

ГПОУ

**КУЗНЕЦКИЙ ТЕХНИКУМ
СЕРВИСА И ДИЗАЙНА**

им. Волкова В.А.

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«КУЗНЕЦКИЙ ТЕХНИКУМ СЕРВИСА И ДИЗАЙНА»
ИМ. ВОЛКОВА В.А.**

**СБОРНИК ТЕЗИСОВ ДОКЛАДОВ
ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ
«ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОВРЕМЕННОГО
ОБЩЕСТВА»**

ВЫПУСК IX

Новокузнецк, 2016

Редакционная коллегия:

О.В. Мандрова, директор ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.

Н.Л. Захарова, канд. пед. наук, зам.директора по УПР ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.

О.Ю. Ужан, аспирант НФИ КемГУ, преподаватель общественных дисциплин, высшей квалификационной категории ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.

Е.П. Никонова, секретарь конференции, методист ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.

Т.А. Филатова, заведующая библиотекой ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.

СБОРНИК ТЕЗИСОВ ДОКЛАДОВ «Проблемы и перспективы современного общества» [Текст]: Материалы ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ СТУДЕНТОВ И УЧАЩИХСЯ РФ. (Новокузнецк, 25 марта 2016г.): Выпуск 9 /Государственное профессиональное образовательное учреждение «Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А.- Новокузнецк: ГПОУ КузТСиД им. Волкова В.А., 2016. - 197с.

В сборнике представлены значимые исследовательские результаты обучающихся и педагогов по актуальным проблемам современности, здоровьесбережения, вопросам профессиональной направленности.

Представленные материалы печатаются в авторской редакции. Орфография и пунктуация авторов сохранены, но после согласования с автором могут редактироваться, представленные материалы могут быть использованы в научной и учебно-практической работе студентов и школьников, в программах курсов повышения квалификации и самообразовании преподавателей.

**УДК 377
ББК 74.5**

Государственно профессиональное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна»
им.Волкова В.А., 2016г.

Оглавление

Секция 1. Актуальные проблемы современности		
Кушнер Алена	Национальный колорит – черта характера целого народа	5
Сорока Анна	Сравнительный анализ систем образования в России и в США	9
Сорокина Ксения	Живу на сайте Я	17
Заподойникова Екатерина	Влияние рекламы на мировоззрение общества или нам не дано предугадать, как наше слово отзовется	22
Гаденова Олеся	Актуальность проблемы воспитания нравственности и патриотизма в профессиональных образовательных учреждениях	24
Бодунов Виталий	Хлеб - всему голова	30
Бокарева Арина	Демографическая ситуация в Новокузнецке	34
Манаков Михаил,	Использование микроорганизмов при утилизации	40
Коленьков Михаил	промышленных и бытовых отходов	
Сафонова Екатерина	За красоту родного края	44
Мандрова Екатерина	Интерактивное интернет-обучение	50
Секция 2. Актуальные вопросы профессиональной направленности		
Красавина Александра, Казанцева Мария	История возникновения моды в оформлении причесок	54
Шкляева Екатерина	Взаимовлияние тенденций парикмахерского искусства и культурного развития России	56
Редько Александра	Комбинирование техники росписи по ткани как инновационный подход к оформлению одежды и интерьера	57
Малащенко Александр,	Психология рекламы	62
Тищенко Ангелина		
Фаюстова Ирина	Инновации в мужских стрижках	65
Скрябина Анастасия	Антивирусные средства защиты	68
Бредер Екатерина,	Особенности нарядных причесок в современной парикмахерской практике	69
Журавлева Елизавета		
Папуга Ксения	Основы системы маркетинговых коммуникаций и концепция их проведения на рынке электромобилей	73
Шарлай Юрий	Формирование представлений студентов по профессии «Техник по защите информации»	79
Швед Алина	Укладка волос как способ акцентирования окраски	80
Шумилова Екатерина	Проект промежуточной станции	83
Вотякова Анна	ВТЛ – мероприятия как инструмент продвижения торговой марки	86
Буцукина Анастасия	История развития моды...	87
Бубнов Александр	Создание приложения на WindowsPhone 7 для просмотра расписания ТПУ	90
Секция 3. Здоровый образ жизни как фактор личностно-профессионального становления выпускника		
Щелова Маргарита	Создание психологического комфорта в интерьере	93
Макарова Алина,	Биологическая сущность дарсонвализации волос	95
Батырева Анастасия		
Папуга Ксения	Использование уникального торгового предложения (УТП) в рекламной продукции	97
Сорока Анна	Психологическое влияние рекламы на человека	100
Ромашков Игорь	Студенческая телестудия как эффективное средство формирования и творческого выражения социальных ценностей студентов техникума	105

Эпельбаум Елизавета	Вредные привычки молодежи и борьба с ними	107
Кушнер Алена	Биологическая и социальная структура личности	113
Секция 4. Модные тенденции современности		
Демченко Анастасия	Влияние направления абстракционизма на концепции дизайна интерьера в XXI веке	116
Магламян Шушан	Кутюр в современной моде	119
Лавринович Яна	Конкурсные прически и их влияние на моду	123
Хохлова Алена	Русский костюм в современной интерпретации	127
Терентьева Надежда,	Значение декора одежды в мировой моде	130
Хмелева Дарья		
Вершинина Кристина	Коллекция подиумных причесок	133
Белякова Александра	Современные тенденции интерьерного дизайна	137
Шуреева Кристина	Влияние моды на стиль одежды	139
Загуляева Дарья	Спрос на индивидуальное изготовление одежды, обусловленный профессиональной деятельностью заказчика	141
Тепляков Андрей	Беспилотные автомобили	144
Пануга Ксения	Исследование автомобильной компании TeslaMotors	148
Старикова Анастасия	Модерн в интерьере	151
Секция 5. Актуальные проблемы педагогической деятельности в условиях реализации современных стандартов		
Шерстнёва И.Б.	Развитие личностных качеств студентов на популярных сайта	154
Теплякова С.Ю.	Студенческий театр моды «Твой стиль» как средство профессионально-творческого и эстетического развития студентов КузТСиД	156
Голубятникова М.В.	Влияние физических упражнений на здоровье студентов в процессе учебно-тренировочной работы	161
Поликарпова О. Д.	Методика ведения практического занятия при обучении технологов парикмахерского искусства	164
Кучуркина Е.В.	Формирование социокультурной компетенции студентов с помощью английских песен	166
Кочетков В.В.	Изучение динамики реальной мотивации школьников с учетом возрастных особенностей	176
Филимонова О.Б.	Современный подход к организации уроков	179
Моисеенко А. А.	Разработка учебного курса «Дистанционные системы обучения» для учителей организаций, осуществляющих образовательную деятельность (на примере СДО Moodle)»	184
Приложения		190
Результаты работы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы и перспективы современного общества» 2016 года		190
Результаты НПК очного участия		191
Результаты НПК заочного участия		194
Выписка из Резолюции НПК от 25.03.2016 года		196



Секция 1. Актуальные проблемы современности

Кушнер Алена

Руководитель: Сальникова Т.В.

Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.

