и представляют всю жизнь и при достижении данных целей, за неимением возможности уйти в другое направление, некоторые личности начинают радикализировать свои взгляды и требовать все больше и больше. С другой стороны, политические процессы всегда держат общество в напряжении и преследуя свои цели, многие их участники часто играют на чувствах людей, либо защищая так называемые «меньшинства», либо спасая от них.

Радикальные правые взгляды существуют в нашем сознании относительно давно, и мы чаще слышали именно о них во время изучения истории. Но, говоря о современных обострениях в правых кругах, важно понимать, что многие из них возникли, как ответная реакция на левые идеи и то, что приверженцев этих идей становится больше.

Безусловно, многие идеи, глядя на них под разным углом, можно поместить в противоположную плоскость взглядов, но будем отталкиваться от того, что деление относительно.

При чем тут молодежь? Все очень просто, молодые люди более склонны к резким действиям и выводам за счет юношеского максимализма и малого опыта в жизни. Опасным также является и то, что эти представители населения планеты мыслят себя абсолютными индивидуалистами, ставя себя и свои идеалы выше других точно таких же индивидуалистов. Всему этому способствует, как нынешнее воспитание детей, так и информационное поле, которое с детства вживляет в нашу

голову идею о нашей эксклюзивности. И это могло бы быть хорошим процессом, если бы все это не происходило с ориентиром на дальнейшее потребление. Миллионы людей по всему миру ходят в одинаковых вещах одинаковых брендов, уверенно полагая, что купили они это из-за своей индивидуальности.

Из-за уверенности в своей исключительной позиции многие молодые люди не хотят мириться со взглядами, отличающимися от их собственных.

Абсолютная свобода в интернете породила за собой отсутствие восприятия чужих границ и уважения точки зрения других пользователей этой площадки. Следом эти явления были вынесены в оффлайн.

Проблематичным является и тот факт, что молодежь России пытается перенять западные устои, при этом забывая о том, что в нашей стране не существует необходимых институтов для воплощения этих идей в жизнь. Невозможность реализовать свои идеи или хотя бы быть понятым и услышанным обществом - страшное дело, особенно когда речь идёт не об одном человеке, а о большом количестве людей.

К сожалению, не все те, кто стремится ко всему хорошему и выступает против всего плохого имеют достаточное представление обо всех нюансах конкретных проблем. Это в очередной раз касается молодых людей, потому что их участие в реальном решении проблемы затруднено за счёт политической системы, а также ментальности населения, в котором принято опираться на возраст, как гарант правильности мнения. В связи с этим взгляд на многие проблемы может приобретать одностороннее освещение, тем более в свете того, что молодежь склонна не доверять официальным источникам информации и представителям государства.

Решение данной проблемы возможно лишь благодаря повышению уровня образованности населения, в первую очередь – молодежи, чтобы в долгосрочной перспективе люди были способны выстраивать диалог с носителями других ценностей и культуры. Но результат может быть достижим, только в том случае, если это обретет масштабы всей планеты. Разрыв между странами, в которых опираются на знания и между государствами, в которых руководствуются лишь устаревшими обычаями и традициями необходимо преодолеть в первую очередь.

Петриченко М.В., Кожухов М.Ю., Косцова М.В.

ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет», г.Севастополь

Становление растущей личности как субъекта социализации становится основополагающей линией воспитательного процесса в системе современного отечественного образования, которая находит свое конкретное воплощение в реальном поведении подростка, их подготовке к сознательному, ответственному выбору собственной позиции в коммуникативном пространстве, формировании таких психологических свойств, которые бы позволили им полноценно войти в социальную сферу общества.

Проблема социализации подрастающего поколения вообще и развитие ассертивности личности как субъекта коммуникации, в частности, приобретает особую актуальность на фоне радикальных изменений в социальной, политической и экономической жизни нашей страны.

Несформированность способности личности ставить и воплощать в жизнь собственные цели и стремление приводит к недовольству жизнью, появлению социального страха.

Под ассертивностью ученые видят интегративную способность личности быть независимым, уверенным в себе, мотивированным на успехи и достижения. Учитывая научные наработки И. Кона, Г. Крайга, Н. Максимовой [6], сензитивным периодом развития ассертивности является подростковый возраст, когда личность в процессе социализации и на основе сформированной самооценки учится управлять спонтанными реакциями, отстаивать собственную точку зрения, аргументировано возражать, обладает достаточным диапазоном проявления эмоций. В современной психологии основной акцент при рассмотрении проблемы развития ассертивности уделяется работе с поведенческой и мотивационно-ценностной сферой личности, указывая при этом на сложность дифференциации проявлений уверенности и агрессивного поведения. Многочисленные психологические программы активного социально-психологического обучения предлагают тренинги, направленные на развитие уверенного поведения личности [1,2,3,].

Анализ актуальности и состояния разработанности проблемы исследования в психолого-педагогической науке и практике обуславливает необходимость разрешения противоречий между ассертивностью подростков, как важного фактора их социализации, и личным пространством других; между возрастающими требованиями современного общества к молодому поколению и несформированной способностью личности создавать эффективную коммуникативную среду. В то же время наша действительность ставит перед учеными новые задачи по согласования

позиций и научной аргументации в отношении особенностей развития ассертивности личности и психологических факторов, которые обуславливают этот процесс на подростковом этапе. Недостаточная разработанность теоретико-методологических и прикладных аспектов проблемы, объективная потребность общества в формировании личности как субъекта социализации обусловили выбор темы данного исследования: «Развитие ассертивности молодёжи на примере вожатых ФГБОУ МДЦ «Артек».

Ассертивность это особенность личности, отличительной чертой которого является позитивное социальное поведение, позволяющее защищать свои права и достигать поставленную цель [4,5]. Ассертивный человек умеет сказать «нет» в тех случаях, когда это необходимо. Может открыто заявить о своей позиции и своих желаниях, нести ответственность за свои поступки, хвалить и делать комплименты а так же принимать комплименты и критику. Ассертивный человек умеет хорошо вести переговоры и находить взаимоприемлемые решения, постоять за себя.

Ассертивность очень часто путают с умением решительного и категорического отказа. Но определённого «нет» не достаточно для того, чтобы быть, стать ассертивным. Ассертивность является позицией человека, который в общении с другими людьми руководствуется принципами партнерства и взаимного уважения. Есть риск смешать понятия ассертивность и агрессивность. Такого совмещение очень важно избежать. Ведь агрессия – это поведение или действие нанести вред другому человеку или предмету либо полностью уничтожить его.

Работая в образовательном учреждении ФГБОУ «МДЦ «Артек», активно можно исследовать ассертивное поведение дошкольного возраста (3-6 лет), школьников (7-16 лет), молодёжи (вожатые Артека 18-25 лет). Особый акцент хочется сделать на педагогическом коллективе, а именно вожатые Артека. Когда-то, во времена пионерии, вожатые «Артека» напевали свой гимн:

«Вожатый» – зовущее слово.

Пусть галстуки ярче горят!

Трудиться готовых,

Сражаться готовых

Ведет за собой он ребят!

А кто он, вожатый «Артека», сегодня? Какой он? Куда должен вести современных девчонок и мальчишек? Какие жизненные ориентиры и ценности должны пронизывать его деятельность? Сегодняшний «Артек» предъявляет высокие требования к уровню общей культуры, психолого-педагогическим навыкам и профессиональным компетенциям педагога.

Очень важно, что бы каждый воспитатель, каждый педагог понимал, что такое ассертивное поведение и своим примером показывал все его проявления.

Общение с детьми в лагере должно носить развивающий и воспитывающий характер. Педагоги Артека должны подарить каждому ребенку хорошее настроение на протяжении 21 дня, а это достаточно сложно сделать. По всюду много негативных

влияющих факторов на состояние человека. Общась с нашими водителями, мы постарались выявить особенности эмоциональной сферы, наличие тревожности, отрицательных эмоций, «невидимых» страхов. По методике М.З. Друкаревича «Рисунок несуществующего животного». После проведения экспериментальной работы было проведено повторное диагностическое исследование. Цель которого, была проверка эффективности разработанного комплекса занятий, направленного на формирование асертивного поведения водителей, развитие эмпатии и навыков выражения своих чувств, эмоциональных переживаний различными средствами.

Было выявлено, что водители, обладающие высокой асертивностью, чаще представляются обществу в положительном ключе, нежели педагоги с низкой асертивностью, выше оценивают степень своего комфорта, пользу для окружающих и ценность асертивного поведения. Оценивание своей внешности, по статистике, очень сильно влияет на асертивность человека: высокая – повышает, низкая – понижает. Женское асертивное поведение может отличаться от мужского. Женщины с более высоким асертивным поведением оцениваются как менее привлекательные. Педагоги с высокой асертивностью лучше справляются с пониманием ситуации и решением проблемы. Так же, водители с асертивным поведением показали более высокую терпимость к критике, и воспринимают ее, как стимул.

Асертивное поведение в коммуникативном педагогическом процессе это оптимальный вариант общения водителя с детьми приводящий к формированию самостоятельной и ответственной личности, способной успешно решать проблемы – психологические, образовательные, производственные и др. А это и есть цель современного гуманистического образования. Пытаясь развивать асертивное поведение, дети начинают понимать и принимать собственные социальные цели. Например, ребёнок предпочитает занимать активную позицию в формировании игровой деятельности, особенно если он в состоянии понятно рассказать ровесникам об идее игры и о своих желаниях. Присутствие взрослых, которые устанавливают порядок, не играет определяющей роли. Желаемые ответные реакции ровесников и успех в достижении собственных целей становятся наиболее значимыми побуждениями для использования асертивных навыков. Ребёнок с асертивными навыками учится доверять своим собственным чувствам и суждениям, понимать собственное Я и избегать чрезмерной надежды на одобрение взрослых или ровесников. Очень важно что бы изучение основ асертивного поведения было включено в курс ШПР (школа педагогического работника).

Библиографический список

1. Степанов С.С., Популярная психологическая энциклопедия. - М.: Эксмо, 2005
2. Каппони В., Новак Т. Как делать по-своему или асертивность в жизнь. – СПб.: Питер, 1995.

3. Семенюк Л. М., Психологические особенности агрессивного поведения подростков и условия его коррекции. – М.: Московский психологосоциальный институт: Флинта, 2004.
4. Коробкова Т.А., Ассертивность как вид педагогической коммуникации - Н.Новгород: Изд. ВИПИ,2000.
5. Большой психологический словарь / Сост. Мещеряков Б., Зинченко В. – М.: Олма-пресс. 2004.
6. Прихожан А.М.. Психология неудачника: тренинг уверенности в себе. – М.: Тц «Сфера». 2000.

Половикова Т.Э. Особенности правоприменения как формы реализации права

Половикова Татьяна Эдуардовна

Магистратура 1 курс

Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена

Реализация права представляет из себя воплощение правовых норм в поведении граждан государства (субъектов права). Она включает в себя такие формы, как использование, исполнение, соблюдение и выделяют особую форму - правоприменение.

Правоприменение - это деятельность органов государственной власти, местного самоуправления, а также должностных лиц, которые действуют в рамках закона, для создания новых юридических фактов, предоставлению прав граждан, возложению обязанностей юридического характера на субъектов, а также создания отношений через властные полномочия.

Выделяют такие особенности правоприменения:

- В первую очередь это властная деятельность;
- Правоприменение связано с разрешением конфликтных ситуаций в области права, где требуются профессиональные знания;
- Оно осуществляется в форме, которое установлено законодательством;
- Оно должно осуществляться в определенных правоотношениях, несмотря на то, что положения сторон в области права могут быть разными;
- Правоприменение должно носить подзаконный характер, так как оно реализуется в рамках действующего законодательства.

На мой взгляд, необходимо определить условия правоприменения. Во-первых, должно произойти правонарушение, во-вторых, установить правоприменительный акт, в-третьих, необходим государственный контроль за правоотношениями, так как могут возникнуть деструктивные последствия (например, стоит заключать договора и нотариально их заверять) и т.д.

Нельзя не отметить, что применение права - это действительно сложный процесс, который требует компетентное и профессиональное отношение. Этот процесс зависит от времени, субъектов осуществления, процедуры реализации.

Также стоит отметить, что существует два основания для принятия решения: фактическое и нормативное (юридическое).

Выделим важные стадии правоприменительного процесса:

- Необходимо установить факт, воссоздать фактическую ситуацию с помощью, в основном, документов, приобщенных к данному делу. То есть важное место занимает поиск определённых доказательств, которые должны отвечать требованиям закона;

- После первой стадии, важно сделать анализ юридических норм и выбрать нужную по данному делу;

- Третья стадия является важной частью всего процесса правоприменения, так как здесь необходимо принять правоприменительное решение.

- С точки зрения конфликтологических знаний, я считаю, что нужно выделить еще стадию, где будет отслеживаться поведение сторон уже после принятого решения. Постконфликтная ситуация может показать конструктивные или деструктивные последствия, а также способы урегулирования нового возникающего конфликта в правовой сфере.

Таким образом, правоприменение как форма реализации права включает в себя определенные особенности, условия, стадии и осуществляется государством. Процесс правоприменения сложный и интеллектуальный, требует профессиональную подготовку.

Пономаренко Кристина Дмитриевна

студентка 3-го курса, Направление подготовки: 39.03.01. Социология, Социология в индустрии моды, РГУ им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В современном российском обществе активно обсуждается проблема сменяющихся жизненных ориентиров молодежи, что ведет к социальному межпоколенческому конфликту. Повышенное внимание к ценностным аспектам молодежи вполне обосновано уже тем обстоятельством, что именно ценности являются регуляторами общественных процессов, в том числе и в молодежной среде. Ценности, даже если они формально отвергаются субъектом социального действия, влияют как на повседневное поведение молодых людей, так и на определение ими своего будущего.

В глобализирующемся обществе динамично меняются все составляющие жизнедеятельности молодежи. Ценности являются маркерами в первую очередь актуального состояния молодежной среды и, безусловно, в этом контексте значимыми и требующими внимания. Однако о перспективе в гораздо большей степени, чем ценности, дают представление жизненные цели молодых людей.

Эмпирическое исследование динамики жизненных целей и ценностей молодежи было проведено в 1997, 2009 и 2014 годах в Белгородской, Волгоградской, Саратовской и Ростовской областях.

Сравнительный анализ результатов исследований дает основания для следующих выводов. На протяжении последних семнадцати лет приоритетной целью и ценностью молодых людей остается семейное счастье. Однако если в 1977 г. на эту цель ориентировались 69,73% респондентов, в 2009 г. - 65%, то в 2014 г. - только 57,47%. Снижение показателя может быть связано с влиянием глобальных тенденций: снижается авторитет традиционных социальных институтов, главным агентом трансляции культурных ценностей становятся масс-медиа и гипер-медиа. М. Мид, в частности, полагает, что традиционные агенты культурной социализации (семья, образование, сверстники) в данном случае уступают место сетевым сообществам, которые берут на себя роль модераторов процесса культурного воспроизводства.

По сравнению с 1997 г. в 2009 и 2014 гг. существенно выросла и остается стабильной доля респондентов, стремящихся сделать карьеру (24,84%, 41,29%, 41,20%). Это изменение довольно ожидаемо и вполне объяснимо. Карьера активно взаимодействует со многими потребностями человека. С одной стороны, обеспечивает материальную базу, и, как следствие, удовлетворение биологических потребностей, а с другой - помогает в самореализации, тем самым, удовлетворяя духовные потребности. Переход страны к условиям рыночной системы привел к

изменениям большей части социальных институтов, и в результате к трансформации ценностей молодых людей. Поэтому обеспечение материального благополучия становится ключевым компонентом жизненных установок у современной молодежи.

В настоящее время всё больше идей, моделей поведения заимствуется с Запада; понятие карьеры стало не исключением. Человек, имеющий успешную карьеру, автоматически становится хорошо обеспеченным, его положение в обществе, то есть социальный статус, повышается. Работник должен постоянно быть заинтересованным в своей деятельности, быть постоянно замотивированным на высокий результат своих действий.

В течение всех лет измерений остается неизменной доля тех, кто нацелен на богатство и становление квалифицированным специалистом (около 33% и 19% соответственно).

Следует отметить, что во все большей степени молодежь связывает свое будущее с властью. Если в 1997 г. она была главной целью для 7,72% респондентов, то в 2014 г. - уже для 17,07%. Установка на участие во власти как жизненная цель сопрягается с установкой на карьеру и, вероятно, отражает не столько отечественную традицию, сколько специфику российских реалий, где властные институты, несмотря на декларации о демократии и развитии гражданского общества, контролируют большую часть сфер общественной жизни.

В 1997 году пункт «быть свободным и независимым в своих решениях и поступках» выбрали 37,16% респондентов, в 2014 году показатель упал на 12% и составил 25,67%.

Подводя итоги следует сказать, что в 1997 году ключевыми целями молодежи были достижение семейного счастья, быть свободным и независимым в своих решениях и поступках и достижение богатства. В 2014 году основными ценностями было также достижение семейного счастья, создание успешной карьеры и также достижение богатства. Глядя на эти результаты, можно сказать, что в целом жизненные ценности молодежи не изменились.

Библиографический список

1. Агафонова Е. Е., Чеджемов Г. А. ТРАНСФОРМАЦИЯ РОЛИ КАРЬЕРЫ В СИСТЕМЕ ЖИЗНЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2020. №5-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-rol-i-kariery-v-sisteme-zhiznennyh-tsennostey-sovremennoy-molodezhi> (дата обращения: 15.09.2020).
2. Ушамирский А. Э. Эволюция жизненных целей молодежи в российских регионах // Общество: социология, психология, педагогика. 2015. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-zhiznennyh-tseley-molodezhi-v-rossiyskih-regionah> (дата обращения: 15.09.2020).

Попова Вероника Айратовна,
студентка 3 курса направления «Лингвистика»
Научный руководитель:
Араева Людмила Алексеевна
доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой стилистики и риторики
Кемеровский государственный университет

Как происходит наименование окружающих нас предметов? С помощью чего мы могли бы выявить специфику работы человеческого мозга? И, наконец, как это помогает нам приблизиться к пониманию не только родного, но и иностранного языка?

С появлением довольно нового направления – когнитивной лингвистики, становится проще искать ответы на столь актуальные вопросы. Более того, уделяя особое внимание разделу словообразования, мы могли бы наиболее точно ответить на данные вопросы.

Мы выбрали в качестве ориентира пропозиционально-фреймовый подход. В любом языке производная лексика составляет большую часть словарного состава. Именно производные единицы в очередной раз подтверждают тот факт, что наш мозг работает по аналогии. Соответственно, мы имеем возможность понять, почему тот или иной объект имеет определенное наименование.

Очень важно отметить, что на мыслительные процессы человека оказывает влияние не только внутренняя структура языка, но и культурные традиции того или иного народа. Каждый народ, опираясь на свой культурный опыт, видит мир через призму своей культуры и языка, в котором представлена эта культура. В данном случае речь идет о национальной языковой картине мира (НЯКМ). Национальная языковая картина мира – это видение окружающего нас мира определенным народом; его представления о природе, духовной стороне жизни, о других людях и о самом себе.

В процессе сопоставления нескольких языков мы имеем возможность выявить как общие, так и различные черты, которые в дальнейшем помогут нам в поиске ответов на поставленные задачи.

Мы постараемся представить анализ пропозиционально организованных семантических пространств в русской и китайской лингвокультурах на примере фрейма «деревья». На протяжении долгих лет человек познаёт окружающий мир, соприкасаясь с самыми существенными и жизненно важными реалиями. В такие основные реалии входит фрейм «деревья», который для конкретного этноса снабжён особыми характеристиками. По мнению профессора Томского государственного университета, в этом году ушедшей из жизни, Ольги Иосифовны Блиновой, каждый

народ по-своему видит один и тот же предмет, по-своему вычленяет те или иные его признаки, по-своему отражает их в словах.

Китайский язык более прозрачен, чем русский. Мы в очередной раз убедились в этом, когда делали сопоставительный анализ. В китайском языке большинство наименований деревьев образовано с помощью суффиксоида 樹 [shù], который используется как самостоятельное слово (дерево) для обозначения любых деревьев и выполняет функцию суффикса в их наименованиях. То есть с помощью этого суффиксоида по одной и той же модели создается серия сложных слов.

Анализ фрейма «деревья» в исследуемом языке показал, что для него характерен определенный базовый набор слотов.

Цвет ствола;

Форма листьев/ иголок;

Место произрастания;

Использование плодов в качестве пищи человека.

Самой обширной оказалась последняя группа слов (использование плодов в качестве пищи человека). Наименование такого рода деревьев происходит по очень простой схеме. Приведем несколько примеров. Возьмем в качестве примера «грушевое дерево»: грушевое дерево у китайцев именуется 梨樹 [lí shù] (梨 [lí] – груша, 樹 [shù] – дерево), «дерево, на котором растут груши». Рассмотрим другой пример – «вишневое дерево»: вишневое дерево именуется 櫻桃樹 [yīngtáo shù] (櫻桃 [yīngtáo] – вишня, 樹 [shù] – дерево), «дерево, на котором растет вишня». Таким образом удалось выделить группу, в которую входит 10 составляющих. А ведь в русском языке происходит то же самое. Мы говорим: «грушевое дерево», при этом понимаем, что это дерево, на котором растут груши, вкусные фруктовые плоды.

Рассмотрим другой не менее интересный пример. Береза в китайском языке звучит следующим образом: 白樹 [báishù] (白[bái] – белый, 樹 [shù] – дерево), т. е. «белое дерево». Здесь делается акцент на таком признаке, как цвет ствола. Более того, в Китае произрастает береза как с белым цветом ствола, так и с черным. Вот она – прозрачность китайского языка! А как произошло наименование березы в русском языке? Иностранцам довольно трудно запомнить слова осина, береза, дуб... Это производная лексика. Все дело в том, что у русского народа очень яркий ассоциативный фон. Для нас береза – это культурный объект. Многие поэты России уделяли особое внимание данному дереву, воспевали его. Вспомним строчки из стихотворения всем известного Сергея Александровича Есенина: «Белая береза под моим окном принакрылась снегом, точно серебром...». Береза очень часто ассоциируется именно с Россией.

Так как мы говорим именно о природном объекте, существуют деревья, которые растут только в Китае. Хотелось бы в качестве примера взять такое дерево, как Давидия. Его называют также «платочным деревом». Все дело в форме листьев, они имеют свернутый вид и светлый оттенок при цветении. Само же название данного дерева входит в состав непроизводной лексики (达维迪亚 [Dá wéi dí yà]).



<https://www.asienda.ru/plants/davidiya/>

Как мы видим, местоположение страны и климатические условия играют важную роль в наименовании природных объектов. Также решающую роль в наименовании играет восприятие этих объектов самим народом, т. е. определенные, культурно обусловленные ассоциации.

Проводя подобные сопоставительные анализы, мы окунаемся в другую культуру. Сравниваем те или иные реалии, находим сходства и отличия с родной культурой. Многие вещи нам изначально понятны, но иногда без помощи носителя нам не обойтись. Причиной тому являются традиции и обычаи, которые закладывались в сознании людей в течение долгих лет.

Таким образом, нам удалось ответить на три главных вопроса, которые мы поставили в начале данного эссе. Действительно, наш мозг работает по аналогии. Каждый предмет обладает определенными характеристиками. Сами же характеристики зависят от восприятия человеком данного предмета. В нашей работе очень важную роль сыграли климат, местоположение страны, культурные стереотипы и отношение человека к природному объекту.

Резункова Ангелина Игоревна

студентка 3-го курса, Направление подготовки: 39.03.01. Социология, Социология в индустрии моды, РГУ им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Ценности являясь своеобразным социальным регулятором поведения, играют важную роль в формировании личности. Они характеризуют направленность, содержание и формы выражения поведения. Ценности влияют на взгляды, позиции и модели поведения представителей общества, закрепляются в социальной и этнической идентичности. Важность выявления ценностей обусловлено тем, что ценности и идеалы обеспечивают интеграцию общества, помогают индивиду осуществлять одобряемый обществом выбор соответствующего поведения в жизненно значимых ситуациях. Ценности означают обобщенные цели и средства достижения этих целей. Чаще всего ценности выполняют роль фундаментальных норм в обществе.

На сегодняшний день является общепризнанным, что формирование семейных духовно-нравственных ценностей, воспитание ценностного отношения к семье лежит в плоскости образования. Особое значение имеет процесс развития семейных ценностей молодежи, так как именно в это время происходит осознание и узнавание себя и других, становление жизненной позиции и основ мировоззрения. Жизнь человека неразрывно связана с семьей. В ней происходит становление и реализация его личности. Именно поэтому формирование семейных ценностей у подрастающего поколения весьма актуально. На разных стадиях жизненного цикла человека его функции и статус в семье постоянно меняются. Так, для ребёнка семья - это источник его интеллектуального, физического, психического, эмоционального развития. Для взрослого человека семья является местом удовлетворения ряда его потребностей, как физических, так и духовных.

Большинство ученых, видных политических и общественных деятелей признают, что молодое поколение во всех странах является резервом для развития, положительных социальных перемен и технологических инноваций. Идеалы, энергичность и широта взглядов молодёжи играют центральную роль в процессе постоянного развития устойчивого общества. Именно поэтому на данный момент существует огромная база исследований относительно данной проблематики.

В 2018 году Ромир провел исследование распределения ценностных ориентаций молодежи России. Аналогичное исследование важнейших ценностей и качеств, которыми руководствуются молодежь России, Ромир проводил в 2012 году. Как выяснилось, за эти годы система ценностей осталась достаточно стабильной. Приоритеты не изменились, но распределение мест в топ-10 стало несколько другим. Список возглавила семья, стоит отметить, что в 2012 году семья находилась

на второй строке списка, уступив первое безопасности. Теперь же ценности поменялись местами. На третьем месте, так же как и в 2012 году, осталась надёжность. Свои позиции сохранила и честность, заняв четвёртое место. На пятую строку рейтинга российская молодежь поместила достаток – эта ценность приобрела большую важность, в сравнении с результатами исследования 2012 года, тогда достаток занимал восьмую позицию.

По результатам другого исследования 2018 года, респондентами которого стала Якутская молодежь, самыми востребованными ценностями молодежи являются: защита семьи, здоровье, понимание и доверие в семье, достижение успеха, настоящая дружба и самоуважение. В то время как наименее предпочитаемыми ценностями являются: религиозность, потакание себе, отвага, терпимость, авторитетность.

В целом для молодежи наибольшую значимость представляют ценности, входящие в группу семейных ценностей, нежели, чем ценности, декларирующие индивидуализм. Возможно, такое распределение ценностных приоритетов обусловлено влиянием ценностей традиционной культуры. У большинства современных студентов, преобладают в целом ценности, отражающие приоритет семейных ценностей и ценностей нравственной направленности.

Библиографический список

1. Галеева А.Н. Семейные ценности молодежи // Вестник КазГУКИ. 2015. №4-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/semeynye-tsennosti-molodezhi> (дата обращения: 14.09.2020).
2. Гурьева Л., Копкарева С. Правовые и политические ценности молодежи // Власть. 2008. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovye-i-politicheskie-tsennosti-molodezhi> (дата обращения: 14.09.2020).
3. Макарова А. П. Ценности студенческой молодежи // Russian Journal of Education and Psychology. 2018. №10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennosti-studencheskoy-molodezhi> (дата обращения: 14.09.2020).

Руслякова М. С. Проблемы социокультурной адаптации и языковой подготовки китайских студентов в российском вузе

Руслякова Мария Станиславовна

студент 1 курса, магистратура, филологический факультет, Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина

Научный руководитель – *Азимов Эльхан Гейдарович*

д. п. н., профессор,

ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина».

Очевидно, что в последние годы политические и экономические отношения между Россией и Китаем способствуют интенсификации межэтнических контактов. Сегодня неудивительно встретить не только туристов из Китая в городах России, но и, с развитием трудовой миграции, - китайских рабочих и бизнесменов. Однако самый высокий процент китайцев, проживающих на территории России, занимают студенты. В эту социальную группу входят студенты, приезжающие на кратковременные языковые курсы, на обучение по обмену, или же на очное обучение по программам бакалавриата и магистратуры.

Обучение в заграничных вузах, в том числе в российских, считается престижным и завидным вариантом для продолжения послешкольного образования. Выбор в пользу российских вузов объясняется улучшающимися отношениями между странами, географическим положением России (Россия граничит с КНР), сравнительно невысокой стоимостью образования. Перечисленные и многие другие факторы становятся причиной, объясняющей стремление китайцев поступить в российские вузы.

Однако по приезду в Россию китайские студенты сталкиваются с определенными бытовыми трудностями и препятствиями в изучении языка и культуры. В их число входят ощущение боли разлуки с родиной, непривычные традиции, обычаи и образ жизни, ситуация социальной нестабильности и, конечно, языковой фактор.

Несомненно, что представители любой конкретной нации, вступая в межэтнические контакты, так или иначе встречаются с трудностями при взаимодействии с людьми, чья культура, образ общения и поведения отличаются от их собственных. В данной научно-исследовательской работе нами будут проанализированы и описаны проблемы социокультурной адаптации и языковой подготовки китайских студентов в российском вузе. Указанная тема представляется нам **актуальной** в связи с ежегодным увеличением числа китайских студентов, поступающих в российские вузы по разным специальностям, и сохраняющимися сложностями в освоении ими русского языка и культуры; **практически значимой**, так как полученные данные и разработанная методика могут быть использованы не только самими студентами, но и их преподавателями для ускорения процесса аккультурации и повышения уровня владения русским языком.

Мы лишь приступаем к исследованию данной темы, но в результате изучения теоретической базы и проведения в дальнейшем психолингвистических экспериментов нам представляются возможным создание новых методик по процессам приспособления к языковой и культурной среде. Методы исследования – анкетирование китайских и российских студентов, тестирование результатов обучения, знакомство с опытом работы различных вузов, изучение российской и китайской литературы по теме исследования.

Необходимо выяснить, какие именно факторы замедляют и усложняют процесс языковой и психологической аккультурации. Безусловно, здесь стоит отметить индивидуальные характеристики, мотивацию, ожидания и жизненный опыт каждого отдельного человека, но есть более общие, свойственные всем представителям одного этноса групповые факторы. Они вытекают из национальной языковой картины мира.

Национальная языковая картина мира – это национальное мировоззрение и мироощущение. Это вербализованное отражение всех представлений и знаний об окружающем мире конкретным этносом. Но ведь местность и условия, в которых проживает какая-либо конкретная народность, уникальны, а значит характеристика и категоризация мира будут различны у представителей различных этносов.

Все аспекты языка обнаруживаются в языковой картине мира. Следовательно, изучение языка предполагает усвоение полной языковой картины мира. Усвоение иностранного языка – усвоение новой национальной языковой картины мира.

У китайцев национальная языковая картина мира отлична от русской. И чтобы проникнуть в чужую национальную языковую картину мира, нужно на время оставить в стороне свою. При этом важно помнить, что механизмы работы мозга при познании мира едины для всех народностей. Существуют одинаковые для всего человечества пропозициональные структуры знания, выделенные Н. Д. Арутюновой, некие абстрактно-логические схемы, в пределах которых проявляется предикативная связанность субъектов и объектов, раскрывающая дискурсивность мыслительной деятельности человека. Заполняют эти схемы пропозиции, ословленные суждения. Пропозиции выявляют основу для номинации, достаточно специфичную для каждой лингвокультуры.

В процессе исследования мы обратимся к пропозиционально-фреймовой методике преподавания русского языка как иностранного, которая исключает простое запоминание слов, а делает процесс обучения осознанным. Такой подход предполагает изучение мотивирующей единицы, связь мотивирующего и мотивированного слова, культурного компонента, обращение к ряду слов, принадлежащих тому же словообразовательному типу. Таким образом, студент не просто изучает новое слово, а осознает глубинные процессы, происходящие в языке; это способствует лучшему запоминанию слов, сближению с культурой и пониманию мыслительных процессов русского человека, предугадыванию его реакции и

поведения. Ведь язык и мышление тесно взаимосвязаны, язык – это форма мысли, как об этом пишет В. фон Гумбольдт.

Согласно гипотезе лингвистической относительности, язык определяет видение мира, влияет на различные виды деятельности людей. Разница восприятия окружающей нас реальности обусловлена языком, на котором говорит народ. Структура языка эксплицирует мышление, а, следовательно, и поведение людей.

Мы ставим себе целью создание наиболее безболезненного и быстрого способа преодоления культурного и языкового шока китайскими студентами, «выхода» из своей национальной языковой картины мира и постижение новой. Мы верим, что разработанная нами методика будет полезна для преподавателей (как китайцев, так и русских), работающих в китайских вузах со студентами, готовящимися поехать на учебу в Россию; поможет обеспечить должную языковую подготовку и подготовку к межкультурному взаимодействию. Также результаты нашего исследования будут актуальны для уже находящихся в России студентов и их преподавателей; они будут включать экспликацию способов повышения адаптивной функции китайских студентов и формирования коммуникативной компетенции. **Научная новизна** исследования заключается в том, что методика преподавания русского языка как иностранного ранее не была описана с точки зрения пропозиционально-фреймового подхода.

Самохвал Г.О. Проблема отсутствия нравственного воспитания молодежи

Самохвал Галина Олеговна

студентка 3-го курса, Направление подготовки: 39.03.01. Социология, Социология в индустрии моды, РГУ им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В условиях современного российского общества проблема нравственного воспитания носит особое значение. Данная проблема является актуальной, так как в условиях современного мира человек живет и развивается, окруженный множеством разнообразных источников сильного воздействия на него как позитивного, так и негативного характера (средства массовой коммуникации и информации). Данные источники ежедневно обрушиваются на неокрепший интеллект и чувства молодого человека, на его формирующуюся сферу нравственности.

Если обратиться к истории, то можно заметить, что это испытали на себе все страны в переходные периоды, во время того когда одна система ценностей либо сама исчерпала себя, либо насильственно уничтожалась, а другая ещё не сформировалась. И чем быстрее и жёстче эти изменения вводились, тем больше ощущались потери в области общественной нравственности. Такой период и пережила Россия в 90-х годах, когда была разрушена государственно-общественная система воспитания детей и молодёжи.¹⁵

В России формирование ценностной системы молодежи носит конфликтный характер, который выражается в несовпадении взаимных ожиданий, как отдельных социальных субъектов, так и общества в целом. Данная тенденция обостряется в условиях того, что старые нормы и ценностные ориентации, господствовавшие ранее в общественном сознании, во многом не соответствует условиям жизни, которые формируются рыночной экономикой, демократизацией общества и т.д.¹⁶

В нравственном воспитании и образовании молодёжи важную роль играют все уровни социальной сферы: семья, народ и государство, школа. Одной из главенствующих основ в воспитании должны быть национальные духовно-нравственные традиции народа. Здесь важную роль играет семья, так как именно семья является ячейкой гражданского общества и призвана передавать от одного поколения к другому духовно-религиозные, национальные традиции и ценности народа.

Также главенствующая роль в воспитании духовно-нравственных качеств возложена на школы. Нельзя оспорить то, что главные личные ценности ребенка формирует семья, но более систематично, более точно, последовательно и доступно

¹⁵ Духовно-нравственное воспитание молодежи. Семейные национальные традиции. - М.: РГСУ, 2014

¹⁶ Чупров, В. И. Молодежь в обществе риска / В. И. Чупров, Ю. А. Зубок, К. Уильмс. - М. : Наука, 2001

духовно-нравственное воспитание ребенок получает в школе. Общеобразовательные учреждения ответственны за формирование будущего поколения, личности человека и гражданина.

Таким образом, задачей образования является вырастить не просто гражданина, а личность духовную. Другими словами это процесс, при котором детей направляют к нравственному идеалу, через приобщение их к нравственным ценностям, пробуждение и развитие нравственных чувств; становление нравственной воли (способности к служению добру и противостояние злу); побуждение к нравственному поведению (к этому можно отнести послушание, служение Отечеству).

Немаловажную роль в духовно-нравственном воспитании молодёжи играет и государство. Приоритетной задачей государства и политического строя является актуализация системы общенациональных ценностей. Духовно-нравственное воспитание должно стать важнейшим приоритетом государственной образовательной политики.¹⁷

Проблема духовно- нравственного воспитания молодёжи присутствует в современном мире, но также существуют и пути ее решения. В результате целенаправленной и скоординированной воспитательно-педагогической работы семьи, политической и образовательной систем и отдельно взятой личности над собой данная проблема может быть исчерпана.

Библиографический список

1. Духовно-нравственное воспитание молодежи. Семейные национальные традиции. - М.: РГСУ, 2014
2. Концепция духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина. Проект / А.Я. Данилюк, А.М. Кондаков, В.А. Тишков // Вестник образования, 2009
3. Чупров, В. И. Молодежь в обществе риска / В. И. Чупров, Ю. А. Зубок, К. Уильмс. - М. : Наука, 2001.

¹⁷ Концепция духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина. Проект / А.Я. Данилюк, А.М. Кондаков, В.А. Тишков / Вестник образования, 2009

Сычева О.Н. Загадочный мир модификационного словообразования в русской и китайской лингвокультурах

Сычева Ольга Николаевна,
студентка 2 курса направления «Лингвистика»
Научный руководитель:
Араева Людмила Алексеевна
доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой стилистики и риторики
Кемеровский государственный университет

Мой научный руководитель дала мне такое задание – написать эссе на тему «Как я вижу свою научную работу?». Сначала я думала, а как же я ее могу увидеть, в каком формате или в каких красках..., ведь тема моей научной работы «Модификационное словообразование в русском и китайском языках», долго думала, весь день. А потом просто в голову пришла мысль. А люди когда-нибудь задумывались над тем, как в других культурах (а в нашем случае в Китае) называют своих детей, любимых? В русском языке любое слово можем превратить в уменьшительно-ласкательное, добавив суффикс –ик \ -онок \ -ёнок, и вуаля, цветок превращается в цветочек, горшок в горшочек, слон в слонёнка, орел – в орленка.. даже чёрта мы можем превратить в чертёнка, а как у китайцев? У них это делается как-то по-другому? Интересно, не правда ли? Можно сказать, что добавляют слово 小 (xiǎo – маленький). А везде так это делают? Меня этим и заинтересовала тема работы, потому что любопытно узнать, как то, что привычно нам здесь, воспроизводится там (в Китае). Давайте попробуем сопоставить русские ласкательные слова и китайские.

В русском языке это будет к примеру:



КОТЁНОК

<https://www.google.com/url?sa=i&url=http%3A%2F%2Fbezkota.ru%2Ftakix-milyx-foto-koshek-vy-eshhene-videli%2F&psig=AOvVaw0wnjEvLevvs1yPeCVsDSR-&ust=1602319096971000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCMi24fSNp-wCFQAAAAAdAAAAABAD>



СЛОНЁНОК

<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fuofa.ru%2Flegkie-slona-50-samyh-interesnyh-faktov-o-slona-slony---chrezvychaino-umnye%2F&psig=AOvVaw2fnzAyEfPCFG76GKCIMELR&ust=1602319270191000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCMijlceOp-wCFQAAAAAdAAAAABAD>

в китайском языке, котенок будет –小猫- xiǎo māo, где (xiǎo -маленький māo -кошка), слоненок-小象 (xiǎo xiàng). Здесь мы видим, что когда мы берем детенышей животного, то в китайском будет фигурировать иероглиф 小 (xiǎo) -маленький, следовательно, слонёнок- детёныш слона. То есть, если в русском языке детеныши животных называются с помощью суффикса –онок / -ёнок, то в китайском языке используется префиксоид 小 (xiǎo)-маленький. Что такое префиксоид? В научной литературе аффиксоиды рассматриваются как переходные явления между суффиксом и префиксом. То есть это лексические единицы, которые, с одной стороны, могут употребляться в речи как самостоятельные слова, а, с другой, - они выполняют роль суффикса либо префикса. С их помощью создаются по аналогии серии слов. Считается, что со временем такие слова перейдут в разряд префиксов либо суффиксов, потому что их лексическое значение затемняется. Вряд ли такое произойдет в китайском языке. В русском языке в таких словах, как *охотовед, краевед, искусствовед* и др., *вед* не используется в качестве самостоятельного слова в речи. Данный элемент можно считать переходным явлением. Это суффиксоид, а вернее – полусуффикс. Полусуффикс не потому, что он наполовину выполняет роль суффикса, а потому, что он пока еще сохраняет свое лексическое значение (ведать), которое со временем может утратиться.

Таким образом, национальная языковая картина мира может рассматриваться на особенностях формального выражения семантики слов, именующих один и тот же предмет неязыковой действительности. Сопоставительный анализ национальных языковых картин мира разных народов позволяет несколько иначе посмотреть на имеющиеся в лингвистической научной литературе концепции. В частности, русисты отмечают, что суффиксоиды и префиксоиды являются переходными явлениями в русском языке, которые со временем перейдут в разряд суффиксов и префиксов. В китайском языке, во всяком случае, на примере наименований детенышей животных мы можем говорить о том, что здесь перехода рассматриваемых префиксоидов в префиксы не произойдет, так как *xiǎo* активно используется самостоятельно в речи китайцев.

Все языки на абстрактном уровне устроены одинаково, что позволяет говорить о едином человеческом языке. Об этом писал Вильгельм фон Гумбольдт. Человек, будь это русский или китаец, познает мир путем категоризации, но смею сказать, что для каждого из них она проявляется по-разному, как и аналогия. Человек сравнивает

предметы и явления, которые необходимо назвать с уже поименованными. Говоря о модификационном словообразовании, мы имеем изначально поименованные слова, но путем добавления суффиксоидов, префиксоидов или суффиксов, префиксов мы как в русском, так и в китайском языках выражаем отношение к окружающей нас действительности. В этом также проявляется отличие модификационного словообразования от мутационного, именно в отношении к миру.

Итак, мы рассмотрели примеры слов со значением невзрослости. В русском эти слова оформляются суффиксом –онок-ёнок, в китайском - префиксоидом xiǎo 小.

А что происходит в словах со значением женскости? Все мы знаем, что категория рода в разных языках обозначается по-разному. В русском языке мы привыкли придавать слову значение женскости, добавляя суффикс.

Например: суффиксы –к/а/, -ш/а/ (*вахтерша, докторша, студентка, секретарша* и тд.) То есть благодаря только суффиксам мы можем разнообразить слова, сделать их более интересными. А как же с китайским? Мы знаем, что в нем отсутствуют категории рода, числа и падежа. Но как тогда показать в слове, что здесь именно женский род? В китайском языке есть префиксоид 女(nǚ), который сам по себе означает женщину, также есть префиксоид 男(nán), означающий мужчину. Поэтому китайцы поступили следующим образом. Если им нужно показать, что это слово со значением женскости, они ставят этот префиксоид в начале слова



女儿- nǚ ér — дочь(nǚ -женщина ér-дочь)

<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.redbubble.com%2Fes%2Fpeople%2Fyewenyi%2Fworks%2F1357600-ni-a-china-con-paraguas&psig=AOvVaw1CUsga9wVklKn-5bT-5ESB&ust=1602320607479000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCKj498Ktp-wCFQAAAAAdAAAAABAD>



(女工) nǚ gōng – работница (nǚ-женщина gōng -работать)

https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fpixonews.com%2Fsociety%2Fportret-kitaya-chast-1.html&psig=AOvVaw31Yjl1zYhRGWVK9IO69dwP&ust=1602320764200000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCMjf_lyUp-wCFQAAAAAdAAAAABAD



女人 nǚ rén - женщина (nǚ-женщина, rén-человек),

https://www.google.com/url?sa=i&url=http%3A%2F%2Fwww.win4000.com%2Fmobile_detail_35447_2.html&psig=AOvVaw2MDGtdVI27AbvoP-95giqZ&ust=1602320843727000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCJil9rKUp-wCFQAAAAAdAAAAABAD



女皇 nǚ huáng — императрица (nǚ-женщина, huáng-император),

<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.exmoo.com%2Farticle%2F28754.html&psig=AOvVaw3dOUXr2gnjsRwiW8rg8ObF&ust=1602320905915000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCKDMnNCUp-wCFQAAAAAdAAAAABAD>



女王 nǚ wáng - королева (nǚ-женщина, wáng-король).

<https://www.google.com/url?sa=i&url=http%3A%2F%2Fwww.philatelly.ru%2Farticle%2Fphilately%2F43277%2Ffiz-gizni-korolevi%2F&psig=AOvVaw2tV9jkuiUFiAT0rRHccP7r&ust=1602320942591000&source=images&cd=vfe&ved=0CA0QjhxqFwoTCNC84-KUp-wCFQAAAAAdAAAAABAD>

Таким образом, можно сделать вывод о том, насколько значима роль префиксоидов в китайском языке, ведь благодаря им, мы сможем узнать родовую принадлежность слова, невзрослость, и не только.

Тихомирова Е.С. Проблема изменения ценностей современной молодежи: их взаимопонимание со старшим поколением

Тихомирова Екатерина Сергеевна

студентка 3-го курса, Направление подготовки: 39.03.01. Социология, Социология в индустрии моды, РГУ им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Ценностные ориентации людей считаются сложным социально-психологическим феноменом, которому уделяется огромное внимание в разнообразных науках во все времена. Главные изменения ценностных установок всегда происходят в молодёжной среде, поскольку данная группа более восприимчива к новому, готова к открытиям и трансформации взглядов. Актуальность проблемы заключается в том, что в период сложных социальных преобразований современного общества между молодёжью и старшим поколением наблюдается колоссальный разрыв ценностных установок и мировосприятия¹⁸.

Основная проблема, связанная с изменениями представлений современного молодого поколения о мире, заключается в том, что оно не имеет конкретных установок и взглядов. Современной молодёжи присущи либеральные воззрения, вольность мнений, а не тот чёткий консерватизм по поводу какой-либо сферы жизни, как у представителей старших поколений¹⁹. Таким образом, между ними возникают разногласия, дискуссии и конфликты, которые касаются разнообразных сфер общественной жизни. Учеными утверждается, что ценностное сознание российской молодёжи отличается неустойчивостью и отсутствием чёткой дифференциации. Это подтверждается данными исследования Е. А. Скриптуновой и А. А. Морозова, которые выяснили, что у современных представителей данной социальной группы не сформировано общее ценностное поле: нет сфер жизни, однозначно значимых или незначимых для большинства²⁰.

Одной из причин возникновения межпоколенных конфликтов служит недостаток взаимопонимания и нежелание принятия ценностей молодёжи более старшим поколением и наоборот. Современная молодёжь считает себя самостоятельной и самодостаточной ячейкой общества, которая утверждает, что является более компетентной по многочисленным вопросам его современного социального, культурного и политического устройства.

Идеологом теории конфликта поколений в XX веке стал Г. Маркузе, который считал его естественным законом²¹. В настоящее время научно-технический,

¹⁸Ларина А.А. Основные ценности современной молодежи // Территория науки. 2015. №5. – С. 32– 38.

¹⁹Щербакова В. П. Трансформация ценностных ориентаций молодежи как показатель ее социальной адаптации // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2013. №3-1. – С. 56 – 67.

²⁰Щербакова В. П. Трансформация ценностных ориентаций молодежи как показатель ее социальной адаптации // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2013. №3-1. – С. 56 – 67.

²¹Дзаеи Хикмат Намук Али Взаимодействие поколений: методология социологического исследования // Гуманитарий Юга России. 2019. №3. – С. 42 – 51.

информационный прогресс и противоречия нравственных интересов усиливают разрыв между поколениями посредством цифровизации сознания молодёжи, меняя их мировоззренческие представления с каждым днём всё больше.

Несмотря на сложность и цикличность проблемы, она, как и любая, имеет способы решения и пути сглаживания. К ним относятся:

- воспитание лояльности к ценностным ориентациям внутри поколений по отношению друг к другу;

- аргументация своей позиции по какому-либо вопросу, а не радикальное отрицание противоположного мнения;

- компромисс нравственных убеждений;

- передача личного опыта как от старшего поколения к молодому, так и от молодого к старшему.

Таким образом, современная жизнь вносит кардинальные коррективы в сознание молодёжи, что оказывает давление не только на них самих, но и на их взаимопонимание со старшими. Необходимо формировать определенный поколенный союз для их устойчивого взаимодействия и взаимоуважения.

Библиографический список

1. Федорова М. Ф. СОЦИОЛОГИЯ КАК НАУКА // Достижения науки и образования. 2020. №4 (58). – С. 32– 38.

2. Исрапилова Зарема Анваровна Динамика ценностных ориентаций современной молодежи (на примере республики Дагестан) // Манускрипт. 2019. №8. – С. 82 – 89.

3. Щербакова В. П. Трансформация ценностных ориентаций молодежи как показатель ее социальной адаптации // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2013. №3-1. – С. 56 – 67.

4. Дзаеи Хикмат Намук Али Взаимодействие поколений: методология социологического исследования // Гуманитарий Юга России. 2019. №3. – С. 42 – 51.

Федоров Юрий Витальевич
студент заочной формы обучения
группы ЗУП-18-19
Научный руководитель:
Дулина Галина Сергеевна
канд. психол. наук, доцент кафедры
клинической и социальной психологии

Глава 1. Теоретические подходы к самореализации и мотивации спортивной деятельности в психологии

1.1 Подходы к определению мотива и мотивации в зарубежных и отечественных работах

Мотивация как психическое явление имеет множество трактовок. Первое – это побуждение к деятельности, для достижения цели, второе – как совокупность мотивов, третье – побуждение, как активность и направленность организма. Кроме того, мотивация рассматривается как процесс психической регуляции конкретной деятельности, как процесс действия мотива и как механизм, определяющий возникновение, направление и способы осуществления конкретных форм деятельности, как совокупная система процессов, отвечающих за побуждение и деятельность[1].

В зарубежной психологии проблема мотивации была рассмотрена психологами разных школ:

Психоанализ. З. Фрейд считал, что мотивацию формируют биологические инстинкты: инстинкт жизни (половая потребность и физические потребности) и смерти (агрессия, мазохизм, самообвинение, самоуничтожение).

Бихевиоризм. Основой активности индивида, с точки зрения бихевиоризма, является некоторая потребность, нужда организма, вызванная отклонением физиологических параметров от оптимального уровня. Здесь важно обратить внимание на то, что речь идет только о физиологических нуждах человека, которые по своему содержанию мало отличаются от потребностей животных. Основой любой активности человека, таким образом можно считать потребности пить, есть, испытывать сексуальное удовлетворение, находиться в нормальных температурных условиях. По мнению большинства классических бихевиористов, основным механизмом мотивации является стремление организма снять, снизить напряжение. Вызванное возникшей нуждой, вновь привести значения физиологических показателей в норму. Данный механизм носит название принципа гомеостаза – при отклонении от нормы система предпринимает некоторые действия с тем, чтобы

вернуться в исходное состояние, если же все показатели находятся в пределах нормы, система ничего не делает. Иначе говоря, человек начинает проявлять активность только, когда у него существует некоторая физиологическая нужда (потребность), после же того, как потребность удовлетворена (напряжение снято), соответствующая активность прекращается.

Если та или иная форма поведения привела к снятию напряжения. К удовлетворению некоторой потребности, то вероятность воспроизведения этой формы поведения в дальнейшем (при возникновении соответствующей нужды) растет (закон эффекта), и наоборот, если удовлетворение не наступило, то вероятность повторения данного действия уменьшается.

Специфика поведения определяется не потребностью самой по себе, а особенностями среды, подкреплением. Таким образом, способ поведения не связан однозначно с той потребностью, на удовлетворение которой он направлен – поведение формируется под влиянием факторов среды, определяется структурой подкреплений. А вызывается наличием физиологической нужды типа жажды, голода, сексуальной депривации.

Гештальтпсихология. К.Левин. рассматривал только ситуативное проявление мотивации. Поведение и деятельность человека определяется его внутриспсихологическими потребностями и мотивами. Поэтому по мнению Левина психология должна изучать закономерности формирования и проявления мотивов. Он опирался на целостность психического отражения. В результате чего возникла теория поля. Теория Поля Курта Левина. Левин исходил из положения, что основой чел активности в любых ее формах являются потребности. Образующиеся в актуальной ситуации в связи с принятыми намерениями, целями, они и направляют активность чел. Потребность создает в личности систему напряжения, стремящуюся к разрядке и удовлетворению потребности. Разрядка потребности осуществляется в определенной ситуации, называемой Левином психологическим полем.

Гуманистическая психология. А. Маслоу описал человека как «желающее существо». Человек имеет множество потребностей, которые он хочет удовлетворить. Удовлетворяя одни потребности, человек поднимается на другую ступень развития, стремясь к самоактуализации.

Когнитивные теории мотивации. Люди получают информацию о мире сохраняют ее, перерабатывают и преобразуют, получая знания, представления, мнения о происходящем во внешнем мире, о причинах и следствиях. Затем эта переработанная информация влияет на внимание и поведение людей. Знания – это не просто информация, она всегда связаны с эмоциями. Представления человека о мире программируют и не просто направляют, а проектируют будущее поведение. Поведение зависит от представлений человека. Если представление меняется, то возможно и изменение поведения человека.

Когнитивные теории мотивации получили свое развитие в работах Л.

Фестингера, который разработал теорию когнитивного диссонанса. Когнитивный диссонанс – это противоречие между двумя или несколькими когнициями. Когниция – это познание, выраженное в форме эмоций, убеждения, ценности, поступков по поводу окружающей среды, себя или собственного поведения. Диссонанс – это состояние дискомфорта. Личность стремится избавиться от этого состояния и восстанавливает внутреннюю когнитивную гармонию. Это стремление является фактором, которое мотивирует поведение человека и его отношение к миру.

Когнитивный диссонанс мотивирует, требует своего уменьшения, приводит к изменению отношений, а в итоге – к изменению поведения. Рассмотрим два наиболее известных эффекта, связанных с возникновением и снятием когнитивного диссонанса. Один из них возникает в ситуации поведения, противоречащему оценочному отношению человека к чему-либо. Если человек добровольно соглашается сделать что-либо. Несколько несоответствующее его убеждениям, мнению. И если это поведение не имеет достаточного внешнего оправдания (например, вознаграждения), то в дальнейшем убеждения и мнения меняются в сторону большего соответствия поведению. Если, например, человек согласился на поведение, идущее несколько вразрез с его нравственными установками, то следствием этого будет диссонанс между знанием о поведении и нравственными установками, а в дальнейшем последние изменятся в сторону понижения нравственности.

Детальный анализ потребностей человека позволил выделить два основных направления в сфере теорий мотивации: процессуальные и содержательные.

Особенности содержательного направления мотивации основан на анализе потребностей человека и методах их систематизации. Изучается влияние внутренних эмоционально-волевых импульсов на формирование особенностей поведения личности. К ним можно отнести теории следующих авторов Герцберг, МакКлелланд, Альдерфер. По теории мотивации ERG Альдерфера все потребности можно отнести к 3 группам: существование, связи и рост. Разницей между этой теорией мотивации человека от теории Маслоу состоит в том, что Маслоу признавал только однонаправленное движение от низших к высшим потребностям. Теория МакКлелланда утверждает, что на протяжении жизни человек можно приобретать потребности достижения, соучастия и властвования и одна из них имеет сильное влияние на его характер и поведение. Теория Герцберга рассматривает влияние материальных и нематериальных факторов на становления личности и ее деятельность[3].

Процессуальное направление. Эти теории мотивации рассматривают потребности и характер деятельности, направленные на достижение желаемой цели. К ним можно отнести теории следующих авторов: теория ожиданий Врума, теория равенства Адамса, модель Портера-Лоулера.

Теория ожидания Врума, где говорится, что уровень мотивации зависит от потребностей человека и от его стараний. Нужно быть твердо уверенным, что

выбранный вами подход будет результативным и поможет достичь цели. Теория равенства Адамса состоит в том, что человек склонен сравнивать результат определенных действий с результатом других людей, которые попали в похожие жизненные обстоятельства. Поскольку эта теория человеческой мотивации является субъективной, то кроме справедливой оценки человек может недооценить или переоценить полученный другими результат. Модель Портера-Лоулера сочетает элементы работ Врума и Адамса[10].

В отечественной психологии мотивы рассматриваются в связи с изучением структуры человеческой деятельности и сознания. Мотивы приобретают конкретизацию в потребностях и «опредмечиваются», в свою очередь люди направляют туда всю активность. Одной из форм существования мотивов - это вещественные предметы, удовлетворяющие физические потребности человека. Другими мотивами могут быть идеальные объекты. Деятельность человека обычно побуждается несколькими одновременно действующими мотивами, один из которых становится ведущим, придающим деятельности особый личностный смысл. Под мотивацией понимают побуждения, вызывающие активность организма и определяющие ее направленность, механизмы и причины.

По своим проявлениям и функциям в регуляции поведения мотивирующие факторы можно разделить на три класса:

- 1) потребности и инстинкты как источники активности;
- 2) мотивы как причины, определяющие выбор тех или иных актов поведения;
- 3) эмоции, субъективные переживания, установки как механизмы регуляции динамики поведения[6].

По мнению А. Н. Леонтьева, функцию мотива могут обретать даже промежуточные средства. Леонтьевым был открыт и изучен феномен «сдвига мотива на цель». Примером может служить учеба как самоцель. Возможен и обратный процесс генерализации мотивирующих факторов: на основе ценностной причастности к каким-либо событиям или сопереживания другим людям мотивационное значение и высокую личностную значимость могут приобретать обобщенные социальные ценности, системы убеждений и нравственных норм, а также события, прямого отношения к жизни человека не имеющие. Б. С. Братусь выделяет три уровня:

- 1) личностный (личностно-смысловой): создание и поиск смыслов, нахождение общего смысла жизни, отношение к себе и другим людям;
- 2) индивидуально-исполнительский (индивидуально-психологический уровень реализации): направленность на поиск и способы реализации смысловых образований в конкретных сложившихся условиях;
- 3) психофизиологический как выражение роли биологической, нейрофизиологической базы актуализации потребностей человека, характеризующий особенности строения и динамики функционирования психических процессов[7].

Е.П. Ильин считал, что мотивация - это внутренняя детерминация поведения и деятельности, которая, конечно же, может быть обусловлена и внешними раздражителями, окружающей человека средой. Но внешняя среда воздействует на человека физически, в то время как мотивация - процесс психический, преобразовывающий внешние воздействия во внутреннее побуждение. По мнению Е.П. Ильина, границы мотива определяются потребностью, с одной стороны, намерением - с другой стороны.

Процесс формирования мотива - первичный этап любого мотивационного процесса.

Стадии формирования мотива по Е.П. Ильину:

- стадия возникновения абстрактного мотива. Возникновение потребности приводит к процессу осознания нужды и проявление чувств. Появляется абстрактный мотив в виде образа обобщённого предмета удовлетворения потребности.

- этап поисковой активности. Обобщённый образ конкретизируется и рассматривается каждый из этих предметов с точки зрения условий достижения цели, интересов, желаний, склонностей, с точки зрения учёта возможностей, нравственного контроля. Происходит формирование мотивационных установок.

- выбор конкретной цели и формирование намерений. Формируется образ результата удовлетворения потребности, выбирается путь для достижения результата. Всё это формирует образ цели и намерение.

Мотивационная установка – это готовность реагировать определённым образом на предмет удовлетворения потребности, реагировать эмоционально[2].

Исходя из выше изложенных положений, можно сделать следующие выводы:

1. В психологии проблема мотивации была рассмотрена психологами разных школ: психоанализом, гештальтпсихологией, бихевиоризмом, гуманистической психологии, когнитивной психологией и культурно-деятельностной психологией.

2. На данный момент можно выделить два основных направления в сфере теорий мотивации: процессуальные и содержательные.

3. Особенности содержательного направления мотивации основан на анализе потребностей человека и методах их систематизации. Изучается влияние внутренних эмоционально-волевых импульсов на формирование особенностей поведения личности.

4. Процессуальное направление. Эти теории мотивации рассматривают потребности и характер деятельности, направленные на достижение желаемой цели.

5. В отечественной психологии мотивы рассматриваются в связи с изучением структуры человеческой деятельности и сознания.

1.2 Психологические подходы к понятию мотивации спортивной деятельности

Мотив (лат. moveo — двигаю) — это материальный или идеальный предмет, достижение которого выступает смыслом деятельности. Впервые термин "мотивация" употребил в своей статье А. Шопенгауер в статье «Четыре принципа достаточной причины» (1900-1910). Этот термин имеет различные трактовки. По В.К. Вилюнасу мотивация - это совокупная система процессов, отвечающих за побуждение и деятельность. А К.К. Платонов считает, что мотивация- это психическое явление, как совокупность всех мотивов. Мадсен рассматривал мотивацию, как совокупность факторов, поддерживающих и направляющих, т. е. определяющих поведение. [11]

Мотив — основное и важное понятие в психологической теории деятельности, разрабатывавшейся ведущими советскими психологами А.Н. Леонтьевым и С.Л. Рубинштейном. Наиболее простое определение мотива в рамках этой теории: «Мотив — это опредмеченная потребность».

В спортивной деятельности особое место занимает мотивация, которая побуждает человека к занятию спортом. Структура мотивации образуют потребности, мотивы и цели спортивной деятельности. Потребность, или ощущение человеком нужды в чем-либо, нарушение гармонии человека с окружающей средой. Психологически это появление внутреннего напряжения и дискомфорта, потребность пробуждает так называемую поисковую активность. При удовлетворении потребности напряжение уходит. Потребности могут быть удовлетворены различными способами. Люди могут сами выбирать способы которые могут ограничиваться конкретными условиями жизни. Часто именно так, спонтанно, происходит выбор спортивной деятельности как способа удовлетворения сначала, может быть, только одной, а затем - целого комплекса потребностей. Г.Д. Горбунов включает в этот комплекс следующие потребности:

- 1) потребность в деятельности и активности;
- 2) потребность в движении;
- 3) потребность в реализации рефлексов цели и свободы;
- 4) потребность в соперничестве, соревновании, самоутверждении;
- 5) потребность быть в группе, общаться, потребность в новых впечатлениях и др.

Мотивация спортивной деятельности определяется как внутренними, так и внешними факторами, меняющими свое значение на протяжении спортивной карьеры.

Мотивация спортивной деятельности определяется Р.А. Пилюном [10] как «...особое состояние личности спортсмена, служащее основой для постановки и осуществления целей, направленных на достижение максимально возможного на данный момент спортивного результата». Мотивация влияет на характер всех процессов спортивной деятельности от физиологических до психологических

Важной особенностью спортивной мотивации является ее прямое влияние на соревновательный результат.

Многие авторы пытались классифицировать мотивы занятием спортом их на основе разных критериев. На протяжении всей спортивной карьеры мотивы спортсменов меняются, идет смена иерархий мотивов (мотивы меняют друг друга, одни доминируют, а другие идут на задний план).

Е.П. Ильин отмечает, что на начальном этапе (у новичков, начинающих спортсменов) причинами прихода в спорт (независимо от вида деятельности, то есть вида спорта) могут быть:

1) стремление к самосовершенствованию (укрепление здоровья, улучшение телосложения, развитие физических и волевых качеств);

2) стремление к самовыражению и самоутверждению (желание быть не хуже других, быть похожим на выдающегося спортсмена; стремление к общественному признанию; желание защищать честь коллектива, города, страны, быть привлекательным для противоположного пола);

3) социальные установки на спорт, стремление сохранить семейные спортивные традиции, желание быть готовым к труду и службе в армии);

4) удовлетворение духовных и материальных потребностей (стремление чувствовать себя членом референтной спортивной команды или спортивной школы, общаться с товарищами, получать новые впечатления от поездок по городам и странам, желание получить материальные блага).

Каждая из перечисленных причин имеет для конкретного спортсмена большую или меньшую действенность в связи с его ценностными ориентациями. Однако некоторые мотивы являются ведущими для большинства спортсменов-новичков: удовольствие, получаемое от занятий спортом, стремление к здоровью и физическому развитию, к общению, к самоактуализации и развитию волевых качеств[2].

В.И. Тропников, изучая мотивы занятия спортом, выделил следующие: общения, материальных благ, развития характера и психических качеств, физического совершенства, улучшения самочувствия и здоровья, эстетического удовольствия и острых ощущений, приобретения полезных для жизни умений и знаний, потребность в одобрении, повышение престижа, желание славы, коллективистская направленность, познания.

И.Г. Келишев выделяет мотив внутригрупповой симпатии как начальный мотив занятий спортом. Опросив около 900 спортсменов с большим стажем и высоким уровнем мастерства, он выявил, что на начальном этапе спортивной карьеры этот мотив занимал у них важнейшее место. Сущность его выражается в желании детей и подростков заниматься каким-либо видом спорта ради того, чтобы постоянно находиться в среде своих товарищей и сверстников, то есть, чтобы быть вместе и постоянно вступать в контакты друг с другом. Их удерживает в спортивной секции не столько стремление к высоким результатам и даже не интерес к данному виду

спорта, сколько симпатии друг к другу и общая для них потребность в общении.

Ю.Ю. Палайма выделил две группы спортсменов, различающихся по доминирующему мотиву. В первой группе, условно названной «коллективистами», доминирующими являются общественные, моральные мотивы. Во второй группе — «индивидуалистов» — ведущую роль играют мотивы самоутверждения, самовыражения личности. Первые лучше выступают в командных, а вторые, наоборот, — в личных соревнованиях.

Общественный мотив характеризуется осознанностью общественной значимости спортивной деятельности; спортсмены с доминированием этого мотива ставят перед собой высокие перспективные цели, они увлечены занятиями спортом. Мотив самоутверждения характеризуется чрезмерной ориентацией спортсменов на оценку своих спортивных результатов. Достижение высоких спортивных результатов возможны только при правильном соотношении общественного и индивидуального мотивов. Пренебрежение одним из них, игнорирование того либо другого мотива одинаково приводит к негативным результатам.

Доминирование мотивов подтверждают данные Е.Г. Знаменской: спортсмены со спортивно-деловой мотивацией проявляют большую увлеченность занятиями спортом; спортсмены же, у которых доминирует личностно-престижная мотивация, чрезмерно ориентированы на оценку своих спортивных результатов, проявляя постоянную озабоченность личным самоутверждением. Это приводит к неадекватной самооценке, к эмоциональной неустойчивости в экстремальных условиях соревнований.

Многие авторы связывают спортивные достижения и отношение к занятиям спортом с мотивом достижения. Например, Л.П. Дмитриенкова показала, что гимнастки, имеющие высокий уровень мотива достижения успеха, имеют хорошо осознанные цели и не только стремятся достичь высоких результатов и утвердиться в роли лидера, но и обладают хорошо развитым чувством долга, ответственности перед тренером и товарищами по команде. Для гимнасток с низкой потребностью достижения успеха, наоборот, характерно отсутствие четко поставленных целей, в связи с этим у них преобладают более опосредованные мотивы занятий спортом: любовь к гимнастике, эстетическое наслаждение, получаемое в процессе занятий и т. д.

Л.П. Дмитриенкова делает вывод, что у высококвалифицированных спортсменов мотив достижения успеха выражен сильнее, чем у спортсменов средней квалификации.

Ю.Ф. Курамшин выявил роль для отсева различных мотивов прихода детей в спорт. Реже всего покидали спортивную секцию при мотивах: хочу быть похожим на знаменитого спортсмена (в избранном виде спорта), нравится данный вид спорта. Остальные мотивы прихода в секцию (пригласил тренер, хочу стать мастером спорта, чемпионом мира, хочу быть здоровым, сильным, ловким и т. д.) не обеспечивали устойчивость мотива занятий данным видом спорта.

Данные Р.А. Пилюяна, показывают, что соотношение между духовными потребностями (самовыражение, самоутверждение, исполнение общественного долга) и материальными с возрастом и, соответственно, со спортивным стажем существенно изменяется. У подростков и юношей наблюдается значительное превалирование духовных потребностей над материальными, а в конце спортивной карьеры начинают превалировать материальные потребности. Характерно, что наибольшая выраженность тех и других потребностей наблюдается в юниорском возрасте, что связано с переходом спортсменов к самостоятельной жизни, то есть с новым этапом взросления[4].

А.В. Шаболтас изучала мотивы спортивной деятельности у юных спортсменов в возрасте 10-17 лет и показала, что возрастная динамика формирования мотивов проходит две стадии. Первая — «принятие» социально-постулируемых, одобряемых социальным окружением, целей занятия спортом. Вторая — формирование отношения к спорту на основе личностного смысла: что побуждает данного спортсмена заниматься спортом. Далее автор отмечает, что структурирование мотивов (причин занятий спортом) начинается после двух - трех лет занятий, независимо от возраста: у пловцов и гимнасток этот процесс наблюдается уже в 10-летнем возрасте, а у представителей других специализаций (у которых начало занятий приходится на более старший возраст) — в 13 - 14 лет[5].

А.В. Шаболтас установила также определенную этапность в развитии мотивов: сначала мечта о высоких достижениях, затем эмоциональное отношение к спортивной деятельности, удовольствие от нее, наконец, определенная прагматичность и рациональность отношения к выполняемой деятельности. На предпочтительность и структурирование мотивов оказывает влияние фактор пола спортсменов. Для девушек более значимы мотивы социально-эмоциональный (стремление к тренировкам и соревнованиям ввиду их высокой эмоциональности, неформальности общения, социальной и эмоциональной раскованности) и эмоционального удовольствия (мотив, отражающий радость движения и физических усилий), для юношей — социально-моральный (стремление к успеху своей команды, ради которого надо тренироваться, иметь хороший контакт с партнерами, тренером) и социального самоутверждения (стремление проявить себя, выражающееся в том, что достигаемые успехи рассматриваются и переживаются с позиции личного престижа, как возможность заслужить уважение знакомых и зрителей). Незначимыми для юношей и девушек оказались мотивы физического развития и подготовки к профессиональной деятельности[12].

Исходя из выше изложенных положений, можно сделать следующие выводы:

1. В спортивной психологии структура мотивации включали потребности, мотивы и цели спортивной деятельности.
2. Мотивация спортивной деятельности определяется как внутренними, так и внешними факторами, меняющими свое значение на протяжении спортивной карьеры.

3. Ю.Ю. Палайма выделил две группы спортсменов, различающихся по доминирующему мотиву. В первой группе, условно названной «коллективистами», доминирующими являются общественные, моральные мотивы. Во второй группе — «индивидуалистов» — ведущую роль играют мотивы самоутверждения, самовыражения личности.

4. Многие авторы связывают спортивные достижения и отношение к занятиям спортом с мотивом достижения. Спортсмены у которых высокий уровень мотива достижения успеха, имеют хорошо осознанные цели и не только стремятся достичь высоких результатов и утвердиться в роли лидера, но и обладают хорошо развитым чувством долга, ответственности перед тренером и товарищами по команде.

5. На протяжении всей спортивной карьеры мотивы спортсменов меняются, идет смена иерархий мотивов.

6. Можно выделить этапность в развитии мотивов занятием спорта: сначала мечта о высоких достижениях, затем эмоциональное отношение к спортивной деятельности, удовольствие от нее, наконец, определенная прагматичность и рациональность отношения к выполняемой деятельности

1.3 Социально-психологические подходы к мотивации

Социально-психологический подход к мотивации позволяет определить взаимосвязь личностного и социального контекстов деятельности. А так же определяет роль и соотношение которые определяют мотивацию достижения в социальных ситуациях. Данный подход позволяет выявлять наиболее важные личностные и ситуативные факторы, актуализирующие мотивацию достижения, и разработать путь формирования достижение успеха[18].

У человека есть два разных мотива, функционально связанных с деятельностью, направленной на достижение успеха. Это — мотив достижения успеха и мотив избегания неудачи. Занимаемое положение в социуме зависит от доминирования этих мотивов. Люди, у которых доминирует стремление к достижению успехов добиваются больше благ и успеха в обществе, чем те, у кого оно выражено слабо или отсутствует. Н. И. Конюхов определяет мотивацию достижения как выработанный в психике механизм достижения, действующий по формуле: мотив "жажда успеха" — активность — цель — "достижение успеха". Мотив достижения отражает потребность личности достижение желаемого результата, не взирая на трудности, а мотивация избегания неудачи рассматривается как выработанный в психике механизм избегания ошибок, неудач, нередко любыми путями и средствами. Для личности, с преобладанием мотивации избегания неудач, не допущение ошибок[17].

Одна из таких теория В. Вайнера достижение успеха в деятельности. Согласно ей всевозможные причины успехов и неудач можно оценивать по двум параметрам: локализации и стабильности. Первый из названных параметров характеризует то, в

чем человек усматривает причины своих успехов и неудач: в самом себе или в независимо от него сложившихся обстоятельствах. Стабильность рассматривается как постоянство или устойчивость действия соответствующей причины. Различные сочетания этих двух параметров определяют следующую классификацию возможных причин успехов и неудач:

1. Сложность выполняемого задания (внешний, устойчивый фактор успеха).
2. Старание (внутренний, изменчивый фактор успеха).
3. Случайное стечение обстоятельств (внешний, неустойчивый фактор успеха).
4. Способности (внутренний, устойчивый фактор успеха).

Важной особенностью мотивации человека является двухмодальное строение: положительное и отрицательное. Эти две положительные и отрицательные модальности побуждения проявляются в виде эмоциональных переживаний: удовлетворения и страдания. Важное значение эмоций заключается в том, что благодаря им человек переосмысливает прошлое, планирует будущее. Эмоции играют важную роль в жизни и деятельности человека. По мнению Вилюнаса В.К., эмоции успеха — неуспеха служат в качестве "универсального механизма, который подключается к процессу регуляции деятельности и на основе накапливаемого опыта оповещает индивида о достижимости целей и оправданности активности" [17].

Ф. Хоппе в своей работе посвященной «успеху и неудаче» выделил такое понятие, как уровень притязаний которая играет важную роль в мотивации. Под этим понятием в исследовании мотивации имеется в виду:

1) сообщаемую экспериментатором испытуемому целевую установку по отношению к уже известной, более или менее освоенной и снова решаемой задаче, причем сама эта установка (цель) внутренне принимается испытуемым»

2) свойство индивида, играющее решающую роль в самооценке имеющихся способностей и достигнутых результатов.

В качестве предикторов мотивации достижений рассматриваются такие понятия, как локус контроля, причинные атрибуты, изученная беспомощность, самооэффективность, тип идей о способностях. Поведенческий анализ описывал только внешние условия стимуляции поведенческих проявлений мотивации, такие как настойчивость и готовность преодолевать трудности, и этот подход вскоре стал неадекватным.

Атрибутивный подход фокусирует внимание на том, как люди понимают, что с ними происходит, а именно, как они объясняют то, что они наблюдают и переживают. Когнитивное объяснение причин является частью процесса мотивации, оно оказывает решающее влияние на поведение.

Единая теория атрибуции не разработана, хотя теоретические подходы основаны на работе Ф. Хайдера по восприятию в межличностных отношениях. Хайдер различает феноменальное и причинное описание воспринимаемого. Феноменальное описание охватывает воспринимаемое непосредственно и причиняет его эмоциональные состояния, желания, мотивацию.

Второй подход к мотивации выводов, сделанных людьми о ситуации с достижением, адресован анализу достижений. Атрибутивная теория изучает, как люди высказывают суждения о поведении кого-либо или о том, как они связывают причины с поведением. Связь с способностью, усилием, сложностью задачи, удачей и другими атрибутами особенно важна для определения будущей мотивации к достижению.

Важным дополнением к теории атрибуции была концепция внутреннего и внешнего контроля усиления, предложенная Дж. Роттером в середине 1960-х годов. У некоторых людей есть постоянное ощущение, что все, что с ними происходит, определяется внешними силами, в то время как другие считают, что с ними происходит в значительной степени в результате собственных усилий и способностей.

На данный момент современные психологи выяснили следующее: хорошая самооценка напрямую связана с мотивацией. Был сделан вывод, что здоровая самооценка не идёт от мотивации и достижений, всё с точностью наоборот: здоровая самооценка повышает мотивацию, другими словами мотивация идёт от самооценки.

Исследования мотивации берут за основу теорию самоопределения По Деси и Райана. Согласно ей люди по природе мотивированы на изучение и развитие, но это естественное качество может как увеличиваться, так и уменьшаться под воздействием внешних факторов. В первую очередь, речь идёт о семье, обществе и культуре. По теории самоопределения мотивация бывает внутренняя и внешняя. [17]

Мотивационный процесс невозможно представить без осознания и анализа ценностей, образующих смысл жизни и деятельности каждого человека и определяющих его мотивационную сферу.

Так, Л. Харрисон предлагает четыре параметра анализа ценностей:

- радиус доверия или чувство общности;
- строгость этической системы;
- способ реализации власти.

К. Харский предложил выделять следующие ценности: идеологические, материальные, эмоциональные и витальные ценности.

Ценностная структура личности формирует мотивационную систему и тип личности. На основании ценностной структуры личности выделяются следующие мотивационные типы личности.

1. Пассивно-адаптивная модель мотивации характеризуется низким уровнем развития трудовой активности, выжидательно-пассивным поведением работника, использующего свои способности и инициативу фрагментарно. Мотивация такого человека сильно зависит от внешнего стимула.

2. Латентная модель мотивации характеризуется в целом позитивной мотивацией в трудовой деятельности, осознанием личностью общественно значимой ценности трудового поведения. Однако позитивная мотивация не проявляется в

высоком качестве деятельности и не сопровождается привлечением и реализацией личностных резервов в практике производства.

3. Инструментальная модель мотивации характеризуется отсутствием высоких мотивов участия в труде, однако достаточно сильны мотивы материальной заинтересованности, которые позволяют обеспечить высокую результативность деятельности. Ценностная составляющая личности характеризуется целостностью и системностью, при этом материальная составляющая определяет вектор поведения человека в трудовой деятельности.

4. Самодеятельная модель мотивации характеризуется высокой ориентацией на содержание труда как результата осознанного выбора профессии и развитие способности к данному виду трудовой деятельности, творчеству. Отмечаются высокие количественные и качественные результаты производственной деятельности, сопровождающиеся высокой мотивированностью работника в процессе труда. Ценностная структура личности характеризуется целостностью и структурированностью.

Ценностная структура личности формируется под воздействием социализации. Но она целиком не определяется условиями социализации. Наблюдения за сотрудниками, действующими в одинаковых условиях, подтверждают индивидуальный характер мотивационно-ценностной структуры личности. В психологии выделяются факторы, обуславливающие индивидуальный характер деятельности в зависимости от мотивационно-ценностной структуры личности:

-фактор индивидуализации: поведение человека минимально согласуется с действиями большинства людей в одной и той же ситуации. Мотивация человека может быть разнонаправленной ;

-фактор стабилизации: поведение человека согласуется с поведением большинства людей в группе и стабильно по отношению к определенным ситуациям. Мотивационная составляющая личности согласуется с применяемыми стимулами, и прогностичность поведения такого человека довольно высокая;

-фактор времени: поведение человека характеризуется прошлым опытом. Прогнозирование поведения личности связано с позитивным или негативным прошлым опытом.

Таким образом, мотивационная активность личности связана с двумя группами факторов: внешними, зависящими от ситуации и внутренними, зависящими от личностных позиций. Именно вторая группа факторов связана с ценностными составляющими личности. В любом случае при выборе модели поведения человек руководствуется как внешними, так и внутренними факторами. Под внешними факторами понимаются правила, традиции и нормы социума, которые человек усваивает в процессе социализации. Внутренние факторы формируются на основе

личного опыта человека в сопоставлении с традициями и нормами, принятыми в социуме. Примерами внутренних факторов являются установки, стереотипы[20].

Исходя из выше изложенных положений, можно сделать следующие выводы:

1. Социально-психологический подход к мотивации позволяет определить взаимосвязь личностного и социального контекстов деятельности. А так же определяет роль и соотношение которые определяют мотивацию достижения в социальных ситуациях.

2. У человека есть два разных мотива: мотив достижения успеха и мотив избегания неудачи. Занимаемое положение в социуме зависит от доминирование этих мотивов.

3. Уровень притязаний которая играет важную роль в мотивации. Свойство индивида, играющее решающую роль в самооценке имеющихся способностей и достигнутых результатов.

4. Атрибутивный подход фокусирует внимание на том, как люди понимают, что с ними происходит, а именно, как они объясняют то, что они наблюдают и переживают. Когнитивное объяснение причин является частью процесса мотивации, оно оказывает решающее влияние на поведение.

5. По теории самоопределения самооценка напрямую связана с мотивацией. Был сделан вывод, что здоровая самооценка не идёт от мотивации и достижений, всё с точностью наоборот: здоровая самооценка повышает мотивацию, другими словами мотивация идёт от самооценки.

6. Ценностная структура личности формирует мотивационную систему и тип личности. Мотивационный процесс невозможно представить без осознания и анализа ценностей, образующих смысл жизни и деятельности каждого человека и определяющих его мотивационную сферу.

7. Мотивация может быть внутренней и внешней

Вывод по главам. Каждая психологическая школа разрабатывала свою теорию мотивации: психоанализ, гештальтпсихология, бихевиоризм, гуманистическая психология, когнитивная психология и культурно-деятельностная психология.

На данный момент можно выделить два основных направления в сфере теорий мотивации: процессуальные и содержательные. Особенности содержательного направления мотивации основан на анализе потребностей человека и методах их систематизации. Изучается влияние внутренних эмоционально-волевых импульсов на формирование особенностей поведения личности. Процессуальное направление. Эти теории мотивации рассматривают потребности и характер деятельности, направленные на достижение желаемой цели.

Отечественная психология мотивацию рассматривает как сложный много уровневый регулятор жизнедеятельности человека, его поведения и любой деятельности, который имеет свою структуру. Высшим уровнем этой регуляции является сознательно волевой уровень. Это концепция повлияла и на спортивную психологию. В спортивной деятельности у наших ученых особое место занимает

мотивация, которая побуждает человека к занятию спортом. Структура мотивации образуют потребности, мотивы и цели спортивной деятельности. Мотивация деятельности определяется как внутренними, так и внешними факторами, меняющими свое значение на протяжении жизни. К деятельности человека побуждают, как правило, несколько мотивов, которые образуют иерархию мотивов. Одни мотивы в этой системе имеют ведущее значение и большую побудительную силу а, влияние других мотивов меньшее: они имеют слабую побуждающую силу и пребывают внизу иерархии мотивов. Иерархия мотивов меняется на всем протяжении жизни.

Социально-психологический подход к мотивации позволяет определить взаимосвязь личностного и социального контекстов деятельности. У человека есть два разных мотива: мотив достижения успеха и мотив избегания неудачи. Занимаемое положение в социуме зависит от доминирования этих мотивов. Так же уровень притязаний - это свойство индивида, играющее решающую роль в самооценке имеющихся способностей и достигнутых результатов, играет важную роль образования мотивации. По теории самоопределения самооценка и ценностная структура личности напрямую связаны с мотивацией.

Таким образом, множество авторов дают различные определения понятию мотивации. Рассматривая мотивацию как динамический аспект поведения, с помощью которого человек вступает в контакт, в отношении с окружающей его средой. Более конкретно, мотивация представляет собой активный процесс направления поведения к предпочитаемым ситуациям и объектам. Мотивы же оказывают огромное влияние на поведение человека как личности и на его социальную роль. Они выступают в сознании человека как цель, на которую направлено, в конечном счете, поведение.

Глава 2. Эмпирическое исследование мотивации в спортивной деятельности

2.1 Описание исследования

Гипотеза исследования: мотивация физкультурно-спортивной деятельности выражена по-разному у спортсменов, занимающихся рукопашным боем, в зависимости от возраста.

Выборка для исследования. В исследовании приняли участие 30 мужчин-спортсменов, занимающиеся рукопашным боем, в возрасте от 14 до 58 лет. Выборку разделили на две группы до 28 лет и после 28 лет:

1 группа – от 14 до 27

2 группа – от 28 до 58

Для достижения поставленной цели и решения задач были использованы методы наблюдения, опроса и математической корреляции. В рамках тестирования были использованы следующие методики:

1.Методика «Изучение мотивов занятий спортом» разработана В. И. Тропниковым

Цель: для выяснения степени важности различных причин (ситуаций, обстоятельств), которые побудили и побуждают спортсмена продолжать заниматься выбранным им видом спорта. Методика состоит из 109 высказываний которые требуется оценить от 1 до 5 баллов в зависимости от степени значимости для испытуемого (ПРИЛОЖЕНИЕ А).

2.Разработанная А.В. Шаболтас методика «Мотивы занятий спортом» (ПРИЛОЖЕНИЕ Б).

Цель: методика предназначена для выявления доминирующих целей (личностных смыслов) занятий спортом и включает в себя 10 мотивов-категорий, соответствующих определенным высказываниям (суждениям), приведенных в опроснике: мотив эмоционального удовольствия, мотив социального самоутверждения, мотив физического самоутверждения, социально-эмоциональный мотив, социально-моральный, мотив достижения успеха в спорте, спортивно-познавательный мотив, рационально-волевой (рекреационный) мотив, мотив подготовки к профессиональной деятельности, гражданско-патриотический мотив.

Мотив эмоционального удовольствия (ЭУ) - стремление, отражающее радость движения и физических усилий. Ему соответствует суждение: "Я получаю радость от спорта, так как могу двигаться и испытывать напряжение. Это меня воодушевляет и поднимает настроение".

Мотив социального самоутверждения (СС) - стремление проявить себя, выражающееся в том, что занятия спортом и достигаемые при этом успехи рассматриваются и переживаются с точки зрения личного престижа, уважения знакомыми, зрителями. Ему соответствует суждение: "Я занимаюсь, спортом, так как добиваюсь успехов. Мои товарищи по школе и спортивной команде, так же как зрители, уважают меня за это. Во время соревнований приятно быть в центре внимания, повышать свой престиж.

Мотив физического самоутверждения (ФС) - стремление к физическому развитию, становлению характера. Ему соответствует следующее суждение: "Я активно занимаюсь спортом, потому что хочу развиваться физически и закалить свой характер. Не хочу потолстеть и стать ленивым, хочу быть здоровым".

Социально-эмоциональный мотив (СЭ) - стремление к спортивным событиям ввиду их высокой эмоциональности, неформальности общения, социальной и эмоциональной раскованности. Ему соответствует суждение: "Мне нравятся занятия спортом, потому что соревноваться очень интересно, потому что радуют достигнутые успехи. Я люблю атмосферу соревнований".