Национальный колорит – черта характера целого народа

Национальный характер - сложное социальное явление, описывающее устойчивые особенности, характерные для членов того или иного национального (этнического) сообщества. Это особый психогенетический склад народа, возникающий на основе всего его исторического и социокультурного опыта, всей совокупности традиций, идей, ценностей, стереотипов, идеалов, интересов, распространенных в данной этнической общности. Характер народа (национальный характер) проявляется, прежде всего, как система социо-культурных норм и как психическое явление.

О существовании национального характера академик Д. С. Лихачев писал: «Национальные особенности — достоверный факт. Не существует только каких-то единственных в своем роде особенностей, свойственных только данному народу, только данной нации, только данной стране. Все дело в некоторой их совокупности и в кристаллически неповторимом строении этих национальных и общенациональных черт. Отрицать наличие национального характера, национальной индивидуальности, значит делать мир народов очень скучным и серым»...».

Когда речь заходит о национальном характере, мы начинаем вспоминать типичные черты того или иного народа, характерные особенности, свойственные представителям той или иной нации. То есть мы обращаемся к определённым стереотипам.

Стереотип – это стандартное, схематическое представление о каком-то социальном явлении или объекте. Люди обычно довольно негативно воспринимают слово стереотип, поскольку оно воспринимается как шаблон, т.е. что-то лишённое оригинальности и выразительности. Но мы должны понимать, что стереотипы помогают нам приспособиться к чужой культуре, значительно снижают культурный шок, при столкновении различных культур.

Нами был проведен опрос среди учащихся техникума и в социальных сетях. Это позволило выявить современные стереотипы российских граждан относительно таких наций: русские, немцы, англичане, французы, евреи, американцы.

Из 100% опрошенных, мы вывели такую статистику популярных ответов:

Русские –

Ассоциации	%
водка, медведь, балалайка	60 %
подвиг, сила, мощь	20 %

отзывчивость, милосердие, спонтанность	10 %
снег, мороз, Сибирь	10 %

Немцы –

Ассоциации	%
пиво, сосиски, бары	60 %
пунктуальность, педантичность, консерватизм	20 %
Гитлер, фашизм	10 %
чистоплотность, точность, качество	8 %
немецкая овчарка	2 %

Англичане –

Ассоциации	%
чай	60 %
чопорность, надменность	10 %
двухэтажные автобусы, красные телефонные будки	10 %
туман, дождь	10 %
рок-музыка	5 %
Шерлок Холмс	3 %
галантность, вежливость	2 %

Французы –

Ассоциации	%
вино, круассан, багет, лягушачьи лапки	60 %
ветреность, влюбленность, романтика	20 %
Эйфелева башня	10 %
парфюм	7 %
мимы	3 %

Евреи –

Ассоциации	%
деньги, торговля, экономия	60 %
пустыня, Иисус, ХаваНагила	20 %
хитрость	10 %
пейсы, шапочки	7 %
геноцид	3 %

Американцы –

Ассоциации	%
фаст-фуд, пончики, кока-кола	60 %
наглость, богатство, завоевательская потребность	20 %
толстяки, жир	10 %
глупость, легкомыслие	10 %

Исходя из анализа проведенного социального опроса, можно выявить определенные закономерности.

Во-первых, самые популярные ответы российских граждан, связанные с продукцией, выпускаемой данной страной. Это объясняется тем, что, не зная ни одного представителя данной нации лично, мнение о ней формируется через импортируемые продукты и вещи.

Так, об *американцах*, открывших для мира фаст-фуд, первое, о чем думают люди – бургеры и пончики. *Французы* знамениты на весь мир своими специфическими деликатесами, «французскими» багетами, винным производством и дорогостоящим парфюмом. «Настоящий *английский чай*» – популярнейшая фраза в любой рекламе чая, так же как «русская водка» или «русская матрешка» ходовые фразы любого зарубежного фильма, где есть *русские*. *Евреи* не оклеймлены какими –либо продуктами, но, даже просто слыша слово «еврей», все сразу думают о деньгах, экономике и Иисусе. *Немецкий «октоберфест»* сразу предопределяет наличие пива и сосисок, при этом фраза «немецкое качество» выходит из личностных характеристик большинства представителей этой нации, таких как пунктуальность, точность, педантичность.

Это вторые по популярности варианты ответов. *Русские* безоговорочно представляются безбашенными, открытыми, эмоциональными, добрыми, но при этом сильными и мощными, как «русский медведь». *Французов* большинство опрошенных видит ветреными, влюбчивыми, романтичными. *Англичане* в наших глазах выглядят чопорными, надменными, но при этом галантными и вежливыми. *Американцы*, благодаря своему процветающему кинематографу предстают как глуповатые, но при этом свободолюбивые, требовательные, знающие «свои права». *Евреи* представляются хитрыми и умными, в большинстве своем талантливыми людьми.

Третья по популярности ассоциация напрямую связана с политическим поведением стран этих наций.

Так, с *немцами* у многих выявляется ассоциация с фашизмом и Гитлером. С англичанами – Королева. С *американцами* – завоевательская позиция этого государства. С *евреями* – геноцид, вечные гонения со стороны других наций.

Ну и конечно важной частью социального опроса были ассоциации с памятниками искусства, предметами, по которым даже на фотографиях мы можем определить страну и некоторыми особенностями природы или оформления города.

Так, у *англичан* это красные телефонные будки, двухэтажные автобусы, Шерлок Холмс, туманы и дождь. У *французов* Эйфелева башня. У *русских* – снег, мороз, Сибирь, медведь, балалайка.

Из этого можно сделать вывод, что стереотипы имеют очень сложную структуру. Что показателем национального характера являются не только качества представителей нации, но политико-экономическая жизнь государства, а также традиционная культура национального общества.

Фольклор – это самый объективный и самый надёжный источник информации о национальном характере, о системе ценностей народа. Автор

фольклорных произведений – сам народ, а не отдельный писатель, это народное, коллективное творчество. Фольклор прошёл испытание временем дольше, чем любой классик: сказки – былины – частушки передавались из уст в уста всем народом из поколения в поколение – это устное народное творчество.

Народное творчество, зародившееся глубоко в древности, — историческая основа всей мировой художественной культуры, источник национальных художественных традиций, способ выражения народного самосознания.

Мы с детства знакомы с *русским* фольклором, главный герой в них всегда уникален. Например, Иван-дурак, или ласково - Иванушка-дурачок. Он выглядит дураком, но оказывается самым умным в критические минуты; он ленивый и пассивный на вид, но в решающий момент действует быстро, смело и очень активно. Иванушка-дурачок весь создан из противоречий, как и любой представитель нашей нации. Здесь и кроется секрет «загадочной русской души».

Фольклор англичан, немцев и французов во многом совпадает. Все главные герои европейских сказок похожи. Это рыцари, ведьмы, великаны и гномы, феи и эльфы. У *англичан* это Король Артур, у *французов* – Роланд. Даже сказки классиков, таких как Шарль Перро и братья Гримм, схожи по сюжету. Но, даже читая одну и ту же сказку этих авторов, мы можем заметить разницу. У *немцев*, братьев Гримм, все сказки более жесткие, с нескрываемой моралью. У *французов*, Шарля Перро, при неизменном сюжете мы замечаем больше не мораль, а красоту и доброту персонажей. У *англичан*, у Вальтера Скотта и его «Робин Гуда» мы отмечаем лихость и смелость, дерзость в борьбе за справедливость.