Социально-моральный мотив (СМ) - стремление к успеху своей команды, ради которой надо тренироваться, иметь хороший контакт с партнерами, тренером. Ему соответствует суждение: "Моя спортивная команда должна занимать лидирующее

положение. Я хочу внести свой вклад в это дело. Я не хочу подводить своего тренера и товарищей, это заставляет меня больше тренироваться".

Мотив достижения успеха в спорте (ДУ) - стремлению к достижению успеха, улучшению личных спортивных результатов. Ему соответствует суждение: "Я регулярно тренируюсь, чтобы поддерживать и повышать достигнутые результаты, чтобы добиться поставленной передо мной (мною) цели".

Спортивно-познавательный мотив (СП) - стремление к изучению вопросов технической и тактической подготовки научно-обоснованных принципов тренировки. Ему соответствует следующее суждение: "Я хочу разбираться в вопросах техники, тактики, принципах тренировочного процесса, знать, как правильнее тренироваться".

Рационально-волевой (рекреационный). мотив (РЕ) - желание заниматься спортом для компенсации дефицита двигательной активности при умственной (сидячей) работе.

Мотив подготовки к профессиональной деятельности (ВЫ) - стремление заниматься спортом для подготовки к требованиям избранной профессиональной деятельности.

Гражданско-патриотический мотив (ГП) - стремление к спортивному совершенствованию для успешного выступления на соревнованиях, для поддержания престижа коллектива, города, страны. [12].

3.Т-критерия Стьюдента.

Цель: математический метод позволяющий найти различия между показателями первой и второй группы.

4.Корреляционный анализ.

Цель: с помощью статистического метода, можем определить, существует ли зависимость между переменными и насколько она сильна.

2.2 Характеристики выборки и анализ результатов исследования

В исследовании приняли участие 30 мужчин-спортсменов, занимающиеся рукопашным боем, в возрасте от 14 до 54 лет. Выборку разделили на две группы до 28 лет и после 28 лет.

1. На первом этапе проводилось исследование ведущих мотивов в спортивной деятельности по методике В. И. Тропникова, в ходе которого были получены следующие данные (см. Табл.1):

Таблица 1

Ранжирование мотивов в группах по средним значениям по методике В. И. Тропникова.

Место мотива в группе	Мотив	Среднее значение группы 1	%	Мотив	Среднее значение группы 2	%
1	Развитие характера и психических качеств	4,02	80,4	Физическое совершенство	3,79	75,8
2	Физическое совершенство	3,87	77,4	Развитие характера и психических качеств	3,76	75,2
3	Приобретения полезных для жизни умений и знаний	2,97	59,0	Улучшение самочувствия	2,94	58,8
4	Улучшение самочувствия	2,94	58,8	Приобретения полезных для жизни умений и знаний	2,93	58,6
5	Эстетическое удовольствие	2,55	51,0	Эстетическое удовольствие	2,37	47,4
6	Общение	2,28	45,6	Познание	2,33	46,6
7	Познание	2,27	45,4	Общение	2,06	41,2
8	Потребность в одобрении	2,03	40,6	Потребность в одобрении	1,79	35,8
9	Повышение престижа, желание славы	1,90	38,0	Коллективизм	1,63	32,6
10	Коллективизм	1,82	36,4	Повышение престижа, желание славы	1,57	31,4
11	Материальные блага	1,68	33,6	Материальные блага	1,18	23,6

Группа 1. Проанализировав полученные данные, получили следующие результаты. Как мы видим по группе 1, в нее входят подростки, юноши и молодые.

У спортсменов группы 1 (до 28 лет), занимающихся рукопашным боем получили следующие данные:

1) Развитие характера и психических качеств. Для спортсменов группы 1 это есть желание воспитать целеустремленность, смелость, решительность, силу воли, упорство, настойчивость, выдержку и самообладание. Желание иметь сильный характер. Для подростков - это важно для входа в рефернтную группу, самоутвердится в ней. Или стать лидером в группе среди сверстников. Для юношей необходимо воспитать эти качества для будущей профессиональной деятельности. Уровень мотивации: высокий.

2) Физическое совершенство - стремление поддерживать постоянный уровень физического развития, иметь красивую и стройную фигуру, быть более привлекательным для женского пола. Желание развить подвижность, координацию, силу, выносливость, скоростные качества, ловкость, гибкость. В группе 1 уровень

физического стремления связан с привлечением к себе женского пола в первую очередь. Затем уже идет улучшение своего тела. Уровень мотивации: повышенный.

3) Мотив приобретения полезных для жизни умений и знаний - это стремление к приобретению умений, навыков и знаний, которые пригодятся в дальнейшей жизни и могут помочь в различных жизненных ситуациях. Здесь важно умение защитить в себя опасных для жизни ситуациях. Как известно в подростковом возрасте высокий уровень агрессивности, не редко происходят физические конфликты и необходимо защитить себя. Уровень мотивации: повышенный.

4) Улучшение самочувствия - стремление поддерживать хорошее самочувствие, не болеть, быть всегда здоровым, потребность в двигательной активности и физической нагрузке. Индивидуальные причины: желание избавиться от лишнего веса, быстрее восстановиться после перенесенной болезни, бросить вредные привычки, отдалиться от улицы порвать с дурной компанией. Для группы 1 больше развита потребность в двигательной активности и физической нагрузке. мотивации: повышенный.

5) Эстетическое удовольствие и острые ощущения. В группе 1 стремятся к эстетическому удовольствию от эмоциональности, физического напряжения, острых ощущений, радости побед. Уровень мотивации: повышенный.

6) Общение. Общение является ведущей деятельности для подростков. Общение со сверстниками продолжает играть важную роль в жизни юношей. Молодость - это последний возраст расширения круга общения. Для них характерно стремление приобрести больше друзей и товарищей, быть в каком-нибудь коллективе, не отставать от своих друзей и быть уважаемым ими. Уровень мотивации: средний.

7) Познание. Для группы 1 характерно стремление расширить свой кругозор, мировоззрение, познакомиться с известными людьми и ведущими спортсменами. Уровень мотивации: средний.

8) Потребность в одобрении. Для группы 1 характерно, что за достигнутые результаты хвалят и одобряют тренер, родители, родственники, друзья, товарищи. Уровень мотивации: средний.

9) Повышение престижа, желание славы. Для группы 1 характерно стремление повысить авторитет на работе это молодым людям и по месту учебы подросткам и юношам, среди родственников, друзей, товарищей. Желание продолжать спортивные достижения - получить следующий спортивный разряд, стать мастером спорта, чемпионом города, страны, Склонность испытывать приятные впечатления, когда спортсменов показывают по телевидению, когда о них говорят по радио, пишут в газетах и журналах. Уровень мотивации: пониженный.

10) Коллективистская направленность. Стремление защищать честь команды (спортивного общества, города) на различных соревнованиях и желание защищать честь своей страны на международных соревнованиях. Желание испытывать

приятное чувство выполненного долга перед товарищами по команде, тренером, обществом. Уровень мотивации: низкий. Как мы видим уровень коллективистской направленности низок, так как рукопашный бой является индивидуалистически направленным.

11) Материальные блага. Стремление получать спортивную форму, инвентарь, ценные призы, подарки, материальную поддержку. Желание побывать в других городах на сборах и соревнованиях, иметь возможность модно одеваться (спортивный стиль), улучшить жилищные условия и т.д. Уровень мотивации: низкий.

Как мы видим по группе 1 в (нее входят подростки, юноши и молодые) причины мотивов занятием спорта - это развитие характера и психических качеств укрепление здоровья, улучшение телосложения, развитие физических и волевых качеств, а также желание быть не хуже других и быть привлекательным для противоположного пола. Это связано с самоопределением и самоутверждением человека, воспитанием, с процессом социализацией и подготовкой или началом трудовой деятельности. Мотив приобретения полезных для жизни умений и знаний имеет большое значение. Стремление к приобретению умений, навыков и знаний, которые пригодятся в дальнейшей жизни и могут помочь в различных жизненных ситуациях. Здесь важно умение защитить в себя опасных для жизни ситуациях. Как известно в подростковом возрасте высокий уровень агрессивности, не редко происходят физические конфликты и необходимо защитить себя.

Группа 2. Проанализировав полученные данные, получили следующие результаты. Как мы видим по группе 2, в нее входят молодые, зрелые и пожилые люди.

У спортсменов группы 2 (после 28 лет), занимающихся рукопашным боем получили следующие данные:

1) Физическое совершенство. Для группы 2, в силу изменяющихся физиологических и психологических изменений, физическое совершенство выражается в стремлении поддерживать постоянный уровень физического развития, иметь красивую и стройную фигуру мотивации: повышенный.

2) Развитие характера и психических качеств. В группе 2 проявляется в желание иметь сильный характер, выработать способность быстро и точно мыслить, повысить интеллектуальное развитие. Так как множество психически. Уровень мотивации: высокий.

3) Улучшение самочувствия и здоровья. Для группы 2 этот мотив проявляется в стремление поддерживать хорошее самочувствие, не болеть, быть всегда здоровым, потребность в двигательной активности. После 30 физическая сила, функционирование органов, скорость реакции падают. Поэтому поддержка хорошего самочувствия и желание не болеть играют важную роль. Так же спортивная деятельность служит хорошим средством снятия стресса. Уровень мотивации: высокий.

4) Приобретение полезных для жизни умений и знаний. Стремление к приобретению умений, навыков и знаний, которые пригодятся в дальнейшей жизни и могут помочь в различных жизненных ситуациях, в деятельности. Использование приобретению умений, навыков и знаний в группе 2 проявляется в деятельности. Уровень мотивации: высокий.

5) Эстетическое удовольствие и острые ощущения. Стремление к эстетическому удовольствию от красоты и отточенности выполнения упражнений в выбранном виде спорта, его эмоциональности, физического напряжения, острых ощущений. Уровень мотивации: повышенный.

6) Познание. Для группы 2 познание проявляется в стремлении расширить свой кругозор, мировоззрение, больше узнать о жизни выдающихся спортсменов, искать более совершенные методы тренировки. Для возраста за 30 характерно накопление нового опыта и знаний с целью их передачи. Уровень мотивации: средний

7) Общение. Для группы 2 важно быть в каком-нибудь коллективе, проводить весело время, поиск единомышленников и быть уважаемым ими. Так после 30 лет круг тесного общения сформирован. Уровень мотивации: средний.

8) Потребность в одобрении. Стремление испытывать приятные впечатления. Для группы 2 потребность в одобрении не столь важна, важнее физическое, психическое развитие и поддержание здоровья. Так как они уже сформировались в профессиональной деятельности, у многих уже есть свои семьи. Уровень мотивации: низкая.

9) Коллективистская направленность. Желание испытывать приятное чувство выполненного долга перед тренером, обществом. Мало интересует соревновательные моменты, больше интересуют свои индивидуальные мотивы. Так как в основном соревнования в боевых искусствах целесообразно участвовать до 28-30 лет, потом идет спад формы. И необходимо, чтобы сама спортивная деятельность была основной. В группе 2 мужчины имеют уже свою профессиональную специализацию и приходят на тренировки для поддержания формы. Уровень мотивации: низкий.

10) Повышение престижа, желание славы. В группе 2 интересует повышение престижа в своей профессиональной деятельности, тренировка-это лишь дополнительное средство для поддержания физической формы. Уровень мотивации: низкий.

11) Материальные блага. Для группы 2 не интересуют материальные блага, которые дают им занятия спортом. Так как спортивная деятельность не является профессиональной деятельностью. Уровень мотивации: низкий.

Для группы 2 можно понять, что ведущая деятельность для них профессиональная. Спортивная деятельность служит лишь как поддерживающая физическое, психическое и здоровье.

Проведем сравнительный анализ двух групп (см. Табл.2)

Таблица 2

Сравнение показателей мотивов в группах по средним значениям по методике В. И. Тропникова, в %.

Мотив	%, группы 1	%, группы 2	Сравнение групп гр.1-гр.2, в %
Физическое совершенство	77,4	75,8	1,6
Развитие характера и психических качеств	80,4	75,2	5,2
Улучшение самочувствия	58,8	58,8	0
Приобретения полезных для жизни умений и знаний	59,4	58,6	0,8
Эстетическое удовольствие	51	47,4	3,6
Познание	45,4	46,6	-1,2
Общение	45,6	41,2	4,4
Потребность в одобрении	40,6	35,8	4,8
Коллективизм	36,4	32,6	3,8
Повышение престижа, желание славы	38	31,4	6,6
Материальные блага	33,6	23,6	10

Проанализировав полученные данные, получил следующие результаты. У спортсменов после 28 лет, занимающихся рукопашным боем главным образом преобладает такой мотив как физическое совершенство, развитие характера и психических качеств, и улучшение самочувствия.

Можно наблюдать, что произошла смена доминирующих мотивов в группах. У группы 1 преобладает такой мотив как развитие характера и психических качеств, у группы 2 преобладает такой мотив как физическое совершенство (см. рис. 1):



Рисунок 1 – Диаграмма распределения мотивов в 1 и 2 группе в %

У спортсменов после 28 лет, занимающихся рукопашным боем, такой мотив как развитие характера и психических качеств ниже на 5,2%. Это связано с тем, что многие психические качества у спортсменов старше 28 уже сформированы. Показатель общения ниже на 4,4%, так как для группы 1 для подростков общение является ведущим видом деятельности, занятие спортом не только место для тренировок, но и место для общения со сверстниками и взрослыми. Для группы 2, старше 30 лет, уже сформировались тесные контакты с определенным кругом людей и они не столь нуждаются в общении на тренировках. У группы 1 на 4,8% выше потребность в одобрении. Для группы 1 характерно, что за достигнутые результаты хвалят и одобряют тренер, родители, родственники, друзья, товарищи. У группы 1 на 6,6% выше мотив повышение престижа, желание славы. Для группы 1 характерно стремление повысить авторитет на работе это молодым людям и по месту учебы подросткам и юношам, среди родственников, друзей, товарищей. Желание продолжать спортивные достижения - получить следующий спортивный разряд. У группы 2 спортивная деятельность – не является профессиональной ведущей деятельностью. Показатель мотива материальных благ на 10% выше у группы 1, так как у этой группы есть возможность путем тренировок улучшить свое собственное материальное положение, став профессиональным спортсменом.

Вывод. Мотивация физкультурно-спортивной деятельности выражена по-разному у спортсменов, занимающихся рукопашным боем, в зависимости от возраста. У группы 1 и 2 иерархия мотивов различается. Для группы 1 ведущим мотивом является развитие характера и психических качеств, для группы 2 физическое совершенство. Так же было найдено большое различие по показателю мотива материальных благ на 10% выше у группы 1, так как у первой группы есть возможность путем тренировок улучшить свое собственное материальное положение, став профессиональным спортсменом. Гипотеза подтверждена.

2. Методика «Мотивы занятий спортом» А.В. Шаболтас.

Рассмотрим распределение мотивов по методике А.В. Шаболтаса, (см табл. 3):

Таблица 3

Ранжирование мотивов в группах по средним значениям по методике А.В. Шаболтаса

Место мотива в группе	Мотив	Среднее значение группы 1	Мотив	Среднее значение группы 2
1	Мотив физического самоутверждения	20,2	Рационально-волевой мотив	17,07
2	Мотив достижения успеха в спорте	16,27	Мотив физического самоутверждения	16,53
3	Мотив эмоционального удовольствия	14,73	Мотив подготовки к профессиональной деятельности	16,2

4	Рационально-волевой мотив	14,13	Мотив эмоционального удовольствия	14,93
5	Спортивно-познавательный мотив	13,20	Мотив достижения успеха в спорте	14,93
6	Мотив подготовки к профессиональной деятельности	12,60	Спортивно-познавательный мотив	14,20
7	Социально-эмоциональный мотив	8,27	Социально-эмоциональный мотив	6,73
8	Гражданско-патриотический мотив	7,33	Социально-моральный мотив	4,00
9	Социально-моральный мотив	6,60	Гражданско-патриотический мотив	3,27
10	Мотив социальное самоутверждения	6,07	Мотив социального самоутверждения	3,00

Рассмотрим группу 1.

1) Ведущим мотивом для группы 1 являются мотив физического самоутверждения - стремление к физическому развитию, становлению характера. В группу 1 входят мужчины от 14 до 27, в эту группу входят следующие возрастные категории: подростки, юноши и молодые люди. В связи с возрастными особенностями идет формирование тела и характера. Спортивная деятельность помогает осуществить этот мотив.

2) Мотив достижения успеха в спорте - стремлению к достижению успеха, улучшению личных спортивных результатов. Для группы 1 характерно желание получить разряды в спорте, выступить на соревнованиях. Это связано опять с возрастными особенностями, возможно кто-то выберет спорт - как свою будущую профессиональную деятельность.

3) Мотив эмоционального удовольствия - стремление, отражающее радость движения и физических усилий.

4) Рационально-волевой мотив - желание заниматься спортом для компенсации дефицита двигательной активности при умственной (сидячей) работе. Для группы 1, характерно желание компенсировать дефицит двигательной активности после учебной деятельности.

5) Спортивно-познавательный мотив - стремление к изучению вопросов технической и тактической подготовки научно-обоснованных принципов тренировки. Для них характерно изучение различных приемов для использования их в соревновательной деятельности.

6) Мотив подготовки к профессиональной деятельности - стремление заниматься спортом для подготовки к требованиям избранной профессиональной деятельности. Этот мотив у группы 1 выражен слабо.

7) Социально-эмоциональный мотив (СЭ) - стремление к спортивным событиям ввиду их высокой эмоциональности, неформальности общения, социальной и

эмоциональной раскованности. Для группы 1 общение является одним из мотивов необходимым для социализации. Этот мотив у группы 1 выражен слабо.

8) Гражданско-патриотический мотив (ГП) - стремление к спортивному совершенствованию для успешного выступления на соревнованиях, для поддержания престижа коллектива, города, страны. У подростков и юношей есть желание выступать на соревнованиях. Проверить себя и получить одобрение. Этот мотив у группы 1 выражен слабо.

9) Социально-моральный мотив (СМ) - стремление к успеху, иметь хороший контакт с партнерами, тренером. Этот мотив у первой 1 выражен слабо, рукопашный бой – это не командное, а индивидуальное боевое искусство.

10) Мотив социального самоутверждения (СС) - стремление проявить себя, выражающееся в том, что занятия спортом и достигаемые при этом успехи рассматриваются и переживаются с точки зрения личного престижа, уважения знакомыми, зрителями. Этот мотив у группы 1 выражен слабо.

Ведущими мотивами для первой группы являются мотив физического самоутверждения - стремление к физическому развитию, становлению характера. Затем мотив достижения успеха в спорте - стремлению к достижению успеха, улучшению личных спортивных результатов. На 3 месте мотив эмоционального удовольствия - стремление, отражающее радость движения и физических усилий. Для группы 1 стремление к физическому развитию, становлению характера это связано с возрастными особенностями. Еще не выбрана будущая профессиональная деятельность, поэтому стремлению к достижению успеха, улучшению личных спортивных результатов становится важной для них –возможно спортивная деятельность станет профессией. Так же для группы 1 большое удовольствие доставляет сама физическая активность. Это связано с сидячем образом жизни, большинство времени проходит на учебе.

Рассмотрим группу 2.

1) Ведущим мотивом для группы 2 является рационально-волевой мотив - желание заниматься спортом для компенсации дефицита двигательной активности при умственной и сидячей работе. У группы 2 уже есть ведущая профессиональная деятельность, тренировка дает дополнительную двигательную активность для поддержания формы.

2) Мотив физического самоутверждения – это стремление к физическому развитию для поддержания формы тела и здоровья.

3) Мотив подготовки к профессиональной деятельности - стремление заниматься спортом для подготовки к требованиям избранной профессиональной деятельности. Для группы 2 занятие спортом, это возможность снятия стресса, для продуктивной работы уже на своей основной работе. Развитие волевых качеств и терпения на тренировках, которые можно использовать в своей деятельности.

4) Мотив эмоционального удовольствия - стремление, отражающее радость движения и физических усилий. Мужчины группы 2 получают удовольствие от

занятием спорта, снимая напряжение от трудовой деятельности.

5) Мотив достижения успеха в спорте - стремлению к достижению успеха, улучшению личных спортивных результатов. Для группы 2 характерно улучшение личностных спортивных результатов для поддержания и улучшения своего здоровья.

6) Спортивно-познавательный мотив - стремление к изучению вопросов технической и тактической подготовки научно-обоснованных принципов тренировки. Для группы 2 этот мотив выражается познанием самим проведением тренировки (зачем те или иные упражнения, какие группы мышц, как использовать те или иные приемы).

7) Социально-эмоциональный мотив - стремление к спортивным событиям ввиду их высокой эмоциональности, неформальности общения, социальной и эмоциональной раскованности выражен слабо. Тренировка лишь способ поддержания физической формы и снятие стресса.

8) Социально-моральный мотив у группы 2 выражен слабо. Для группы занятие спортом - это место для поддержания физической формы и снятие стресса. Их мало интересует соревновательная активность.

9) Гражданско-патриотический мотив выражен слабо. У них нет стремления к спортивному совершенствованию для успешного выступления на соревнованиях, потому что поле 30 идет физический спад и спорт не является их основной профессиональной деятельностью.

10) Мотив социального самоутверждения выражен слабо у группы 2. Это стремление выражено слабо спорт не является их основной профессиональной деятельностью. Этот мотив они проявляют в своей основной деятельности.

Ведущими мотивами для второй группы являются рационально-волевой мотив, мотив физического самоутверждения, Мотив подготовки к профессиональной деятельности. Для группы 2 важным является поддержанием своей физической формы. Спортивная деятельность не является их основной деятельностью. Так же занятие спортом служит хорошим средством снятия стресса, дополнительным источником двигательной активности и подготовкой к профессиональной деятельности, способом поднятие своей работоспособности на своей основной работе. Социальные мотивы выражены в спортивной деятельности слабо.

Проведем сравнительный анализ двух групп (см. Табл.4)

Идет смещение мотивов у первой группы ведущей является мотив физического самоутверждения, для второй группы являются рационально-волевой мотив. Мотив физического самоутверждения находится на второй позиции у второй группы. На второй позиции у первой группы находится мотив достижения успеха в спорте, а у первой группы она находится на 4 позиции (см. Табл.3).

Таблица 4

Результаты сравнения средних величин группы до 28 лет(группа1) и после 28

лет (группа 2) по методике А.В. Шаболтаса, в %

Мотив	Группа 1, %	Группа 2, %	Сравнение групп гр.1-гр.2, в %
Мотив эмоционального удовольствия	54,56	55,30	-0,74
Мотив социального самоутверждения	22,48	11,11	11,37
Мотив физического самоутверждения	74,81	61,22	13,59
Социально-эмоциональный мотив	30,63	24,93	5,70
Социально-моральный мотив	24,44	14,81	9,63
Мотив достижения успеха в спорте	60,26	55,30	4,96
Спортивно-познавательный мотив	48,89	52,59	-3,70
Рационально-волевой мотив	52,33	63,22	-10,89
Мотив подготовки к профессиональной деятельности	46,67	60,00	-13,33
Гражданско-патриотический мотив	27,15	12,11	15,04

На рисунке 2 можно увидеть разницу между двумя группами. Мотив социального самоутверждения у группы 2 на 11,37% меньше выражен, чем у группы 1. Это связано с тем, что этот мотив уже был реализован и пройден у группы 2. Мотив физического самоутверждения у группы 2 на 13,59% меньше выражен, чем у группы 1. Так же у группы 1 выше показатель социально-морального мотива на 9,63% и гражданско-патриотического мотива на 15,04%. Высокие показатели этих мотивов связаны с желанием выступлением подростков и юношей на соревнованиях. С желанием сделать спорт в дальнейшем ведущей профессиональной деятельностью. У группы 2 мотив подготовки к профессиональной деятельности выше на 13,33% и рационально-волевой мотив выше на 10,89%. У группы 2 уже есть ведущая профессиональная деятельность, тренировка дает дополнительную двигательную активность для поддержания формы, физическая нагрузка служит снятием психического напряжения. В свою очередь это влияет на работоспособность и дает преимущество в профессиональной деятельности.



Рисунок 2. Диаграмма распределения мотивов в 1 и 2 группе в %

Вывод. Мотивация физкультурно-спортивной деятельности выражена по-разному у спортсменов, занимающихся рукопашным боем, в зависимости от возраста. По методике А.В. Шаболтаса у группы 1 и 2 иерархия мотивов различается. Для группы 1 ведущим является мотив физического самоутверждения, для группы 2 рационально-волевой мотив. Для первой группы важными являются социальные-моральные и гражданско-патриотические мотивы, что подтверждается количественно. Для группы 2 важнее мотивы подготовки к профессиональной деятельности и рационально-волевой мотив. Гипотеза подтверждена.

2.3 Корреляционный анализ

Необходимо найти различия между группами с помощью математических методов. Найдем различия между показателями первой и второй группы с помощью Т-критерия Стьюдента(см. Табл.5).

Таблица 5

Определений различий между группами по Т-критерию Стьюдента.

Мотив	t	p
Материальные блага	2,15	0,039
Возраст	7,74	0,000000016
Мотив социальное самоутверждения	2,5	0,018
Гражданско-патриотический мотив	2,38	0,023

T-критерию Стьюдента подтверждает различия между группами. Таким образом между двумя группами есть различия в мотивах как материальные блага, мотив социального самоутверждения и гражданско-патриотический мотив. А так же понятное различие по возрасту (ПРИЛОЖЕНИЕ К).

Вывод. Мотивация физкультурно-спортивной деятельности выражена по-разному у спортсменов, занимающихся рукопашным боем, в зависимости от возраста подтверждена по T-критерию Стьюдента.

Проведем корреляционный анализ первой и второй группы (ПРИЛОЖЕНИЕ Ж). Найдем корреляционные зависимости между возрастом у первой и второй группы и мотивами (см. Табл.6).

Таблица 6

Корреляционный анализ группы 1

1 группа	Рационально-волевой мотив	Мотив подготовки к профессиональной деятельности	Гражданско-патриотический мотив
Возраст	0,51	0,57	-0,55

Для первой группы между возрастом и мотивом рационально-волевым есть прямая корреляционная зависимость с высокой точностью статистической значимости $r=0,51$; $p \leq 0,05$. А так же между возрастом и мотивом подготовки к профессиональной деятельности есть прямая корреляционная зависимость с высокой точностью статистической значимости $r=0,57$; $p \leq 0,05$. Для группы 1 ведущей деятельностью является учебная, тренировки подготавливают психически и физически к будущей профессии. Так же сама спортивная деятельность может стать ведущей. Между возрастом и гражданско-патриотическим мотив есть обратная корреляционная зависимость с высокой точностью статистической значимости $r=-0,55$; $p \leq 0,05$. При возрастании значения одного из мотивов значение другого убывает. Для второй группы такой зависимости выявить не удалось. С возрастом - иерархия мотивов меняется. Возможно выбор другой ведущей деятельности, изменение социальных условий, появление семьи.

Вывод. Мотивация физкультурно-спортивной деятельности выражена по-разному у спортсменов, занимающихся рукопашным боем, в зависимости от возраста, что была подтверждена математически по T-критерию Стьюдента. После корреляционного анализа так же у группы 1 между возрастом мотивом рационально-волевым, мотивом профессиональной деятельности есть прямая корреляционная зависимость с высокой точностью статистической значимости, и обратная зависимость между возрастом и гражданско-патриотическим. Для группы 2 таких

корреляционных связей не было обнаружено. Что еще раз подтверждает гипотезу, что мотивация выражена по-разному у группы 1 и группы 2.

Заключение.

На данной момент тема мотивации является актуальной. Мотивация - сложнейшая научная проблема и одновременно практическая задача, которая имеет множество трактовок и множество подходов к ее рассмотрению. Поняв механизм формирования мотивационной сферы, возможно целенаправленно влиять при помощи психологических воздействий на становление мотивации у личности и групп, руководители смогут эффективно управлять своими подчиненными, повышая результаты за счет правильной мотивации.

В 1 главе было рассмотрено подходы к определению мотива и мотивации в зарубежных и отечественных работах, психологические подходы к понятию мотивации спортивной деятельности, социально-психологические подходы к понятию мотивации.

Во 2 главе исследована и проанализирована 30 мужчин-спортсменов, занимающиеся рукопашным боем, в возрасте от 14 до 58 лет. Выборку разделили на две группы: 1 группа – от 14 до 27, 2 группа – от 28 до 58. Были использованы следующие методы исследования: методика «Изучение мотивов занятий спортом», разработанная В.И. Тропниковым, методика «Мотивы занятий спортом», разработанная А.В. Шаболтас, Т-критерия Стьюдента и корреляционный анализ.

Гипотеза исследования заключалась в том, что мотивация физкультурно-спортивной деятельности выражена по-разному у спортсменов, занимающихся рукопашным боем, в зависимости от возраста. На основании методов использованных во главе 2, гипотеза была подтверждена.

В результате чего, были сделаны следующие выводы:

1. Мотивация физкультурно-спортивной деятельности выражена по-разному в зависимости от возраста спортсмена.

2. На каждом возрастном этапе доминируют различные мотивы.

3. Так как рукопашный бой – это больше индивидуальное боевое искусство, а не коллективное на первое место выходят мотивы физического и психического развития у двух групп.

4. Для группы 1 более высокая важность придается социальным мотивам занятия спортом, для них важно выступление на соревнованиях, защита чести страны. Так же у них есть возможность сделать спортивную деятельность – ведущей профессиональной.

5. Для группы 2 более высокая важность придается индивидуальным мотивам занятия спортом, для них важно поддержание физической формы и снятие стресса.

Рекомендации:

1. Так как спортивная мотивация меняется с возрастом целесообразно будет разделить группы по возрасту. Для того чтобы максимально удовлетворить мотивацию каждой возрастной группы. Это даст увеличение удовлетворения от занятий спортом. Тренеру необходимо знать возрастные психологические изменения для улучшения качества занятий.

2. У группы 1 доминируют мотивы самоутверждения можно предложить участвовать и готовить их к соревнованиям. Плюс будет в том, что в группе будут сверстники и немного старше, что удовлетворит мотив общения и создаст конкуренцию, что даст толчок к физическому и психическому развитию. Для группы 2 сделать комфортными условия тренировки, среднюю нагрузку, чтобы они могли восстановиться к следующему занятию и обязательно с объяснением всех упражнений и приемов, которые используются. Так как мотив познания тоже имеет высокие показатели.

3. Важным является мотивация от тренера, так как рукопашный бой не коллективный спорт. Тренеру важно подбирать слова к каждому спортсмену, беря в расчет мотивы, возраст, цели спортсменов. Возможна и уход из спорта или из секции людей при неправильно подобранных словах и грубом поведении тренера.

4. Для 1 группы предложить участвовать и готовить их к соревнованиям. При отказе от участия, можно брать с собой на соревнования в качестве поддержки. Тем самым не отделяя их от группы. Приглашать родителей на соревнования и мотивировать на победу участников. Приглашать различных именитых спортсменов для большей заинтересованности занятием спортом.

5. Для группы 2 необходимо менять упражнения и нагрузки. Чтобы не было привыкания и сами тренировки не вызывали стресс. Спрашивать после занятий о самочувствии и на следующем занятии спросить о процессе восстановления. Иначе не восстановление может повлиять на эффективность на работе, что приведет к тому, что человек не придет больше на занятие.

Библиографический список

1. Варфоломеева, З. С. Технологии научных исследований в физической культуре и спорте : учебное пособие для среднего профессионального образования / З. С. Варфоломеева, В. Ф. Воробьев, О. Б. Подоляка, А. А. Артеменков. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 105 с. — Текст: непосредственный.

2. Ильин, Е. П. Мотивация и мотивы: учебник / Е. П. Ильин. - СПб : Питер, 2011. - 508 с. — Текст: непосредственный.

3. Диянова, З. В. Общая психология. Личность и мотивация. Практикум : учебное пособие для вузов / З. В. Диянова, Т. М. Щеголева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 139 с. — Текст: непосредственный.

4. Ловягина, А. Е. Психология физической культуры и спорта: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Е. Ловягина [и др.]; под редакцией

А. Е. Ловягиной. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 531 с. — Текст: непосредственный.

5.Ловягиной, А. Е. Психология физической культуры и спорта : учебник и практикум для СПО / под ред. А. Е. Ловягиной. — Москва: Издательство Юрайт, 2016. — 338 с. — Текст: непосредственный.

6.Огородова, Т. В. Психология спорта: учеб. пособие / Т. В. Огородова; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. — Ярославль: ЯрГУ, 2013. — 120 с.—Текст: непосредственный.

7.Полозов, А.А., Модули психологической структуры в спорте: монография / А.А. Полозов, Н.Н. Полозова. – Москва: 2009. – 296 с. –Текст: непосредственный.

8.Родионов, В. А. Спортивная психология : учебник для вузов / В. А. Родионов [и др.]; под общей редакцией В. А. Родионова, А. В. Родионова, В. Г. Сивицкого. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 367 с. —Текст: непосредственный.

9.Юров, И.А. Психология личности спортсменов: учебное пособие/ И.А.Юров. – Москва:РУСАЙНС,2018. –196 с. –Текст: непосредственный.

10.4brain. – Текст : электронный // Мотивация деятельности человека: [сайт]. – 2020. – URL: <https://4brain.ru/psy/psihologija-motivacii>.(дата обращения: 20.01.2020).

11.Students-library. – Текст: электронный // Понятие мотива и мотивации: [сайт]. – 2020. – URL: <https://students-library.com/library/read/62230-ponatie-motiva-i-motivacii-vidy-motivacii-obsee-stroenie-motivacionnoj-sfery-celoveka>.(дата обращения: 22.01.2020).

12.Cyberleninka. – Текст: электронный // Особенности мотивации спортсменов в различных видах спорта: [сайт]. – 2020. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-motivatsii-sportsmenov-v-razlichnyh-vidah-sporta>.(дата обращения: 23.01.2020).

13.Cyberleninka. – Текст: электронный // Копинг-стратегии у подростков с разной мотивацией занятия спортом: [сайт]. – 2020. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/koping-strategii-u-podrostkov-s-raznoy-motivatsiey-zanyatiya-sportom> (дата обращения: 24.01.2020).

14.Cyberleninka. – Текст: электронный // Мотивация детей к занятиям спортом на этапе начальной спортивной подготовки: [сайт]. – 2020. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-motivatsii-sportsmenov-v-razlichnyh-vidah-sporta>.(дата обращения: 24.01.2020).

15.Cyberleninka. – Текст: электронный // Формирование мотивации к занятиям физической культурой и спортом: [сайт]. – 2020. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-motivatsii-sportsmenov-v-razlichnyh-vidah-sporta>.(дата обращения: 25.01.2020).

16.Cyberleninka. – Текст: электронный // Изучение мотивации студентов вуза к занятиям культурой и спортом: [сайт]. – 2020. – URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-motivatsii-sportsmenov-v-razlichnyh-vidah-sporta>.(дата обращения: 26.01.2020).

17. Komanda. – Текст: электронный //Влияние мотивации: [сайт]. – 2020. – URL: <http://www.komanda.ru/shpakovskaja/007>.(дата обращения: 02.04.2020).

18. Dissercat. – Текст: электронный // «Социально-психологические факторы мотивации достижения»: [сайт]. – 2020. – URL: <https://www.dissercat.com/content/sotsialno-psikhologicheskie-factory-motivatsii-dostizheniya>.(дата обращения: 02.04.2020).

19. Qwe.wiki. – Текст: электронный // Теория самодетерминации - Self-determination theory: [сайт]. – 2020. – URL: https://ru.qwe.wiki/wiki/Self-Determination_Theory.(дата обращения: 02.04.2020).

20. Studme. – Текст: электронный //Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Мотивационный смысл ценностей : [сайт].– 2020.– URL: https://studme.org/307892/menedzhment/motivatsionnyy_smysl_tsennostey.(дата обращения: 02.04.2020).

Методика В.И. Тропникова «Изучение мотивов занятий спортом»

Инструкция: Постарайтесь как можно точнее оценить причины (ситуации, обстоятельства), которые побудили и побуждают Вас продолжать заниматься этим видом спорта. Вам предлагается перечень возможных причин, которые обычно называют спортсмены. Прежде всего, просмотрите весь предлагаемый список, все причины нужно оценить в баллах от 5 до 1 по степени значимости и важности их для продолжения Вами занятий этим видом спорта. Причины, которые не имеют для Вас никакого значения оцениваются в 1 балл.

1. По совету врача.
2. Желание воспитать целеустремленность.
3. Чтобы получить спортивную форму и инвентарь.
4. По совету родителей, родственников.
5. Желание иметь фигуру с сильно развитой мускулатурой.
6. Потому что это красивый вид спорта,
7. Чтобы иметь больше друзей и товарищей.
8. Потому что занятия спортом позволяют повысить авторитет на работе (по месту учебы),
9. Чтобы приобрести умения и навыки, так как они пригодятся в жизни.
10. Желание защищать честь команды (спортивного общества) на различных соревнованиях,
11. Чтобы расширить свой кругозор, мировоззрение.
12. Потому, что мне приятно, когда хвалит и одобряет тренер,
13. Потому, что спортивная база близко от дома (места учебы, работы).
14. Не было других секций.
15. Я высокого роста, что ценно для этого вида спорта.
16. Желание получить следующий спортивный разряд.
17. Желание стать чемпионом города, страны.
18. Желание развить подвижность и координацию.
19. Желание развить силу.
20. С целью поддерживать хорошее самочувствие.
21. Желание воспитать смелость и решительность.
22. Потому что спортсменам выдают талоны на питание,
23. По совету друзей, товарищей.
24. Потому что это такой вид спорта, где можно тренироваться индивидуально, независимо от других.
25. Желание иметь красивую и стройную фигуру.
26. Желание быть в каком-нибудь коллективе,
27. Потому что занятия спортом позволяют повысить авторитет среди родственников, друзей, товарищей;
28. Чтобы приобрести умения и навыки, так как они пригодятся во время службы в армии.
29. Желание защитить честь команды (города) на различных соревнованиях,

30. Желание больше узнать о жизни выдающихся спортсменов.
31. Потому что мне приятно, когда меня хвалят родители, родственники за достигнутые результаты,
32. От нечего делать (много свободного времени).
33. Посмотрел кино, телепередачу об этом виде спорта.
34. Считаю себя подвижным и с хорошей координацией, что ценно для этого вида спорта.
35. Желание стать мастером спорта.
36. Чтобы проводить весело время.
37. Желание развить выносливость.
38. Желание развить скоростные качества.
39. Чтобы поддерживать постоянный уровень физического развития.
40. Желание воспитать силу воли.
41. Потому что спортсмены имеют возможность получать ценные призы и подарки.
42. По семейным традициям.
43. Потому что мне нравится сложная тактическая борьба, на соревнованиях в этом виде спорта.
44. Потому что мне нравится красота и отточенность выполнения упражнений в этом виде спорта.
45. Потому что мне нравятся коллективные тренировки.
46. Желание стать лидером, капитаном команды.
47. Чтобы получить специальность, в будущем работать в области спорта.
48. Желание защищать честь своей страны на международных соревнованиях.
49. Желание побывать в других городах на сборах и соревнованиях.
50. Потому что мне приятно, когда одобряют и хвалят друзья, товарищи за достигнутые успехи.
51. Потому что этот вид спорта развит по месту учебы (работы).
52. Потому что побывал на соревнованиях по этому виду спорта.
53. Считаю, что у меня хорошие скоростные качества, а это ценно для данного вида спорта.
54. Желание стать чемпионом страны, мира и Олимпийских игр.
55. Потому что это эмоциональный вид спорта.
56. Потому что соревнования по этому виду спорта проводятся интересно и привлекательно.
57. Желание развить ловкость.
58. Чтобы избавиться от лишнего веса, от ожирения.
59. Желание воспитать упорство и настойчивость.
60. Потому что спортсмены имеют возможность получать денежную, материальную поддержку.
61. Потому что родители занимались этим видом спорта.
62. Потому что в этом виде спорта наиболее отчетливо виден рост собственных результатов.
63. Испытываю потребность в двигательной активности.
64. Желание познакомиться с известными людьми и ведущими спортсменами.
65. Чтобы не отставать от своих друзей и товарищей.

66. Потому что занятия этим видом спорта помогают в различных жизненных ситуациях.
67. Потому что мне приятно испытывать чувство выполненного долга перед товарищами по команде.
68. Желание побывать на соревнованиях за границей.
69. Потому что мне приятно, когда хвалят за достигнутые успехи.
70. Встреча (знакомство) со знаменитыми спортсменами.
71. Не принимали в другие секции.
72. Считаю себя физически сильным, что ценно для этого вида спорта.
73. Считаю себя выносливым, что ценно для этого вида спорта.
74. Потому что занятия спортом являются для меня одним из видов развлечений.
75. Потому что мне нравятся острые ощущения.
76. Желание развить гибкость.
77. Чтобы не болеть, быть всегда здоровым.
78. Желание иметь сильный характер.
79. Потому что спортсмены имеют возможность получить комнату, квартиру, улучшить жилищные условия.
80. Потому что брат (сестра) занимался (занимается) этим видом спорта.
81. Потому что занятия этим видом спорта вырабатывают способность быстро и точно мыслить.
82. Доставляет удовольствие испытывать физические напряжения.
83. Потому что занятия спортом повышают чувство собственного достоинства.
84. Чтобы быть более привлекательным для женского (мужского) пола.
85. Потому что мне приятно, испытывать чувство выполненного долга перед тренером.
86. Чтобы оправдать надежды, возлагаемые на меня тренером, родителями.
87. Меня увлекает необходимость постоянных поисков, более совершенных методов тренировки.
88. Потому что физические качества, развиваемые этим видом спорта, ценятся окружающими меня людьми.
89. Стал заниматься случайно.
90. Пригласил заниматься тренер.
91. Считаю, что только в этом виде спорта смогу достичь значительных успехов.
92. Я невысокого роста, что ценится в этом виде спорта.
93. Потому что мне нравится соревноваться просто так, независимо от того, выиграю я или проиграю.
94. Потому что мне приятно испытывать радость побед.
95. Потому что занятия спортом повышают интеллектуальное развитие.
96. Чтобы быстрее восстановиться после перенесенной болезни.
97. Желание воспитать выдержку и самообладание.
98. Потому что спортсмены имеют возможность модно одеваться (спортивный стиль).
99. Потому что все мои друзья занимаются спортом.
100. Потому что занятия этим видом спорта вырабатывают навыки давать отпор хулиганам.

101. Потому что на работе (учебе) я мало устаю физически.
102. Желание стать заводилой среди друзей и товарищей, быть уважаемым ими.
103. Потому что мне приятно ощущать физическое превосходство над другими.
104. Чтобы бросить дурные привычки, порвать с дурной компанией, отдалиться от улицы.
105. Потому что мне приятно испытывать чувство выполненного долга перед обществом.
106. Потому что мне нравится присутствие на соревнованиях родственников, друзей, товарищей, которые болеют за меня и восхищаются достигнутыми успехами.
107. Потому что мне приятно, когда спортсменов показывают по телевидению, когда о них говорят по радио, пишут в газетах и журналах.
108. Прочитал объявление о наборе в секцию.
109. Случайно выступил на соревнованиях по этому виду спорта,

Обработка результатов

Сравнивается степень выраженности у спортсмена того или иного мотива или потребности: **общения** (пп. 7, 26, 36,45, 65, 74, 99, 102), **познания** (пп, 11, 30, 64, 87), **материальных благ** (пп, 3,22, 41, 49, 60, 68, 79, 98), **развития характера и психических качеств** (пп. 2, 21, 40, 59; 78, 81, 95, 97), **физического совершенства** (пп. 5, 18, 19, 25, 37, 38, 39, 57, 76, 84), **улучшения самочувствия и здоровья** (пп. 1, 20, 58, 63, 77, 96; 101, 104), **эстетического удовольствия и острых ощущений** (пп, 6, 43, 44, 55, 56, 75, 82, 93, 94), **приобретения полезных для жизни умений и знаний** (пп, 9, 28, 47, 66, 88, 100), **потребность в одобрении** (пп, 12, 31, 50,69, 106), **повышение престижа, желание славы** (пп. 8, 16, 17,27,35,46,54,83,103, 107), **коллективистская направленность** (пп. 10, 29, 48,67,85,86,105).

Методика А.В. Шаболтас «Мотивы занятий спортом»

Инструкция. Перед вами 45 пар суждений, которые отражают различные причины занятия спортом. Сначала выберите из пары то высказывание, которое больше всего подходит вам. Затем уточните, в какой степени оно вам больше подходит. В соответствующих графах бланка для ответов поставьте знак «+». Долго задумываться не надо, отмечайте первое подходящее суждение.

1. а) Я получаю радость от занятий спортом, так как могу двигаться и испытывать напряжение. Это меня воодушевляет и поднимает настроение.

б) Если я буду регулярно тренироваться, то смогу показывать высокие спортивные результаты, защищать честь своего коллектива, спортивного общества, нашей страны.

2. а) Я занимаюсь спортом, так как добиваюсь успехов. Мои товарищи по школе и спортивной команде, так же как и зрители, уважают меня за это. Во время соревнований приятно быть в центре внимания, повышать свой престиж.

б) Достичь хороших результатов в учебе и работе возможно, только если я буду здоров и физически развит. Этому содействует спорт.

3. а) Я активно занимаюсь спортом, потому что хочу развиваться физически и закалить свой характер. Не хочу толстеть и стать ленивым, хочу быть здоровым.

б) Я занимаюсь спортом, чтобы отдохнуть от умственной (сидячей) работы, чтобы получить прилив сил, поэтому спорт для меня — хобби. Спортивные результаты интересуют меня в меньшей степени.

4. а) Мне нравятся занятия спортом, потому что соревноваться очень интересно, потому что радуют достигнутые успехи. Я люблю атмосферу соревнований.

б) Я хочу разбираться в вопросах спортивной техники и тактики, принципах тренировочного процесса, знать, как правильнее тренироваться.

5. а) Моя спортивная команда должна занимать лидирующее положение. Я хочу внести свой вклад в это дело. Я не хочу подводить своего тренера и товарищей. Это заставляет меня больше тренироваться.

б) Я регулярно тренируюсь, чтобы поддерживать и повышать достигнутые результаты, чтобы добиваться поставленной передо мной (мною) цели.

6. а) Я регулярно тренируюсь, чтобы обязательно поддерживать достигнутые спортивные результаты, чтобы повышать достижения и добиться поставленной передо мной (мною) цели.

б) Мне нравятся занятия спортом, потому что соревноваться очень интересно, потому что радуют достигнутые успехи. Я люблю атмосферу соревнований.

7. а) Я хочу разбираться в вопросах спортивной техники и тактики, принципах тренировочного процесса, знать, как правильнее тренироваться.

б) Я активно занимаюсь спортом, потому что хочу развиваться физически и закалить свой характер. Не хочу толстеть и стать ленивым, хочу быть здоровым.

8. а) Я занимаюсь спортом, чтобы отдохнуть от умственной (сидячей) работы, чтобы получить прилив сил, поэтому спорт для меня — хобби. Спортивные результаты интересуют меня в меньшей степени.

б) Я занимаюсь спортом, так как добиваюсь успехов. Мои товарищи по школе и спортивной команде, так же как и зрители, уважают меня за это. Во время соревнований приятно быть в центре внимания, повышать свой престиж.

9. а) Достичь хороших результатов в учебе и работе возможно, только если я буду здоров и физически развит. Этому содействует спорт.

б) Я получаю радость от занятий спортом, так как могу двигаться и испытывать напряжение. Это меня воодушевляет и поднимает настроение.

10. а) Если я буду регулярно тренироваться, то смогу показывать высокие спортивные результаты, защищать честь своего коллектива, спортивного общества, нашей страны.

б) Я занимаюсь спортом, так как добиваюсь успехов. Мои товарищи по школе и спортивной команде, так же как и зрители, уважают меня за это. Во время соревнований приятно быть в центре внимания, повышать свой престиж.

11. а) Я активно занимаюсь спортом, потому что хочу развиваться физически и закалить свой характер. Не хочу толстеть и стать ленивым, хочу быть здоровым.

б) Я регулярно тренируюсь, чтобы обязательно поддерживать и повышать достигнутые результаты, чтобы добиваться поставленной передо мной (мною) цели.

12. а) Мне нравятся занятия спортом, потому что соревноваться очень интересно, потому что радуют достигнутые успехи. Я люблю атмосферу соревнований.

б) Моя спортивная команда должна занимать лидирующее положение. Я хочу внести свой вклад в это дело. Я не хочу подводить своего тренера и товарищей. Это заставляет меня больше тренироваться.

13. а) Я занимаюсь спортом, чтобы отдохнуть от умственной (сидячей) работы, чтобы получить прилив сил, поэтому спорт для меня — хобби. Спортивные результаты интересуют меня в меньшей степени.

б) Я получаю радость от занятий спортом, так как могу двигаться и испытывать напряжение. Это меня воодушевляет и поднимает настроение.

14. а) Я хочу разбираться в вопросах спортивной техники и тактики, принципах тренировочного процесса, знать, как правильнее тренироваться.

б) Я занимаюсь спортом, так как добиваюсь успехов. Мои товарищи по школе и спортивной команде, так же как и зрители, уважают меня за это. Во время соревнований приятно быть в центре внимания, повышать свой престиж.

15. а) Достичь хороших результатов в учебе и профессии возможно только, если я буду здоров и физически развит. Этому содействует спорт.

б) Если я буду регулярно тренироваться, то смогу показывать высокие спортивные результаты, защищать честь своего коллектива, спортивного общества, нашей страны.

16. а) Я активно занимаюсь спортом, потому что хочу развиваться физически и закалить свой характер. Я не хочу потолстеть и стать ленивым, хочу быть здоровым.

б) Мне нравятся занятия спортом, потому что соревноваться очень интересно, потому что радуют достигнутые успехи. Я люблю атмосферу соревнований,

17. а) Я занимаюсь спортом, чтобы отдохнуть от умственной (сидячей) работы, чтобы получить прилив сил, поэтому - спорт для меня — хобби. Спортивные результаты интересуют меня в меньшей степени.

б) Я хочу разбираться в вопросах спортивной техники и тактики, принципах тренировочного процесса, знать, как правильнее тренироваться.

18. а) Я регулярно тренируюсь, чтобы поддерживать и повышать достигнутые результаты, чтобы добиваться поставленной передо мной (мною) цели.

б) Я занимаюсь спортом, так как добиваюсь успехов. Мои товарищи по школе и спортивной команде, так же как и зрители, уважают меня за это. Во время соревнований приятно быть в центре внимания, повышать свой престиж.

19. а) Моя спортивная команда должна занимать лидирующее положение. Я хочу внести свой вклад в это дело. Я не хочу подводить своего тренера и товарищей. Это заставляет меня больше тренироваться.

б) Я получаю радость от занятий спортом, так как могу двигаться и испытывать напряжение. Это меня воодушевляет и поднимает настроение.

20. а) Если я буду регулярно тренироваться, то смогу показывать высокие спортивные результаты, защищать честь своего коллектива, спортивного общества, нашей страны.

б) Мне нравятся занятия спортом, потому что соревноваться очень интересно, потому что радуют достигнутые успехи. Я люблю атмосферу соревнований.

21. а) Достичь хороших результатов в учебе и работе возможно, только если я буду здоров и физически развит. Этому содействует спорт.

б) Я активно занимаюсь спортом, потому что хочу развиваться физически и закалить свой характер. Не хочу потолстеть и стать ленивым, хочу быть здоровым.

22. а) Я занимаюсь спортом, чтобы отдохнуть от умственной (сидячей) работы, чтобы получить прилив сил, поэтому спорт для меня — хобби. Спортивные результаты интересуют меня в меньшей степени.

б) Я регулярно тренируюсь, чтобы поддерживать и повышать достигнутые результаты, чтобы добиваться поставленной передо мной (мною) цели.

23. а) Моя спортивная команда должна занимать лидирующее положение. Я хочу внести свой вклад в это дело. Я не хочу подводить своего тренера и товарищей. Это заставляет меня больше тренироваться.

б) Достичь хороших результатов в учебе и работе возможно, только если я буду здоров и физически развит. Этому содействует спорт.

24. а) Я регулярно тренируюсь, чтобы поддерживать и повышать достигнутые результаты, чтобы добиваться поставленной передо мной (мною) цели.

б) Если я буду регулярно тренироваться, то смогу показывать высокие спортивные результаты, защищать честь своего коллектива, спортивного общества, нашей страны.

25. а) Я получаю радость от занятий спортом, так как могу двигаться и испытывать напряжение. Это меня воодушевляет и поднимает настроение.

б) Я занимаюсь спортом, так как добиваюсь успехов. Мои товарищи по школе и спортивной команде, так же как и зрители, уважают меня за это. Во время соревнований приятно быть в центре внимания, повышать свой престиж.

26. а) Я активно занимаюсь спортом, потому что хочу развиваться физически и закалить свой характер. Не хочу толстеть и стать ленивым, хочу быть здоровым.

б) Моя спортивная команда должна занимать лидирующее положение. Я хочу внести свой вклад в это дело. Я не хочу подводить своего тренера и товарищей. Это заставляет меня больше тренироваться.

27. а) Я хочу разбираться в вопросах спортивной техники и тактики, принципах тренировочного процесса, знать, как правильнее тренироваться.

б) Если я буду регулярно тренироваться, то смогу показывать высокие спортивные результаты, защищать честь своего коллектива, спортивного общества, нашей страны.

28. а) Мне нравятся занятия спортом, потому что соревноваться очень интересно, потому что радуют достигнутые успехи. Я люблю атмосферу соревнований.

б) Я занимаюсь спортом, чтобы отдохнуть от умственной (сидячей) работы, чтобы получить прилив сил, поэтому спорт для меня — хобби. Спортивные результаты интересуют меня в меньшей степени.

29. а) Достичь хороших результатов в учебе и работе возможно, только если я буду здоров и физически развит. Этому содействует спорт.

б) Я регулярно тренируюсь, чтобы поддерживать и повышать достигнутые результаты, чтобы добиваться поставленной передо мной (мною) цели.

30. а) Я занимаюсь спортом, так как добиваюсь успехов. Мои товарищи по школе и спортивной команде, так же как и зрители, уважают меня за это. Во время соревнований приятно быть в центре внимания, повышать свой престиж.

б) Мне нравятся занятия спортом, потому что соревноваться очень интересно, потому что радуют достигнутые успехи. Я люблю атмосферу соревнований.

31. а) Я получаю радость от занятий спортом, так как могу двигаться и испытывать напряжение. Это меня воодушевляет и поднимает настроение.

б) Я активно занимаюсь спортом, потому что хочу развиваться физически и закалить свой характер. Не хочу толстеть и стать ленивым, хочу быть здоровым.

32. а) Моя спортивная команда должна занимать лидирующее положение. Я хочу внести свой вклад в это дело. Я не хочу подводить своего тренера и товарищей. Это заставляет меня больше тренироваться.

б) Я хочу разбираться в вопросах спортивной техники и тактики, принципах тренировочного процесса, знать, как правильнее тренироваться.

33. а) Если я буду регулярно тренироваться, то смогу показывать высокие спортивные результаты, защищать честь своего коллектива, спортивного общества, нашей страны.

б) Я занимаюсь спортом, чтобы отдохнуть от умственной (сидячей) работы, чтобы получить прилив сил, поэтому спорт для меня — хобби. Спортивные результаты интересуют меня в меньшей степени.

34. а) Мне нравятся занятия спортом, потому что соревноваться очень интересно, потому что радуют достигнутые успехи. Я люблю атмосферу соревнований.

б) Достичь хороших результатов в учебе и работе возможно, только если я буду здоров и физически развит. Этому содействует спорт.

35. а) Я занимаюсь спортом, так как добиваюсь успехов. Мои товарищи по школе и спортивной команде, так же как и зрители, уважают меня за это. Во время соревнований приятно быть в центре внимания, повышать свой престиж.

б) Моя спортивная команда должна занимать лидирующее положение. Я хочу внести свой вклад в это дело. Я не хочу подводить своего тренера и товарищей. Это заставляет меня больше тренироваться.

36. а) Я регулярно тренируюсь, чтобы поддерживать и повышать достигнутые результаты, чтобы добиваться поставленной передо мной (мною) цели.

б) Я получаю радость от занятий спортом, так как могу двигаться и испытывать напряжение. Это меня воодушевляет и поднимает настроение.

37. а) Я хочу разбираться в вопросах спортивной техники и тактики, принципах тренировочного процесса, знать, как правильнее тренироваться.

б) Достичь хороших результатов в учебе и работе возможно, только если я буду здоров и физически развит. Этому содействует спорт.

38. а) Моя спортивная команда должна занимать лидирующее положение. Я хочу внести свой вклад в это дело. Я не хочу подводить своего тренера и товарищей. Это заставляет меня больше тренироваться.

б) Если я буду регулярно тренироваться, то смогу показывать высокие спортивные результаты, защищать честь своего коллектива, спортивного общества, нашей страны.

39. а) Я занимаюсь спортом, чтобы отдохнуть от умственной (сидячей) работы, чтобы получить прилив сил, поэтому спорт для меня — хобби. Спортивные результаты интересуют меня в меньшей степени.

б) Достичь хороших результатов в учебе и работе возможно, только если я буду здоров и физически развит. Этому содействует спорт.

40. а) Я получаю радость от занятий спортом, так как могу двигаться и испытывать напряжение. Это меня воодушевляет и поднимает настроение.

б) Мне нравятся занятия спортом, потому что соревноваться очень интересно, потому что радуют достигнутые успехи. Я люблю атмосферу соревнований.

41. а) Я активно занимаюсь спортом, потому что хочу развиваться физически и закалить свой характер. Не хочу потолстеть и стать ленивым, хочу быть здоровым.

б) Я занимаюсь спортом, так как добиваюсь успехов. Мои товарищи по школе и спортивной команде, так же как и зрители, уважают меня за это. Во время соревнований приятно быть в центре внимания, повышать свой престиж.

42. а) Я регулярно тренируюсь, чтобы поддерживать и повышать достигнутые результаты, чтобы добиваться поставленной передо мной (мною) цели.

б) Я хочу разбираться в вопросах спортивной техники и тактики, принципах тренировочного процесса, знать, как правильнее тренироваться.

43. а) Я занимаюсь спортом, чтобы отдохнуть от умственной (сидячей) работы, чтобы получить прилив сил, поэтому спорт для меня — хобби. Спортивные результаты интересуют меня в меньшей степени.

б) Моя спортивная команда должна занимать лидирующее положение. Я хочу внести свой вклад в это дело. Я не хочу подводить своего тренера и товарищей. Это заставляет меня больше тренироваться.

44. а) Если я буду регулярно тренироваться, то смогу показывать высокие спортивные результаты, защищать честь своего коллектива, спортивного общества, нашей страны.

б) Я активно занимаюсь спортом, потому что хочу развиваться физически и закалить свой характер. Не хочу толстеть и стать ленивым, хочу быть здоровым.

45. а) Я получаю радость от занятий спортом, так как могу двигаться и испытывать напряжение. Это меня воодушевляет и поднимает настроение.

б) Я хочу разбираться в вопросах спортивной техники и тактики, принципах тренировочного процесса, знать, как правильнее тренироваться.

Обработка результатов

Каждый выбор оценивается от 1 до 3 баллов, в зависимости от степени преобладания одного суждения над другим, «не много» - 1, «достаточно» - 2 балла, «значительно» - 3 балла, за ответ «не знаю» - баллы не начисляются. подсчитывается сумма баллов по каждому мотиву, максимальная сумма для одного мотива не превышает 27 баллов.

Ключ к расшифровке полученных данных

мотиву ЭУ соответствуют пп. опросника: 1а, 9б, 13б, 19б, 25а, 31а, 36б, 40а, 45а;

мотиву СС соответствуют пп.: 2а, 8б, 16б, 14б, 18б, 25б, 30а, 35а, 41б;

мотиву ФС соответствуют пп.: 3а, 7б, 11а, 16а, 21б, 26а, 31б, 41а, 44б;

мотиву СЭ соответствуют пп.: 4а, 6б, 12а, 16б, 20б, 28а, 30б, 34а, 40б;

мотиву СМ соответствуют пп.: 5а, 12б, 19а, 23а, 26б, 32а, 35б, 38а, 43б;

мотиву ДУ соответствуют пп.: 5б, 6а, 11б, 18а, 22б, 24а, 29б, 36а, 42а;
мотиву СП соответствуют пп.: 4б, 7а, 14а, 17б, 27а, 32б, 37а, 42б, 45б;
мотиву РВ соответствуют пп.: 3б, 8а, 13а, 17а, 22а, 28б, 33б, 39а, 43а;
мотиву ПД соответствуют пп.: 2б, 9а, 15а, 21а, 23б, 29а, 34б, 37б, 39б;
мотиву ГП соответствуют пп.: 1б, 10а, 15б, 20а, 24б, 27б, 33а, 38б, 44а.

Выводы

Наиболее предпочтительны для опрашиваемого спортсмена те мотивы, по которым он набрал наибольшее количество баллов.

Федосеев М.И. Влияние пандемии на национальную языковую картину мира

Федосеев Марк Игоревич,

студент 2 курса направления «лингвистика»

Научный руководитель:

Араева Людмила Алексеевна

доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой стилистики и риторики
Кемеровский государственный университет

Вместе с пандемией коронавируса в мир пришли хаос и кризис во многих сферах жизнедеятельности человека. Уже спустя девять месяцев с первых случаев заражения COVID-19 ничего вокруг нас не осталось без изменений. Производство, туризм, нефтяная отрасль, а вместе с экономикой задеты и сферы коммуникации людей на некоммерческой основе. Любители активного отдыха, да и просто те, кто не против посидеть в приятной компании своих друзей, перестали посещать кафе, бары, пляжи, пиццерии – места, где обычно довольнолюдно. В моём случае ключевое слово здесь – «коммуникация», потому что моя первая научная работа об изменениях в языке в связи с пандемией ковида.

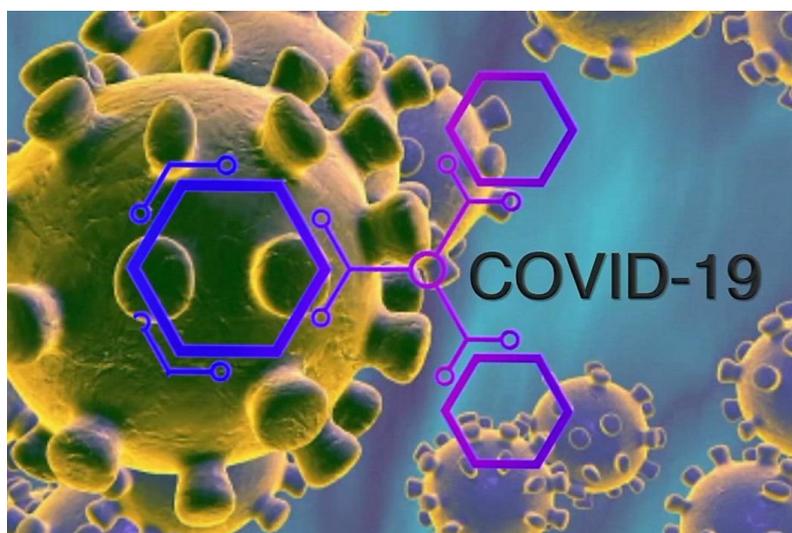


Рисунок 1. «COVID-19» (Фото: www.mynews13.com)

Язык – одна из первых инстанций, преобразованных пандемией, ведь он является динамической и быстро адаптирующейся под изменения в обществе системой. Цель моей работы заключается в том, чтобы проследить эти самые изменения, привнести понимание того, как это происходит, а также, что мотивирует слова выглядеть и звучать так, как мы это видим и слышим. В этом исследовании мы сможем увидеть мотивирующие производных слов, то, откуда они растут, что впоследствии и составляет национальную языковую картину мира. Нельзя сказать, что это принципиально новая научная работа по своей структуре, но абсолютно

точно можно утверждать, что она уникальна именно в это время и в этом месте, ведь не очень часто происходит что-то настолько масштабное и в нашем случае даже пугающее, тем более касающееся почти каждого гражданина мира, что ещё и приводит к появлению такого обилия новых интересных лексических элементов в разных языках. Эти неологизмы могут быть как сокращениями вроде аббревиатуры COVID – «Coronavirus Disease»; так и составленными из двух мотивирующих – «ковидиот», то есть «ковид» и «идиот»; слова с суффиксами для обозначения помещений, например: «ковидарий». Глядя на некоторые выражения, можно с уверенностью сказать, что они приходят в наш язык с запада, но вполне возможно, что они просто появились в разных языках одновременно и такие случаи точно имеют место быть.



Рисунок 2. «Языковая картина мира» (Фото: <https://vk.com/@-156596674-yazykovye-kartiny-mir>)

На своём опыте могу сказать, что определённо не самая большая часть людей знает или хотя бы раз слышала о неологизмах вроде тех, что я описал выше, точно и то, что мало кто обращает внимание на их появление в родном языке, ведь они не являются какими-то новыми сленговыми молодёжными словечками, услышав которые вы даже не можете понять их значение, как те самые «флекс», «кринж» и им подобные. Напротив, ковидологизмы, в частности родные, то есть образованные внутри языка, незаимствованные, являются довольно понятными большинству носителей языка. Это говорит о национальной специфике подобных лексических единиц. В свою очередь внутри национальной картины языка существуют свои отделы. Об этом свидетельствует наличие интонационных, лексических и орфоэпических расхождений в речи жителей разных регионов России. В качестве примера для данной проблемы можно привести различия в названии помещения для больных ковидом: «ковидарий» и «ковидарня» - слова, обозначающие один и тот же объект, образованные с помощью разных суффиксов. Первый случай был услышан в поликлинике Кемерово, а вторым пользуются врачи города Красноярск. Форманты «-арн/я/» и «-арий» в данных случаях выполняют одну роль, способствуют называнию

одного и того же «места для кого-то или чего-то». В принципе, эти форманты в словообразовательной системе русского языка обозначают помещения. Однако –арий, как правило, называет помещения, предназначенные для экзотических животных (дельфинарий) или цветов (розарий), в то время как –арн/я/ образует производные со значением помещений, предназначенных а) для людей, занятых достаточно примитивной трудовой деятельностью (слесарня, столярня); б) для домашних животных (свинарня, курятня). Слова с данными суффиксами в русском языке не являются синонимичными. Между тем такие производные, как «говидарня» и «говидарий» являются синонимами. В первом случае чувствуется несколько негативный оттенок, во втором – этот оттенок отсутствует. Интересен первый случай. Почему же место, где находятся больные коронавирусом назвали производным с суффиксом –арня, который добавляет негативный окрас слову? Да потому что условия в некоторых местах такого типа просто ужасные. Врачи находятся по двенадцать, а то и больше часов в переполненных больными помещениях, подвергая себя риску заболеть. Сюда же можно отнести ковидарник, ковидюшник, ковидальня, ковилятник. Однако нужно сказать, что наличие таких однокоренных синонимов свидетельствует о вхождении суффикса –арий в словообразовательную систему языка (-арий это не русский суффикс). До настоящего времени такого взаимодействия указанных формантов не обнаруживалось.

Также замечено появление новых производных в словообразовательных парадигмах однокоренных слов, которые до этого существовали и не пополнялись уже очень продолжительный срок. Так, например, «дистанционное обучение», которое до пандемии коронавируса использовалось в основном для обучения людей с ограниченными возможностями, приобрело пару однокоренных синонимов: «дистант» - слово, вероятно, пришедшее к нам из английского языка – «distant» - далёкий; «дистанционка» - очевидно, незаимствованное, образованное внутри языка. Так мы получаем словообразовательную цепочку: «дистанция» - «дистанционный» - «дистанционное обучение» - «дистанционка» - «дистант». Слово «удалёнка», производное от «удалённая работа», пополняет словообразовательный тип «прилагательное+к/а/» новой семантикой. Если же говорить об однокоренных, но не синонимичных выражениях, то можно вспомнить вошедший в обиход «масочный режим», то есть – «маска» - «масочный». Это единицы одного гнезда однокоренных слов.



Рисунок 3. «Коронавир» (Фото: <https://gmpnews.ru/2020/09/koronavir-pervym-sredi-preparatov-dlya-lecheniya-covid-19-nachnet-prodavatsya-v-aptekax/>)

Также «Коронавир» - препарат для лечения COVID-19, это слово очевидно является сокращенной версией «коронавируса». Вакцины обычно содержат более слабую форму заболевания, что-то вроде обрезанной версии, так вот здесь как раз прослеживается такая аналогия - у «коронавируса» как бы забрали небольшую часть, получился «коронавир».

Выше я уже приводил примеры аббревиатур, появившихся в период пандемии, но есть ещё несколько. Так, «медицинская сестра» уже давно обладает синонимичным сокращением «медсестра», моментально ставшим самостоятельным словом, а сегодня оно используется абсолютно везде, однако есть и другое сокращение - «м/с», которое в основном используется в письменном виде в документах, но опрошенные по этому поводу врачи утверждали, что начали использовать эту аббревиатуру и во время речевого общения друг с другом, она так и звучит – «мс». Аналогичное сокращение слова «санитарка» - «сан.» все-таки используется только на письме.

«Тепловизор» слово не новое, но раньше определенно было не так распространено, как сейчас. Производное, обозначающее устройство для наблюдения за распределением температуры исследуемой поверхности состоит из двух корней -тепл-, -виз-, также интерфикса и суффикса. Пандемия сильно пополнила банк производных неологизмов с двумя корнями. Даже стоящий выше всех «коронавирус» относится к этому списку.

Таким образом, на наших глазах изменяется национальная языковая картина мира русского народа, входят в обиход уже существующие, но редко использовавшиеся слова, появляются новые производные, поддержанные особенностями словообразовательной системы русского языка и расширяющие границы этой бесконечной, неравновесной системы.

Согласно исследованию социальной сети Вконтакте и Brand Analytics в данной таблице представлены слова, чаще всего употреблявшиеся в комментариях и постах в сети:

№	Слово	Упоминаний
1	Коронавирус	3719
2	Карантин	2127
3	Путин	1173
4	Италия	792
5	Конституция	792
6	Эпидемия	678
7	Пациент	659
8	Профилактика	632
9	Паника	625
10	Работник	598
11	Доллар	569
12	Беречь	539
13	Кризис	448
14	Гречка	431
15	Экономика	419
16	Кашель	395
17	Дистанционный	391
18	Каникулы	380
19	Нефть	377
20	Пожилые	350

Как можно заметить, в списке из двадцати слов всего лишь пара подходит под цель моего исследования. Однако можно с уверенностью сказать, что все слова в списке так или иначе связаны с пандемией COVID-19. Эта статистика показывает то, как сложившаяся ситуация влияет не только на национальную языковую картину мира русского человека, но и на его сознание, буквально заставляя использовать эти слова. Пандемия придала им особый смысл и повысила значимость обычных выражений, которые мы просто использовали не слишком часто. В свою очередь словообразовательная система русского языка дает всё, чтобы новые слова, фонемы, начали взаимодействовать между собой, тем самым пополняя словарный запас языка. И, по-моему, ничто, из происходящего внутри него, нельзя назвать плохим – пока у языка есть носитель и в нём происходят изменения, можно утверждать то, что он эволюционирует. Это означает, что пандемия всё-таки повлияла на языковую картину мира с хорошей стороны, несмотря на ужасные последствия в материальном мире.

Шойхет С.О. Невозможность осуществления планов как проблема молодёжи в современности

Шойхет София Олеговна
студентка 3-го курса, Направление подготовки: 39.03.01. Социология,
Социология в индустрии моды, РГУ им. А.Н.Косыгина (Технологии. Дизайн.
Искусство)

Для того, чтобы разобрать проблемы, встречающиеся у молодёжи, нам необходимо понимать, кого именно мы называем «молодёжью».

«Молодёжь» - социально-демографическая группа, выделяемая на основе возрастных особенностей, социального положения и характеризующаяся специфическими интересами и ценностями. Эта группа включает лиц в возрасте от 14 до 30 лет, а в некоторых случаях, определенных нормативными правовыми актами Российской Федерации и субъектов Российской Федерации, - до 35 и более лет, имеющих постоянное место жительства в Российской Федерации или проживающих за рубежом (граждане Российской Федерации и соотечественники).²² Согласно новой редакции законопроекта о молодёжной политике в России, предлагается увеличить предельный возраст молодёжи до 35 лет во всех субъектах Российской Федерации.²³

Молодёжь сегодня не имеет чётких ориентиров в жизни, которые были у наших бабушек и дедушек, даже наших матерей и отцов, нет определенной глобальной цели, знаний о законах общества и социальной системы, знаний о том, что точно и как именно возможно осуществить, а что нет.²⁴ Вероятнее всего, это происходит из-за того, что нынешняя молодёжь слушает советы не только своих предков, но и читают о всевозможных ситуациях в интернете, узнают о людях, которые, несмотря на все трудности, достигли определенного результата. В настоящее время молодёжь более наивна: верит в успех, возможно, даже в чудо. Из-за этого возникает множество желаний, которые необходимо осуществлять самостоятельно, так как уже являешься осознанным взрослым человеком. Разумеется, на помощь придут члены семьи, друзья, коллеги, но необходимо приложить немалые усилия, чтобы достичь чего-то стоящего.

Из желаний, которые мы имеем, всегда вытекают определенные обязанности. Например, хочешь путешествовать – необходимо заработать, хочешь зарабатывать с удовольствием – необходимо учиться. Сейчас молодёжь вынуждена успевать всё:

²²Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года (утв. распоряжением Правительства РФ от 29 ноября 2014 г. N 2403-р).

²³ Романова В. В России предложили считать молодёжью людей до 35 лет // LIFE. – 2020.

²⁴ Пять проблем современной молодёжи России // Общероссийский молодёжный журнал «Наша молодёжь». – 2011.

учиться, работать, путешествовать, гулять с друзьями, ходить в кино/театры/музеи, заниматься спортом и многое другое. На мой взгляд, именно в этот период жизни все возможности кажутся наиболее захватывающими и необходимыми.

Однако, всё утыкается в наше время и возможности. К сожалению, иногда чисто физически не получается всё осуществить и приходится делать выбор, что очень сложно.

Библиографический список

1. Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года (утв. распоряжением Правительства РФ от 29 ноября 2014 г. N 2403-р).

2. Романова В. В России предложили считать молодежью людей до 35 лет // LIFE. – 2020.

3. Пять проблем современной молодёжи России // Общероссийский молодёжный журнал «Наша молодёжь». – 2011.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС ЭССЕ ДЛЯ СТУДЕНТОВ И УЧАЩИХСЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ «ВЫДАЮЩИЕСЯ УЧЕНЫЕ»

**Белкина Е.С. Василий Александрович Сухомлинский - создатель
народной педагогики**

Белкина Екатерина Сергеевна
студентка 5 курса филологического факультета ГОУ ВО МО
Государственный гуманитарно-технологический университет
г. Орехово-Зуево Московской области

*Труд ученого – достояние
всего человечества, и наука
является областью наибольшего
бескорыстия.
Максим Горький*

На протяжении всей жизни мы время от времени (например, в школе и в университете) изучаем биографии различных ученых и их значительные изобретения. Именно благодаря ученым были совершены величайшие открытия, без которых было бы сложно представить нашу жизнь сейчас. Так, например, Александр Флеминг в 1928 году открыл пенициллин – первый антибиотик, благодаря которому можно лечить такие болезни, как язва желудка, скарлатина, болезнь Лайма и многие другие; Майкл Фарадей открыл электричество; Фридрих Райницер открыл жидкие кристаллы, именно поэтому каждый человек теперь имеет возможность смотреть телевизор.

Испокон веков выдающиеся ученые исследовали разные области жизни человека. Не исключением является и педагогическая наука, которая представлена такими известными именами, как Ю.К. Бабанский, В.И. Вернадский, Л.С. Выготский, А.С. Макаренко и многими другими. Однако в рамках данного исследования речь пойдет о не менее знаменитом ученом- педагоге, который родился в селе Васильевка в 1918 году, – о Василии Александровиче Сухомлинском.



Уже в возрасте 17-ти лет Василий Сухомлинский начал педагогическую деятельность. После окончания университета он стал преподавателем украинского языка и литературы, а после Великой Отечественной войны Василий Александрович прибыл на родину и стал бессменным директором школы в п. Павлыш.

Какой же вклад внес Сухомлинский в педагогическую науку? Именно этот ученый-педагог впервые заговорил о гуманизме по отношению к детям. Он всегда говорил, что на первом месте должен стоять ребенок с его достоинствами и недостатками. По мнению Василия Александровича, роль педагога – создать такие условия, чтобы ученики имели возможность развиваться всесторонне и улучшать свои качества.

Имеет ли эта идея отголоски в современном мире? Если говорить о развитии ребенка, то в наши дни существует большое количество секций, кружков, благодаря которым дети имеют возможность заниматься любимым делом и совершенствовать свои навыки. Что касается принципа гуманизма по отношению к ученикам, то, на наш взгляд, эта идея В.А. Сухомлинского не всегда реализуется в рамках современного школьного образования: мы часто можем наблюдать нежелание преподавателей видеть индивидуальность ребенка.

Большое значение В.А. Сухомлинский придавал коллективу, говоря,



это «не какая-то близкая масса. Он [коллектив] существует как богатство индивидуальностей, и, если воспитатель понимает, что воспитывающая сила коллектива рождается не из всего в организационных формах, в подчинении и руководстве, его интересы не оправдаются».

Воспитывающая сила коллектива начинается с того, что есть в каждом отдельном человеке, какие духовные богатства имеет каждый человек, что он приносит в коллектив, что дает другим, что от него берут люди». Василий Александрович считал, что коллектив учащихся создается посредством сердечности, задушевности, отзывчивости, единой цели. По словам В.А.

Сухомлинского, воспитывающая сила коллектива состоит в том, что каждый человек в этой среде может дать что-то другим, что-то свое, личное, важное.

Однако ученый-педагог обращал внимание на коллектив не только ученический, но и учительский. Василий Александрович проявлял уважение к каждому преподавателю и всегда говорил о важности положительной атмосферы внутри школы. Это связано с тем, что ребенок может полноценно развиваться только в грамотно созданном коллективе, где нет конфликтов и распрей.

Свои педагогические идеи В.А. Сухомлинский изложил в ряде публикаций: «Сердце отдаю детям»; «Как воспитать настоящего человека»; «Мудрая власть коллектива»; «Разговор с молодым директором школы»; «Родина в сердце»; «Хрестоматия по этике»; «Письма к сыну»; «Потребность человека в человеке» и многих других.

Василий Александрович Сухомлинский – это педагог-ученый, на творчество которого обращает внимание не только отечественная педагогическая общественность, но и зарубежная. Ведь на основе гуманистических положений он создал систему воспитания, которая не предполагает наказания или авторитарности. По мнению В.А. Сухомлинского, воспитывать нужно именно трудом, коллективом и красотой природы. В таких условиях личность ребенка считается драгоценностью, которая должна развиваться.

Березина Зинаида Сергеевна

студентка 4 курса филологического факультета ГОУ ВО МО
«Государственный гуманитарно-педагогический университет»
г. Орехово-Зуево Московской области

Материнство – это великий дар, чудо, позволяющее по-настоящему реализовать себя как женщина. К сожалению, этому событию предшествуют другое, болезненное и неприятное, роды, которые могут иметь далеко не счастливый конец. Даже при идеально протекающей беременности женщина может столкнуться с проблемами, представляющими угрозу для здоровья и жизни роженицы. Однако медицинские работники делают все от них зависящее, чтобы роды прошли без последствий. Так, показатель смертности во время рождения ребенка с годами снижается, а также уменьшается число материнских потерь. По данным за 2017 год показатели достигли самых низких значений за всю историю России: младенческая смертность снизилась до 5,3 на 1000 родившихся живыми, материнская – до 7,3 на 100 тысяч, и это еще не конец. Людям XXI века повезло родиться во времена бескрайних возможностей, когда медицина пускай еще и не достигла апогея своего развития, но уже способна обеспечить безопасность пациентов. Однако для достижения такого результата был проделан огромный путь в родовспоможении.

Обратимся к истории, к средним векам, когда летальный исход при родах был неизбежен даже при малейших осложнениях. К таковым относились выкидыш, внематочная беременность, преждевременные роды. К тому же, в те дни не было подходящего оборудования и медикаментов, которые могли бы облегчить процесс деторождения. Так, например, акушерские щипцы начали применять не раньше XVIII века.

Самой распространенной причиной материнской смертности являлась «родильная горячка» (сепсис), представляющая собой инфекционное заражение крови при родах вследствие попадания грязи в организм матери. Эта болезнь уносила с собой до 30% рожениц, она считалась естественной и ее связывали с особенностями организма конкретных женщин. Стоит упомянуть тот факт, что отношение к гигиене в те времена было своеобразное. Как раз в этом и кроется причина болезни, ведь про дезинфекцию в те годы никто не слышал. Врач мог ехать к роженице сразу после вскрытия трупа, считая достаточным протереть руки салфеткой. Это продолжалось вплоть до XIX столетия, пока один венгерский врач-акушер, Игнац Филипп Земмельвейс (Рис. 1), которого в последствии назовут «спасителем матерей», не задумался о причинах таких показателей смертности.

Игнацу Земмельвейсу с самого детства пророчили карьеру военного юриста, но юношу привлекала другая профессия. Игнац пошел против воли семьи и поступил на медицинский факультет. Там он не был выдающимся студентом, не выделялся талантом в этой области. Из него выходил лишь добросовестный врач, но ничего более этого.

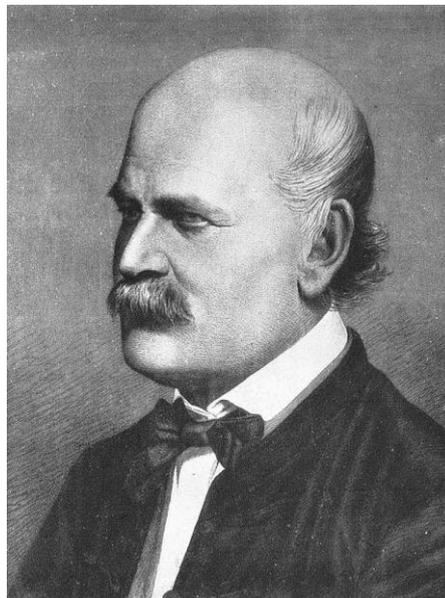


Рисунок 1. Игнац Филипп Земмельвейс

Первым местом работы Земмельвейса стала акушерская клиника профессора Клейна в Вене (Рис. 2), печально известная своим проклятием «родильной лихорадки». Самое интересное заключалось в том, что смертность в клинике от заражения крови была гораздо выше, чем при домашних родах и даже при срочных родах «на улицах». К моменту, когда Игнац Земмельвейс получил должность ассистента, родильное отделение уже было разбито на две части: первое отделение, предназначавшееся для обучения студентов-медиков, которым заведовал Клейн и второе отделение, отданное во владение Францу Бартшу и акушерам. Всего за несколько месяцев работы Игнаца в учреждении, смертность от сепсиса в первом отделении возросла в 5 раз, сравнивая со смертностью во втором. Клиники мало чем отличались друг от друга, а также имели абсолютно одинаковые условия для пациентов. Как раз роковую разницу между этими двумя отделениями и предстояло выяснить ученому.

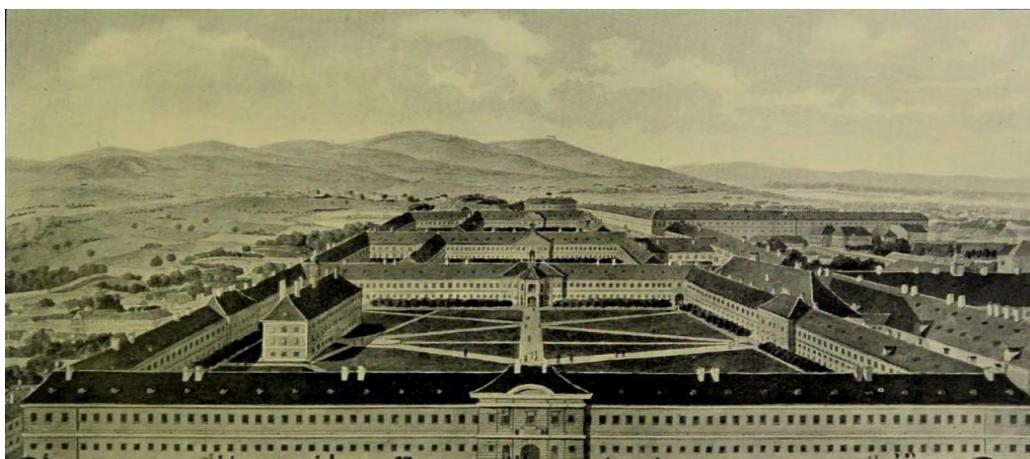


Рисунок 2. Венская общедоступная больница

Земмельвейс не был равнодушным человеком, он не мог смириться с тем, что женщины, которые еще вчера смеялись и беззаботно разговаривали друг с другом, теперь по непонятной причине лежат на столе в морге. Он исследовал научные труды, в поисках подсказки, пробовал новые способы решения проблемы, но все оказалось тщетно. Вскоре произошло событие, заставившее акушера подойти к проблеме с другой стороны, это смерть его близкого друга, Якуба Колетшка. Будучи профессором судебной медицины, тот вместе со студентами вскрывал тело женщины, умершей от «родильной горячки», и один из учеников случайно порезал Колетшке палец, что и послужило причиной болезни, а затем и смерти патологоанатома. Мысли о причине гибели друга стали преследовать Земмельвейса днем и ночью. В конце концов ученый понял, что Колетшка и несчастные роженицы умерли от сепсиса, который был вызван попаданием в кровеносные сосуды трупных веществ. Данная теория имела почву для размышлений, ведь в первом отделении студенты-медики работали с трупами в морге, а потом шли на осмотр рожениц. Конечно, в теории врачи должны были мыть руки мылом (Рис. 3) перед тем, как приходиться к пациентам, но, как оказалось, до практики дело не доходило.