В *еврейском* фольклоре, во всех сказках, даже похожих сюжетом с европейскими, неизменно прочитывается отношение к библии. Легенды и притчи основываются на библейских рассказах. В принципе, еврейская нация уникальна своими обычаями, своими «другими» праздниками, например вместо «рождества» у них «ханука».

Американский фольклор весьма сложен и разнообразен. В нем смешались и легенды индейцев, и рассказы африканцев, долгие годы находящихся под гнетом американской аристократии. Ну и конечно, европейские колонисты привезли в «Новый Свет» свои сказки. Главный герой в них всегда предприимчивый, с деловой хваткой, умением выйти из любой сложной ситуации, независимый, свободолюбивый, но при этом всегда приветлив, улыбчив, обаятелен и мил.

Не менее важным примером народного творчества, в котором проявляется национальный характер, является анекдот.

Все анекдоты, построенные на однотипных, шаблонных сюжетах, когда представители различных наций попадают в одну и ту же ситуацию, но реагируют на неё в соответствии с теми чертами национального характера, которые им приписывают на родине анекдота.

Американцы в таких анекдотах предстают богатыми, щедрыми, самоуверенными, прагматичными. *Русские* – бесшабашными, открытыми, ленивыми, эмоциональными и весьма сообразительными. *Немцы*–

недоверчивыми, скрупулёзными. *Англичане* – придирчивыми, вежливыми, манерными. *Французы* – жеманными, слишком «нежными», пафосными. *Евреи* – жадными, хитрыми, со странным смешным акцентом.

Изучив данный вопрос с разных сторон, методом социального опроса и анализа народного творчества, можно сделать вывод, что национальный характер существует. По крайней мере, в сознании людей. Наличие стереотипов позволяет «быть готовым к неожиданностям» со стороны других наций.

Но научные методы выявления, определения и сравнения национальных характеров пока не разработаны. Обращение к истории неубедительно потому, что в прошлом каждого народа можно найти примеры проявления самых различных качеств. Личное знакомство с иностранцами также дает немного: нельзя переносить оценки, сложившиеся от общения с ограниченным кругом людей, на всю нацию. К тому же нации, как известно, состоят из разных классов, и кажется очевидным, что характер аристократа или буржуа должен отличаться от характера рабочего или крестьянина.

Единственное, что подтверждает наша работа, это то, что окружающая человека реальность – это своеобразное зеркало, в котором отражается образ жизни, взаимоотношения, система ценностей, культура, и язык каждого народа. Национальный характер формирует человека как личность. Культура и национальный характер – вещи взаимосвязанные, неразделимые, требующие особого специфического подхода к их изучению и пониманию. Но, несмотря на отсутствие каких – либо научных подтверждений существования национального характера, люди проецируют стереотипы, искрят анекдотами на эту тему, зная, что его поймет «каждый русский». Возможно, даже наверняка, и у других наций существуют анекдоты и шутки на подобную тему.

И все же, мы думаем, неверно судить о людях, даже другой национальности, по какому-то шаблону. Каждый имеет право на свое личное восприятие. Учитывая наше настоящее, и возможное будущее, благодаря развитию научных технологий, мы сможем познакомиться с каждым, не имея преград в виде «языка» и «недопонимания». И наконец, станем одним общим народом Планеты Земля, забудем о существовании войн и начнем заботиться о нашем общем доме.

Сорока Анна

Руководитель: Пучеглазова О.О.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Сравнительный анализ систем образования в России и в США

Одной из движущих сил прогресса в любой области человеческой деятельности и знаний является синтезирование накопленного мирового опыта. В условиях реформы системы образования в нашей стране все

большую важность приобретает изучение и анализ тенденций развития образования за рубежом.

Как известно, в системах образования в ведущих странах мира в настоящее время происходят процессы демократизации. Существенным ее признаком является открытость, преемственность всех ее ступеней.

Так как с каждым годом все большую популярность приобретает европейское образование, и многие студенты и специалисты уезжают из России в поисках лучшей жизни за границей, появляется проблема «утечки лучших умов» из нашей страны. Это и объясняет актуальность рассматриваемой темы.

Американские преподаватели используют современные разработки в области педагогики. Средние частные школы в США стремятся сделать ребенка более самостоятельным, способным думать и принимать решения в современной жизни. Преподаватели подбирают свой подход к каждому ученику. Учитель средней школы США — это прежде всего союзник, помогающий ребенку развить все таланты. Такой подход средних школ США способствует правильному выбору специализации. Ученики здесь легче и увереннее выбирают будущую профессию. Средние школы США могут похвастаться прекрасным оснащением. Современное оборудование открывает ученикам, получающим образование в Америке, больше возможностей для самопознания и экспериментирования. В США имеется множество государственных и частных школ. Есть и специализированные учебные заведения для обучения наукам, искусствам или спорту. Частные школы в США предлагают иностранным ученикам два типа проживания в Америке: в учебном кампусе или семье. Образование в США значительно отличается от образования в России, но также имеет и общие стороны.

Поэтому объектом исследования являются образовательные системы России и США, а его предметом выступает сравнительный анализ систем образования в этих странах.

Цель данного исследования состоит в сравнении среднего образования в России и за рубежом, в частности, США.

Задачами работы являются:

1. Провести сравнительный анализ 2-х систем образования: США и России (уровни, организационные моменты и т. д.). Рассмотреть систему среднего образования в США и в России
2. Выяснить, что заимствует Россия в сфере образования у США
3. Выявить перспективы развития образования в России и США

Система образования в США децентрализованная, здесь нет единых для всей страны учебных программ или стандартов. Дело в том, что вопросы образования не освещены в Конституции США, а это значит, что они находятся в сфере управления правительств штатов. Даже аккредитация высших учебных заведений и разработка систем тестирования абитуриентов в США осуществляется частными организациями.

Среднее образование в США является обязательным. Законченное среднее образование имеют более 85% населения США в возрасте 25 лет или старше.

Образование в США не регулируется на государственном уровне. Правительство США может влиять на вопросы образования лишь косвенно, путем рекомендаций и финансирования тех или иных образовательных программ.

Большинство детей в США получают среднее образование в бесплатных общественных школах (*publicschool*), хотя существуют также и частные школы (*privateschool*), а около трех процентов учеников занимаются дома (*Homeschooling*).

Основные причины, по которым дети в США занимаются дома, а не в школе - это обеспокоенность родителей возможным неблагоприятным окружением в учебном заведении (распространение наркотиков, жестокость и др.), религиозные соображения, неудовлетворенность академическими программами и какие-либо особые (физические или психические) потребности ребенка. Законодательство в разных штатах США по-разному относится к домашнему образованию. В некоторых штатах к родителям, желающим самостоятельно обучать своего ребенка, даже предъявляются требования об определенном уровне образования. В то же время, несмотря на многочисленные споры о законности домашнего образования, его легитимность подтверждена решением Верховного суда США.

Практически все частные школы в США содержатся теми или иными религиозными организациями, например католические школы. Как правило, в частных школах обеспечивается более высокий, по сравнению с общественными, уровень образования. В США есть также несколько специализированных частных школ для одаренных детей.