Рисунок 3. Врачи моют руки перед входом в родильное отделение

Игнац Земмельвейс начал искать действенные способы обработки рук, так как ни щетка, ни щелок не могли продезинфицировать руки в достаточной степени, и тогда ученый обратил свое внимание на хлорную воду. Всех студентов он также обязал перед обследованием рожениц использовать именно ее, это дало небывалые результаты: под конец эксперимента не было зарегистрировано ни одного случая смерти от «родильной лихорадки».

Ученый достиг успеха и нашел способ помочь сотням, тысячам женщин. Оставалось лишь собрать доказательную базу и выступить перед научным сообществом, но как раз с этим пунктом у него и возникли трудности. Близкие

друзья врача последовали его совету и стали мыть руки хлорным раствором, но дальше дружеских бесед дело не ушло. Одни проигнорировали данное открытие, другие оскорбились тем, что врачи были уличены в нечистоплотности и нарушении правил. Конечно, у врача имелись и последователи его теории, но их были единицы. Тем временем директор отделения, в котором работал Земмельвейс, Клейн, вообще считал чистой случайностью и стечением обстоятельств тот факт, что уменьшение смертей от «родильной горячки» пришлось на время эксперимента ученого. Возможно, директор боялся, что лишняя огласка лишь навредит его репутации, поэтому делал все, чтобы помешать Земмельвейсу донести до народа свое мнение.

К великому сожалению, открытие ученого было по достоинству оценено и принято обществом лишь к концу жизни Земмельвейса. После достижения 40-летия как физическое, так и моральное состояние акушера резко ухудшилось. Он уже не мог работать врачом, а свои последние дни жизни провел в психиатрической больнице.

Друг акушера как-то написал: «Его слабость крылась в его добродетели». Так оно и было, ученый не мог не сопереживать пациентам, не попытаться сделать все, что мог для их спасения. Это отношение его и погубило, но оно же и дало шанс на жизнь миллионам женщин и детей по всему миру. После смерти врача его заслуги были признаны. Вскоре этот гениальный акушер, для которого чужие жизни были дороже своей собственной, вошел в историю под прозвищем «спаситель матерей». Мышление и поступки Игнаца Филиппа Земмельвейса были слишком инновационными для людей того столетия, поэтому и не принятыми. Однако я рада, что впоследствии вклад ученого был оценен. Впредь мы будем помнить о его заслугах и в будущем, даже через столетия спустя.

Кочейшвили М.А. Выдающийся ученый - Стивен Хокинг

Кочейшвили Мария Александровна

студентка 3 курса филологического факультета ГОУ ВО МО
«Государственный гуманитарно-технологический университет»
г. Орехово-Зуево Московской области

«Перспектива рано умереть заставила меня понять, что жизнь стоит того, чтобы ее прожить», – скажет Стивен Хокинг, и после чего станет одним из величайших физиков-теоретиков современности.



Рисунок 1. Стивен Хокинг

Появился на свет будущий человек-легенда 8 января 1942 года в более безопасном Оксфорде, куда его семье пришлось переехать из Лондона во времена Второй мировой войны. Родители Стивена, Изабель и Фрэнк Хокинг, посвятили свою жизнь медицине. Отец вел научно-исследовательскую деятельность в медицинском центре в Хампстеде, в то время как его супруга работала там же секретарем. Несмотря на то, что в школьные годы Стивена товарищи прозвали Эйнштейном, особым рвением к учебе мальчик не отличался. Его классные работы были небрежными, а почерк подвергал в ужас всех учителей. В будущем он вспоминал, как жаловался родителям на то, что в школе его ничему не учат. «Школьная наука часто преподается в сухой и неинтересной форме. Дети учатся механически запоминать, чтобы сдать экзамен, и не видят связи науки с окружающим миром», – говорил он. Весь подростковый интерес был направлен на конструирование работающих моделей поездов, самолетов и кораблей в мастерской отца.

В 1962 году в возрасте семнадцати лет Хокинг поступает в престижный Оксфордский университет, который в прошлом окончили оба его родителя. Из воспоминаний ученого известно, что в какой-то период в Оксфорде Стивен занимался греблей и даже выступал в составе команды университета. И именно этот период жизни становится переломным в биографии будущего гения.



Рисунок 2. Детство, отрочество, юность Хокинга

В 1963 году Стивену диагностировали БАС (боковой амиотрофический склероз), неизлечимое нервно-мышечное заболевание. Все свое детство и юношеские годы до этого момента Хокинг отличался отменным здоровьем и практически никогда не болел. Новость об оставшихся двух годах жизни была большой неожиданностью для всех. За достаточно короткий срок юноша пересел в инвалидную коляску, и его тело стало полностью парализованным. Но не сознание. Он все-таки оканчивает физический факультет Оксфорда, а далее поступает в Кембриджский университет, где полностью погружается в космологию и защищает свою первую диссертацию «Свойства расширяющихся вселенных». Позже, в 1979 году, ученый в этом же университете займет одну из самых престижных академических должностей в мире – должность Лукасовского профессора, про которую с гордостью и легким юмором скажет, что до него это кресло занимали лишь Поль Дирак и сам Исаак Ньютон, но при них оно не имело электронного управления.

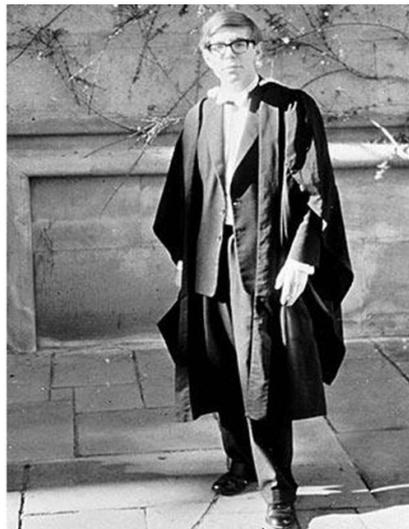


Рисунок 3. Хокинг в университете

«Продолжая жить», в 1974 году Стивен Хокинг становится членом Лондонского королевского общества и одновременно по 1975 год является стипендиатом в Калифорнийском технологическом институте. Единственное, что снова подводит – здоровье. У Хокинга обострилась пневмония. После серии

операций, ученому прооперировали гортань, вследствие чего Стивен навсегда утратил способность говорить. Однако и здесь он не собирался сдаваться. Для того чтобы общаться, Хокинг начал использовать синтезатор речи, который разработали его друзья-механики из Массачусетского технологического института. На инвалидное кресло был установлен компьютер, которым Хокинг с легкостью управлял сначала указательным пальцем правой руки, а впоследствии — мимической мышцей щеки, напротив которой был закреплен специальный сенсорный датчик. Хокинг иронизировал и говорил, что американский акцент был единственным недостатком этого аппарата. Однако после Стивен начал воспринимать его как свой родной и даже защитил акцент авторскими правами.

Несомненно, болезнь мешала активному образу жизни, но ученый сопротивлялся изо всех сил: в 2007 году он совершил суборбитальный полет в кабине летательного аппарата, которую специально оборудовали под него.



Рисунок 4. Суборбитальный полет Хокинга

«Моя цель очень проста: я хочу понимать Вселенную, почему она устроена так, как устроена, и зачем мы здесь», – говорил Хокинг. Именно поэтому основная область научных изысканий ученого была космология и квантовая гравитация. Он занимался исследованием термодинамических процессов и их применением к описанию черных дыр. Одним из его главных достижений является разработка в 1975 году теории о том, что черные дыры «испаряются» за счет радиации. Это явление в дальнейшем получило название «излучение Хокинга».

Свою исследовательскую деятельность Стивен Хокинг начал вести, еще будучи студентом Кембриджского университета, где в 2007 году создаст Центр теоретической космологии. Он был научным сотрудником в университетском колледже Гонвилла и Киза, где в будущем стал ассистентом профессора. Одновременно читал лекции по гравитационной физике и теории гравитации. В 1972 и 1973 годы Хокинг работал в Институте астрономии, после чего в 1974 году был приглашен на работу в Калифорнийский технологический институт (США), где полностью посвящал себя вопросам общей теории относительности.



Рисунок 5. Хокинг с синтезатором речи

В 1973 году Хокинг с научными целями посещал СССР, Москву, где с учеными Яковом Зельдовичем и Алексеем Старобинским обсуждал проблемы черных дыр. Второй визит в Москву был осуществлен в 1981 году. Тогда Стивен Хокинг принимал участие в международном семинаре по квантовой теории гравитации.

В 1979 году Хокинг стал профессором математики, хотя сам про себя говорил, что никогда не получал математического образования со времен средней школы. В первые годы преподавания в Оксфордском университете Стивен Хокинг изучал дисциплину, опережая собственных студентов ровно на две недели.

Именно перспектива ранней смерти подтолкнула ученого к научным свершениям и усердной работе. Биография Стивена Хокинга является примером для миллионов людей настоящего и будущего. И как говорил сам ученый: «Очень важно просто не сдаваться».

И он не сдавался. Помимо академической карьеры, Стивен, любящий муж и отец, развивался и в личной. Он был женат дважды. Первой его женой стала Джейн Уайльд, с которой он познакомился примерно в тоже время, когда ему поставили диагноз БАС.



Рисунок 6. Стивен Хокинг и Джейн Уайльд

«Она дала мне силы продолжать жить», – вспоминал Стивен. Они поженились в 1965 году, и спустя два года стали родителями сына, которого назвали Робертом. Люси, второй ребенок, родилась примерно через три года. А

еще через девять лет еще один сын – Тимоти. Хокинг мало уделял времени детям из-за своих физических возможностей, все ввалилось на хрупкие плечи его жены. Постепенно их любовь охладела. С 1990 года они начали жить отдельно, а через пять лет подали на развод.

Спустя немного времени в 1995 году Хокинг женился второй раз на своей сиделке, Элайн Мэйсон, с которой прожил в браке 11 лет. Однако в начале октября 2006 года этот союз тоже распался.



Рисунок 7. Стивен Хокинг и Элайн Мэйсон

Стивен Хокинг отдал много сил на популяризацию науки. Бестселлером стала его книга, вышедшая в 1988 году, «Краткая история времени». Позже были опубликованы другие научно-популярные книги ученого – «Черные дыры и молодые вселенные» (1993) и «Мир в ореховой скорлупке» (2001). В 2005 году в соавторстве с Леонардом Млодиновым вышло новое издание «Краткой истории ...» – «Кратчайшая история времени». А в 2006 году совместно с дочерью Люси Хокинг выпустил детскую книгу с заголовком «Джордж и тайны Вселенной».

Мемуары первой жены Стивена легли в основу художественного фильма «Вселенная Стивена Хокинга» (1997). На телевидении выходили и другие научно-популярные фильмы с участием Хокинга: «Во Вселенную со Стивеном Хокингом» (2010) и «Великий замысел по Стивену Хокингу» (2012). В 2014 году стартовал сериал «Наука будущего Стивена Хокинга».



Рисунок 8. Хокинг с актером Эдди Редмэйном

Для Стивена Хокинга никогда не было границ. Инвалидность не стала непреодолимым препятствием для реализации всех его научных работ. Он жил поистине насыщенной жизнью. Хокинг много путешествовал, побывал семь раз в Советском союзе, причем первый раз был в составе студенческой группы. Шесть раз Хокинг посещал Японию, трижды Китай. Он побывал на всех континентах, включая Антарктиду. Встречался с президентами Южной Кореи, Китая, Индии, Ирландии, Чили и Соединенных Штатов. Читал лекции при помощи синтезатора речи в Доме народных собраний в Пекине и в Белом доме. На подводной лодке опускался в морские глубины, и поднимался в небо на воздушном паре.

В своих ранних трудах ученый показал, что общая теория относительности неприменима в сингулярностях Большого взрыва и в черных дырах. А в более поздних – как квантовая теория может предсказать, что происходит в начале и в конце времени. «Я счастлив, если смог помочь человечеству приблизиться к пониманию нашей Вселенной».

Хокинга не стало 14 марта 2018 года. Он скончался в возрасте 76 лет в своем доме в Кембридже после осложнений, вызванных БАС-ом. Стивена похоронили после кремации 15 числа того же года в Вестминстерском аббатстве в Лондоне.



Рисунок 9. Плита на могиле Стивена Хокинга в Вестминстерском аббатстве Во время похорон, в космос спутниковой антенной был отправлен радиосигнал. Сигнал направили к ближайшей черной дыре под именем 1A 0620-00. Дочь ученого Люси Хокинг сказала, что это послание станет символическим жестом, соединившим в себе земную жизнь ученого, его непреодолимое желание побывать в космосе и его исследования бесконечных просторов Вселенной.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС ЭССЕ ДЛЯ СТУДЕНТОВ И УЧАЩИХСЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ «КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ МОЕЙ РОДИНЫ»

Шыырап Ч.Э. Культурное наследие моей родины. Республика Тыва

Шыырап Чаян Эзир-ооловна,
студентка 3 курса группы РЛ-308 филологического факультета ФГБОУ ВО «Тувинский
государственный университет»
Научный руководитель: *Аракчаа Альбина Базыр-ооловна,*
старший преподаватель кафедры русского языка и литературы ФГБОУ ВО «Тувинский
государственный университет»

Моя родина – это Республика Тыва. Столица республики – город Кызыл.

Культурное наследие – значимая часть жизни каждого народа. **Культурное наследие** — предметы и свидетельства различных традиций и духовных достижений прошлого, определяющие лицо народа. К ним относятся памятники, наскальные рисунки, петроглифы, каменные изваяния, религиозные храмы, достопримечательности, святые источники и т.д.

Я хочу рассказать о скульптурах и памятниках города Кызыла. Почему именно Кызыла? Потому что я здесь живу с рождения. В городе очень много скульптур и исторических памятников. Но я хочу остановиться на конкретных, значимых для меня памятниках.

И так, начнем с памятника «Кадарчы». Он посвящен чабану-скотоводу, установлен в 1997 году на горе напротив Кызылского аэропорта, на 9 км автотрассы Кызыл - Эрзин. Чабан изображен в национальной одежде. Он смотрит в далекое пространство. В данном памятнике показан традиционный образ жизни тувинцев. Вокруг чабана разложены камни, которые покрашены в белый цвет и напоминают мелкий рогатый скот. Этот памятник спустя много лет будет свидетельством того, как одевались тувинцы и какое значение имел скот для жизни тувинца.

Памятник «Первым русским учителям Тувы». Он расположен в южной части города около гостиницы «Буян-Бадыргы». В далекие времена, когда письменность в Туве только начала появляться, в Туву приезжали русские учителя. Памятник олицетворяет дружбу народов, чтобы нынешнее поколение тувинцев помнило, кто создавал образование и культуру Тувы. Мне, как будущему учителю, этот памятник очень дорог.

Многие горожане, гости Тувы, туристы идут в сквер «Центр Азии» на набережной Кызыла. Там находится композиция «Царская охота». Ее создал бурятский скульптор Даши Намдаков. Царь и царица несутся на прекрасных скакунах по степи, гонятся за убегающей добычей. Всадников сопровождают

охотничьи барсы, необыкновенно изящные в прыжке. Струна лука царя натянута. Его рука верна, и быстроногая лань уже не ускользнет от стрелы. Композиция, выполненная из бронзы, выглядит сказочно.

В этом же сквере находится еще и скульптура из мрамора «Мой дом». Уже много тысяч лет основным жилищем тувинцев являлась юрта. Скульптуру олицетворяет мальчик в национальной одежде, а рядом верблюд, а на его спине – юрта.

Недалеко от сквера, перед парком, установлен памятник воинам-землякам, павшим в боях в годы Великой Отечественной войны. Памятник открыт 8 мая 1975 года. Авторами скульпторы являются Ю.Д. Деева и Ю.С. Кондратенко, архитектор В.Д. Деев. Рядом - бронзовые бюсты Героев Советского Союза Ч.Н. Хомушку, М.А. Бухтуева, Т.Б. Кечил-оола и других. Установлены бюсты в 1995 г. и выполнены скульптором Т.Ч. Ондаром.

Рядом мы видим памятник религиозного значения - буддийский храм «Цеченлинг». Строительство храм завершено 17 февраля 1998 г., освящено 9 октября 1999 года. Президент Тувы заложил символический камень в его основание. Он стал одной из достопримечательностей Кызыла. Архитектор - Фан Че Ир. За короткое время храм приобрел большую популярность и сразу стал одним из часто посещаемых мест Кызыла. Храм удачно сочетает традиции культовой восточной архитектуры и новые строительные технологии.

А еще я очень люблю посещать памятник Буяна-Бадыргы рядом с Национальным музеем. Монгуш Буян-Бадыргы – основатель тувинского государства. Памятник установлен в 2014 году к 100-летию единения Тувы и России. Работа принадлежит скульптору Б.Б. Ондару – народному мастеру Республики Тыва. Монгуш Буян-Бадыргы – один из государственных деятелей, который оставил значительный след в истории Тувы, он «решил» судьбу тувинского народа. Из СМИ я узнала, что еще в 2001 году бюст Буяна-Бадыргы установлен в Барун-Хемчикском районе, там, где он родился.

Еще много хотелось бы рассказать о культурном наследии моей родной республики... Для будущих поколений памятники являются свидетельством того, как жили в эти времена люди, какой след они оставили в истории, какие события происходили в стране.

Памятники культурного и археологического наследия являются ее историей, ее прошлым и настоящим, изучение которых имеет важное познавательное, историко-культурное значение.

Памятник – от слова ПАМЯТЬ. Чтобы помнили. Чтобы не стали иванами, не помнящими родства.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС ЭССЕ ДЛЯ СТУДЕНТОВ И УЧАЩИХСЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ «НАУЧНЫЙ МИР ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ»

Прохорова Т.Ю., Старовойтова А.А., Суханов М.С., Фролова А.Д.
Россия в ПостПандемийном мире

*Прохорова Татьяна Юрьевна
Старовойтова Анна Александровна
Суханов Максим Сергеевич
Фролова Алина Дмитриевна*

студенты 2-го курса специальности Лечебное дело, ГБПОУ МО "Московский областной медицинский колледж №2" Коломенский филиал

Наличие развитого прогностического мышления – это одно из коренных отличий человека от животных. Мы способны размышлять об отдаленных последствиях своих действий, строить подробнейшие планы на будущее. Мы, в отличие от животных, знаем, что когда то все умрем.

В этом и есть наше существенное преимущество, как вида, дающее нам бесконечное число дополнительных возможностей, и одновременно – источник наших печалей и страхов.

И еще одна особенность есть у человека: мы, практически все любим, гадать о будущем, и это нам просто нравится.

Наверное, нет сегодня на планете ни одного более- менее взрослого человека, который, вне зависимости от своего актуального мировоззрения, хотя бы раз в жизни не разложили карты, палочки, камешки, руны. Не заглянул в коридор зеркал, не прочитал астрологический прогноз для своего знака зодиака с одной единственной целью – узнать, что будет, что сложится.

Как все эти особенности человеческой психики проявляются сегодня. В 2019 году ничего не предвещало беду. Но предсказатели говорили, что скоро люди будут одеты в купол и перестанут контактировать друг с другом. Только разговор? Или есть доля правды?

В декабре 2019 года мир предстал перед новой угрозой – в Китае зафиксировали первые случаи респираторной инфекции, которая характеризовалась острым течением болезни с переходом в атипичную пневмонию. Вскоре китайские специалисты определили возбудителя. Им оказался вирус из семейства коронавирусов, получивший официальное название 2019-nCoV.

Что такое коронавирусы?

Коронавирусы (лат. Coronaviridae) - семейство вирусов, включающее 43 вида РНК-содержащих вирусов, объединённых в два подсемейства, которые преимущественно поражают животных, но в некоторых случаях могут передаваться человеку. Обычно заболевания, вызванные коронавирусами, протекают в легкой форме, не вызывая тяжелой симптоматики. Однако бывают и тяжелые формы, такие

как ближневосточный респираторный синдром (Mers) и тяжелый острый респираторный синдром (Sars).

Коронавирус впервые был выделен от больного человека в 1965 году. Свое название он получил из-за особенностей строения: у него есть шиповидные отростки, похожие на корону.

Известно 7 коронавирусов, поражающих человека:

HCoV-229E — Alphacoronavirus, впервые выявлен в середине 1960-х годов;

HCoV-NL63 — Alphacoronavirus, возбудитель был выявлен в Нидерландах в 2004 году;

HCoV-OC43 — Betacoronavirus A, возбудитель выявлен в 1967 году;

HCoV-NKU1[en] — Betacoronavirus A, возбудитель обнаружен в Гонконге в 2005 году;

SARS-CoV — Betacoronavirus B, возбудитель тяжёлого острого респираторного синдрома, первый случай заболевания которым был зарегистрирован в 2002 году;

MERS-CoV — Betacoronavirus C, возбудитель ближневосточного респираторного синдрома, вспышка которого произошла в 2015 году;

SARS-CoV-2 — Betacoronavirus B, выявленный во второй половине 2019, вызвавший пандемию пневмонии нового типа COVID-19.

Открытые до 2000-х годов коронавирусы вызывали у человека ОРВИ. В большинстве своем болезнь протекала без серьезных осложнений, поэтому ее возбудителям не уделяли такого большого внимания, как, например, вирусам гриппа. Однако ситуация кардинально изменилась в 2002–2003 годах, когда в Китае случилась вспышка атипичной пневмонии. У больных диагностировали тяжелый острый респираторный синдром, который стремительно развивался и тяжело протекал. Оказалось, что провоцировал его коронавирус, названный в последствие SARSCoV. Китай слишком поздно информировал ВОЗ о новой угрозе, поэтому возбудитель успел выйти за пределы страны. Случаи заболеваний были зафиксированы в 33 странах, 775 человек умерли, а общий показатель смертности составил 9,6 %. В 2012 году коронавирус снова напомнил о себе, но уже на Ближнем Востоке. У больных также развивалась пневмония с тяжелым течением, но причиной в этот раз был коронавирус MERS-CoV. Исследования показали, что во всех этих случаях имело место преодоление возбудителем видового барьера, то есть источником заражения человека стали животные. Так, ближневосточный вирус передавался от верблюдов, которые в свою очередь заражались от летучих мышей. А источником SARS-инфекции стали животные циветты, обитающие в Азии и Африке. Вирусологи объединили эти агенты в отдельную подгруппу, названную бетакоронавирусами.

Как началась вспышка?

По данным ВОЗ первые заболевшие имели отношение к рынку Уханя, на котором продаются морепродукты, а также птицы, змеи, летучие мыши и сельскохозяйственные животные. Поскольку в ходе расшифровки генома коронавируса в нём были обнаружены составные части,

близкие коронавирусам летучих мышей и панголинов, то предполагалось, что на пространстве Уханьского рынка морепродуктов произошла встреча летучих мышей и панголинов, создавшая условия для рекомбинации коронавирусов этих животных. Впервые версия появилась в заявлении городских властей Уханя 31 декабря 2019 года, на следующий день после того, как за выяснение происхождения нового вируса взялось руководство Уханьского института вирусологии. Но, согласно муниципальным отчетам, летучие мыши никогда не продавались на местном рынке, а панголины занесены в Красную книгу. Посол КНР в России утверждает, что коронавирус был завезен на рынок неким инфицированным человеком, после чего вспыхнула эпидемия.

1 января 2020 года рынок в Ухане был закрыт, а людей с клиническими проявлениями инфекции изолировали. Впоследствии был проведён мониторинг более 700 человек, в том числе более 400 медицинских работников, контактировавших с подозрительными случаями заболеваний. При применении диагностического ПЦР-теста подтвердилось наличие коронавирусной инфекции COVID-19 у 41 человека в районе Уханя.

В феврале 2020 года инфекция начала быстро распространяться по разным странам, несмотря на принимаемые властями Китая карантинные меры.

11 марта 2020 года ВОЗ объявила, что вспышка приобрела характер пандемии.

Пандемия COVID-19 стала причиной серьёзных социально-экономических последствий. Это привело к переносу или отмене множества спортивных, религиозных, политических и культурных мероприятий, а широко распространённый дефицит поставок усугубился паническими покупками. Уменьшились выбросы загрязняющих веществ и парниковых газов. Всеобщее закрытие границ, школ и университетов, предприятий и публичных служб стало для всех стран серьёзным испытанием. Дезинформация о вирусе распространилась через социальные сети и средства массовой информации.

Но как пандемия COVID-19 сказалась на России?

В январе 2020 года в России был создан оперативный штаб для борьбы с COVID-19 под руководством вице-премьера правительства Татьяны Голиковой. 28 января Российский союз туриндустрии официально закрыл въезд организованных туристских групп из Китая, при этом с 26 января сами китайские власти прекратили отправлять организованные группы за границу, и аннулировали списки на выезд.

31 января поступили первые сообщения о выявлении в России первых двух случаев заражения COVID-19. Оба больных являлись гражданами КНР с лёгкой формой заболевания. Пациенты прошли курс лечения и были выписаны из больниц 11—12 февраля.

С 20 февраля был введён запрет на въезд на территорию России граждан Китая.

2 марта был выявлен первый случай заболевания в Москве. Российский турист, вернувшийся из Италии, обратился 27 февраля за медицинской помощью и был помещён на карантин в инфекционный бокс. Болезнь проявилась в лёгкой форме.

11 марта Россия впервые начала серьёзно ограничивать авиасообщение с ЕС из-за пандемии COVID-19, разрешив летать в Германию, Испанию, Италию и Францию только «Аэрофлоту» и лишь в семь городов: Берлин, Мюнхен, Франкфурт-на-Майне, Мадрид, Барселону, Париж и Рим.

С 30 марта, Россия полностью закрывает свои границы: как для россиян, так и для иностранных граждан. Исключения предусмотрены лишь для крайне ограниченной категории лиц.

В целях борьбы с распространением пандемии COVID-19 с 30 марта по 11 мая действовал режим нерабочих дней, самоизоляции и удаленной работы из дома.

Достоверных знаний для предсказания планетарного функционирования этого коронавируса на сегодня недостаточно даже у ученых, работающих на переднем крае с самыми передовыми методами доступной нам науки, поэтому они часто говорят вразнобой.

Будем считать, что этого «А вот что будет завтра! Я-то точно знаю!» — нам на сегодня достаточно.

Поэтому сейчас я предлагаю использовать вышеописанную базовую особенность человеческой психики для предсказания на послезавтра.

Вирус и вызванная им эпидемия - в реальности и в головах - закончится. Я думаю, никто в этом не сомневается. И вот. Наступило послезавтра.

Какой стала Россия в Пост-Пандемическом мире? Что в ней изменилось? Что останется прежним? Во внутригосударственных структурах, в отношениях между людьми? Что происходит в политике, в науке, в экономике, в быту каждого из нас?

В интернете, на одной из страниц, опубликован интересный опрос среди подростков от 9 до 15 лет, как по их мнению изменилась жизнь в России и что будет после того, как вся эта история с коронавирусом закончится? Были даны следующие комментарии:

- Родители не будут запрещать детям мобильные телефоны.
- Все взрослые умрут, останутся одни дети, собаки и кошки. Им придется самим выживать и всему учиться. Они научатся, вырастут и будут жить все вместе. Мир будет другой.
- Ничего не изменится. Однажды все проснутся и удивятся, потому что этот вирус просто исчез. И все будут жить дальше и всё забудут. Потому что так всегда бывает.
- Кажется, после коронавируса мои родители все-таки разведутся.
- Школа будет онлайн. Или как сам выберешь. Все, кто захочет, будут ходить на уроки, и тогда будет видно, к какому учителю ходят - тот хорошо уроки ведет. А кто кричит и обзывается - к такому никто не пойдет, и он будет там один сидеть и злиться.
- Мир станет лучше, и все подружатся.
- Природа воспрянет. Ее будут меньше загрязнять. Звери и леса возродятся. И будет чистый воздух и чистая вода.
- Китайцы все захватят. И будет такое новое рабство технологическое. Все сидят и работают, работают, работают. Иногда зарядку делают.

- Будет война. А после войны начнем все сначала. Зато природа восстановится.
- Люди поймут, что они есть друг у друга.
- Наверное, сделают все-таки колонию на Луне и на Марсе. И может быть, в космосе еще, на большой станции. Чтобы, если здесь все вымрут, человечество все-таки сохранилось.
- Я думаю, наступит средневековье. Люди будут опять сидеть в своих странах, городах и верить в Бога, который карает просто так - кого захочет.
- Родители, наконец, поймут, как хорошо, когда ребенок сидит за компьютером или в телефоне и к ним не пристаёт.
- Все привыкнут жить в онлайн и потом не захотят оттуда выходить. Но это хорошо, потому, что пробок не будет и воздух чище.
- Детям (и мне тоже) разрешат работать курьером или еще кем-нибудь нужным.
- Экономика рухнет, и будет такая борьба за существование. Всем, кто уже привык развлекаться и ничего не делать, придется взяться за дело или умереть. И это правильно. Эпидемии и всякое другое всегда вовремя, потому, что это эволюция. Иначе будет застой.
- Все: страны, народы, школы, отдельные люди - наконец поймут, что главное в мире - это любовь и понимание, и не будут придирааться друг к другу по мелочам.

Забавные комментарии детей, но все, же некоторые из них отражают суть проблемы, и как она отразилась на жизнь в России.

Из всего выше сказанного можно сделать вывод, что пандемия вируса нанесла огромный ущерб не только государству, экономике, политике, но и самим людям. Их переживания, страхи, от неизвестности, что будет завтра, что будет с ними, как они будут жить, сыграли огромную роль.

Кто-то не выдержал напора со стороны вируса, ограничительных мер, режима самоизоляции и дистанционной работы и учебы на дому, в связи с чем многие семейные пары пережили и переживают конфликты, разводятся. Родителям было трудно в период дистанционного обучения детей на дому. Детям было тяжело осваивать новую информацию в онлайн режиме, где у некоторых были психические срывы, которые также повлияли на взаимоотношения между детьми и родителями.

Это было уже не то обучение, которое так доступно было дано в школах. По крайней необходимости граждане выходили в магазин, но и там они вели себя, крайне озлоблено, невежливо к друг другу, дрались за последний батон хлеба на полке. А всё из-за чего? Из-за страха и неуверенности в завтрашнем дне. Боялись, что не увидят близких, которых держала самоизоляция.

Они задавались вопросом, неужели эта ситуация с пандемией останется на всегда?

Конечно, нет. Власть, медицинские работники, вирусологи, биологи, дают надежду на то, что, в конце концов, вирус будет если не побежден, то укрощен, но

при соблюдении ограничительных мер и правил. Всё не изменить за один день, но с большим упорством и терпением можно добиться многого, как и в этом случае.

Всё в наших руках. Очень ценна работа медицинских работников. Студенты выпускных групп Медицинского Колледжа Коломенского филиала пришли на помощь в эту трудную эпидемиологическую обстановку. ГБУЗ МО «Бронницкая» городская больница была перепрофилирована для приема пациентов с коронавирусной инфекцией. В течении двух месяцев будущие медицинские сестры и братья, фельдшера, бок о бок работали с не видимым врагом. Их вклад был отмечен благодарственными письмами и добрыми словами благодарных пациентов. Волонтеры – медики младших курсов провели благотворительный сбор средств среди студентов и персонала медицинского колледжа города Коломны и на эти деньги купили средства для личной гигиены – увлажняющие крема, салфетки, продукты питания. И все это преподнесли в дар медицинским сестрам в День медицинской сестры, 12 мая.

Люди несмотря на разногласия и конфликты в быту пришли к компромиссу, стали ценить друг друга, и то, что имеют. После дней, проведенных в самоизоляции, стали ценить природу, прогулки и свежий воздух, стали чаще выбираться на улицу, меньше времени проводить в виртуальной реальности.

Стали чаще видеться друг с другом, наконец, то поняли насколько ценно то время, которое проведено с близкими. Люди поняли, что самое главное в мире это любовь и понимание друг друга.

Мы победим!!!



МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС ЭССЕ ДЛЯ СТУДЕНТОВ И УЧАЩИХСЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ "МОЯ БУДУЩАЯ ПРОФЕССИЯ"

Антонова С., Канеп А., Кузьмина А., Щербак Д. Моя будущая
профессия

*Антонова Светлана,
Канеп Анна,
Кузьмина Анна,
Щербак Дарья*

студенты филиала Федерального
государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Омский государственный
педагогический университет» в г. Таре
направления
44.03.05 Педагогическое образование
(с двумя профилями подготовки)
направленности (профиля) «Русский язык и Литература»
3 курса, 31 группы,
очной формы обучения
Руководитель:
старший преподаватель
кафедры педагогики и развития образования
Мерецкая Т. В.

В XXI веке очень тяжело выбрать свой жизненный путь. Каждый день мы сталкиваемся с определенными трудностями, которые заставляют нас принимать непростые решения. Одним из таких решений является выбор профессии. Деятельность, с которой хотел бы связать свою жизнь человек, должна не только удовлетворять финансовую потребность, но и приносить пользу окружающим. Одной из таких профессий является профессия учителя.

В повседневной жизни можно встретить учителей, которые окончили педагогический университет, а в глазах у них читается злость и ненависть к своей деятельности и ученикам. Мы считаем, что с таким отношением к профессии невозможно достичь каких-либо результатов в обучении, у детей пропадет интерес и стремление к изучению чего-то нового. Нам бы очень хотелось, чтобы каждый учитель понимал значимость своей профессии. Ведь быть учителем – это нелегкий труд, с которым не каждый справится. Зачастую дети не осознают всей сложности данной профессии, за ней скрывается такая кропотливая работа как проверка тетрадей, подготовка к урокам, организация внеклассных мероприятий и родительских собраний. Кроме того, учителю нужно находить индивидуальный подход к каждому ребенку, поэтому одной из основных задач является завоевание

доверия и уважения со стороны учеников. Для этого необходимо обладать такими качествами как доброта, терпение, стрессоустойчивость, выносливость и справедливость. На наш взгляд, такими качествами обладал знаменитый педагог Ян Амос Коменский. Он был не только педагогом с большой буквы, а также духовным наставником и примером для подражания. Коменский изложил в своем знаменитом труде «Великая Дидактика» [1] рекомендации для учителей, с помощью которых они смогут осуществлять учебный процесс. Этот труд актуален в наше время и является настольной книгой каждого человека, который связал свою жизнь с профессией педагога.

Таким образом, зная все трудности, которые стоят перед педагогом, мы осознанно сделали свой выбор и поступили в филиал Омского государственного педагогического университета в городе Таре, чтобы стать высококвалифицированными педагогами русского языка и литературы. С каждым годом мы становимся опытнее и приближаемся к своей цели, изучая различные дисциплины и науки, которые связаны с нашим профилем обучения. Впереди нас ждет педагогическая практика, в ходе которой мы сможем применить полученные знания, а также повысить навык ораторского искусства. Мы считаем, что станем достойными людьми, отличными педагогами, которые будут отдавать детям все свои знания без остатка, любить и ценить свою профессию.

Библиографический список

1. Кумарин В. Аксиомы Коменского, или научная экскурсия по «Великой дидактике» / В. Кумарин -М. :Сельская шк. - 2006. - № 3. - с. 118-123

Баркитова Сабина Абаевна

студентка 1 курса ОП «Менеджмент»,
НАО «СКУ им. М. Козыбаева»

Научный руководитель: *Цвингер Ирина Геннадьевна*,
Ст. преподаватель кафедры «Финансы и менеджмент»,
НАО «СКУ им. М. Козыбаева»

Успешный человек - это тот, кто может заложить прочный фундамент, используя кирпичи, которые ему бросают другие.

Дэвид Бринкли.

Выбор будущей специальности непростое дело. Нелегко осмелиться и сделать безошибочный выбор. Следовательно, перед тем как принять конечное решение, кем вы будете работать в будущем, необходимо сопоставить свой потенциал и способности в той или иной сфере деятельности. Вы не сможете хорошо работать, если вам не будет нравиться ваша профессия. Вы не сможете достигнуть высот и обрести удовольствие от этой работы. Ну а в этом, я считаю, заключается смысл жизни.

Что касается меня, я сделала свой выбор много лет назад и свою будущую профессию менеджера выбрала неслучайно. Мои знания, коммуникабельность, лидерские качества, самостоятельность дают мне возможность с уверенностью смотреть в будущее. Стремясь к достижению поставленной цели, активно участвовала в дебатах, организовывала различные конкурсы и мероприятия и как результат - стала президентом школы. Этот период дал мне возможность оценить свою способность в управлении коллективом.

Как в свое время писал Карл Маркс: "Один скрипач может играть сам по себе, оркестр же нуждается в дирижёре". Этой фразой можно выразить весь смысл менеджмента в современном обществе. Но не потеряет ли свои актуальность профессия менеджмент?

Родилась я на севере Казахстана, в Северо-Казахстанской области, одной из четырнадцати областей страны и считаю, что наш регион имеет огромный потенциал. Занимая всего 3,6% территории страны, область производит 11% всей сельскохозяйственной продукции страны, четверть выращиваемой в Казахстане пшеницы, которая высоко ценится на мировом рынке. Этому способствует и общая граница с такими областями Российской Федерации, как Омская, Курганская и Тюменская. Принимая участие на различных дебатах, я убедилась, что не смотря на такое выгодное географическое положение, экономика области не на высшем уровне, наша область является дотационной. Площадь занимаемая Северо-Казахстанской областью превышает 97 тысяч км², это равно площади таких стран как Южная Корея, Венгрия, Португалия, Иордания, а по уровню жизни населения эти страны находятся в первых строчках, далеко опережая нашу область.

Считаю что для успешного экономического развития необходимо эффективное управление. Из-за этого я выбрала направление: менеджмент. Несмотря на то что последние годы делается многое для развития промышленного сектора на индустриализацию наша область остается аграрной, сырьевым сектором экономики. Но были времена когда перерабатывающую промышленность Северного Казахстана была в числе самых передовых предприятия СССР, его продукция ценилось очень высоко. На тот момент даже с устаревшим оборудованием предприятие обеспечивало 100 процентную обработку мясных изделий, получая на выходе готовую продукцию. Сейчас, хоть и имеются многочисленные предприятия по обработке мясной продукции мы не можем достичь прежнего уровня, еще и замещая импортом.

Так же на примере доставки плодо-овощной продукции в наш регион, можно заметить нестабильность разрозненность таковых поставок. Наш регион северный, летний сезон краток, плодо-овощные культуры не успевают вызревать. Создавать большие запасы таковых экономический нецелесообразно, хранение как и производство требует очень больших затрат.

Это даже сейчас на фоне распространения пандемии коронавируса стало заметно развитие кризиса экономики. Отсутствие развитой логистики, не продуманная система менеджмента создает предпосылки к необоснованному росту цен. Необходимо акцентировать внимание на развитие перерабатывающей промышленности, выпускать на рынок конечный продукт и продвигать его по республике с прицелом на мировой рынок. Реальная богатая наша сырьевая база это позволяет. Я считаю, квалифицированные специалисты в этой отрасли очень необходимы, соответственно я считаю, что моя будущая профессия будет тесно связана с этим.

Получить необходимые профессиональные качества в короткий срок весьма затруднительно. Работодателей в основном интересуют специалисты с успешным опытом работы, получившие определённые навыки. Я надеюсь, что, обучаясь в нашем университет имени Манаша Козыбаева, я смогу получить достаточно практики и обширное представление о своей профессии, чтобы я могла выбрать правильное направление относительно своей карьеры. Думаю что престиж который имеет наш университет, и его миссия: быть интеллектуальным центром образования, науки и культуры, драйвером социально-экономического развития Северного Казахстана, даст мне дополнительный шанс в осуществлении моей мечты. Я точно знаю, что моя жизнь будет определено связана с развитием предпринимательства и развития экономики региона. Выше сказанным хочу подчеркнуть, что профессия менеджмент никогда не потеряет свою актуальность и востребованность.

Библиографический список

1. Перспективы развития Северо-Казахстанской области: предложения Фонда «Даму», [электронный ресурс] URL: <https://damu.kz>

Белов Александр Сергеевич

аспирант 1 курса научная программа Социология управления, кафедра социологии и рекламных коммуникаций ФГБОУ РГУ им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Социология – наука, которая объединяет в себе знания собранные человеком о человеке, о его природе, о его окружении. Наука, которая не прекратит своё развитие до тех пор, пока живёт цивилизация и общество в целом. Социология универсальна, она способна объединять науки, простым словом объяснить любые статистические данные. Социология живёт в прошлом, в настоящем и будущем. Она учит на ошибках и достижениях предшественников, она рассказывает о причинах и следствиях тех или иных явлений происходящих в мире, она прогнозирует, что произойдёт через год, два или же через десять лет.

Быть социологом, значит быть человеком, который знает всё. Быть экспертом в тех областях, о которых многие люди даже не догадываются. Социологи разносторонни, они понимают причины и следствия событий, которые происходят или происходили в мире.

Социологи превосходные стратеги и аналитики, они справляются с массивами информации, со статистическими данными. Любой показатель переводят в логичный вывод.

Социология – наука, которая открывает мир. Социолог – человек, который создаёт информацию из ничего.

Я горд, быть социологом, ведь социолог – профессия, которая живёт во всех временах. В нынешнее время, она как никогда актуализируется. Социолог – профессия, которая не заменится искусственным интеллектом. Социолог – профессия, которая востребована во всех областях и направлениях. От малого до крупного бизнеса, от сельского хозяйства до аппарата управления государством.

Социолог – вечный исследователь, вечный ученик. Вступая на этот путь, становишься искателем. Искателем истины, искателем знаний. Этот путь интересен и сложен. Ведь раз вступив на него, назад уже повернуть нельзя. Только вперёд, к новым открытиям, свершениям и научным горизонтам!

Бельденкова Мария Дмитриевна

магистрант 1 курса магистерская программа Социология маркетинга, Институт социальной инженерии, кафедра социологии и рекламных коммуникаций ФГБОУ РГУ им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Выбор будущей профессии - одно из наиболее важных и основополагающих решений в жизни каждого из нас. Какую бы профессию мы ни выбрали, она может кардинально повлиять на все аспекты нашей жизни. Правильно выбранная профессия и успешная карьера прежде всего помогут найти место и закрепить статус в обществе, определяя круг общения и выстраивая отношения с окружающими людьми. Поэтому крайне важно максимально ответственно отнестись к выбору профессии и учесть огромное количество значимых факторов.

С самого раннего возраста мы задумываемся и зачастую мечтаем о том, кем бы мы хотели стать в будущем. Кто-то хочет стать врачом, а кто-то хочет стать художником, кто-то мечтает продолжить дело родителей, а кто-то прислушивается к советам окружающих. Зачастую, давление и огромный поток советов извне не дают времени остаться наедине со своими мыслями и могут заставить человека отказаться от своей мечты и сделать выбор в пользу того, кем видят тебя окружающие.

К счастью, я – одна из тех людей, которым удалось сделать выбор самим, анализируя и узнавая преимущества и недостатки различных профессий в течение долгих школьных лет, и самое главное – у меня была бесценная возможность прислушаться к зову сердца, ведь именно наша предрасположенность к какой-то деятельности изнутри определяет то, будем ли мы счастливы в будущем и потратим ли лучшие годы своей жизни на любимое занятие. После долгих раздумий мой выбор остановился на профессии социолога, и, если быть очень краткой – это связано с тем, что в какой-то момент моей школьной жизни мне стали невероятно интересны процессы, лежащие в основе функционирования моего класса, включающие характер взаимодействия между мной и одноклассниками, изменения в поведении мальчиков и девочек в различных ситуациях, отношение учеников и преподавателей, и самое удивительное то, как мнение большинства влияло на мнение одного или нескольких человек, меняя его, а иногда и неумышленно укрепляя.

Степень бакалавра в области социологии помогла мне структурировать знания, определиться с направлениями дальнейшего развития, как социолога, и ещё раз убедиться в правильности сделанного мною выбора, и сейчас я постараюсь объяснить почему я вижу невероятный потенциал и перспективы в данной профессии. А начну я с того, что изучает социология.

Социология изучает людей и общество и то, как они взаимодействуют друг с другом. Дисциплина уделяет большое внимание поиску решений сложных вопросов

с помощью исследований, анализа данных и критического мышления высокого уровня. На самом деле, немногие области имеют такой широкий охват и актуальность для исследований, теории и применения знаний. Социология предлагает множество различных точек зрения на мир, генерируя новые идеи и критикуя старые. Эта область также предлагает ряд исследовательских методов, которые могут быть применены практически к любому аспекту социальной жизни: преступности и правонарушениям, выражению эмоций людьми, реформам и образованию, семье, проблемам мира и многому другому.

Социология - это увлекательная дисциплина с расширяющимися возможностями для самых разных профессий. Это означает, что выпускники-социологи выходят на рынок труда со значительным преимуществом, потому что степень оттачивает ряд практических навыков, которые имеют большое значение для многих отраслей и профессий. Вот некоторые из полезных навыков, с которыми выпускники-социологи выходят в растущий глобальный рынок труда:

- Критическое мышление и решение проблем

Наблюдая за группами в повседневной жизни или проводя крупномасштабные опросы, студенты-социологи узнают, как исследовать и собирать данные, а также как анализировать эту информацию, чтобы прийти к ценным выводам. Они способны критически мыслить и задавать важные вопросы, чтобы находить решения и, в процессе, лучше понимать, как кто-то или что-то функционирует. Критическое мышление и решение проблем - это главные навыки, которые работодатели ищут у потенциальных сотрудников, от небольших некоммерческих организаций до крупных корпораций.

- Навыки коммуникации

Умение ясно и кратко передавать данные и сложные теории - важный навык, который студенты-социологи приобретают в ходе своих исследований. Поскольку студенты изучают общество и людей, они лучше понимают обстоятельства, в которых живут люди, и то, что для них важно. Это позволяет им адаптировать свое общение к разным аудиториям. Сильные письменные и устные коммуникативные навыки необходимы практически во всех сферах карьеры, будь то работа с общественностью или просто общение с коллегами.

- Сбор и анализ данных

Большинство социологических теорий основано на исследованиях в области социальных наук, и из-за этого студенты-социологи знакомятся с методами исследования в большей степени, чем большинство студентов, изучающих гуманитарные науки. Узнав, как эффективно и корректно собирать и анализировать данные, студенты-социологи развивают важные навыки управления и понимания больших объемов информации и обладают способностью преобразовывать эти данные в понятную форму.

- Лидерство

Изучение людей и общества учит студентов, что лидерство не бывает одной формы. Лидер может вести себя тихо и незаметно, он может подавать пример или брать на себя инициативу и направлять других в проекте. Выпускники социологического факультета получают ценную информацию о том, что делает лидера эффективным, и приобретают практический опыт лидерства благодаря активному взаимодействию со своими сверстниками.

- Межличностные и межкультурные навыки

Понимание того, как эффективно взаимодействовать с другими людьми, независимо от их опыта - это навык, который можно считать само собой разумеющимся, но специалисты по социологии узнают, почему важно понимать контекст и адаптировать сообщения при работе в различных областях. Поскольку большинство отраслей не существует в вакууме, умение общаться с людьми из различных подгрупп общества исключительно важно в сегодняшней профессиональной среде.

Социология обеспечивает прочную основу как для понимания людей, так и для систем, поэтому навыки, которые развивают студенты, могут быть использованы в самых разных сферах деятельности и профессиях. Меня радует то, что я могу сделать карьеру в сфере социальной работы, также, как и сделать карьеру в сфере связей с общественностью и даже в сфере маркетинга. Я была приятно удивлена, когда узнала какие должности может занимать социолог и чем именно он будет заниматься. К числу таких относятся должности работников общественного здравоохранения, исследователей социальных наук, советников, преподавателей, специалистов отдела кадров. Все эти должности в большинстве моментов пересекаются, однако имеют свои особенности.

Я выбрала путь социолога, так как мне интересно изучать общество с различных сторон. Став социологом, интересно было бы работать в качестве исследователя или преподавателя в академических учреждениях, но при этом существует множество других организаций, в которых я могла бы выполнять свою работу, включая аналитические центры государственной политики и правительственные учреждения. Мне очень интересно продолжить свою исследовательскую деятельность в вопросе трудовых конфликтов, начатую в последние годы обучения на бакалавра. Сейчас я продолжаю изучать социологию по программе магистратуры, и очень надеюсь, что знания, полученные в течение двух последующих лет, помогут мне более тщательно изучить вопрос трудовых конфликтов, провести масштабные исследования и повысить эффективность взаимодействия сотрудников с помощью сделанных выводов и рекомендаций, построенных на основе наблюдений.

Белякайте Е. А., Арутюнян Л. В. Управленческая деятельность и профессия «менеджер»

Белякайте Е. А., Арутюнян Л. В.
Севастопольский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова,
г. Севастополь

В современном мире предприятию, которое осуществляет свою деятельность в условиях рыночной конкуренции и глобализации, необходим эффективный менеджмент, именно поэтому обоснована актуальность проблемы обучения и подготовки квалифицированных управленческих кадров.

Управленческая деятельность определяется как целенаправленная, социально-психологическая совокупность связанных между собой функциональных и структурных составляющих, направленных на решение задач управления, а также достижение качественных и количественных результатов, согласно своей базовой цели.

Управление есть не что иное, как форма профессиональной деятельности человека, сформировавшаяся в ходе процесса разделения труда. Оно выступает в роли базового средства пользования законов экономики в ходе кооперации процесса трудовой деятельности людей. Управление вызвано потребностями в организации совместного труда, а также необходимостью учета экономических законов, которые находят свое проявление в формировании цели предприятия, поиске способов ее реализации и оценке результатов по ее достижению [1].

Следует дать определение понятию «менеджер» - это профессиональный наемный управленец, у которого есть специальная подготовка. Неразумно характеризовать любого экономиста и инженера, занимающегося управлением, как менеджера.

Я считаю рациональным выделить ряд специфических особенностей данной профессии:

- менеджер занимается умственным трудом, который состоит из трех видов деятельности: организационно-административной, аналитической и конструктивной, а также информационно-технической;
- принимает участие в формировании материальных благ и оказании услуг опосредованно, через труд иных работников;
- предмет труда – информация;
- средством труда выступает вычислительная и организационная техника;
- результатом труда служит сгенерированное и принятое менеджером управленческое решение [2].

Кроме того, для деятельности менеджера характерен индивидуальный характер (оказание воздействия на подчиненного), групповой при принятии коллективного решения.

Наиболее распространенной является точка зрения о том, что существует управленческий процесс, который применяется к любому предприятию, и заключающийся в претворении в жизнь функций, которые должен исполнять всякий руководитель.

Так, я, как представитель профессии менеджер, буду заниматься управленческой деятельностью, ежедневно управлять функциями организации с целью сохранения ее базовых пропорций, также буду наделена полномочиями принимать управленческие решения и контролировать их исполнение.

Цель менеджера – обеспечение стабильной конкурентоспособной позиции предприятия. В организации он находится в положении нанятого работника, который выполняет кропотливую и методичную работу, но не в качестве владельца. Так, менеджера можно характеризовать, как профессионально подготовленного руководителя [3].

Понятие «руководитель» в буквальном смысле имеет значение «ведущий за руку». Каждое предприятие нуждается в специалисте, который сможет нести ответственность за надзор за всеми подразделениями в целом, а не только быть поглощенным выполнением разнообразных специальных задач. Именно такая форма ответственности (следить за целым) является сутью работы руководителя.

В процессе управленческой деятельности менеджер выполняет конкретные функции:

- организацию и планирование деятельности рабочего коллектива и своей собственной работы;
- распределение заданий и проведение инструктажа для сотрудников, а также контроль за ними;
- создание и чтение отчетов о деятельности;
- проверка и оценка результатов работы;
- ознакомление с различными инновациями в областях бизнеса, технологии и техники, выдвижение и рассмотрение новых идей и предложений;
- осуществление решения вопросов, которые не входят в рамки компетенции подчиненных;
- ознакомление с существующей корреспонденцией и ответы на звонки, прием посетителей;
- организация и проведение различного рода собраний и представительство;
- заполнение форм отчетности;
- ведение переговоров;
- ответственен за повышение квалификации [4, с. 720].

Как руководитель, менеджер в сфере межличностного взаимодействия, является символической фигурой, которая представляет предприятие. В этой роли он призван исполнять обязанности по выполнению церемониалов, посещению мероприятий, носящих социальный характер, участвует в деятельности, относящейся к уходу сотрудников на пенсию.

Я также считаю, что менеджеру необходимо позиционировать себя в качестве лидера, он должен уметь оказывать влияние на сотрудников предприятия. Это имеет прямое отношение к ответственности, а также к формальным полномочиям по поводу труда других людей, представляющимся менеджерам в компании. Поведение менеджера в роли лидера зависит от его умения использовать свои полномочия с целью активизации и мотивирования персонала для наибольшей эффективности в ходе достижения поставленных целей и задач.

Таким образом, по моему мнению, профессиональный менеджер должен понимать суть происходящих процессов преобразования в областях экономики, менеджмента, финансов, учитывать ситуацию на рынке труда, то есть контролировать положение дел на предприятии не только внутри, но и вне его. Организация, имеющая такого грамотного специалиста наверняка будет являться конкурентоспособной и вряд ли испытает на себе кризисные явления.

Библиографический список

1. Денисов В.М. Ресурсы менеджера [Электронный ресурс] // Менеджмент в России и за рубежом. – 2017. – № 4. – URL: <http://www.mevriz.ru/articles/2003/4/1109.html> (дата обращения: 04.10.2020).
2. Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_97378/(дата обращения: 04.10.2020).
3. Новые коды ОКВЭД [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.buxprofi.ru/spravochnik/okved-2> (дата обращения: 04.10.2020).
4. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: пер. с англ. – М.: Дело, 2015. – 720 с.

Белянкина Юлия

Константиновна студентка 4 курса филологического факультета ГОУ ВО МО «Государственный гуманитарно-технологический университет» г. Орехово-Зуево Московской области

Знаете ли вы, что чем стремительнее развивается общество, тем острее проявляется необходимость контроля за безопасностью наших персональных данных? Сегодня тренды развития информационного общества характеризуется тем, что объем информации в мире возрастает ежегодно на 30 процентов, т.е. на каждого жителя планеты в среднем прибавляется 250 мегабайт данных. Такой стремительный рост уже не остановить. Конечно, подавляющее большинство этого объема информации составляет видеоконтент, аудиофайлы, цифровые фотографии, но также растут данные электронной почты, мессенджеров, социальных сетей, транзакций электронных платежей.

Таким образом, постоянно увеличивается количество данных, которым нужна защита от несанкционированного доступа. В группу риска входят сведения о банковских счетах, интернет сделках, юридические значимые документы, персональные данные.

В период с 2008 по 2009 год количество устройств, подключенных к глобальной сети, превысило численность населения Земли. На этом фоне неизбежно будет возрастать уязвимость информационных систем сайтов, мобильных приложений. Разработчики вынуждены производить их и запускать в использование быстро. Этого требует современная цифровая экономика.

Задумываясь об уязвимости современной информационной системы и о рисках, описанных выше, мы пришли к выводу о том, что общество, безусловно, нуждается в специалистах по информационной безопасности. Сейчас потребность такой профессии очень высока. Какими бы защищенными ни были наши программные продукты, с ними все равно работают люди, которые могут совершать различные ошибки, а также подвергаться воздействию злоумышленник.

Мы выяснили, что сегодня финансовые преступления, совершенные в киберпространстве, составляют 98,5 процентов и только полтора процента – это традиционные способы совершения преступлений. К сожалению, большая часть специалистов следственных органов сегодня способна расследовать киберпреступления только традиционными методами, что, конечно же, неэффективно. Мы считаем, что потребность в специалистах, которые будут готовы расследовать преступления в киберпространстве, будет только расти.

На одном мероприятии в университете нас познакомили с «Атласом новых профессий» (Рис.1), в котором описываются перспективные отрасли и профессии на ближайшие 15-20 лет. Заметьте, что отрасль безопасности выделяется отдельно. Обратите внимание на новые профессии: проектировщик личной безопасности, консультант по безопасности личного профиля, куратор информационной безопасности, киберследователь. По сути, эти специалисты активно работают уже сейчас. Например, потребность в киберследователях в будущем будет только возрастать. Готовить студентов к этой профессии будущего нужно уже сегодня.



Помимо защиты информации, анализа угроз и устранения уязвимости, специалисты по информационной безопасности призваны информировать пользователей систем о важности и видах защитных мер. Мы живем в такое время, когда информация зачастую более ценна, чем материальные вещи, а значит ее нужно защищать. Это должно происходить комплексно, потому что информационная безопасность затрагивает многие аспекты жизни людей. Обычные люди вроде нас с вами неспособны на 100 процентов обезопасить себя и свои данные, поэтому только специалисты по информационной безопасности могут помочь нам и тем компаниям, сервисам, с которыми мы имеем дело каждый день.

Итак, XXI век – это век покорения и освоения киберпространства. Еще несколько веков назад ведущие державы боролись за свое господство в море, с начала XX века – за присутствие в небе, после второй мировой войны – за освоение космоса. Наша страна всегда преуспевала и преуспевает в этих состязаниях, в первую очередь, благодаря профессионализму и самоотдаче людей, которые выбирают дело своей жизни. Это позволяет нам быть сильным и независимым государством. Для России очень важно не уступить и сейчас в борьбе за киберпространство. Это новая цифровая стихия, от которой мир становится все более зависимым. Люди, выбравшие профессию защитника информации, идут в ногу со временем и вносят свой вклад в защиту Отечества.

*Бузун Виктория Викторовна,
Лучинина Наталья Викторовна,
Морозова Валерия Алексеевна,
Речапова Алсу Сафиуловна,
Шулятецкая Яна Павловна*

студенты филиала Федерального
государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Омский государственный
педагогический университет» в г. Таре

направления
44.03.05 Педагогическое образование
(с двумя профилями подготовки)

направленности (профиля) Начальное образование
и Дошкольное образование

3 курса, 32,

очной формы обучения

Руководитель:

старший преподаватель

кафедры педагогики и развития образования

Мерецкая Т. В.

Издавна каждый человек занимался каким-то ремеслом, что позволяло развивать страну в разных направлениях. Постепенно это перерастало в появление специальностей, которые требуют особой подготовки. В настоящее время для любого человека важен выбор будущей профессии, ведь такой шаг может определить последующую роль в обществе.

А что такое профессия? По мнению Конюхова Н.И. «профессия – это род трудовой деятельности, занятий, требующих определенной подготовки и являющейся, как правило, источником существования; нормативно зафиксированная социальная роль, обладающая определенным статусом и престижностью» [1].

При выборе профессии человек должен рассматривать её с разных позиций. Например, насколько сейчас это актуально, требуются ли специалисты в данном направлении, какие перспективы открываются, и стоит ли это выбирать в качестве основного занятия в течение жизни. Для принятия такого решения не считается целесообразным иметь временный импульс, поддаваться желаниям из детства. Ведь будучи в младшем возрасте, мы перебираем кучу профессий, стараемся подражать взрослым, персонажам из фильмов и книг, супергероям. Но даже в младшем возрасте мы уже знаем, что существует множество интересных и полезных занятий. И как же стоит остановиться на одном при таком обилии выбора?

Выбор профессии – шаг, определяющий взрослую жизнь каждого человека. Какую профессию выбрать и как быть востребованным на рынке труда в будущем? Какая профессия принесет и удовольствие, и материальное благополучие?

Подростку сложно ответить на эти вопросы, потому что он не знает мира профессий и никогда в жизни не работал. Взрослому человеку еще сложнее найти свое призвание, кардинально изменить свою жизнь, если выбор специализации в подростковом возрасте оказался неэффективным. [2]

Согласно выводам психологов, люди, которые занимаются любимым делом, чувствуют в своей жизни счастье и гармонию. Они успешны, достигают больших высот в карьере, меньше страдают нервными срывами и почти никогда не простужаются. К тому же у людей, выбравших «свою» профессию, прекрасная личная жизнь. У них крепкие семьи, финансовое благополучие и уважение к другим.

В начале пути очень важно правильно расставить приоритеты и определить путь, который позволит вам стать самостоятельным и успешным человеком.

Чтобы не ошибиться при выборе будущей профессии, следует внимательно анализировать те действия, выполнение которых приносит наибольшее удовлетворение. Также необходимо ответить на несколько вопросов, чтобы определить свои предпочтения:

1. Чем я люблю заниматься?
2. Что меня интересует?
3. Чего я жду от своей будущей профессии?
4. Как я могу увидеть свою будущую работу?

Вот самые важные определяющие вопросы. Честные ответы на них помогут указать направление, в котором нужно развиваться, т.е. ведут прямо к самому главному вопросу: как выбрать профессию?

Для того, чтобы быть уверенным в выборе занятия, которое принесет удовлетворение и радость, необходимо четко понимать свои желания и правильно их реализовывать. Возьмите лист бумаги и напишите на нем любые особенности, которые хотя бы раз привлекли ваше внимание. Это может быть космонавт, путешественник, дизайнер, журналист и т. д. Теперь внимательно посмотрите на список и проанализируйте, в какой области вы могли, хотя бы частично, реализовать это. [3]

Психологи считают, что при выборе профессии очень важно соответствовать психологическим характеристикам человека и соответствующим характеристикам профессии. Профессия должна быть интересной.

Любая профессиональная деятельность требует, чтобы человек обладал «профессионально важными качествами». Поэтому, выбирая ту или иную профессию, важно понимать, есть ли данные навыки, соответствующие профессионально важным качествам. В случае сомнений необходимо выбирать ту отрасль деятельности, в которой навыки будут максимальными, ведь таким образом в этом деле можно будет добиться наибольшего успеха.

Еще в детстве мы были уверены, что станем учителями начальных классов. Учитель начальной школы – особая профессия. Перед ним стоят очень большие задачи. Большая ответственность и большая любовь. Любовь – определяющее

качество этой специальности: во-первых, любовь к детям – без нее сложно стать учителем; любовь к работе – профессия учителя предполагает ежедневный упорный труд; любовь к жизни – сегодня в школе без оптимизма не выжить. Требуется много усилий, чтобы научить читать, считать, писать, заводить друзей, жить по школьным и человеческим правилам, требуется много сил и терпения, чтобы направить ребенка на правильную «дорогу», чтобы подготовить его к дальнейшей жизни. У Лихачева Д.С. есть замечательные слова: «Обучение – это искусство, работа не менее титаническая, чем работа писателя или композитора, но более трудная и ответственная. Воспитатель обращается к душе человека не через музыку, как композитор, не с помощью красок, как художник, а напрямую. Он воспитывает свое отношение к миру своими знаниями и любовью» [4].

Уникальность профессии педагога заключается в том, что не все студенты, которые обучаются в педагогических вузах, связывают свою жизнь со школой, и не все, окончившие их, становятся учителями. А кто может стать учителем? Да тот, чьи образовательные способности основаны на любви и таланте!

Наша страна всегда славилась своими учителями: К. Д. Ушинским, А. С. Макаренко, В. А. Сухомлинским и многими другими – гордостью педагогики, людьми, посвятившими свою жизнь нелегкому делу воспитания и обучения детей. Их работа заслуживает искреннего признания и благодарности.

Для нас профессия учителя всегда была уважаемой и почетной. С уважением мы вспоминаем всех учителей в наших школе и понимаем, что быть учителем непросто, сколько труда и терпения им нужно, чтобы вырастить из плохих мальчиков и девочек, заботливых и преданных своему делу молодых людей.

В заключение из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что выбор профессии – это главный шаг в жизни человека. Делая свой выбор, мы встаем на новую жизненную ступень, от которой зависит наша дальнейшая жизнь. Главное – выбрать ту профессию, которая тебе подходит, которая тебе интересна, которая делает тебя чуточку счастливее. И нет ничего страшного в том, что мы ещё не определились с профессией. В жизни можно все исправить, если очень сильно этого захотеть. Если человек с первого раза определяется со своей профессией, поступает в определенный ВУЗ и начинает работать по своей специальности, то можно считать, что жизнь человека удалась. Главное не падать духом и не унывать, а идти к своей цели несмотря ни на что.

Библиографический список

1. Конюхов Н.И. Прикладные аспекты современной психологии: термины, законы, концепции, методы. Справочное издание. / Н.И. Конюхов. – Москва: 1992. – 100 с.
2. Арефьев, И. П. Дидактический материал по курсу Твоя профессиональная карьера: Книга для учителя / под ред. С. Н. Чистяковой. – Москва : Просвещение, 2000. – 109 с. . – ISBN 5-09-009798-4
3. Климов Е.А. Развивающийся человек в мире профессий. / Е.А. Климов. – Обнинск: Принтер, 1993. – 57 с.
4. Климов Е.А. Как выбрать профессию: Книга для учащихся старших классов средней школы. – 2-е изд., доп. и дораб. – Москва: Просвещение, 1990. – 159 с. – ISBN 5-09-002654-8

Волобуева Я. В., Маслова А. А., Резанова А. А., Комарова О. Г., Казарин Е. А.
студенты филиала Федерального
государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Омский государственный
педагогический университет» в г. Таре
направления
44.03.05 Педагогическое образование
(с двумя профилями подготовки)
направленности (профиля) «Русский язык и Литература»
3 курса, 31 группы,
очной формы обучения
Руководитель:
старший преподаватель
кафедры педагогики и развития образования
Мерецкая Т. В.

Профессия учителя всегда была для нас притягательной и даже немного загадочной. На выбор будущей профессии и профиля в большей степени повлиял учитель русского языка и литературы. Ведь именно учитель этих предметов вызывал у нас восхищение. Его умение красноречиво выражаться и донести мысль до каждого из учеников всегда поражало, что не могло не отразиться на выборе профессии.

Почему мы выбрали именно эту профессию? Нам нравится красиво и грамотно говорить, нравится учить этому людей. В подростковом возрасте каждый из нас учил младших чему-либо: таблице умножения, игре на гитаре, катанию на коньках. И тогда мы для себя решили: почему бы не попробовать себя в этом прекрасном деле – в обучении детей. Собственно, поэтому мы и выбрали профессию учителя русского языка и литературы. К нашей позиции подходит изречение великого Сократа: «Существует лишь одно добро – знание, существует лишь одно зло – невежество» [1, с. 76]. Данное изречение как ничто другое подходит к теме эссе, а также отражает наши моральные и педагогические принципы.

На наше мировоззрение, уже в осознанном возрасте, повлияли великие педагоги. Их имена не просто пустой звук для нас, а самые настоящие образцы для подражания. К примеру, великий педагог Ян Амос Коменский с его фразой: «Тот, кто мало знает, малому может и учить» [2] очень воодушевил нас когда-то своим трудом. Восхитительная женщина - педагог Мария Монтессори вдохновляет своим мужеством и героизмом таких юнцов, как мы. Особенно ярким и запоминающимся для нас является ее высказывание: «Концентрируйтесь на развитии хорошего в ребенке, так что в итоге плохому не будет оставаться места» [3].

Мы точно знаем, что после университета пойдем работать в школу. Возможно, это не навсегда, но это бесценный опыт, который должен приобрести каждый. Как и

в любой профессии, мы столкнёмся с трудностями: сначала со своей неопытностью, затем, возможно, с какими-то организационными моментами, но со временем это всё преодолевается, все трудности уходят. С некоторыми из них мы уже столкнулись при прохождении педагогической практики.

Самой большой проблемой, с которой могут встретиться начинающие педагоги, – это несоответствие их ожиданиям. Дети очень активны, они не будут сидеть, сложа руки все сорок минут урока, иногда больше половины урока приходится на то, чтобы их успокоить. Из этого вытекает другая проблема – время. Его либо слишком мало, либо чрезвычайно много. И умение правильно организовать деятельность учащихся приходит с опытом.

Но, несмотря на все представленные нюансы, в профессии педагога однозначно больше плюсов и положительных моментов. Чего только стоят горящие глаза учеников. С каким восторгом они смотрят на педагога, который объясняет новую тему или рассказывает о жизни поэта. То, как они тянутся к знаниям, вызывает неподдельную улыбку. Глядя на их рвение к учебе, понимаешь, что ты не зря выбрал именно эту стезю.

Еще одним положительным моментом может являться возможность творческой реализации не только личности самого педагога, но и обучающегося. Ведь кто как не учитель наставит на верный путь, сможет помочь в реализации творческих идей и планов начинающего ученика.

Также не могут не радовать реальные результаты вложенного в учеников труда. Ведь так прекрасно осознавать, что именно твой бывший ученик сейчас борется за жизнь человека, который в дальнейшем скажет ему: «Спасибо!». Или, что твой ученик сейчас сам стоит у доски и объясняет новую тему целому классу, из которого в дальнейшем выйдут компетентные юристы, педагоги, врачи или сварщики.

В заключение мы хотим сказать, что мы пойдём работать в школу не потому, что кроме нас этого сделать некому, а потому, что наши сердца открыты для детей. Мы готовы нести улыбку и радость, готовы сеять знания в маленькие головы, которые по окончании 9 или 11 лет станут большими умами в самых различных сферах жизни.

Учитель – необходимая профессия, ведь с него и начинается наша жизнь. Мы считаем, что и наш труд не будет пустым, а повлияет на людей и сможет научить детей не только предмету, но и откроет мир к познанию и даст ответы на все интересующие их вопросы.

Библиографический список

1. Великие мысли великих людей [Текст] / сост. Н. Богданова. – М.: Издательство АСТ, 2017. – 90 с.
2. Корнетов Григорий Борисович Ян Амос Коменский и возникновение педагогической науки // Историко-педагогический журнал. 2017. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yan-amos-komenskiy-i-vozniknovenie-pedagogicheskoy-nauki> (дата обращения: 03.10.2020).
3. Севастьянова И. Н. Развитие интеллекта ребёнка по системе Марии Монтессори // Вестник ВятГУ. 2008. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-intellekta-rebyonka-po-sisteme-marii-montessori> (дата обращения: 03.10.2020).

Горбунов Василий Вадимович

магистрант 1 курса магистерская программа Социология маркетинга, Институт социальной инженерии, кафедра социологии и рекламных коммуникаций ФГБОУ РГУ им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В современное время является необходимым определением профессии будущего как таковой. Тенденции развития общества меняются со стремительной скоростью и именно поэтому требуются те, кто сможет выявить характерные черты их развития, качественно оценить ту или иную ситуацию.

Так или иначе, Социальная инженерия становится всё более востребованной в современном обществе для абсолютно различных целей - как маркетинговых, так и политических: для крупных компаний – спрогнозировать потребность клиентов или создать её, для политики – результаты анализа общественного мнения впоследствии принятия тех или иных решений.

В нижеследующем эссе станет очевидным и понятным – насколько значима и необходима такая специализация как Социолог, и почему она является профессией будущего, и почему её в качестве своей будущей профессии выбрал именно я.

Социология – наука об обществе, о процессах, которые происходят в нём – если говорить вкратце. Век за веком, общество проходит определённые этапы развития, «эволюции», благодаря чему и наука о нём трансформируется, изучая социум новыми, актуальными подходами: например, сопоставительный, сравнительный, исторический и прочее.

В современном мире, как и в прошлые времена, для качественного и профессионального анализа общества, требуется соответствующее образование – чтобы понимать абсолютно каждый процесс, происходящий в нём. Ведь без анализа и исследования, неизвестно – в каком направлении лидеру направлять население, чтобы добиться прогресса во всех сферах социума.

Таким образом, становится очевидно, что социолог – действительно профессия будущего, так как никто другой, как специалист социологии, не сможет дать прогноз траектории развития общества, предсказать возможные перепады «настроения» и появление новых, современных течений.

Всё чаще и чаще, лидеры политического и экономического миров прибегают к помощи социологов: для политиков важно знать, какой эффект произведёт то или иное действие, принятое решение в обществе, а для экономистов – анализ сферы потребления, оценка существующих нынешних тенденций и, что немаловажно, создание новых.

Социология – глобальная наука, на фундамент которой, ко всему прочему, опираются многие другие науки: например, психология и конфликтология – которые,

в свою очередь, вносят значимый вклад в анализ и предотвращение всевозможных волнений и несогласий в обществе. В совокупности с другими науками, социология является основанием нашей повседневной жизни – ежедневно мы даже не задумываемся о том, насколько отлажены, развиты коммуникационные и административные процессы, которые помогают решать различные проблемы и недопонимания. Всё это – благодаря отличной работе социологов, к советам которых прислушиваются лидеры, делая на их основе соответствующие выводы.

Лично для меня, выбор данной профессии стал очевидным тогда, когда я понял – насколько необходимы специалисты в социологической среде для рационального функционирования общества. Дело в том, что когда происходит аналитический процесс, будто вскрывается вся сущность социума: ты понимаешь и осознаёшь каждую деталь, каждую девиацию и способен предотвратить «программные ошибки», так как я считаю, что общество – своеобразная матрица, система, в которой каждый индивид является актором, и всё взаимосвязано друг с другом. А связано настолько, что всё происходящее приобретает «эффект бабочки»: действие рождает противодействие – каждое принятое решение повлечёт за собой обязательные последствия.

Как становится понятно, Социология – безмерно значима и непосредственно практически важна: так как без тех знаний, благодаря которым известны поведенческие процессы в обществе (как индивидов, так и целого социума), люди могут стремиться к дальнейшему развитию, делая выводы из ошибок, которые были совершены и прогрессировать, достигая невиданных результатов.

Библиографический список

1. Анурин, В. Ф. Динамическая социология / В.Ф. Анурин. - М.: Академический проект, 2017.
2. Анцупов, А.Я. Проблемы социологического исследования. Указатель 888 докторских диссертаций 1990-2010 гг. / А.Я. Анцупов. - Москва: СПб. [и др.] : Питер, 2015.
3. Боровик, В. С. Основы социологии и политологии / В.С. Боровик, Б.И. Кретов. - М.: Юрайт, 2019.
4. Желтов, В.В. Политическая социология / В.В. Желтов. - М.: Академический проект, 2017.
5. Каримова, А. Б. Социология международных отношений. Учебник / А.Б. Каримова. - М.: Юрайт, 2017.
6. Марина, Юрьевна Горбунова Общая социология / Марина Юрьевна Горбунова. - М.: Научная книга, 2016.
7. Марцинкевич, В. И. Экономика человека. Учебное пособие / В.И. Марцинкевич, И.В. Соболева. - М.: Аспект пресс, 2017.

Дробышева Алина Сергеевна

магистрант 1 курса магистерская программа Социология маркетинга, Институт социальной инженерии, кафедра социологии и рекламных коммуникаций ФГБОУ РГУ им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Наш мир – калейдоскоп сменяющих друг друга событий, которые в той или иной степени требуют к себе аналитического подхода, изучения, прогноза и решения ряда появляющихся вопросов. Каждый человек по своему подходит к анализу и к решению поставленных задач, но, зачастую, решаются они в узконаправленных сферах жизни. Социолог же – человек, которому доступен совершенно иной, широкий взгляд и подход к этим событиям.

Социология маркетинга – специальность творческих, амбициозных и всесторонне развитых людей. В сравнении с другими специальностями, сфера ее охвата максимально разнообразна и широка, потому как подразумевает под собой абсолютно все социальные явления. Окружающее пространство, поведение людей, новые практики и открытия, торговля, управление персоналом, если вы считаете, что социология не связана с этим, то вы ошибаетесь. Социология проходит красной нитью через все области и сферы нашей жизни. Есть ощущение, что социологи заполнили собой все пространство. Социолог является таким «сверхученым», который может постичь и изучить самые темные и потаенные пространства и извлечь из них новый интересный материал.

Свое развитие эта профессия получила благодаря французскому ученому Эмилю Дюркгейму. В своих работах он описывал социологические методы исследования, которые на сегодняшний день принято считать основополагающими принципами классической социологии. Его труды послужили становлению отдельного предмета преподавания и появлению новой профессии человека, углубленно изучающего общество, – социолога.

Перед социологом стоит задача детально изучить общество, посредством специальных методов исследования, прибегая к математическим методам обработки полученных при опросе населения данных, он составляет детальную картину развития общества, ищет негативные явления и разрабатывает план по стабилизации и улучшению сложившейся ситуации. Люди, освоившие профессию социолога, могут быть маркетологами, аналитиками, специалистами в области торговли и производства, работать с телекоммуникациями и IT. Все зависит лишь от сферы, выбранной вами.

В наше время профессия социолога очень востребована, потому как ни одна фирма, в особенности торговая, не обходится без аналитических исследований. Представители предвыборных штабов так же нуждаются в грамотном социологе или

даже группе социологов, которые тщательно изучат мнения избирателей и на их основе построят лучшую стратегию предвыборной кампании, составят рейтинги для печатных и ТВ СМИ.

Однако спектр действий социолога не ограничивается только торговыми и политическими направлениями. Социолог изучает проявления и явления семейной жизни, и изучает образовательные организации, и прогнозирует обстановку в стране или отдельном регионе. Приступая к работе, социолог должен иметь четкий план своих дальнейших действий, составить программу предстоящих исследований. Анкетирование, анализ документации, интервьюирование, проведение фокус-групп – часто используемые методы исследований. После проделанной работы специалист обобщает полученные результаты, подготавливает рекомендации или мероприятия, которые помогут ответить на вопросы социального характера.

Стоит сказать, что для поиска нужной информации и проведения социологических исследований одного желания мало, ведь это поистине трудоемкий процесс. Социолог должен обладать навыками организатора, эрудированностью, коммуникабельностью и аналитическими способностями. Он должен креативно мыслить, творчески подходить к делу, но, самое главное, он должен быть максимально заинтересован в том, что он делает. Ведь социолога, в действительности, можно сравнить с психологом, и, чтобы ваш клиент остался доволен, вы должны полностью погрузиться в его проблему, уметь не только слушать, но и слышать, и понимать своего «клиента».

Эта профессия уникальна и ее уникальность основывается на умении человека раскрывать причины разнообразных социальных явлений, анализировать полученные результаты и быстро реагировать на возможные изменения в социальной структуре общества.

Дроздова Мария Михайловна

магистрант 1 курса магистерская программа Социология маркетинга, Институт социальной инженерии, кафедра социологии и рекламных коммуникаций ФГБОУ РГУ им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Социология маркетинга как профессия будущего является перспективным направлением практической деятельности на стыке социологии и маркетинга и играет важную роль в современном мире.

В процессе эволюции маркетинга и социологии как новое направление появляется комбинация – комплексное направление, - социология маркетинга. Одним из основоположников маркетинга является, Ф.Котлер, формирует свое представление о маркетинге как о маркетинге социальных идей: «Это понимание людей и такое с ними общение, которое ведет к усвоению ими новых взглядов. Изменение их позиций заставляет изменять собственное поведение, что оказывает влияние на решение той социальной проблемы, в которую Вы вовлечены».

Раньше для того чтобы компания была успешной удовлетворять спрос потребителя было достаточно, сейчас этого мало. Социология маркетинга направлена на укрепление позиций бренда в глазах потребителя.

Сегодня для многих корпораций игнорирование социальных проблем может стать роковой ошибкой, которая серьезно понизит продажи продукции компании.

Рассмотрим несколько популярных действий компаний занимающихся социологией маркетинга.

Splat в сотрудничестве с благотворительным фондом Константина Хабенского вместе помогают детям с тяжелыми заболеваниями головного мозга. Все просто, достаточно запостить фотографию с хештегом #УлыбаюсьПомогаю и Splat перечислит 10 рублей на счет благотворительной организации. Кроме фотографии, можно сделать прямое пожертвование в этом случае Splat удвоит сумму.

Japan Tobacco International-табачная компания, компаниям из данного сегмента всегда было важно развивать социальный маркетинг. Компания финансирует строительство нового концертного зала Мариинского театра, а также постановки Большого театра, на постоянной основе сотрудничает с благотворительными организациями, которые помогают пожилым людям, ветеранам и инвалидам. Всем крупным компаниям, независимо от сегмента, стоит взять на вооружение социальный маркетинг, применять такую социальную политику и не забывать об ответственности бизнеса перед обществом.

Так же есть добровольная помощь какому-либо сообществу. Здесь чаще всего сотрудники безвозмездно помогают кому либо. Сотрудники Google, например, проводят бесплатные лекции для студентов.

Есть множество прекрасных примеров того как социология маркетинга помогает показать обществу тот факт, что бренд заботится о нем, а значит в наше время это очень перспективный вид деятельности, который набирает хорошие темпы и будет приносить много выгоды не только компаниям, но и обществу. Поэтому я также хочу быть приобщенной к данному роду профессиональной деятельности, приносящей пользу обществу.

Задаура Варвара Игоревна
студентка 1-го курса (бакалавриат), направление
Реклама и связи с общественностью Института социальной инженерии
Российского государственного университета имени А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)

*Реклама моды – шаг к спасенью;
Пусть побеждает красота!
Как модой движет вдохновенье,
Так и рекламные слова!
Задаура Варвара*

Выбрать профессию – определить себя в жизни. К этому вопросу человек должен относиться ответственно, взвешивая возможности и желания, потребности и цели. Легкомысленное отношение к своему будущему может привести к большим проблемам. Понимая важность такой жизненной задачи, изучив себя с этой позиции, я приняла решение – стать рекламным представителем в мире моды.

В детстве и отрочестве моим гардеробом заведовала мама. Она сумела привить мне безупречный вкус в одежде, макияже, причёске. К тому же, любовь к изобразительному искусству, аппликации, шитью подарила мне возможность чувствовать гармонию красок и цвета, формы и содержания. Меня всё это привлекало, затягивало, манило. Кисть, краски, бисер, кусочки ткани - всё было волшебным и таинственным. Погружаясь в состояние чуда, я фантазировала, придумывая в своём мире то, чего никогда в жизни не бывает. Но мне очень хотелось, чтобы мои фантазии хоть на мгновение стали реальностью.

Волшебных красок цвет и тени

Своим искусством покоряют.

Я замираю и ликую:

Какой простор, какой кураж.

Вокруг меня проходят феи,

Они легки, они порхают...

И льются солнечные струи

На этот сказочный пейзаж.

К искусству созерцательному присоединилось постепенно искусство словесное. Слова как нити могут красиво соединяться, сливаясь в потоке нашей

речи. Без гармонично звучащих слов и грамотного, логического суждения вряд ли можно убедить кого-нибудь в своих мыслях, заставить почувствовать то, что ощущаешь и чувствуешь ты.

Литература увлекла меня не меньше изобразительного искусства. Содержание книг вливалось в меня живым потоком мысли. Салтыков-Щедрин, Есенин, Пушкин – разные века, но они толково и чётко выстраивали в моей голове истины, отсутствие которых обезоружило бы меня на всю жизнь.



Пробовала писать сама, получала невероятное наслаждение от того, что получалось и выстраивалось перед моими глазами. Меня стали понимать и слушать даже те, кто раньше не понимал и не хотел понять.

Слова сливаются в потоки,

Они легки, они крылаты.

Слова сливаются в потоки,

В них сила, мощь и красота.

И я уже под властью слова,

Любовью мира вся объята,

И я уже под властью слова,

Как будто слово – я сама.

Театральное искусство ворвалось в мою жизнь стремительным потоком. В нашем лицее есть вдохновлённый своим делом педагог Ахрименко Александр Иванович. Он создал в школе театр, и много лет наши лицеисты играют роли, украшают будни и праздники не только школьной жизни, но и жизни города. Я много раз играла в этом школьном театре. Роли отличались одна от другой, но они впечатывались в моё сознание, наполняли новым содержанием. Поэтому театр для меня начался не с вешалки, а с самореализации, самовыражения. Театральная деятельность помогла понять, что искусство убеждения зреет в самом человеке.



Свет рампы, сумрак, сцена, запах,

Особый запах тишины...

На театральные подмостки

Из-за кулисы всходишь ты...

И поднимаешься, как птица,

И замороженно глядишь...

И невозможно не влюбиться

В тот мир, который ты творишь!

Мой родной лицей стал для меня первым помощником в определении выбора профессии. Здесь я любила принимать участие в общешкольных мероприятиях. Научилась не бояться выступать на публике. Параллельно писала статьи в журнал «Лицейские новости», а в 11 классе даже стала его редактором. Не отказывалась ни от какой общественной работы, что могла бы реализовать мои способности. Оформляла плакаты, календари.

И мои творения нравились, они занимали призовые места. Это вдохновляло и заставляло идти дальше. В выпускном классе побывала в знаменитой Третьяковской галерее, что в Москве.



Она родила во мне интерес к истории создания знаменитых полотен. К тому же очень захотелось заниматься графическим дизайном. Целый год посещала курсы по этой дисциплине и теперь могу с лёгкостью оформлять сайты, баннеры, фото, презентации и видеоролики. Такой интересный путь прошла! И понимаю теперь, что выбор профессии не случаен, он оправдан моими интересами и желаниями.

Мой выбор сделан! Я ликую!

Реклама – лучший инструмент

Для творчества и достижений.

И счастья наступил момент!

Хочу стать бренд-менеджером в мире моды. Хорошие специалисты по рекламе сейчас очень востребованы. Здесь можно проявить себя и реализовать интересные идеи. В этой сфере деятельности нет границ, нет стандартов, а есть большие возможности и соприкосновение с миром прекрасного. Профессия рекламиста развивает вкус, учит искусству общения и убеждения. С помощью рекламы можно воспитывать культуру стиля в одежде, умение преподнести себя в новом облики. Через рекламу модных и стильных брендов можно воздействовать и на творческое воображение людей, формировать взгляды на вещи всего поколения.

Современные технологии позволяют делать рекламу намного интересней, чем это было в прошлом. Если не сидеть на месте, а находиться в потоке развития и продвижения моды не только в твоей стране, но и в мире, то можно стать одним из востребованных специалистов в области

рекламного бизнеса моды.

Зарплата рекламиста сейчас достаточно высока, а это немаловажный вопрос при выборе профессии. Но высота твоей платы за работу в любом случае будет зависеть от того, как ты развиваешься и помогаешь развиваться тем, кого ты рекламируешь.

Без лишних слов хочется отметить, что профессия человека, связанная с продвижением той или иной сферы деятельности, созвучна, прежде всего, с теми, кто сможет не только полюбить те или иные брендовые направления в мире моды, но и невольно стать твоим помощником. Людей, содействующих рекламе, может быть немало, и во многом это зависит от тебя. Как сработает реклама, так и пойдёт продвижение бизнеса, торговли, развития дела, в которое люди вкладывают и свои средства, и силы, и, безусловно, любовь.