Образование в США начинается с начальной школы (*elementaryschool*) в США - первый этап обязательного среднего образования.

В зависимости от правил того или иного штата дети начинают заниматься в начальной школе в 5-6 лет и заканчивают ее в 10-11 лет.

В начальной школе детей учат читать, писать, считать. Затем изучаются правописание, основы грамматики, начала алгебры. Кроме того, в начальной школе обычно есть уроки физкультуры, изобразительных искусств, естественных наук и другие.

Средняя школа (колледж среднего образования) обычно состоит из двух звеньев: младшая и старшая. В младшей средней школе (*JuniorHighSchool*) (VII–IX классы) треть учебного времени отведено на общую для всех программу, а остальное на изучение предметов по выбору (элективных). Старшая средняя школа (*SeniorHighSchool*) (X–XII классы) обычно предлагает обязательный набор из пяти учебных предметов и множество учебных профилей академической и практической направленности.

В младшей средней школе, как и на других ступенях образования, нет единых учебных планов, программ, учебников. Каждый школьный округ разрабатывает свои рекомендации к распределению учебного времени, подготавливает свои программы по отдельным дисциплинам, разработки тех или иных тем. Однако среди всего многообразия прослеживаются общие черты обучения в младших средних школах.

Учебный год продолжается в американской школе 170-186 дней; дети обучаются 5 дней в неделю. Продолжительность учебных занятий в день – 5-6 часов. Учебный год, как правило, делится на семестры. В 8 классе появляется система выбора предметов, а обязательными предметами являются английский язык, математика, обществоведение, естествознание, физкультура с гигиеной, музыка и изобразительное искусств.

Старшая средняя школа является общеобразовательным учебным заведением. Учащиеся заканчивают школу, как правило в 17–18 лет

Средние школы бывают разных типов: "академические", "профессиональные" и "многопрофильные".

В многопрофильной школе, начиная с 9 класса, существуют различные отделения (профили). Наиболее распространенные из них: "академический", "общий", "коммерческий", "индустриальный", "сельскохозяйственный".

Академический профиль дает образование достаточное для поступления в вуз. В начале девятого года обучения все учащиеся подвергаются тестированию на определение "коэффициента умственной одаренности". Если он окажется ниже 90, то учащимся нецелесообразно учиться на академическом отделении, и им лучше выбрать какой-нибудь практический курс.

Профессиональные профили готовят ученика к непосредственной практической деятельности. Так на индустриальном профиле половина учебного времени отводится на работу в школьных мастерских или же в гараже. Объем общего образования на этих профилях значительно сокращен.

Отделение общей подготовки, напротив, дает общие знания, но в объеме недостаточном ни для поступления в вуз, ни для выбора определенной профессии. В последнее время оно подвергается жесткой критике.

Таким образом, закончив среднюю школу, учащиеся фактически имеют совершенно различную общеобразовательную подготовку.

В России начальная школа от 1 до 4 класса. Ученик получает базовые знания. Уделяется внимание физическому и творческому развитию.

Далее следует образование основное общее. От 5 до 9 класса. Программа предусматривает обучение по ряду новых предметов, позволяющих расширить кругозор и определить мировоззрение школьника. По окончании общего образования выдается аттестат. Выпускник имеет право на поступление в колледж или техникум для продолжения образования.

Следующая ступень - полное общее, или среднее, образование. 10-11 класс. Направлено на углубление знаний по всем предметам. После успешной сдачи ЕГЭ ученик получает аттестат о полном среднем образовании. Можно поступать в любое высшее учебное заведение.

Кроме школьного в России также существует профессиональное образование.

Начальное профессиональное образование. Учебные заведения начального профобразования обучают техническим и другим специальностям. В советское время они назывались профессионально-

техническими училищами (ПТУ). Сейчас именуются профессиональными лицеями или колледжами.

Среднее профессиональное образование получают в техникумах и медицинских училищах и колледжах. Некоторые учебные заведения, называемые прежде техникумами, были переименованы в колледжи. Однако статус образовательного учреждения сохранился.

И в России, и в США школьное образование делится на три уровня, отличаясь сроком обучения и обязательностью предметов. Если в России в школе ребенок учится 11 лет, то в США дети обучаются 12 лет. В России есть перечень обязательных предметов, на выбор которых сам ребенок повлиять ни коим образом не может. В США же ученик вправе выбирать из общего списка предметов интересные и нужные именно ему. Такое право выбора дает большую свободу и позволяет расширить круг общения.

Современная система образования США строится на принципах самоуправления, самофинансирования и самоопределения при эффективном взаимодействии федеральных и местных властей.

Основная часть средств федерального бюджета затрачивается на студенческие займы, образование ветеранов, помощь малоимущим, содействие в издании учебников и пособий, обеспечении учебных заведений новейшими технологиями и т. д.

Система оценок обычно буквенная, по первым пяти буквам английского алфавита. В среднем, в школах страны отметки распределяются и характеризуются следующим образом:

А – (93-100) – постоянно высокий уровень готовности, глубоких знаний и оригинальность (отлично).

В – (85-92) – уровень, откровенно более высокий, чем средний (хорошо).

С – (75-84) – средний уровень выполнения заданий (средне).

D – (65-74) – минимальный уровень знаний (ниже среднего).

Е – (0-64) – неудовлетворительные результаты или полное незнание учебного материала.

Для наиболее талантливых учащихся разрабатываются специальные курсы, близкие по содержанию к университетским, порой для занятий выделяется отдельный педагог, а после окончания школы таким ребятам выдаются рекомендательные письма, облегчающие их поступление в престижные университеты.

Каждая школа является самостоятельной образовательной единицей со своей администрацией и преподавательским составом. Американские школы-пансионы, как правило, представляют собой отдельную территорию с учебными корпусами и резиденциями. Они имеют хорошее оснащение: оборудованные спортзалы, бассейны, лаборатории, кухни, мастерские и компьютеризированные библиотеки. Большие светлые классы оснащены современной аудио- и видео-техникой, а в некоторых школах и интерактивными досками (SmartBoard).

Учебный год в школе делится на два семестра. Продолжительность учебных занятий составляет 5-6 часов в день с обеденным перерывом. В

течение года дети возвращаются домой на рождественские, пасхальные и летние каникулы.

Большое внимание уделяется физическому развитию детей. В начальной и средней школе регулярно проводятся уроки физкультуры, у учащихся есть возможность заниматься различными видами спорта: баскетболом, плаванием, гольфом, теннисом и т.д. По всем видам спорта проводятся соревнования как между школами, так и между городами и регионами.

Главными ценностями, которые воспитывает американская школа, являются независимость, ответственность, самодисциплина, инициативность, готовность к самостоятельному решению поставленных задач. Акцент делается на развитие индивидуальных психологических и академических способностей ребенка. Всё обучение в школе направлено на развитие креативности и самостоятельности мышления.

Согласно Закону Российской Федерации «Об образовании», Российское образование представляет собой непрерывную систему последовательных уровней, на каждом из которых функционируют государственные, негосударственные, муниципальные образовательные учреждения разных типов и видов:

1. дошкольные;
2. общеобразовательные;
3. учреждения для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей;
4. профессиональные (начальные, средние специальные, высшие и т.п.);
5. учреждения дополнительного образования;
6. другие учреждения, предоставляющие образовательные услуги.