Бренд-менеджер – профессия отважных,

Надёжных и выносливых людей,

Идейных и для бизнеса столь важных,

Ведь с ними дело спорится быстрее!
Какой простор, какие перспективы
Открыты вам, кто знает, что за чем.
Бренд-менеджер – профессия счастливых,
Кто не боится в жизни перемен,
Кто разбирается в любых нюансах,
Кто развивает и воспитывает вкус,
И кто несёт добро, культуру в массы,
Того бренд-менеджером люди назовут!

Пусть пройдёт время, пусть изменюсь я, и изменится мир. Но моя профессия останется навсегда в моём сердце, потому что она сделает меня счастливым человеком!

Все стихи в тексте моего сочинения.

Ивкина Ангелина,
Обучающаяся ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им.
Г.Р. Державина»
г. Тамбов

*«Если профессия становится образом жизни, то
ремесло превращается в искусство».*

Шевелев И.

В жизни каждому человеку постоянно приходится выбирать. Это могут быть как небольшие, так и глобальные проблемы. Одним из главных выборов является выбор будущей профессии. Для молодого человека – это важный шаг, так как от этого выбора зависит его будущая жизнь. Не каждый из нас знает, кем он точно хочет стать. Человек в своем багаже может иметь много прекрасных увлечений, начиная от художественной гимнастики и заканчивая приготовлением вкусных и красивых блюд. Но что же из этого будет с ним в течении всей его жизни?

Мне часто задавали вопросы: «Кем бы ты хотела стать?». Но я никогда не могла ответить на данный вопрос. Мне всегда нравилось делать все и сразу. Я люблю петь, танцевать, рисовать, общаться с людьми, заниматься фотографией и тд. Но мне всегда хотелось, чтобы моя работа приносила мне радость и удовольствие. Именно поэтому, свою профессию я хотела совместить со своим хобби. Я мечтала стать хореографом. Мне нравилось представлять себя в движении, но больше всего хотелось работать с детьми. Я с каждым днем понимала, что общение с детьми это не просто. Найти подход, понять психологию каждого ребенка, казалось невозможным. Время шло, мировоззрение менялось. И я понимала, что я хочу связать свою жизнь с детьми, но необычными, а особенными. Совсем случайно я узнала о профессии педагог-дефектолог, о которой ранее я не слышала. Для меня это стало необычным и необъятным. В моих историях просмотров на телефоне стали появляться видео-занятия с особенными детьми. Мне стало это очень интересным и я решила добиться данной цели. У меня оставалось пол года до экзаменов в школе, а у меня нет необходимого предмета для поступления на направление специальное (дефектологическое) образование. Но я не расстроилась и стала усердно готовиться к экзаменам. Тем временем мотивируя себя, что в нашем мире растет число детей с ограниченными возможностями здоровья и им всем нужна помощь специальных педагогов. Время экзаменов прошло и документы поданы. Счастье и гордость родных и близких сопровождали меня после того, как я увидела себя в списках поступивших. Начались учебные дни студента-дефектолога. Стало сложно и не понятно, но желание узнать как много больше осталось. Первая практика изменила все. Мне

удалось побыть наедине с особенным ребенком, почувствовать его энергетику. Я старалась как можно больше приобрести конспектов занятий, различных материалов и бежать к своим детям. На протяжении шести недель мне удалось поближе познакомиться с этой профессией. И тогда я поняла, что я не ошиблась ни на секунду. Желание и стремление получить как можно больше знаний выросло в несколько раз. Я поняла, что я не просто педагог, который будет воспитывать и обучать детей. Я специальный педагог, который обязан помочь ребенку с ограниченными возможностями здоровья. Я понимаю свою ответственность и готова к трудностям в данной профессии. Я мечтаю, чтобы в моей профессиональной деятельности мне удалось помочь многим детям, адаптировать их к окружающей среде и дать им уверенность в завтрашнем дне, видеть в их глазах и в глазах их родителей благодарность.

Я верю, что мне удастся стать хорошим педагогом – дефектологом. И я надеюсь, на то, что каждый из нас сможет сделать правильный выбор и в дальнейшем будет наслаждаться своей специальностью.

Ильина А.П., Софин А.Ю., Еремина А.С., Бут А.В., Варакин И.В. Моя будущая профессия

*Ильина Алина Павловна
Софин Алексей Юрьевич
Еремина Анна Сергеевна
Бут Анна Викторовна
Варакин Иван Викторович*

студенты филиала Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Омский государственный педагогический университет» в г. Таре направления 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки) направленности (профиля) «Русский язык и Литература», «Право и История» 2 курса, 21 и 22 групп, очной формы обучения
Руководитель:
старший преподаватель кафедры педагогики и развития образования
Мерецкая Т. В.

Рано или поздно каждый делает свой выбор: кто-то в сфере промышленности, кто-то в сфере медицины, кто-то становится политиком, экономистом, а кто-то выбирает рабочую, но не менее важную и нужную профессию пекаря, сварщика, электромонтера. Важно, чтобы профессия приходилась «по душе» и во благо общества. Вот только есть особенная профессия. Овладевший ею – почти волшебник. Он может превратить телесное бытие человека в источник познания и преобразования действительности. Это тот, без которого невозможно представить успех любой из сфер общества. Он тот, с чьей помощью пекарь сосчитает свои плюшки, депутат сможет эффектно выступить с публичной речью, а инженер составит чертеж космической ракеты. Так кто же это? Это – педагог. Именно учителя призваны приобщать «человеческих существ к жизни общества». Именно они – начало всех начал. С этим постулатом не поспоришь.

Учитель появляется в нашей жизни с самых ранних лет (сначала это родитель, а позже – квалифицированный человек) и остается на всю жизнь. Каждый помнит того самого учителя еще со школы: особенного, того, кто столь ярко отпечатался в памяти и сознании, внёс неоценимый вклад в становление личности, участвовал в воспитании и был, бесспорно, авторитетом, на который не равняться – глобальное упущение.

Даже после окончания школьной жизни учитель всё равно остается с нами, где-то внутри, где не видно. Там, где можно только почувствовать. В нас навсегда будут звучать отголоски его фраз: аксиомы жизни, направляющие по дороге

взрослого мира, то, без чего мы не являлись бы самими собой. Ведь именно он дал нам те необходимые знания, опору и поддержку.

Быть учителем нелегко: ты не машина с автоматическим выводом информации. Ты – нечто большее, потому что обучать и воспитывать детей невозможно механически; даже у робота по имени Чаппи были чувства. Нужно понимать и чувствовать каждого обучающегося, искать и узнавать к нему подход, методику, не уставать совершенствоваться, быть чутким, суметь достучаться, не только слушать, но и слышать детей. Януш Корчак учил нас суметь подняться до ребёнка, а не считать, что спускаешься к нему. Учителю необходимо полностью отдаваться своей работе, приходя к детям на урок, забывать о своих проблемах и быть только с ними здесь и сейчас. Как говорится, жизнь учителя остается за стенами школы и лишь по окончании уроков может его настигнуть. Являться представителем сферы образования – это не только трудности и различного рода преграды, это ещё и огромная ответственность за маленького человечка, его настоящее и будущее.

Для кого-то учитель – это наставник, для кого-то воспитатель. Кто-то считает его своей второй мамой, другом, человеком, которому можно довериться. И в любой из этих ситуаций педагог обязан быть готов сыграть свою роль. Стать авторитетом в глазах детей, расположить их к себе так, чтобы они его уважали, но всё же не боялись. Также любой учитель должен найти в себе безграничное терпение, выносливость, готовность к любым форс-мажорам и до жути творчески направленное нутро.

Всю свою жизнь учитель не только образовывает детей, но и сам учится. Процесс обучения никогда не прекращается: «Век живи – век учись». Он должен не только регулярно обновлять и восполнять свои знания, но и идти в ногу со временем, не отставая от требований постоянно меняющихся общества и системы образования; уметь создавать свою неповторимую, необыкновенную атмосферу в классе, чтобы каждый ученик спешил на его урок и слушал с вдохновением, не отвлекаясь, не витая в облаках от монотонности и не пропуская мимо ушей ни одного слова.

Мы долго рассуждали: возможно ли разделить ту самую любовь и доброту между всеми воспитанниками равномерно: по процентам или же граммам, при этом не «обделяя» ни одного ребенка, будь это поощрение или замечание? Стоит постараться. Получится ли быть добрым, открытым, честным, отзывчивым и дружелюбным абсолютно со всеми? Над этим нужно потрудиться, и тогда дети к тебе потянутся.

Но педагогический процесс не ограничивается лишь взаимодействием с детьми. Есть и другие субъекты: коллеги, родители, администрация школы. Со всеми нужно уметь общаться: быть компетентным, не выходить за рамки, проявить терпимость к индивидуальности каждого.

Родители являются частью учебного процесса, и к ним, порой, как и к детям, нужно иметь особый подход. Правильно проводить родительские собрания, высказываться в корректной форме, учитывать мнение каждого из родителей и заряжать их позитивными эмоциями, даже если их ребенок немного не преуспевает в учебном процессе, чтобы никто не расстроился, и возвращение с родительского собрания не было похоже на преддверие войны человечества.

Мы считаем, что профессия учителя – одна из самых значимых, почетных, ответственных и порой недооценённых. А в наши дни она еще и самая сложная. Ведь не каждый сможет справиться с предъявляемыми требованиями и поставленными задачами.

Важными профессиональными притязаниями к преподавателю считаются: превосходное знание предмета и возможность пробудить внимание обучающихся к нему; желание и умение передавать знания, интерес к своему предмету и увлеченность им; высокий уровень образования; уважение к обучающимся, внимание к их жизни, а также педагогический такт.

Суть современного педагога – это его способность определить, какую личность он будет формировать: исполнительную, творческую, покорную, принципиальную или же компетентную. Степень развитости личности педагога влияет на его отношение к ученикам, помогает правильно оценить способности и возможности каждого из них. В соответствии с этим педагог может скорректировать поведение ученика, помочь ему осознать сильные стороны его характера и мягко указать на слабые стороны.

Должно же быть и соразмерное вознаграждение за столькие старания. Мы провели анализ проведенных анкетирований учителей на тему «Плюсы в профессии учителя». Результаты опросов показывают, что среди положительных сторон профессии учителя выделяют следующие: возможность воспитывать целые поколения, тем самым влияя на ход истории, неминуемая перспектива постоянного саморазвития, почёт и уважение, официальное трудоустройство, репетиторство как дополнительный источник заработка, длительный педагогический отпуск, различного рода льготы и преждевременный выход на пенсию, действительно интересная работа.

Педагог учит не только знаниям, передаваемым в народе из поколения в поколение, но и пониманию надобности данного предмета. Если учитель не докажет, насколько нужен человеку тот или иной предмет, ребенок не будет иметь желания его изучать. Следовательно, роль учителя в образовании и воспитании человека, несомненно, огромна. Умение доказать надобность предмета столь же велика, как и понимание учителем каждого ученика. Из этих маленьких тезисов складывается сложная и разносторонняя личность учителя. Он должен уважать каждого маленького человека, понимать, что ребенок это целостная личность, которая имеет такие же права, как и взрослый член общества.

Изменилась жизнь, изменились люди, изменилось само время. На место предыдущего поколения учащихся, для которых уважение к учителю существовало априори, пришли те, для которых авторитетов просто не существует. Нравственные идеалы отошли в прошлое, их место заняли идолы. Меркантильность, беспринципность, равнодушие – как часто сталкиваемся мы сегодня с этими негативными явлениями. Но мы знаем, что учителя могут смело преодолевать трудности современной жизни. И не только потому, что долг обязывает, но и потому, что в их преодолении формируются педагогические навыки, выявляются духовные резервы и приходят в боевую готовность педагогические задатки и способности. Чем труднее – тем интересней! В победе над трудностями появляется истинное самоутверждение.

И, конечно, в наш век бурного развития высоких технологий, технических ноу-хау педагог, бесспорно, должен обладать рядом знаний и умений, необходимость которых продиктована самим временем; должен соответствовать реалиям дня: владеть компьютером, мобильно использовать интерактивную доску. Мы считаем, что это единственное отличие современного педагога от его коллег, работающих ранее. Настоящий учитель во все времена должен обладать теми качествами, которые выделяют его среди остальных членов общества. Это и огромное чувство юмора, доброжелательность, безграничное педагогическое мастерство, профессионализм. Ни одна профессия не ставит таких строгих требований относительно моральной чистоты и душевного благородства. Учитель – пример для подражания, поэтому он должен быть кристально чист. Настоящие учителя – это всегда пассионарии, способные заечь и повести за собой других.

Мы убеждены в том, что подлинное право на учительство – это не диплом о профессиональном образовании, а призвание, главным критерием которого является равнодушие к чужим судьбам, высокие человеческие достоинства, определяющие основу педагогической деятельности. Учитель – не просто профессия, а образ жизни: бесконечная ответственность перед государством, обществом, учеником, а, прежде всего, перед самим собой.

Что же ждёт профессию педагога в будущем? Будет ли она актуальна для будущих поколений? Останется или пополнит ряды «исчезнувших профессий»? На этот счёт бытует несколько мнений. Некоторые считают, что профессия педагога, которую мы знаем, себя почти изжила, неактуальна и неэффективна. Аргументируется это тем, что в некоторых учебных заведениях переполнены классы и учителям порой трудно справляться со своими обязанностями. Они быстро теряют свою работоспособность, устают как физически, так и морально. Индивидуальный подход к обучению в стандартных школах становится труднореализуемым или попросту невозможным. В этом случае система образования отталкивается от сильнейшего ученика, а отстающим остаются лишь внеклассные занятия или работа с репетитором. Особенно тяжело приходится странам, где квадрат на душу населения

значительно ниже, чем в России, например, в Индии, где в классе могут обучаться по 60 школьников. Также некоторым учащимся бывает просто трудно добраться до учебного заведения. Например, в Китае многие дети из деревень преодолевают невероятные испытания, чтобы добраться до школы. Или в России, в Калининградском районе, школьники вынуждены каждый день пересекать опасную реку на лодке, чтобы попасть в школу. В этом случае, предлагается заменить живого преподавателя роботом или искусственным интеллектом. Здесь возможны несколько вариантов. Учащиеся смогут получать и усваивать информацию с помощью персональных гаджетов (смартфонов, планшетов, компьютеров, ноутбуков и др.), не выходя из дома. В этом случае могут исчезнуть не только педагоги, но и школы, как таковые. Однако этот способ был бы удобен для учащихся, кому трудно добираться до учебного заведения. Либо в самих классах вместо учителей будут «цифровые учителя», которые смогут создавать индивидуальный образовательный подход к каждому учащемуся. Искусственный интеллект будет способен как похвалить учащегося за достижения в учёбе, так и отругать за лень. Зарубежные социологи тоже считают, что значительный объём работы педагога можно переложить на машину. Ведь роботу чужда усталость и зависимость от биологических и социальных потребностей. В некоторых сферах, таких как: ведение документации и досье учеников, подготовка тестов и заданий для оценки успеваемости учеников, проверка классной работы, домашнего задания – автомат будет справляться гораздо лучше человека. Внедрение роботов и искусственного интеллекта в педагогическую деятельность – лишь вопрос времени. Вот, что об этом говорит основатель TMT Investments Герман Каплун: «Частично в сферу образования придут роботы, но, мне кажется, что родители будут против того, чтобы их детей учили именно «железки». Телеобучение будет расти огромными темпами, и лет через 10-15 в развитых странах значительный процент детей перестанет ходить в школу на регулярной основе. Обучающий курс лекций можно прослушать и по компьютеру или телевизору. А программа обучения станет индивидуальной». Другие считают, что профессия педагога будет актуальной всегда, и никто не сможет научить человека лучше, чем сам человек, а не запрограммированная машина. Педагог, несмотря на разницу в возрасте и накопленный жизненный опыт, – тоже человек. Ему свойственны все те качества, эмоции и чувства, что свойственны учащимся, благодаря чему он способен понимать их, учитывать все особенности и способности учащихся, способен выслушать в трудную минуту и дать совет. «Живой» педагог также может заметить изменения в поведении учащегося, недомогание и предпринять определённые действия в зависимости от ситуации. Общаться с человеком всё-таки привычнее, чем с машиной. Сторонники этого мнения считают, что, несмотря на стремительное развитие технологий, всегда найдётся, кого учить. Потому что даже если в сферу образования и придут роботы и искусственный интеллект, во-первых, это случится не так скоро, и, во-вторых, для этого тоже потребуются специалисты, которые помогут освоить «нововведения» и

адаптироваться под новые стандарты образования, следовательно, немаловажную роль в этом сыграет педагог.

В наше время профессия Учителя предусматривает определённые требования, которые устремлены в будущее, чтобы сформировать «педагога завтрашнего дня», «педагога будущего». Это и мораль, и высокая цивилизованность, требовательность, принципиальность, вера в способности детей, полная самоотдача, великодушие. У преподавателя должна быть заинтересованность в работе, возможность проявлять свои возможности и талант к специализации. Особое место выделено творческому отношению и новаторству в педагогической деятельности. Творческое отношение обусловлено тем, что многообразие педагогических ситуаций, их неоднозначность требуют вариативных подходов к анализу и решению вытекающих из них задач.

Также стоит отметить, что для «педагога будущего» важен индивидуальный подход к каждому учащемуся. Так как каждый ребенок обладает индивидуальными свойствами памяти, способностями к размышлению, имеет свой уровень темперамента и усидчивости, свои собственные интересы и приоритеты. Это приводит к тому, что не все учащиеся одинаково успешно усваивают материал, овладевают знаниями и приобретают необходимые навыки. Поэтому, для того, чтобы максимально раскрыть способности каждого ученика, в процессе обучения необходимо применять индивидуальный подход.

Конечно, педагог должен понимать всю ответственность, что он несёт перед учащимися и, в целом, – перед будущим. Он должен уметь предвидеть результаты педагогической деятельности, быть готовым держать за неё ответ, обеспечивать безопасность и комфортные условия для обучения и труда.

Исходя из сказанного выше, профессия педагога может претерпеть некоторые изменения, но она по-прежнему останется актуальной и востребованной для будущих поколений. Конечно, для того чтобы эта профессия не стала «исчезающей», необходимо развивать её, анализировать, выявлять то, что будет полезно будущим поколениям, чтобы сформировать полноценного человека, приносящего пользу обществу, готовому к самостоятельной жизни. Возможно, не стоит торопиться заменять живого педагога машиной с искусственным интеллектом, а вначале попробовать концепцию «педагога будущего» с человеком. Нужно всегда идти по курсу улучшения, в том числе и в педагогической профессии, стремиться стать лучше, думать о завтрашнем дне, следующих поколениях и не заикливаться на прошлом. Как сказал однажды американский философ и педагог, представитель философского направления прагматизма Джон Дьюи: «Если мы будем сегодня учить детей так же, как вчера, мы украдем у них завтра».

Мы – студенты Филиала ОмГПУ в г. Таре, будучи уже второкурсниками, многое понимаем. Почему именно мы? Бытует мнение, что представители факультета филологии, истории и права крайне красноречивы. Может быть. В нас с первых дней

воспитывают судей, адвокатов, ораторов и философов, и, пожалуй, это лучшие знания, которые действительно пригодятся в жизни.

Почему мы выбрали эту профессию? Природный дар, вдохновляющий пример или же продолжение семейного дела? Неважно. Просто мир безграничен и тесен, а в огромном разнообразии интереснейших и нужных профессий трудно не потеряться. Рано или поздно каждый делает свой выбор...

Библиографический список

1. Кулагина, И. Ю. Педагогическая психология: Учебное пособие для вузов, Академический проект, 2011 г., стр. 314.
2. Корчак, Я., Воспитательные моменты. Как любить ребенка. Оставьте меня детям (Педагогические записи), Москва, АСТ, 2017 г., стр. 464.
3. Дьюи, Д., От ребенка - к миру, от мира - к ребенку, Карапуз, 2009 г., стр. 352.

Карнаухова Маргарита Кирилловна

магистрант 1 курса магистерская программа Социология маркетинга, Институт социальной инженерии, кафедра социологии и рекламных коммуникаций ФГБОУ РГУ им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Основная функция маркетинга – это влиять на поведение, а функция социологии – понять людей и то, почему они делают то, что делают. Часто маркетологи совершают ошибку, сегментируя потребителей на базе демографических данных. На самом деле, именно социальные связи и группы, частью которых мы являемся, больше всего определяют нас.

В деловом мире есть много возможностей для тех, кто изучал такое направление как социология. В зависимости от вашего опыта и навыков, должности могут варьироваться от продавца до бизнес-аналитика. Социологи все чаще приветствуются в областях маркетинга, связей с общественностью и в исследованиях организаций, где очень важны навыки по разработке и проведению исследований с использованием как количественных, так и качественных методов, а также умение анализировать различные виды данных и делать из них выводы.

Во всех бизнес нишах опыт организационной теории может использоваться для планирования всей организации, развития бизнеса и обучения сотрудников. Социологов учат внимательно наблюдать за окружающими, что помогает им предугадывать интересы, цели и поведение. Особенно это полезно в диверсифицированном и глобализированном корпоративном мире, в котором можно работать с людьми разных рас, полов, национальностей и культур.

Подготовка социолога может развить навыки перспективного и критического мышления, которые необходимы для достижения успеха в настоящее время. Социологический подход в изучении маркетинга подчеркивает влияние маркетинга на благо общества.

Маркетинг предоставляет товары и услуги людям в обществе в соответствии с их потребностями и предпочтениями. Это та деятельность, которая создает и увеличивает спрос на новые и уже существующие продукты и тем самым повышает качество жизни масс. Именно поэтому можно сказать, что маркетинг – это создание и обеспечение уровня жизни людей

Социологи рассматривают маркетинг как мощную силу, которая может продвигать и формировать все хорошее для улучшения общества. Маркетинг обладает потенциалом развития населения, светских идей, борьбы с загрязнением окружающей среды и братства между гражданами всех каст, вероисповеданий и языков. Именно поэтому я и выбрала данное направление для своей будущей профессии.

Ким Анастасия Алексеевна

магистрант 1 курса магистерская программа Социология маркетинга, Институт социальной инженерии, кафедра социологии и рекламных коммуникаций ФГБОУ РГУ им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Будущее – это абстрактная часть временной линии, включающая в себя невообразимое множество событий, которым только предстоит произойти или не произойти по той или иной причине. Пытливый человеческий ум не перестает пытаться заглянуть, за эту границу неизведанного, чтобы во всеоружии встретить перемены. Вот и сейчас, когда передо мной стоит вопрос: «Почему социология маркетинга это профессия будущего?», я попытаюсь объяснить свой мысленный эксперимент и возможно, я окажусь, хоть немного, близка к истине.

Социология маркетинга – что это? Начну, пожалуй, с самого слова «маркетинг». Маркетинг – это в первую очередь совокупность процессов, направленных на удовлетворение рыночных потребностей. Он включает в себя продвижение и предоставление любого продукта или услуги покупателю. Основной целью маркетинга является извлечение прибыли.

Если говорить кратко, то социология – это наука об обществе, изучающая его различные составляющие, как системы, его функционирование, развитие, социальные общности и так далее.

Уже достаточно давно стало понятно, что эмпирические способы исследования, разработанные и активно применяющиеся в традиционной социологии, как нельзя лучше подходят для анализа рыночной конъюнктуры. Так собственно и появилось социология маркетинга, как прикладная социологическая дисциплина. Она направлена на изучение рынка с помощью:

- Методов и приемов эмпирической социологии, с их помощью получают, обрабатывают и анализируют информацию по конкретным сегментам рынка;
- опоры на концептуально-теоретические модели социального поведения в рыночных условиях, которые разрабатываются в смежных социологических и экономических дисциплинах.

Та информация, которую специалисты получают в процессе маркетинговых исследований, носит в большинстве своем социальный характер. Содержание, богатство и разнообразие маркетинговой информации, а так же ее потенциал как источника знаний о различных процессах, происходящих в общественной жизни, - позволяет признать ее особое значение в ряду других видов информации. Из этого следует постоянное стремление к ее практическому использованию, а повышение эффективности часто сопряжено именно с социальными аспектами реализации конкретной продукции – как на микроуровне, так и на макроуровне.

В ходе проведения социолого-маркетинговых исследований выявляются определенные тенденции поведения и ожиданий потребителей из различных социальных групп. Исследования позволяют выявить латентные перспективы роста и падения платежеспособного спроса на конкретные категории товаров и услуг в конкретных социальных группах.

Социология маркетинга – является достаточно «молодой» отраслью социологии, как науки. Хотелось бы заметить, что на данный момент до сих пор ведутся дискуссии о целесообразности ее выделения в отдельную дисциплину. Противники такого подхода утверждают, что природа использования эмпирических методов социологии в маркетинговых исследованиях носит спонтанный характер, что не достаточно для создания новой науки.

Социолог сегодня – это мультиотраслевой специалист способный работать как в России, так и за рубежом. Так как он обладает пониманием различных общественных процессов, самого строения общества, а так же принципы взаимодействия людей, занимающих различные социальные позиции. Эти знания и навыки позволяют обнаружить те связи и закономерности, которые трудно увидеть «на поверхности» различных событий и процессов, получаемые данные позволяют прогнозировать поведение людей и улавливать изменения общественных представлений.

Так почему же социология маркетинга, мною выбранная профессия, – это профессия будущего? Все просто и достаточно тривиально. Эта профессия будет актуальна, пока есть общество, и пока оно основывается на модели товарно рыночных отношений. Ведь на протяжении практически всей своей истории человечество что-то меняет или продает. На этом взаимообусловленном процессе построены многие культуры и цивилизации. А это значит, что пока существует человечество, будет потребность в специалистах, способных отслеживать и корректировать взаимоотношения между производителями и потребителями.

Корнеева Мария Юрьевна

магистрант 1 курса магистерская программа Социология маркетинга, Институт социальной инженерии, кафедра социологии и рекламных коммуникаций ФГБОУ РГУ им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Моя профессия – социолог, и я могу с уверенностью сказать, что это профессия настоящего и конечно же будущего.

Социология появилась не так давно в России. Она начала завоевывать свои позиции среди других наук только с 60-х гг. XIX в., когда российская публика смогла познакомиться с книгами и статьями О.Конта в переводе.

Данную профессию можно смело назвать молодой, именно поэтому требуются качественные специалисты в данной области. Многими принято считать, что социологи – это люди, которые делают бессмысленную работу, задают поистине глупые вопросы, которые не нужны обществу, попросту навязываясь людям. Но это далеко не так. Социолог выполняет важнейшую работу, которая необходима всему миру. Ведь социологи своими опросами анализируют ситуацию в обществе, помогают прогнозировать новые проблемы, анализируют самые разные аспекты жизни людей и общества в целом. Также социологи помогают решить возникающие конфликты в экономике, моде, политике, да абсолютно в любой сфере, если конфликты не поддаются решению, то помогают найти пути сглаживания их.

Я могу смело сказать, что социология – это интересная и значимая профессия, ведь я уже получила диплом бакалавра по данной профессии и продолжаю учиться дальше. Однако интересно мне было не всегда.

Еще учась в школе, я не понимала, что это за профессия, много читала про деятельность социологов, но так и не поняла кто это такие и что они делают, мне стала очень интересно, и я пошла учиться. Но первые пару лет я вообще не понимала зачем я сюда поступила, я думала, что к выпуску так и не разберусь, что будут делать в итоге. В моей голове сложился стереотип, как и у многих людей, что социолог – это человек, который стоит у метро и задает глупые вопросы. Еще все мы наверняка знаем людей, которые звонят вам на телефон и спрашивают какой канал мы сейчас смотрим. Мама всегда говорила, что это мои будущие коллеги, сначала я ей верила, но теперь мне за это обидно, ведь я уже дипломированный специалист в данной области и горжусь своей профессией.

Социолог – это куда больше, чем просто «глупые вопросы и звонки». Социологи освещают поистине актуальные вопросы современности. Они конструируют социальную реальность, проводят социологические анализы, дают рекомендации.

Быть социологом – это огромная ответственность, т.к. социолог работает с людьми, проводит анализ результатов по проведенному исследованию заданной

проблемы, если допустить малейшую ошибку, то все исследование будет не верным, а следовательно – будут неверные прогнозы на решение данной проблемы исследования.

Социолог – это многогранная профессия, в ней смешивается и творчество, и аналитика, и анализ уже существующих работ известных ученых по проблеме исследования, так же социолога в какой-то степени можно назвать фантазером, ведь не всегда можно сделать точные прогнозы, тогда приходится придумывать наиболее благополучные.

В заключении хочу сказать, что социолог – это важнейшая профессия, требующая молодых и качественных специалистов. Данное направление только развивается и набирает свои обороты, поэтому еще долгое время будет актуальна на рынке труда.

Матюхова Анастасия Олеговна

студентка 1-го курса (бакалавриат), направление Реклама и связи с общественностью
Института социальной инженерии Российского государственного университета имени А.Н.
Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

«Вот маленький факт: когда-нибудь вы умрете». Эта цитата Маркуса Зусака из «Книжного вора» может показаться слишком громкой для эссе о будущей профессии. Я могла бы сказать, что она о быстротечности жизни, важности правильного выбора или ценности момента, но нет. Она уже выполнила свою задачу в этом тексте: привлекла внимание, заинтересовала и вызвала нужные эмоции. В реальной жизни роль этой цитаты играет реклама.

Моя будущая профессия – специалист по рекламе и связям с общественностью.

Задача этой специальности не только в привлечении внимания. Она глобальнее, чем может показаться на первый взгляд. Успех абсолютно любого бизнеса, компании, кандидата в губернаторы или ведущего ТВ-шоу зависит от общественного мнения. А мнение, в свою очередь, – от работы PR-специалиста. Я бы назвала свою будущую профессию самой близкой к народу и к его желаниям. И для меня ее цель – это построение «моста доверия» между потребителем и подходящим достойным производителем. И этот «мост» (схема 1), по моему мнению, должен существовать во всех сферах жизни человека. Будь то политика, образование, сфера развлечения и даже медицина. На доверии строятся все качественные отношения, а специалист по коммуникациям как раз это доверие создает. Но, к сожалению, даже самые достойные поступки, если они не впечатлят публику, не дадут нужного результата. Слово или концепт в современном мире, чаще всего, результативнее любого действия. И именно тут и наступает очередь рекламы.

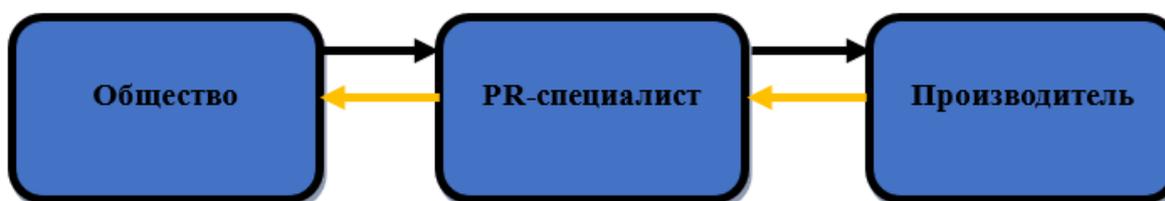


Схема 1 – Мост доверия.

Когда-то, очень давно, люди создавали товар небольшими партиями вручную. И поэтому раньше спрос рождал предложение. Однако в наши дни все с точностью наоборот: предложение регулярно ищет способы возникновения спроса. Этим и занимается «пиарщик». Он создает спрос или его видимость, формирует

обстоятельства, которые потом приносят нужный результат. Как писал Макс Бэрри в своем романе «Сироп»: «Правда не имеет значения, потому что восприятие – это реальность». И, по-моему, так будет долго, если не всегда. С одной стороны, это может показаться нечестным. Цель PR-специалиста заключается не в том, чтобы обмануть общество. А наоборот, как и любая другая специальность, созданная человеком, направлена на упрощение его жизни.

Представим, что в мире не существует, и никогда не существовало рекламы. Вам понадобился, допустим, стиральный порошок. Вы пришли в магазин и видите на прилавках огромное количество товаров, о которых совсем ничего не знаете. Изучение описания каждого продукта займет у вас очень много времени, а попробовать каждый и определиться – еще больше. Для этого и нужна реклама: она поможет сэкономить ваше время, рассказав вам о достоинствах каждого порошка до похода в магазин. В теории каждый человек принимает решения самостоятельно. Но на самом деле, для этого нам бы пришлось изучить самые сложные политические, экологические, экономические и другие непростые вопросы, занимающие время, которого не так много в современном мире (по этому вопросу можно обратиться к первой фразе моего эссе).

Реклама и связи с общественностью, в первую очередь, это направление, изучающее общество. Поэтому, пока живут люди, существует и работа PR-специалиста. И я не сомневаюсь в ее актуальности через сто, двести и даже триста лет. И не стоит забывать, что Микки-Маус отличается от серой полевой мыши только хорошим пиаром.

Библиографический список

1. Барри М. Сироп; New York: Viking Press: 1999. – 320 с.
2. Бернейс Э. Пропаганда; Пер. с англ. Ющенко И. – М.: 2010. – 176 с.
3. Зусак М. Книжный вор; Изд. Эксмо: 2009. – 608 с.
4. Ученова В.В. Реклама и массовая культура. Служанка или госпожа? М.: Юнити-Дана, 2012. – 248 с.

Мешков Илья Дмитриевич

магистрант 1 курса магистерская программа Социология маркетинга, Институт социальной инженерии, кафедра социологии и рекламных коммуникаций ФГБОУ РГУ им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Социология маркетинга – профессия будущего. Действительно ли это так? Давайте разбираться.

Для начала остановимся на таком понятии, как «профессия будущего». Современный мир динамично развивается и меняется, и вместе с ним, постоянно трансформируется и рынок труда. Такой показатель, как востребованность той или иной профессии, имеет склонность очень быстро меняться, и, по большей степени, данный показатель формируется за счёт прогнозов. Но при прогнозировании стоит учитывать ряд определённых факторов, не все из которых возможно предугадать, например, глобальные катастрофы, внешнеполитические конфликты, уровень технического развития. К примеру, в 2010 годах по прогнозам аналитиков рынка труда в течение следующих пяти лет в топ востребованных профессий должны были войти нанотехнологи и работники космических станций, но по факту, мир просто был не готов, а спрогнозированные возможности освоения космоса и высокий уровень технического прогресса не соответствовали реальности. Тогда в 2015 году реальная картина выглядела таким образом, что самыми актуальными профессиями стали программисты и маркетологи. Но современные аналитики всё же уверены, что будущее стоит за современными технологиями, и скоро не будет сфер деятельности, в которых они не будут задействованы. Никто не будет отрицать данный факт, он весьма очевиден, но такие прогнозы не могут иметь конкретной даты, они могут растянуться как на 5 лет, так и на десятилетия.

Тем не менее, современные технологии и автоматизация труда никогда не смогут заменить креативность человеческого мышления и нестандартный подход к реализации проектов. Сколько бы не двигалась вперёд машина прогресса, у её руля всегда будет стоять человек. И таким человеком вполне может быть маркетолог. А рулём станет сам процесс маркетинга, ведь посредством него можно легко управлять современным рынком, предугадывать и формировать спрос, взаимодействовать с современным потребителем и интерпретировать его потребности и желания, влияя таким образом на мировую экономику – один из главных столпов развития современного мира.

Технические инновации постепенно проникают во все сферы жизнедеятельности человека, и сфера маркетинга и продаж не стала исключением, о чём говорят наиболее востребованные профессии данного направления – контент-менеджер, интернет-маркетолог, SMM-специалист, специалисты по рекламе и PR. В

силу таких трансформаций, изменения рынка труда и рынка продаж все больше и больше возникает необходимость в их изучении. И тогда к нам на помощь приходит она – наука всех наук – социология. Именно она способствует формированию знаний о социальной действительности и изменениях в ней, объясняет логику процессов социального развития. С развитием социологической науки, особенно её эмпирической и прикладной составляющих, всё очевиднее становилась возможность использования традиционных методов социологического исследования в изучении рыночной системы.

Социолог в сфере маркетинга – это аналитик, который способен показать нам мир, как и с экономической точки зрения, т.е. объяснить как будет работать и меняться рынок и вся экономическая система, так и с социальной – увидеть потребителя, понять его желания и стремления, создать его психологический портрет, а в совокупности и портрет современного общества.

Вернёмся к поставленному в самом начале вопросу. Действительно ли социология маркетинга – профессия будущего? Однозначно ответить на этот вопрос не получится, но можно предположить, что данное направление имеет определённые перспективы стать востребованным. Мир продолжит меняться, как и все социальные системы и общественные институты, но мы уже не можем позволить себе допустить стихийность и бесконтрольность этих изменений, как тысячу лет назад. Человек познал науку, и с её помощью теперь может объяснять большинство вещей, причины и предпосылки того или иного явления, более того, выстраивать определенные прогнозы – весь социальный мир в руках социологов. Зона маркетинга – безусловно будет востребована столько времени, сколько будет жить человек, пока ему на замену не придут роботы и киборги, а значит необходимость изучать его будет жить ровно столько же. И я горжусь тем, что моя профессия – это профессия будущего.

Мухачева Регина Сергеевна,
студент 3-го курса,
направление "Социальная работа" (бакалавриат), АмГУ
Научный руководитель: *Еремеева Татьяна Сергеевна,*
канд.пед.н., доцент кафедры социальной работы АмГУ

Общие закономерности культурно-исторического развития приводят нас к выводу, что в любой стране, на любом этапе эволюции существуют категории людей, нуждающиеся в посторонней помощи и заботе для обеспечения элементарного выживания и поддержания нормального функционирования в обществе. Дети, пожилые и престарелые граждане, больные и инвалиды, члены многодетных и неполных семей, – всем им ежедневно, ежечасно необходимо содействие в выполнении бытовых операций, предоставлении средств пропитания и условий пребывания, установлении контактов с помогающими сервисами и специалистами.

Развитие форм общественной кооперации, усложнение производства, научно-техническая революция и цифроизация практически всех сфер человеческой жизни значительно обогатили наш мир технологиями и возможностями коммуникаций, однако практически не изменили положения, когда есть люди, которым нужна помощь, и люди, которые эту помощь оказывают.

Иоанн Златоуст в свое время писал: «Ты хочешь, чтобы тебе оказали милость? Окажи милость своему ближнему». Именно в этом состоит изначальный мотив появления практик помощи, «золотое правило», диктующее поступать с окружающими так, как хотелось бы, чтобы поступали с тобой. Религиозная нравственность, труды философов и стоиков, этика нового времени, современные представления – столько точек зрения, столько идей и трактовок того, что, по сути, представляет элементарное правило совместного существования.

Индивидуальный мотив, объединенный общей потребностью к выживанию, обусловил появление групп людей, совместно заботящихся о нуждающихся и принимающих меры для недопущения социальных взрывов.

Постепенно создавая организационные структуры и образовательные центры, формируя правовое поле, определяя образцы и нормы поведения, профессия постепенно обретает свой образ как общественного института.

Эволюция форм помощи показывает, что человеческая фантазия способна сотворить адекватные способы решения возникающих социальных проблем: от простой соседской взаимопомощи и милостыни до комплексных центров и автономных цифровых сервисов. В тоже время ни технический прогресс, ни повсеместная информатизация не могут заменить основную составляющую, неизменную переменную практической деятельности по оказанию социальной помощи и поддержки – а именно, человека, специалиста, разрабатывающего и реализующего социальные технологии.

Получая образование, выбирая место работы, строя собственную семью, планируя отпуск, каждый из нас находится в ситуации постоянного выбора – куда поступить, какое направление подготовки выбрать, где применить свои навыки, как наилучшим образом реализовать себя. Профессиональная деятельность позволяет

совместить различные выборы, начиная с мотивов помощи ближнему, и заканчивая профессиональным обучением.

При этом специалист, получивший профессиональное образование, имеет возможность реализовать себя в разных сферах и различных ролях – практикуя как непосредственное взаимодействие с клиентами, так и организационно-распорядительную деятельность.

«Малые услуги, оказываемые вовремя, являются величайшими благодеяниями для тех, кто их получает» (Демокрит), и именно так можно описать суть профессиональной социальной работы. Специалист – бакалавр или магистр по социальной работе – выступает не просто как боевая единица в армии борющихся с социальными недугами и патологиями. Он работает в области обеспечения занятости населения, содействия адаптации осужденных к отбыванию наказания, реабилитации инвалидов, поддержки семей с детьми, сопровождения больных и престарелых граждан, содействия малообеспеченным и прочее, и прочее, и прочее. Каждый отдельный акт помощи складывается в большую мозаику, в которой можно увидеть картину в целом.

Наиболее наглядно изменения в профессиональной сфере можно проследить в структурах, не относящихся к традиционно социально-ориентированным, но, тем не менее, демонстрирующих потребность в мерах социальной поддержки. К примеру, в последние годы усилилось внимание органов власти к пенитенциарной сфере, правоохранительным органам, вооруженным силам. Возможности профессиональной социальной работы успешно проявляются в предупреждении рецидивной преступности и правонарушений молодыми людьми, социальной защите отдельных категорий осужденных, содействии адаптации готовящихся к освобождению из исправительных учреждений, работе с сотрудниками и ветеранами УФСИН; активно действуют отделы социально-воспитательной работы и социальной защиты в органах внутренних дел, ведется профилактическая работа с несовершеннолетними девиантами; создаются структуры военно-патриотического воспитания и социального сопровождения молодежи допризывного и призывного возраста, реабилитации ветеранов и участников боевых действий, помощи членам семей погибших.

Способность понять, распознать и выдержать чужую боль и трагедию, помочь в любую минуту тем, кому в этой жизни сложнее всего остается востребованной в человеческом обществе. Помогающие профессионалы, организации, которые представляют их услуги – арсенал, который делает возможным улучшение существования отдельного человека, семей, социальных групп. Поэтому согласимся, что за такими профессиями – будущее. Научная фантастика и творения Голливуда также учат нас, что в будущем простой человек не потеряет потребности в поддержке, а наоборот, угроза обособления и автономизации заставляют тянуться друг к другу, преодолевая коммуникативные барьеры и заново обучаясь общению. Современные разработки подтверждают, что излишняя увлеченность технологиями разобщают людей, оставляя их наедине со своими проблемами, и требуется вмешательство со стороны, чтобы изменить их состояние. Социальная работа способная помочь в преодолении имеющихся проблем, что делает ее ценным средством сохранения социального мира.

Нежурина Елена Владимировна

магистрант 1 курса магистерская программа Социология маркетинга, Институт социальной инженерии, кафедра социологии и рекламных коммуникаций ФГБОУ РГУ им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Моя будущая профессия – социолог. Она еще достаточно молода в России, ведь появилась только в конце 1980-х годов, когда люди стали заниматься социологическими опросами для более обширного изучения общества и его механизмов. Так как профессия еще молода, стране требуются профессиональные специалисты, которые смогут конструировать социальную реальность и делать какие-либо прогнозы. На самом деле, социолог – это очень перспективная и, что удивительно, очень интересная и ответственная профессия. Социологи очень важны не только для нашей страны, но и для всего мира, особенно, в век различных трансформаций, которые касаются все общественные сферы. Необходимо отметить, что социология – это прикладная наука, а это в свою очередь говорит о том, что мы с помощью различных теорий и гипотез можем строить реальные ситуации, прогнозировать их последствия и искать методы их решения.

Еще 4 года назад, будучи ученицей школы, я сталкивалась с социологами возле метро или в иных общественных местах. Конечно, я старалась обходить их стороной и мне очень не нравилось, когда они шли следом и просили пройти опрос. Я считала их надоедливymi людьми, которые «пристают» к каждому прохожему, прося ответить на вопрос, который займет 15 минут... И вот, спустя 4 года обучения, имея диплом о высшем образовании по направлению «Социология», я кардинально поменяла свое отношение к таким «пристающим» людям. Кто бы мог подумать, что мне самой придется «приставать» к прохожим, чтобы те прошли мой опрос? Сейчас я нахожу это забавным. «Почему же социологи тратят свое время и ищут людей для прохождения опроса...это ведь не интересно, да и какой смысл» - так я думала каждый раз. Однако, когда я сама стала составлять такие опросники, продумывая каждый вопрос, каждый предполагаемый ответ и вкладывая в него всю свою душу, я поняла, что смысл здесь огромный. У социолога очень трудоемкая работа: сначала надо составить опросник, затем найти тех, кто пройдет его, дальше требуется не менее трудоёмкий процесс анализа. Ведь опрос – это всего лишь один из многочисленных методов работы социолога, общественное мнение – это предмет.

Мало кто это понимает и осознает, но социолог ищет ответы на множество вопросов: как и почему возникают конфликты, как можно их избежать, как их устранить, если избежать не пришлось; как люди действуют в противоречивых ситуациях, чем руководствуются и так далее.

Быть социологом – это очень ответственно, так как социолог работает с людьми, изучает их потребности и ищет пути решения их проблемы. Очень важно уметь красиво говорить и качественно излагать свою речь для того, чтобы другой человек правильно понял информацию и смог дать верный ответ.

Таким образом, можно смело заявить, что социолог – это одна из наиболее важных профессий для нашей страны и мира в целом. Социолог изучает общество – от власти до семьи, и как всё функционирует. Социолог – он своего рода социальный волонтер, который может решить многие проблемы и протянуть руку помощи, ведь социологи, они же – психологи.

В заключении хочу сказать, что социолог – это колоссальный труд, ответственность, дисциплинированность, трудолюбие и человеколюбие! Многие считают, что профессия социолога достаточно скучна и рутинна, но, если копнуть глубже – это одна из интереснейших профессий, требующая многогранности, постоянно изучения явлений, поведения людей. Быть социологом – это постоянно развивать свои умственные способности, учиться чему-то новому, избегать ошибок на чужом примере и идти в ногу со временем!

Я горда тем, что моя профессия – социолог и именно поэтому я решила учиться дальше!

Носова Дарья Алексеевна

аспирант 1 курса научная программа Социология управления, Институт социальной инженерии, кафедра социологии и рекламных коммуникаций ФГБОУ РГУ им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Сегодня в мире все меняется слишком стремительно: еще вчера гарантией успешной карьеры было отучиться на юриста или экономиста, а уже сегодня набирают обороты такие профессии как психолог, конфликтолог, социолог и другие направления, которые вплотную связаны с обществом.

Предпосылками создания социологии как науки были размышления древнегреческих философов об обществе и государстве. Они думали о их взаимосвязи, взаимовлиянии и взаимозависимости. Уже в античную эпоху началось формирование двух традиций в объяснении возникновения общества и сущности социальности. Согласно одной из них, общество – это естественное образование; человек - существо по природе и изначально социальное и альтруистическое, вне общества он существовать не может. Эти взаимосвязи, взаимовлияния и взаимозависимости и подтверждают необходимость и актуальность социологии и социологов в современном обществе XXI века.

Я – будущий социолог и я точно знаю, что я, как профессионал, необходима современному миру. Общество постоянно меняется, а также меняется и наше представление о нем. Правила, нормы и ценности, система управления данным обществом также подвержены изменениям, поэтому важно систематическое изучение всех событий, социальных процессов и явлений, которые нас окружают.

Место и роль социологии как научного направления и как прикладного знания в жизни российского общества заметно изменилось в последние десятилетия. В частности, ее сегодня изучают студенты самых разных специальностей. Заметные изменения в учебных программах укладываются в общий контекст трансформации и демократизации нашего общества, в ходе которых растет социальная потребность как в постоянном отслеживании усложняющихся социокультурных процессов, так и в нахождении новых моделей объяснения того, что с нами происходит.

Социология – это наука, которая изучает не просто общество. Социология рассматривает общество как целостную систему функционирования социальных групп, общностей, она изучает социальные отношения, существующие между этими общностями, а также исследует поведение людей в группах и объясняет и прогнозирует его. Социология изучает социальные нормы, роли, статусы, предпочтения, а также общественное мнение, процесс его формирования и развития в различные периоды времени.

Социология является основной комплексной наукой, которая изучает общество, его внутренние и внешние динамические процессы, взаимодействие людей

и особенности проявлений конкретной личности в социальном, экономическом и культурном контексте. Социология выступает неким связующим звеном, своего рода регулятором между многими противоречащими друг другу социальными институтами: конфликты и разногласия между обществом и государством, нарастающие противоречия, конфликты между экономическим рынком и образованием и другие. Социология как прикладное научное знание имеет возможность предотвратить последствия противоречий и дискуссий между противоречащими инстанциями и внутри них. Несмотря на то, что социология одна из самых молодых научных дисциплин, представленных в системе современного социо-гуманитарного знания, она является, на мой взгляд, очень важной в сегодняшней системе общественных отношений.

А насколько важным является общественное мнение в современном мире! Без понимания устройства окружающего нас мира очень сложно ориентироваться в сообществе себе подобных, а тем более им управлять, а именно такие знания добывают, открывают, изучают и прогнозируют для общества социологи. Проводят важнейшие фундаментальные, прикладные исследования и разработки, анализируют социально-культурные ситуации каждый день и дают оценки происходящим событиям и тенденциям развития буквально ежеминутно.

Наш мир глобален и взаимообусловлен, а общество с каждым годом становится все более сложной и противоречивой социальной системой. И именно социология может изучить, объяснить и понять современное общество во всём многообразии его проявления, а также помочь человеку правильно адаптироваться и приспособиться к этой системе. Поэтому моё мнение – несомненно, социолог-профессия будущего. И это мой выбор, моя будущая профессия!!!

Библиографический список

1. Козловский В.В. Государство и социология в России какая социология нужна современному обществу? // ЖССА. 2007. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvo-i-sotsiologiya-v-rossii-kakaya-sotsiologiya-nuzhna-sovremennomu-obschestvu> (дата обращения: 10.10.2020).

2. Социология: учебник для вузов / А. Е. Хренов [и др.]; под общей редакцией А. С. Тургаева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07506-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453729> (дата обращения: 10.10.2020).

3. Касьянов, В. В. Социология массовых коммуникаций: учебник для среднего профессионального образования / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 221 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09839-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456302> (дата обращения: 10.10.2020).

Пащенко А., Трубина Л., Фрицковская П., Колосова В. Моя будущая профессия

Пащенко А., Трубина Л., Фрицковская П., Колосова В.
студенты филиала Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Омский государственный педагогический университет» в г. Таре направления 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки) направленности (профиля) «Начальное образование и Дошкольное образование»
3 курса, 32 группы, очной формы обучения
Руководитель:
старший преподаватель
кафедры педагогики и развития образования
Мерецкая Т. В.

Стоя на пороге взрослой жизни, выпускникам трудно выбрать свой путь. Одиннадцать лет мы были под крыльями наших учителей, которые оберегали нас и указывали путь. В младших классах мы не особо понимаем всю значимость профессии педагога, но становясь старше, мы смотрим на неё, как на нашу возможную профессию. Нам не трудно было сделать выбор нашей будущей профессии. Мы всегда знали, что хотим быть учителями.

Подростковый возраст – один из трудных периодов в жизни человека. Ты растерян, не знаешь, чем хочешь заниматься в жизни. Но смотря на своих учителей, нам хотелось быть такими, как они. Каждый из них готов прийти на помощь, когда это так необходимо. Они незримо придерживают нас от падения в небытие, воспитывают «кнутом и пряником», прежде всего заботясь о нашем внутреннем состоянии.

Важность профессии учителя неоченима в нашем мире, на наш взгляд. К сожалению, современный мир меняется слишком стремительно. Страшно от того, что учителей могут заменить гаджеты или роботы. В списке самых востребованных профессий на 2020 год учитель занимает всего лишь 9 место [1].

Таблица 1

Топ-10 профессий, которые востребованы в 2020 году

Место	Профессия
1	Аналитик данных
2	Медицинские специалисты, физиотерапевты
3	Специалисты по продажам и маркетингу
4	Клиентские менеджеры
5	Консультанты по менеджменту предприятий
6	Разработчики программного обеспечения и программисты
7	Ветеринары
8	Создатели и дизайнеры продуктов
9	Учителя, преподаватели, репетиторы, тренеры
10	Бухгалтеры и аудиторы

Всю важность и необходимость этой профессии современный мир оценивает лишь на 9 место, притом, что учителя идут бок о бок с учеником 11 лет, воспитывая в нем человека, указывая ему путь. Как говорил Артур Шнабель: «Роль педагога состоит в том, чтобы открывать двери, а не в том, чтобы проталкивать в них ученика» [2]. Учитель не просто даёт знания, но ещё и побуждает учеников к ним. Не просто преподносит материал, но и помогает его понять. Что же смогут дать роботы? Они только и будут делать, что «проталкивать» учеников от одних знаний к другим. Мы считаем, что важность профессии учителя не имеет эквивалента никаким другим профессиям. Поэтому важно сохранить профессию педагога в жизни всего человечества.

Ещё один печальный пример того, что профессия учителя не оценена должным образом – это статистика самых оплачиваемых профессий [3]. Например, программист и фрилансер затмевают такую непомерно важную работу, как учитель.

Таблица 2

Высокооплачиваемые профессии в России

Профессии	Средняя зарплата (руб)
Врач-стоматолог	70000
Акушер-гинеколог	80000
Инженер по бурению	90000
Риск-менеджер	100000
Разработчики IOS и Android	140000
Аналитик Big Data	140000
Пилот гражданской авиации	150000
Консультант по SAP	160000
Программист Java/Ruby	160000
Капитан судна	185000

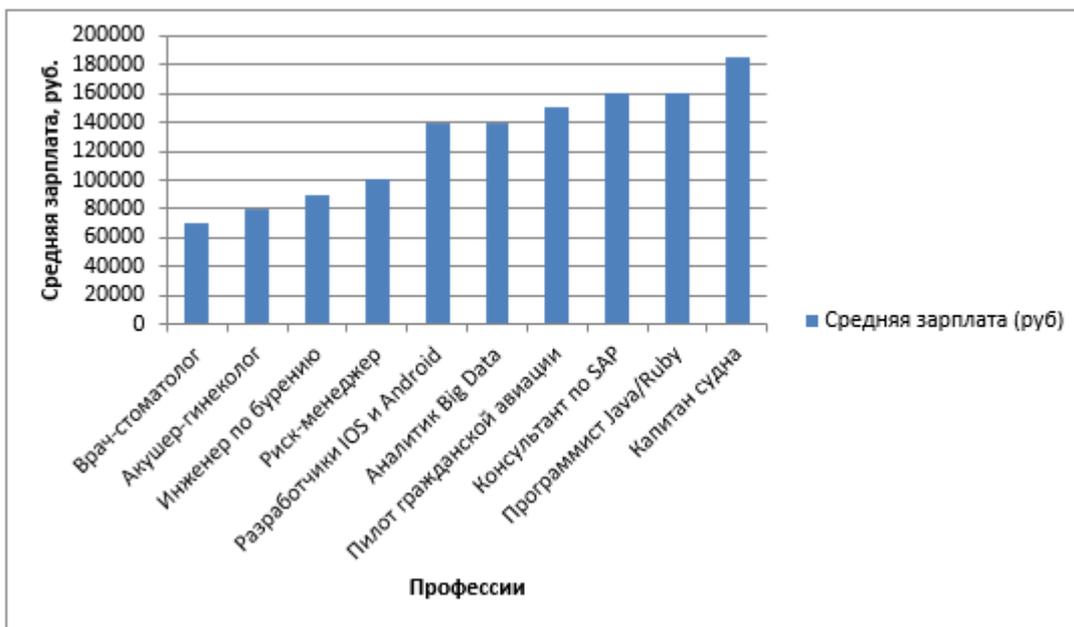


Рисунок 1. Высокооплачиваемые профессии в России

Аристотель изрёк очень мудрую фразу: «Учителя, которым дети обязаны воспитанием, почтеннее, чем родители: одни дарят нам только жизнь, а другие — добрую жизнь» [2]. Мы согласны в этом высказывании с тем, что профессия учителя очень почетная и почтенная. ведь именно учитель каждый день вкладывает свой кусочек души в живого юного человека. Поистине важно в современном мире признать и по заслугам оценить профессию учителя, ведь они не просто дают знания, но ещё и знакомят детей со многими вещами, с которыми им придётся столкнуться в жизни.

Мы хотим стать учителями не просто так, нам хочется своим честным и упорным трудом в будущем показать стране и всему миру, что профессия учителя должна быть признана среди всех поколений и во всех странах мира. Педагог – это человек, который принимает непосредственное участие в формировании личности ребёнка, в становлении его как индивида, прививает ему большую часть положительных человеческих качеств, помогает адаптироваться в обществе и проявить себя в том деле, которое ему близко. Именно в двадцать первом веке важно не упустить значимость профессии учителя, не дать роботам заменить учителей с чутким сердцем и кладезем знаний и опыта.

Библиографический список

1. Востребованные профессии в 2020 году [сайт]. – URL: <https://propostuplenie.ru/article/samy-e-vostrebovannye-professii-dlya-postupleniya-v-2020-godu/> (дата обращения 06.10.2020). – Текст: электронный.
2. 50 лучших цитат про учителей [сайт]. – URL: <https://yandex.ru/turbo?text=https%3A%2F%2Ffrazy.su%2F28533-citaty-ob-uchitele-i-pedagogicheskoy-professii%2F> (дата обращения 06.10.2020). – Текст: электронный.
3. Рейтинг самых высокооплачиваемых профессий в России в 2019 году [сайт]. – URL: <https://proforientator.ru/publications/articles/vysokooplachivaemye-professii-top-10.html> (дата обращения 06.10.2020). – Текст: электронный.

Салахов Рустам Харисович

магистрант 1 курса магистерская программа Социология маркетинга, Институт социальной инженерии, кафедра социологии и рекламных коммуникаций ФГБОУ РГУ им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Современный мир полон всевозможных товаров и услуг, и этот факт не изменится даже спустя много лет. Человеческие потребности, неважно настоящее или же это будущее, должны быть удовлетворены. Поэтому, на мой взгляд, профессии, связанные с маркетингом, будут востребованы и актуальны, как сейчас, так и в будущем.

Маркетинг — это набор процессов, позволяющий удовлетворить потребности потребителей посредством предложения и обмена товара или услуги. Без маркетинга потребители просто не получают информацию о продукте компании. Сегодня профессия в этой сфере набирает популярность и быстро развивается.

Социология маркетинга изучает рынок спроса и предложения. Она показывает, что рынок может предложить покупателю на данном этапе.

Таким образом, важным фактором социологии маркетинга является информация, которая в первую очередь представляет реальную ценность для клиентской базы. Социальные сети на данном этапе являются неотъемлемой частью жизни общества, и в будущем роль маркетинга будет еще более тесно связана с ними. Уже на этом этапе Интернет — это не только канал продаж, но и средство сбора информации. Спрашивая, почему технологии будущего в социологии маркетинга не могут полностью заменить человека, приходит следующий ответ. Дело в том, что каждый маркетолог должен быть еще и хорошим психологом. В этой профессии слишком много нюансов, с которыми современные технологии не справляются до конца. Чтобы продавать продукт, необходимо понимать мотивы целевой аудитории и сформировать маркетинговые стратегии, которые в свою очередь, ориентированы именно на психологическую составляющую покупателя. Большинство покупателей сосредотачиваются именно на эмоциональной социологии.

В большинстве случаев мы покупаем вещи под воздействием маркетинговых манипуляций. Это потому, что у каждого потребителя есть определенные точки воздействия, с которыми компетентный маркетолог должен уметь работать. И конечно эта область часто включает прямое общение с клиентом, которое никогда не будет заменено компьютерными технологиями.

Таким образом, область маркетинга тесно связана с психологией потребителя. Живое общение для человека играет огромную роль и это, думаю, на долгие годы останется неизменным. Поэтому эта профессия будет востребована и в будущем. Однако область маркетинговой социологии быстро меняется и развивается. Чтобы работать в этой сфере, нужно идти в ногу со временем, быть общительным человеком и разбираться в психологии потребителей. И это именно то, что мне хочется реализовать в жизни. Это моя профессия, профессия будущего.

Сафонова Екатерина Дмитриевна

Студент 2-го курса бакалавриат специального дефектологического образования,
ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный
университет им. Г.Р. Державина»

*Кто-то, когда-то должен ответить,
Высветив правду, истину вскрыв:
Кто же такие – «особые дети»?
Вечный вопрос или большой нарыв...
С. Давидович*

Каждый год перед выпускниками школы встает сложная задача – выбрать свой профессиональный путь. Современной молодежи представляется большая свобода выбора: в мире существует огромное количество разных профессий, каждая из которых очень важна для человечества. Однако с большей свободой приходит большая ответственность. Поэтому каждому человеку необходимо серьезно подойти к этому вопросу и принять осознанное решение.

Я всегда знала, что моя будущая профессия будет связана с воспитанием и обучением детей. Детство – это мир, наполненный цветами, яркими и красочными оттенками. Но есть особые дети, которые испытывают трудности в познании мира, в общении с окружающими людьми. К таким детям нужен особый подход, потому что они имеют отклонения в физическом или психическом развитии. Им необходимо больше внимания, поддержки и понимания.

Философ Конфуций подчёркивал, что «единственная возможность научить ребенка жить в существующих условиях, это создать ему условия для полного овладения своими собственными способностями». В современных условиях обучения и воспитания детей с ограниченными возможностями здоровья главная роль принадлежит педагогу-дефектологу.

Кто же такой педагог-дефектолог? Дефектолог – это, прежде всего, неравнодушный человек. Спецификой его работы предопределено оказывать помощь и поддержку всем тем, кто ощущает в ней необходимость, делать детство той самой замечательной порой, не зависящей ни от каких обстоятельств.

Профессия дефектолога – самая толерантная и благодарная профессия. Дефектолог позволяет ребёнку с отклонениями в развитии жить полноценной жизнью, приобщиться к окружающему миру, его достижениям и ценностям. Работая с детьми, педагог олицетворяет собой источник их творческой активности и заряжает их положительной энергией, вселяет в них силу и надежду на успешное будущее. Для детей педагог-дефектолог – особый волшебник, у которого получается все: он красиво говорит, рисует, создает поделки и может научить всему этому

особенного ребенка. Для детей педагог-дефектолог – высшая мера справедливости, их помощник и друг.

Дефектолог готовит ребёнка с отклонениями в развитии к жизни в социуме и способствует воспитанию толерантного отношения окружающих к детям с особыми возможностями.

Многие люди все еще думают, что дефектология ограничивается логопедией. Но это большое заблуждение. Я часто сравниваю мою будущую профессию с профессией врача, потому что как у врачей есть различные специальности (терапевт, хирург, педиатр, офтальмолог и другие), так и у педагогов-дефектологов. Можно выделить такие направления дефектологии, как сурдопедагогика, тифлопедагогика, олигофренопедагогика, которые в совокупности помогают каждому ребёнку с проблемами в развитии познакомиться со всем многообразием окружающего мира, сформировать в его сознании красочные картины действительности.

Моя будущая профессия – педагог-дефектолог, позволит мне помогать особым детям, открывать границы и зажигать благодарные улыбки на лицах детей и их родителей. Мне хочется стать родниковой водой, которая бьёт из - под земли и утоляет жажду тех, кто находится рядом, чтобы напоить водой каждого, переливаться под лучами солнца, быть яркой и нужной детям, дарить окружающим хорошее настроение, дарить любовь, ласку, искренность и доброту.

Моим кредо станет цитата Л.С. Выготского: «каждую минуту человек полон неосуществившихся возможностей», которая позволит помогать детям не взирая на преграды, добиваться поставленных целей и намечать новые.

Сиротюк Анна Сергеевна

магистрант 1 курса магистерская программа Социология маркетинга, Институт социальной инженерии, кафедра социологии и рекламных коммуникаций ФГБОУ РГУ им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Экономика в нашей стране стремительно меняется, и с течением времени все время приобретает новые механизмы взаимодействия между потребителем и производителем. Такая ситуация усиливает потребность рынка в прогнозировании, обосновании информации, позволяющей снизить риск неудачного принятия решений на всех стадиях организации общественной жизни. Достойным инструментом, способным удовлетворить данную потребность, является социология как наука, изучающая общественные процессы и тенденции развития и решения проблем современности.

Наука социологии становится более комплексной, вбирая в себя атрибуты, системы и знания из других научных направлений. Потребность в таком усложнении обусловлена особым местом социологии, которая затрагивает все сферы жизни человека. Маркетинг в этом случае не является исключением. Таким образом, необходимость в информационном оснащении управления хозяйственными отраслями произвела в жизнь такое направление как социология маркетинга.

Социология маркетинга не существует обособленно как набор институтов, строго относящихся к маркетингу. Это скорее совокупность знаний, направленных на исследование рынка с помощью давно известных приемов и методов эмпирической социологии, а также моделей социального поведения в условиях рынка.

Информация, получаемая в процессе маркетинговых исследований, в большей степени имеет социальный характер, а ее разнообразие является потенциальным источником знаний о социальных процессах. Именно по этой причине практическое использование маркетинговой информации тесно связано с социальными аспектами реализации продвигаемой продукции — как на индивидуальном уровне, так и в социуме в целом. Это обуславливает мой выбор будущей профессии и мои профессиональные перспективы как молодого специалиста в дальнейшем.

Повышение эффективности рыночных стратегий направлено не только на получение прибыли, но и на достижение социальных целей (к примеру, анализ желаний и потребностей покупателей). Это и есть основная задача социологии маркетинга. Решению данной задачи благоприятствует тот факт, что обычно в процессе проведения социолого-маркетинговых исследований раскрываются некоторые тенденции поведения потребителя и его ожиданий из самых разных социальных групп. Такими исследованиями обнаруживаются неявные перспективы роста и снижения спроса на определенные виды товаров и услуг в конкретных социальных группах.

Социология маркетинга позволяет расширить круг проблем, которые возможно решить при помощи маркетинговых исследований на пути к организации стабильного развития нашего общества. Этим обусловлено наращивание темпов развития данной дисциплины, которые с каждым годом будут только расти.

Степовая Татьяна Петровна

магистрант 1 курса магистерская программа Социология маркетинга, Институт социальной инженерии, кафедры социологии и рекламных коммуникаций ФГБОУ РГУ им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В жизни каждого из нас рано или поздно встаёт вопрос о выборе профессии. Это сложный и ответственный шаг, ведь профессия должна приносить не только удовольствие и доход, но и нести вклад в развитие общества. Таковой является социология маркетинга.

Первым важным звеном в данной профессии выступает социология – наука, имеющая большую актуальность, особенно в XXI веке. Востребованная и развивающаяся профессия социолога сосредоточена на подробном исследовании, как отдельного человека, так и общества в целом, при помощи особых методов изучения, и выявление его потребностей. Уникальность данного направления и данной профессии базируется на способности сотрудника раскрыть причины различных общественных явлений, подвергать анализу накопленные результаты и оперативно реагировать на XXI различные перемены в обществе. Поэтому, учитывая то, с какой скоростью происходят трансформации в структуре общества, можно заключить, что профессия социолога в будущем будет всё более востребованной.

Вторым важным звеном в данной профессии выступает маркетинг. Он, так или иначе, оказывает влияние на каждого из нас.

Маркетинг – это сложный процесс, во время которого происходит разработка и продвижение товаров и услуг, направленных на удовлетворение потребностей общества. Данная деятельность стремится к достижению предельно допустимого потребления товаров и услуг, путём удовлетворения клиентов, предоставляя им обширный выбор и повышение качества жизни.

Маркетинг имеет связь с общественным поведением, а именно ориентируется и влияет на него, а влияние это происходит как раз благодаря такой науке, как социология, выявляющей и следящей за потребностями общества.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что моя профессия - социология маркетинга - действительно профессия будущего, ведь мир не стоит на месте, он постоянно усовершенствуется, в нём разрабатываются новые технологии и совершаются новые открытия, а помогает ему в этом социология маркетинга.

Стерженченко М. Д., Козырева А. И., Сидоркина А. А. Моя будущая профессия

Стерженченко М. Д., Козырева А. И., Сидоркина А. А.
студенты филиала Федерального
государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Омский государственный
педагогический университет» в г. Таре
направления
44.03.05 Педагогическое образование
(с двумя профилями подготовки)
направленности (профиля) «Право и История»
2 курса, 22 группы,
очной формы обучения
Руководитель:
старший преподаватель
кафедры педагогики и развития образования
Мерецкая Т. В.

*Как важен, велик и священен сан воспитателя: в его
руках участь целой жизни человека. Ученик никогда не
превзойдёт учителя, если видит в нём образец, а не
соперника*
В. Г. Белинский [1]

Выбор профессии является одним из самых главных этапов в жизни каждого человека. В детстве мы часто представляем себя работником определённой профессии. Уже с этого возраста мы начинаем задумываться о будущем. Часто ребёнок, наблюдая мир вокруг себя, хочет стать космонавтом, учителем, балериной, врачом и даже президентом! И эти желания меняются каждый день. Детские мечты порой кажутся неосуществимыми, и не всегда мечта детства всё – таки реализуется.

Как говорил Конфуций: «Найди себе работу по душе, тогда тебе не придётся работать ни одного дня в жизни» [2]. Отсюда следует, что работа, профессия и призвание должны быть одним и тем же, в противном случае, это не будет приносить ни радости, ни материального достатка. Учитель – это одна из тех профессий, в которой всё это совместимо.

Быть хорошим педагогом очень сложно, ведь это ответственность не только за себя, но и за других. Каждый день – кипа тетрадей, которые нужно проверить за ночь, большое количество бумаг, которые необходимо заполнить, решить спонтанные проблемы, организовать детей на какое-либо мероприятие и еще много-много всего, что нужно самоотверженно выполнять...

«Дерево не сможет вырасти без надежных корней. В жизни человека роль этих корней играет история» [3]. Мы редко задумываемся над тем, что самые обычные предметы, которыми мы пользуемся каждый день, язык, на котором мы общаемся друг с другом, и многое другое - все это частички истории. Знание истории необходимо нам для сохранения культурной идентичности и развития будущего России. Для нас, студенток 2 курса филиала Омского государственного

педагогического университета в городе Таре, профиля «Право и История», профессия педагога является гордостью. Среди множества различных профессий на земле эта профессия — самая интересная, удивительная и привлекательная. На выбор данной профессии у каждой из нас, повлиял определённый случай, человек.

А. Козырева: «Большую роль в выборе профессии сыграла моя мама. Она – учитель начальных классов. Наверное, мне просто повезло, потому что мама стала ориентиром, к которому я сейчас стремлюсь. В ней всегда есть что-то особенное и незаурядное. Её задача на уроках не только научить детей своему предмету, но и научить общаться их с другими людьми, привить чувство прекрасного, направить на верный путь. Я благодарна ей за помощь, понимание, опыт. Я уверена, что я сделала правильный выбор».

М. Стерженченко: «Интерес к профессии педагога у меня появился, как только я пошла в школу. Я наблюдала за своей первой учительницей и хотела быть во всем похожей на неё. После уроков я приходила домой, брала игрушки, рассаживала вокруг себя и начинала их учить. А еще у меня в семье много учителей, и я хочу быть похожей на них. Когда передо мной встал выбор: кем стать, то я без всяких сомнений заявила: «Учителем!». Для меня эта профессия звучит гордо. Что было бы, если бы не существовало учителей? Кто бы воспитывал, учил и наставлял подрастающее поколение? Не существовало бы человечества. Мне кажется, что я смогу стать хорошим учителем. Может быть, эта профессия не принесет мне богатства, но она связана с тем, чего не купишь за деньги. Быть учителем – значит осознавать огромную ответственность перед государством, обществом, родителями и, прежде всего, перед ребёнком. Оправдать их доверие – вот настоящий итог работы учителя».

А. Сидоркина: «С моей точки зрения, работа должна приносить удовольствие. Кто-то выбирает ту специальность, на которой более высокая зарплата. Кто-то хочет продолжить семейную династию, кто-то – стать знаменитым. У каждого свой мотив и цель к выбору профессии. У меня – это соответствие моим умениям и интересам. Профессия учителя истории и обществознания привлекает меня возможностью учить тому, что интересно мне самой. Ведь рассказывать детям о великих сражениях, уникальных людях и необыкновенных периодах нашей истории – это очень интересно. Я смогу постоянно узнавать что-то новое, готовясь к проведению уроков, и делиться знаниями с учениками. Также меня привлекает работа с людьми. Каждый ребёнок – это личность со своим мнением, взглядами на жизнь и способностями. Но помимо работы с учениками, интересна и работа в педагогическом коллективе. Мне всегда нравилось общаться с людьми, выражать свою точку зрения, помогать в сложных жизненных ситуациях. Для меня также очень важно в будущей работе разнообразие деятельности. Учитель – не просто тот, кто проводит уроки и проверяет домашнее задание. Особенно интересно проходят рабочие дни педагога, если он классный руководитель. Организация родительских собраний, школьных мероприятий или подготовка проектов – особая часть обязанностей. А общение со своим классом, это большая ответственность. Для меня примером служит моя классная руководительница, которая стала нам как вторая мама.

Немаловажно и уважение в обществе. Мне кажется, что учитель – это престижная профессия. Я уже определилась: моя будущая профессия – учитель. Учителем не может стать человек, который не любит детей. Ведь только любовь и терпение дают возможность отдаваться своей будущей профессии на все сто процентов. Ведь дети бывают разные, и всегда нужно уметь находить подход к каждому ребенку. Учитель – это и хороший психолог, который терпеливо и настойчиво может не один раз объяснить новую тему, выслушать и посоветовать, как действовать в той или иной ситуации. Дети бывают разные, поэтому нужно помогать становиться лучше, развиваться и хорошо учиться. Стать настоящим учителем – это быть образованным во всех областях, кропотливо работать над собой, совершенствовать свои знания и умения. В данной профессии нужна выдержка и терпение. Учитель – это живой и наглядный пример для юного ученика, поэтому всегда нужно достойно выглядеть в глазах школьника, нужно умело заинтересовывать его и пробуждать интерес к тому или иному предмету. В будущем я хочу стать именно таким учителем, который будет любить то, чем он занимается. Я буду стремиться к совершенствованию своих навыков и постоянно развиваться в своей профессии».

Подводя итог, учитель – это самая уникальная профессия. Важный и необходимый человек в жизни каждого ребенка – учитель, чей благородный труд направлен на благо подрастающего поколения. Быть педагогом – это ответственная, требующая внимания, усилия и терпения работа. Учитель – это образец воспитанности и культуры. А это важная деталь для всех времён. Именно учитель сегодня и всегда встречает на пороге школы обучающихся, именно учитель – пример поведения, единства слова и дела, воплощение самого доброго и прекрасного. Это его слова повторяют дома родители и во дворе друзья. Это он не имеет права на ошибку, потому что на него смотрят – серьёзно, требовательно, испытующе – растущие люди. Учитель – это звучит ГОРДО! Поэтому мы считаем, что профессия учителя будет существовать всегда, будет нужной и востребованной как в настоящем, так и в будущем.

Библиографический список

4. 50 лучших цитат про учителей [сайт]. – URL: <https://yandex.ru/turbo?text=https%3A%2F%2Frazy.su%2F28533-citaty-ob-uchitele-i-pedagogicheskoy-professii%2F> (дата обращения 28.09.2020). – Текст: электронный.
5. Конфуций – «30 мудрых цитат» [сайт]. – URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/595c13e78146c14bcd8217d4/konfucii-30-mudryh-citat-5b48e65683eff800a9310293> (дата обращения 29.09.2020). – Текст: электронный.
6. Наши предки – наши корни [сайт]. – URL: <https://www.liveinternet.ru/users/5800033/post351330071> (дата обращения 29.09.2020). – Текст: электронный.

Трофимова Дарья Дмитриевна

магистрант 1 курса магистерская программа Социология маркетинга, Институт социальной инженерии, кафедра социологии и рекламных коммуникаций ФГБОУ РГУ им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

Кто такой социолог? В моем понимании, это тот самый человек, который является «посредником» между проблемой, насущным вопросом и человеком, а в дальнейшем – и решением проблемы. Собирая и анализируя данные в виде мнений людей, социолог приходит к пониманию, и, его работа, бесспорно, важна.

Темп жизни ускоряется, большое количество и динамика изменения информации не всегда играет на руку, что касается всех сфер жизни общества. Спрогнозировать исход какой-либо ситуации становится практически невозможно и тут в дело вступают социологи. На поставленную задачу они собирают информацию, опрашивая людей. Ведя с ними диалог, они выявляют потребности, отношение к происходящему как на микро-, так и на макроуровнях. И чем дальше в будущее, тем актуальнее данная профессия.

Так, например, благодаря социологам выявляются факторы, влияющие на предвыборную и выборную политические кампании. Ведь социологи, проводя опрос граждан, компилируют мнения в конечную статистику, на которую могут опираться кандидаты.

Важной составляющей профессии является маркетинг, миссией которого является удовлетворение рыночных потребностей. Две составляющие специальности связаны напрямую - выявление спроса, прогноз поведения потребителей и конкурентов, анализ занимаемой ниши – невозможны без социологов.

Маркетинговые исследования помогают выявить нынешние и будущие потребности и желания людей, направить выпуск продукции в нужную сторону. Подобные исследования могут охватывать большой спектр участников на рынке, где потребитель – главный элемент. Проводя исследования, социолог должен досконально понять человека: кто он? Какой он? Что его волнует? Таким образом, подобные исследования помогают эффективнее вести бизнес.

Социолог - это инициатор, внимательный слушатель и заинтересованный в развернутом ответе человек, связующее звено между производителем и потребителем. На нем лежит большая ответственность, во-первых, потому что общение с людьми – это большой труд, во-вторых, помимо общения их нужно понять: что именно они хотят сказать, высказывая свою точку зрения, а в-третьих – всю собранную информацию надо обработать и передать «заказчику».

Познание человека, его предпочтений, поведения – только набирает обороты как явление и всегда будет актуально, потому что человек, общество создают спрос, а он в свою очередь – предложение, что является залогом работы для компаний и поддержки экономики. Поэтому несомненно, социология маркетинга – важна, она – профессия будущего.

Уточкина Ксения Михайловна

ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет телекоммуникации и информатики»,
г. Самара
ФИСТ, направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Мы часто задумываемся над тем, кем мы хотим быть и каким быть. Самое главное в жизни – иметь свое призвание. Многие люди не знают, чем хотят заниматься на протяжении всей своей жизни. Это приходит со временем. Ты можешь попробовать множество видов деятельности, таких как: игра в шахматы, единоборство, скейтбординг и другие. В конце концов, ты найдешь свой призвание. Если ты уже нашел свое призвание, считай, ты счастлив, потому что это почти все, что тебе нужно. Ты должен уделять этому делу как можно больше времени, учиться и развиваться, чтобы стать лучшим в этой сфере. И мне кажется, что я уже нашла своё призвание -это рекламщик .В современном мире реклама играет большую роль. Сейчас практически во всех кампаниях есть маркетолог или как их еще называют рекламщик, который отвечает за имидж фирмы. Благодаря им кампания становится известной среди потребителей. Сегодня профессия рекламист очень востребована в мире, потому что люди зависят от информации и нуждаются в рекламе различных продуктов . Это очень трудоемкая, интересная и творческая профессия. Нужно обладать несколькими навыками сразу – грамотная речь, креатив, творческое мышление, самопрезентация. Рекламист должен всегда хорошо выглядеть и быть опрятным, потому что он часто находится на публике. Рекламист вынужден иметь ненормированный график, так как в любой момент может прийти очень крупный заказ, или во время работы закащик захочет поменять концепцию рекламы. И это может произойти в любое время суток. Реклама должна быть не только красивая и понятная, но и законная, иначе могут возникнуть проблемы с государством. Но это очень интересная профессия, в наши дни рекламист может работать в любой сфере, которая ему ближе – искусство, политика, экономика и другое. Поэтому я и выбрала это профессию.

Федосова Дарья Александровна

магистрант 1 курса магистерская программа Социология маркетинга, Институт социальной инженерии, кафедра социологии и рекламных коммуникаций ФГБОУ РГУ им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

На протяжении последних нескольких лет мы все чаще слышим о том, что привычные нам профессии станут неактуальными.

Форбс, Сколково и компании рекрутмента каждые полгода-год публикуют новые статьи со списками профессий, которые, по их мнению, будут востребованы в ближайшем будущем. Обычно в таких списках можно увидеть профессии, тесно связанные с программированием, биотехнологиями и изучением и использованием космического пространства. В перечень таких профессий включают: менеджера космотуризма, космобиолога, проектировщиков нейроинтерфейсов и архитекторов живых систем. Согласитесь, подобные профессии звучат скорей как выдумка безумного писателя-фэнтезиста, чем недалекое будущее.

Мне кажется, что многие журналисты, создавая подобные статьи, делают упор только на технических специальностях и развитии технологий и совсем забывают о другой составляющей — развитии социума. Логично, что с развитие науки и техники, развиваться будет и общество.

Чтобы представители новых профессий занимались не только научной деятельностью, но и созданием реальных товаров и услуг, в которых общество будет нуждаться, и которые будет использовать, рынку будут необходимы люди, способные отследить, изучить и предсказать изменения социума. Одной из таких профессий, на мой взгляд, станет социолог маркетинга.

Давайте разберём эту профессию на составляющие. Первая ее часть включает в себя такую науку как социология. Социология изучает все, что связано с обществом и общественным поведением людей. Она раскрывает механизмы строения общества, развития структурных элементов (социальных институтов, групп и тд) и взаимодействие между личностью и обществом.

В представлении многих людей социолог— это человек с планшетом в руках, который подходит на улице или торговом центре, чтобы задать непонятные вопросы и ,невпопад ответам, проставить галочки. Несомненно, социологические опросы являются частью деятельностью социолога, так как это один из методов получения социологического знания. Однако социология как наука не сводится только к проведению опросов. Да, она содержит обширную научно-эмпирическую базу, но в то же время богата теоретической рефлексией.

Вторая часть — маркетинг. Если спросить несколько человек про то, что является основной целью маркетинга, вам наверняка ответят: «пропихнуть что-нибудь потребителю».

Изначальная задача маркетинга — изучение рынка, с целью определения вероятной реакции покупателя на планируемые к выпуску новые продукты или услуги. Немаловажными задачами также являются: анализ рынка, определение позиционирования компании, планирование мероприятий по распространению и продвижению. Маркетологи также, как и социологи, изучают общественное поведение и способы влияния на это поведение.

На стыке изучения этих двух сфер мы получаем новую, актуальную для нашего стремительно меняющегося мира, профессию.

Социология маркетинга — это современная профессия, подходящая для творческого и неравнодушного человека, с живым интересом относящегося к уникальному жизненным опыту людей, умеющего прислушиваться к мнению окружающих, готового быть «пластичным», чтобы работать с самыми разнообразными социальными группами.

Шарова Анастасия Александровна

магистрант 1 курса магистерская программа Социология маркетинга, Институт социальной инженерии, кафедра социологии и рекламных коммуникаций ФГБОУ РГУ им А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)

В процессе своей социализации каждый индивид задумывается о личной реализации себя, как человека полезного прежде себе самому, а затем и обществу. Полезность заключается и в духовном насыщении, и в физическом аспекте. Быть человеком с абсолютнейшим ощущением внутренней гармонии и собственной значимости данному миру, значит быть человеком счастливым.

С раннего детства нам говорят о труде, о выборе профессии относительно своих желаний. Кто-то, опираясь на личные предпочтения, еще с начальных классов обучения в школе знает, кем хочет стать в будущем, а кому-то нужно и целую жизнь прожить, чтоб познать свою степь и вместе с тем себя самого.

В современном мире наличествует значительное количество различных специальностей. Одной всё ещё по-прежнему молодой профессией является профессия социолога. Работа в области социологии многогранна и изменяема потоком новой информации происходящих событий в современной общественности. Аналитическая деятельность – это и есть, сказав простым языком, одна из главных функций социолога.

Эволюционное развитие показывает нам, что рыночные отношения имеют свое существование давно и не трудно догадаться о поэтапном расширении изменений рынка со временем. От того еще в XVI веке был упомянут в словарях маркетинг, как процесс покупки и продажи на рынке. На современном этапе развития человечества маркетинг занимает значительную роль. Данный, назовем феномен, является социальным процессом, направленным на создание, продвижение и предоставление товара покупателям.

Стоит отдать внимание такой отдельной профессии, как социология маркетинга. Данная направленность очень нова для современного общества, неясна для понимания множества умов и мало изведена. Но хочется отметить, что именно подобного рода новые профессии и дарят обществу дальнейшее развитие.

Имея возможность в настоящее время обучаться в университете по данной направленности, я лично хотела бы почерпнуть все необходимые знания в области отдельного маркетинга. Моей прошлой специализацией была социология, следовательно, представление о данной науке и профессии я имею. Поэтому всё же для того, чтоб истолковать необходимое познание такой дисциплины, а также самостоятельной, самобытной профессии, как социология маркетинга, на мой взгляд, необходимо иметь представление о науках, профессиях по отдельности.

Опираясь на уже имеющиеся знания о социологии и маркетинге, могу отметить, что в моем представлении социология маркетинга отражает именно изучение маркетинга сквозь призму социологии, а, то есть общества. Следовательно, молодая профессия будет опираться на социолого-маркетинговые исследования, а представлять собой она будет прикладную социологическую дисциплину, направленную на исследование рынка с помощью таких методов, как: уже давно изведенные и обыденные методы исследования в эмпирической социологии, которые направлены на сбор, обработку и анализ полученных данных по конкретным сегментам рынка, а также модели социального поведения в рыночных условиях. Одной из задач данной профессии будущего будет оптимизация рыночных стратегий. Которая, с одной стороны, направлена на достижение прибыли, а с другой стороны, на достижение социальных целей, то есть, удовлетворение потребностей масс потребителей и анализ социальной деятельности в рыночной сфере.

Социология маркетинга – это одна из молодых отраслей социологии. И для выделения ее в качестве отдельной дисциплины необходимо больше изучений по данной проблематике. Но я прекрасно понимаю, что моя будущая профессия – социология маркетинга – будет с каждым годом всё более актуализирована и востребована.



ISBN 978-1-005-07920-8



9 781005 079208

Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 11,3. Тираж 100 экз.
Издательство НОО Профессиональная наука
Нижний Новгород, ул. Горького, 4/2,
4 этаж, офис №1
Издательство Smashwords, Inc.