Государственные и муниципальные образовательные учреждения осуществляют свою деятельность на базе типовых положений, утвержденных Правительством РФ, о соответствующих типах и видах образовательных учреждений. На основе типовых положений разрабатываются уставы образовательных учреждений.

Таким образом, образовательная система объединяет дошкольное, общее среднее, среднее специальное, вузовское, послевузовское, дополнительное образование, образовательные учреждения которой могут быть платными и бесплатными, коммерческими и некоммерческими. Все они имеют право заключать между собой соглашения, объединяться в учебно-воспитательные комплексы (детский сад-начальная школа, лицей-колледж-вуз) и учебно-научно-производственные объединения (ассоциации) с участием научных, производственных и других учреждений и организаций. Образование можно получать с отрывом и без отрыва от производства, в форме семейного (домашнего) образования, а также экстерната.

Система оценок по первым пяти цифрам. В среднем, в школах страны отметки распределяются и характеризуются следующим образом:

- 5 – отлично
- 4 – хорошо

3 – удовлетворительно

2 – неудовлетворительно

1 – большая редкость в современных российских школах, чаще всего ниже оценки «2» преподаватель не ставит.

Школы США стремятся привить своим ученикам человеческие качества, которые пригодятся им в жизни, пытаются помочь развить уже существующие таланты и выявить новые.

Российские школы нацелены лишь на итоговый результат – хорошую сдачу экзаменов, об индивидуальном подходе не может быть и речи.

Проведя сравнительный анализ образования двух стран, выделили 2 основные проблемы в российской науке:

1. *Отсутствие финансирования науки частным сектором.* В России ни одна частная компания не будет вкладывать в науку крупные деньги. Почему? Потому что бизнес в России построен таким образом, что он должен окупить себя уже через год. А исследование — это всегда длительный процесс. Поэтому никто и не рискует. Вот такая вот стабильная нестабильность!

2. *Отсутствие связи индустрии и науки.* Частично проблема вытекает из первого пункта. Индустрия в России просто не связывается с наукой. Поэтому все исследования в России, приведённые в диссертациях, кладутся на полки, и о них благополучно забывают. В США же исследования зачастую тесно связаны с грантами, которые есть. Поэтому уже через 3-5 лет нововведения можно внедрять в индустрию. Ничего не пропадает зазря.

Но стоит также сказать и о положительных качествах образования в России, которых не существует в США:

1. Российские преподаватели объясняя детям учебный материал, думают о том, КАК его преподнести, и КАК это воспримут школьники. Американские же учителя просто предъявляют учебный материал, не растолковывая его.

2. В школе не только принята работа с родителями, а сложилась система работы с родителями.

3. Дети в американских школах предоставлены сами себе. Системы классного руководства у них нет, дежурства учителей по школе тоже.

4. В российской школьной системе детей не перемешивают так часто, как это принято в США, где ребенок за школьные годы меняет, как минимум, три школы: начальная школа, средняя и старшая школа. После начальной школы на уроках ученики тоже постоянно перемешиваются, так как большинство школьных предметов — по выбору, и на разные уроки приходит разный состав детей.

5. Российские школьники все еще довольно много пишут. Причем пишут прописными буквами, а не печатными и пишут ручками, а не карандашами. В США у людей существуют большие затруднения с прочтением рукописного текста, а писать не печатными буквами, а обычным почерком мало кто умеет. При многих колледжах даже есть специальные курсы по обучению писанию прописными буквами и прочтению таких текстов.

6. В России все поголовно умеют читать, писать, считать. В США существует проблема неграмотности. Поэтому при каждой библиотеке

функционируют курсы по преодолению неграмотности (IlliteracyCourses). Такие курсы финансируются государством, и на своих рекламных плакатах они убеждают людей, что стать грамотным можно в любом возрасте.

7. Российские школьники знакомы с основами языкознания. Они представляют себе, что такое части речи; подлежащее и сказуемое и т.п. Они знают о пунктуации и о знаках препинания. В американской школе таких представлений нет. Они ТАК язык не изучают.

8. У российских школьников есть домашние задания, за которые с них учителя могут строго спросить.

9. В наших школах очень хорошо организованные школьные мероприятия. Как известно, КВН — российская национальная черта. Чего нельзя увидеть за рубежом. У них мероприятия такого рода ставят режиссеры.

Образование на сегодняшний день стоит перед необходимостью глубоких всеохватывающих перемен.

Закономерно, что проблемы образования всегда занимали важнейшее место в деятельности любого государства: именно образование является одним из основополагающих средств воспроизводства и развития культуры общества и человека, духовного, интеллектуального и профессионального потенциалов социума.

Необходимость осмысления реальных проблем образования в современных условиях становится все более актуальным и значимым.

Проанализировав современные тенденции развития систем образования ведущих стран, можно сделать вывод, что каждая из этих стран обладает определенными сложившимися традициями в области образования, которые связаны с особенностями их социально-экономического развития, историческими и национальными условиями.

Мы считаем, что в целом наша система образования вполне достойная. Однако она требует небольших перемен в системе оценки учащихся, т. к. сейчас она несколько несправедлива. Возможно, некоторые моменты обучения зарубежных стран, мы можем сделать российское образование еще лучше и качественнее.

Но сказать чье образование — США или России — лучше, однозначно нельзя. В каждой стране есть свои плюсы и минусы. США более трепетно и организованно относится к образованию людей, стараясь сделать из них не только высококлассных специалистов (хотя уровень образования все же слабее, чем в России), но и воспитать в человеке необходимые жизненные качества. Россия же, стремится дать как можно больше знаний, но совершенно игнорируя личностное развитие и индивидуальный подход. Но при всем этом, уровень образования в России один из самых высоких.

В заключение, я хотела бы сказать, что хотя наша школьная система полностью соответствует общепринятым стандартам, на сегодняшний день существуют грамотные, изобретательные, интеллектуальные и успешные студенты и ученики. И я чувствую огромную благодарность тем трудолюбивым преподавателям, которые не жалеют не сил, не времени, чтобы помогать успешным студентам получить достойное образование. Несмотря на все его недостатки, они делают свою работу

настолько хорошо, что не возникает сомнений в их профессионализме и полной отдаче.

Сорокина Ксения

Руководитель: Ужан О.Ю.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Живу на сайте Я

В наш век компьютерных технологий каждый знаком с таким понятием как интернет. Всевозможные сетевые сообщества стали едва ли не самым важным атрибутом современного мира, люди отдают всё большее предпочтение виртуальному общению. Общение, поиск информации и друзей по интересам, обмен новостями, возможность слушать музыку, смотреть видео и фотографии, все это, кажется, было всегда и сложно себе представить, что когда-то люди жили без профиля в социальной сети.

В последнее время всё чаще можно увидеть учащихся, которые каждую свободную минуту посвящают общению в социальных сетях.

Цель: исследование влияния социальных сетей на подростков, их речь, психику, здоровье.

Задачи исследования:

- 1.Выявить положительные и отрицательные стороны социальных сетей.
2. Выделить пути решения проблем, связанных с использованием социальных сетей.

Актуальность исследования:

Технологии совершенствуются, Интернет развивается быстрыми темпами и виртуальное общение уже обыденная норма дня. В настоящее время количество социальных сетей, таких как «Одноклассники», «В Контакте», «Мой Мир», «Facebook» увеличивается, и численность пользователей в них растет с невероятной быстротой.

Интерес к виртуальному общению, проблемы зависимости от социальных сетей обусловили выбор темы исследования – влияние социальных сетей на подростка.

Методы исследования: Проведение социологических опросов; сравнение, сопоставление полученных результатов; анализ полученных материалов, выделение главного; предметные теоретические исследования.

Современные дети и подростки, которых называют «цифровыми гражданами» легко осваивают компьютер, мобильные устройства и умело пользуются ими. Наиболее важная составляющая развития телекоммуникационных сетей — это возможность непосредственного общения людей. Самыми популярными являются социальные сети, с помощью которых молодёжь пытается выразить себя, создать свое виртуальное «Я». При этом навыки подростков в области безопасности в Интернете отстают от их способности осваивать новые приложения и устройства.

Основные информационные угрозы в Сети, представляющие опасность для детей и подростков следующие:

1. Просмотр сайтов для взрослых.
2. Кибер-террор (кибербуллинг) или «троллинг».
3. Безопасность доступа в Сеть и кража личных данных техническими средствами.
4. Кибермошенничество.
5. Распространение в открытом доступе персональных данных несовершеннолетних.

Нет никаких сомнений, что социальные сети оказывают как положительные, так и негативные воздействия на нашу жизнь. Но как социальные сети влияют на подростков?

I. Отрицательные стороны

1. *Рассеивание внимания:* Если подросток проводит больше времени за общением в Интернете, это влияет на его способность к обучению, при воздействии сети, трудно переключить свое внимание с этих сайтов на более важные вещи.

2. *Влияние на здоровье:* Современные мониторы компьютеров практически безвредны для здоровья, но, проводя много времени онлайн, есть риск получить проблемы. Осанка и зрение страдают в первую очередь, а недостаток двигательной активности плохо сказывается на общем самочувствии.

3. *Вредный контингент подростков с другими людьми (общение).*

Использование в своей речи нецензурных выражений, слов-паразитов и т.д.

4. *Трата денег:* Различные виды мошенничества, а также конкурсы, приложения, «подарки», игры, оплачиваемые через терминалы или при помощи СМС, конечно, не смогут нанести невосполнимый ущерб семейному бюджету, но способны облегчить кошелек у родителей, дети которых слишком увлечены виртуальной жизнью.

5. *Стресс при потере информации.*

Если компьютер "зависает", в результате действия вирусов, поломки носителей, сбоях программ теряется важная и полезная информация, замедляется работа компьютера, то это может вызвать нервозность, повышение давления, ухудшение сна.

6. *Психические расстройства.*

При проблемах в реальной жизни, общении с другими людьми человек ищет то, что ему не хватает в книгах, просмотрах TV, компьютере. Поэтому порой он погружается в компьютерный мир полностью, забывает про реальный мир.

II. Положительные стороны социальных сетей:

1. *В социальных сетях можно найти почти любого человека и можно быть на связи с друзьями.* При наличии близких друзей или родственников, живущих в других городах или странах, профили в социальных сетях – это оптимальный вариант для общения.

2. *Социальные сети – быстрый способ найти необходимую*

информацию. Если вы хотите найти редкую музыкальную запись, книгу, фильм или компьютерную программу, вам наверняка помогут в этом социальные сети

Компьютер может стать другом или заклятым врагом, может помочь в беде, а может добавить кучу проблем, может помочь найти единомышленников, а может привести к одиночеству.

В современном мире многие студенты зависимы от компьютера, интернета и в частности от социальных сетей.

Психолог Худякова Д.Ю. выделяет следующие поведенческие характеристики:

- агрессивное нежелание отвлечься от работы в интернете даже на короткое время;
- досада и раздражение при внешних отвлечениях от интернета;
- неспособность спланировать время окончания работы в интернете;
- постоянное увеличение расходов денежных средств для обеспечения работы в интернете;
- хроническая склонность ко лжи - публичное преуменьшение длительности и частоты работы в интернете;
- игнорирование важных личных и деловых встреч в период работы в интернете;
- нерегулярность питания и сокращение времени на еду;
- ощущение эмоционального подъема во время работы в интернете.

Виды интернет – зависимости:

- пристрастие к виртуальному общению;
- игровая зависимость;
- навязчивый веб – серфинг;
- навязчивая финансовая потребность.

Метод исследования:

- Мы провели анкетирование на 1, 2 и 3-ем курсах обучения.
- Всего было опрошено 155 человек.

Нами было проведено исследование студентов нашего техникума и обучающихся вечернего отделения по общеобразовательной подготовке. В исследовании приняли участие 120 человек, средний возраст которых 16-19 лет. Была составлена анкета, с помощью которой мы хотели получить ответы на вопросы, зарегистрированы ли они в социальных сетях, каких и для каких целей.

Мы спросили: Как часто Вы пользуетесь глобальной сетью Интернет? Ежедневно - 85% человек, несколько раз в неделю – 15%.

Среди опрошенных мы выявили, что все опрошенные имеют аккаунты в соц.сетях: "Вконтакте" - 98% человек, "Одноклассники" - 15%, "Мой мир" – 5%.

На вопрос: С какой целью Вы посещаете социальные сети? Получили,

что за новой информацией — 10 %, общение — 20 %, материалы для учебных занятий - 5%, развлечения (музыка, фильмы, игры) — 65 %

На вопрос: Помогают ли Вам социальные сети в решении социальных проблем? Мы получили, что: "Да, помогают» - 35% опрошенных, «нет, все решаю сам(а)» -65 %.

"Используете ли вы в соц. сетях мат и не цензурные выражения?" - 45% - да, 55% - нет

"Часто ли вы в соц. сетях находите себе настоящих друзей или нет?" - да — 23% опрошенных, нет - 77%

На вопрос: Сколько времени в день Вы проводите в социальных сетях? - 43% ответили, что все свободное время, 1-2 часа — 41%, менее 1-го часа - 16%

По результатам проведённого исследования сделали вывод:

1. Социальные сети занимают важную часть в жизни подростков, т.к. общение в сети является для них важнее всего и именно на это они тратят своё свободное время.

2. Можно сказать, что социальные сети нужны молодым людям только для развлечения, так как основной целью их посещения является — просмотр видео, скачивание музыки и т.д.

В результате проведенных опросов и обработки информации, можно выделить пути решения проблем, связанных с использованием социальных сетей:

- ограничение времени пребывания в сети;
- поиск альтернативных способов времяпрепровождения (например, занятия спортом, рисование, вышивание, чтение книг и т.п.);
- оказание большего внимания своей реальной жизни (проблемам в обучении, в семье, друзьям);
- увеличение времени пребывания в компании друзей.

Будущее социальных сетей прогнозировать очень сложно. Пока ясно одно — в ближайшее будущее социальные сети никуда не денутся и будут развиваться и разрастаться.

**Способ избавления от Интернет-зависимости -
это приобретение другой "зависимости"**



любовь к
здоровому
образу жизни



общение с живой природой



увлечение творчеством



ОРИГАМИ

Избавиться от Интернет-зависимости можно!

1. Отключи компьютер и Интернет на пару дней
 2. Не сиди дома. Ходи на прогулки, в кино, в гости...
 3. Выбери интересное хобби и активно им занимайся.
 4. Найди работу, которая приносила бы удовольствие.
 5. Участвуй в психологических тренингах (обретение уверенности в себе).
 6. Общайся с друзьями, родственниками.
 7. Влюбись, тогда мысли будут заняты «второй половиной».
- По всем показателям видно, что студенты 1 и 2 курса зависимы от Интернета.
 - У студентов старших курсов наблюдается меньше признаков Интернет-зависимости.
 - Студенты первого курса тратят на интернет больше времени.
 - С течением времени у ребенка в процессе взаимодействия с интернетом развивается психологическая зависимость от киберпространства.
 - Мы думаем, что ребенок использует интернет для ухода в некий виртуальный мир, в котором трудности и проблемы реального мира отсутствуют.

Литература:

1. Войскунский, А.Е. Психология и Интернет[Текст]/ А.Е. Войскунский.- Москва: Акрополь, 2010. –439с.
2. Зеркина, Е. Осторожно, Интернет! [Электронный документ].- Режим доступа : http://masuinform.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=608 .
3. <http://ru.wikipedia.org/wiki/>

Заподойникова Екатерина
Руководитель: Теплякова С.Ю.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Влияние рекламы на мировоззрение общества или нам не дано предугадать, как наше слово отзовется...

Проблема рекламы стала одной из актуальных проблем и неотъемлемой частью жизни современного общества. За день человек имеет возможность увидеть до полутора тысяч различных сообщений. Реклама может раздражать, удивлять, привлекать. Но нам никуда от неё не деться! Она проникла во все отрасли человеческой деятельности, способствуя развитию рынка сбыта и предоставления услуг. Именно реклама откликается на запросы и настроение общества, умело воздействуя на выбор потенциального покупателя.

Возникает вопрос: «Что привлекает нас в рекламе – видеоряд, текст, музыкальное оформление? А что является смыслообразующим элементом рекламы?»

Конечно же, это рекламные слоганы, которые у всех на слуху, и мы повторяем, напеваем и не можем забыть порой навязчивые строки. В чём их секрет? Исследования показывают, что при выборе товара рассудок потребителя играет наименьшую роль. Необходимо "оглушить" потенциального покупателя так, чтобы он сделал покупку, воздействовать на какой-либо важный для него мотив. В результате особое внимание уделяется формулировке слогана.

Поэтому предметом нашего исследования стал текст рекламных слоганов, а объектом языковые и стилевые особенности рекламных слоганов средств массовой информации.

Язык постоянно пополняется неологизмами, которые отражают все изменения в обществе, и немаловажную роль здесь играет реклама, ведь постоянно повторяемые фразы в рекламных роликах, зачастую приобретая новый смысл, становятся популярными фразами не только обычных людей, но и используются в популярных телепередачах, становятся заголовками газетных статей и журналов. Практическая значимость нашего исследования состоит в том, что представленные в работе материалы могут быть использованы на занятиях междисциплинарных курсов, таких как: «Разработка творческой концепции рекламной продукции», «Художественное проектирование рекламного продукта», а также при разработке фирменного стиля любой организации в будущей профессиональной деятельности, и в повседневной жизни помогут разобраться в многообразии рекламных предложений.

В процессе реализации первой и третьей задач нам удалось выявить и классифицировать языковые приемы создания рекламных слоганов; установить возможность использования выразительных средств языка при составлении рекламных слоганов; рассмотреть связь языковых приемов, с целенаправленным воздействием на психологию покупателя.

Среди рассмотренных нами рекламных объявлений преобладают слова, заимствованные из других языков, много наименований не имеют никакой связи с содержанием или просто непонятны потребителю.

Это говорит о том, что рекламодатели привлекают внимание

потенциальных клиентов звучными и непонятными названиями, которые остаются в памяти больше именно из-за необычности своего звучания.

В результате у нас возникла гипотеза, что рекламные слоганы имеют особые языковые законы построения, которые позволяют выразить всю информацию о данном товаре, и потребитель воспринимает и запоминает лишь главные слова и выражения, которые как бы записываются в подсознании. Языковые приемы, с помощью которых создаются рекламные тексты, наряду с музыкой и изображением целенаправленно воздействуют на покупателя.

Для доказательства выдвинутой гипотезы мы провели опрос в социальной сети среди студентов нашего техникума. Всего было опрошено 139 человек, - будущих специалистов в области сферы услуг. Им было предложено 4 вопроса.

Анализируя результаты нашего исследования, можно отметить ряд тенденций, которые, прежде всего, заключаются в том, что в студенческой среде формируется достаточно терпимое отношение к рекламе, и она рассматривается как объективно существующий феномен, выполняющий определенные функции. Но язык и стиль современной рекламы, использование непонятных слов, сухость изложения, огромное количество непонятных терминов и иностранных слов, - всё это снижает доверие к рекламе, уменьшает ее эффективность.

Несомненно, рекламный язык – это своеобразный инструментарий для познания окружающей действительности, возможность еще одного взгляда на мир. Основная часть респондентов интуитивно чувствует это, и, признает влияние рекламы на формирование речевой культуры человека в целом. Одним из существенных недостатков чрезмерного увлечения рекламными слоганами является то, что это приводит к обеднению словаря, упрощению предложений, искажению многих литературных слов.

Однако, значительная часть молодежной аудитории считает, что они не испытывают непосредственного рекламного влияния, не хотят его признавать. Те же, кто допускает влияние рекламы, расценивает его по – разному. Позитивно оценивающие, употребляющие слоганы ситуативно, чтобы подчеркнуть свою креативность среди сверстников, считают, что в плане соблюдения норм культуры, нормативного языка и нравственных ценностей к ней надо предъявлять более жесткие требования. Например, нормой человеческого общения являются тактичность и вежливость, а значит, реклама тоже не должна оскорблять адресата. Если реклама гласит: *«Лучшие люди города одеваются в нашем магазине»*, то это звучит оскорбительно: выходит, всех остальных граждан нельзя назвать лучшими? Кроме того, люди привыкли к силе печатного слова и считают: то, что написано на плакате или вывеске, является нормой - лексической, грамматической и т.д.

Поэтому искажение языка в слоганах и текстах рекламы – опасно. Они автоматически воспринимаются как норма и способны закрепиться в языковом сознании, особенно детей: неудивительно, если школьники скоро начнут писать *«по-быструму»* - так в рекламе геля обыгрывается его название: *Быструмгель. Поможет по-быструму*. Реклама влияет не только на

наш язык, но и на систему нравственных ценностей, взгляд на мир. Например, реклама: «Если вещи твои сны», обыгрывающая слово «вещий», навязывает философию вещизма: вещи становятся нашими снами, грезами, мечтами, т.е. наши идеалы ограничиваются тем, что можно приобрести в магазине. Очень важно, чтобы в слогане чувствовались национальные традиции и культура. Так в свое время потерпела фиаско со слоганом компания Pepsi.

Решив завоевать китайский рынок, американский бренд использовал девиз «*Come Alive With the Pepsi Generation*». Хотя намерения торговой марки были самыми добрыми, на жителей Поднебесной реклама произвела отрицательное впечатление. Ведь Пепси на китайском пообещала «заставить предков подняться из могил».

В завершении хотелось бы отметить, что существует более пяти категорий аспектов влияния рекламы на современность: это социальные ценности, мировосприятие, образ жизни, языковые нормы, экономический уровень благосостояния и культура общества в целом.

Гаденова Олеся

Руководитель: Саттарова З.М.

Осинниковский горнотехнический колледж, г.Осинники.

Актуальность проблемы воспитания нравственности и патриотизма в профессиональных образовательных учреждениях

Одним из основных направлений воспитательной работы любого профессионального образовательного учреждения является воспитание нравственности и патриотизма у обучающихся.

Патриотизм в современных условиях - это, с одной стороны, преданность своему отечеству, а с другой, - сохранение культурной самобытности каждого народа, входящего в состав России. Воспитание чувства патриотизма у студентов – процесс сложный и длительный. Любовь к близким людям, колледжу, к родному городу и родной стране играют огромную роль в становлении личности студента. Знакомство студентов с родным краем, историко-культурными, национальными, географическими, природными особенностями формируют у них такие черты характера, которые помогут им стать патриотом и гражданином своей Родины.

Успех в воспитании патриотических чувств у студентов может быть достигнут только в том случае, если сам педагог будет знать историю своего города, своей страны, своего края.

Основные задачи нашего исследования:

- понятие патриотизма и определение актуальности проблемы патриотизма в современном обществе;
- выявление особенностей проявления патриотизма в среде студентов;
- содержание патриотического воспитания;

- значимость учебных дисциплин гуманитарного цикла для воспитания нравственности и патриотизма;
- организация внеучебной деятельности, досуга студентов для формирования патриотических чувств;
- изучение уровня патриотизма методом тестирования и анкетирования среди студентов 1 курса Осинниковского горнотехнического колледжа.

Данные задачи решаются во всех видах деятельности: на занятиях, в труде, в быту, так как воспитывают в студенте не только патриотические чувства, но и формируют его взаимоотношения с взрослыми и сверстниками.

Патриотизм представляет собой значимую часть общественного сознания, проявляющуюся в коллективных настроениях, чувствах, оценках, в отношении к своему народу, его образу жизни, истории, культуре, государству, системе основополагающих ценностей. Патриотизм проявляется в поступках и в деятельности человека, зарождаясь из любви к Родине, пройдя через целый ряд этапов к своей зрелости. Патриотизм является нравственной основой жизнеспособности государства и выступает в качестве важного внутреннего мобилизующего ресурса развития общества, активной гражданской позиции личности. Патриотизм – чувство не врожденное, оно воспитывается и приобретается в процессе многогранной жизнедеятельности человека.

Актуальность проблемы патриотизма в современном обществе определяется следующими основными причинами:

- расширением неблагоприятной среды социального пространства, оказывающей негативное воздействие на сознание и чувства граждан (студентов);
- разрушением традиционных ценностей, преемственности поколений;
- обострением общественных противоречий в обществе: проявлением юношеского экстремизма, межнациональной вражды, вандализма, жестокости;
- изучением и анализом духовно-нравственной и социально-гражданской зрелости студентов;
- изучением нормативно-правовой, методической и научной литературы.

На каждом возрастном этапе проявления патриотизма и патриотическое воспитание имеют свои особенности. Патриотизм применительно к студенту определяется нами как его потребность участвовать во всех делах на благо окружающих людей, представителей живой природы, наличие у него таких качеств, как сострадание, сочувствие, чувство собственного достоинства; осознание себя частью окружающего мира. Осознав это, студент может менять мир к лучшему. Быть полезным. Любить страну не только в душе, но и в делах.

Цель воспитания патриотизма у студентов - формирование у них потребности совершать добрые дела и поступки, чувство сопричастности к окружающему и развитие таких качеств, как сострадание, сочувствие, находчивость, любознательность.

Содержание патриотического воспитания студентов раскрывается следующим образом:

- приобщением студентов к культурному наследию, праздникам, традициям, народно-прикладному искусству, устному народному творчеству, музыкальному фольклору, народным играм.
- знакомством с семьей, историей семьи, родословной, семейными традициями; с городом, селом, его историей, традициями, выдающимися людьми, достопримечательностями;
- организацией творческой продуктивной деятельности студентов, в которой студент проявляет сочувствие, заботу о человеке, растениях, животных в разные сезоны года в связи с приспособлением к новым жизненным условиям и ежедневно по необходимости.

События настоящего времени подтверждают, что нестабильность экономической сферы, социальная дифференциация общества, девальвация духовных ценностей оказали негативное воздействие на общественное сознание большинства социальных и возрастных групп населения, прежде всего современной молодежи.

Воспитательный потенциал учебных дисциплин гуманитарного цикла с позиции их значимости для формирования гражданской культуры у студентов профессионального образовательного учреждения достаточно велик. Учебные дисциплины гуманитарного цикла образуют единую совокупность мировоззренческих, аксиологических, духовных, а также соответствующих им организационно-деятельностных ресурсов аудиторной и внеаудиторной работы. Гуманитарные дисциплины: «Литература», «Русский язык», «Русский язык и культура речи», «Отечественная история», «Социология», «Философия», «Культурология», «Иностранный язык», обладающие огромным воспитательным потенциалом, формируют гражданскую культуру студентов профессиональных учебных заведений. Они помогают воспитывать в них те качества личности, которые необходимы для адаптации в современном гражданском обществе: патриотизм, толерантность, гражданственность и другие. Кроме того, в процессе изучения гуманитарных дисциплин, постигая знания-мнения о человеке, его взаимоотношении с природой, обществом, студенты приобретают духовные ценности, ценностные ориентации, нравственные позиции.

Например, преподаватели иностранных языков постоянно ищут пути слияния учебно-познавательного процесса с воспитательным процессом через подбор учебно-методической литературы, в частности, текстов о родной стране, столице своей Родины, достопримечательностях и достижениях народа в различных областях науки и техники. Кабинеты иностранных языков обеспечены наглядными пособиями такими, как карты России, Сибири, Кемеровской области, стендами, иллюстрированными книгами, используются видеофильмы на иностранных языках о России, ее столице, о родном городе, выдающихся людях нашей страны, области. Все это должно способствовать развитию чувства гордости за свою Родину. Однако этого явно не достаточно. В период обновления России следует уделить внимание поиску новых взаимосвязей, отношений и педагогических условий, в которых могут обнаружиться специфические грани воспитания патриотизма.

Особое место в формировании патриотических чувств занимает организация внеучебной воспитательной деятельности студентов, досуга (создание творческих объединений, студенческих советов, молодежных центров, групп, занимающихся краеведческим поиском, охраной окружающей среды). Главным стержнем данного направления должна быть заинтересованность самих наставников, являющихся примером в глазах воспитанников, их стремление к сотрудничеству и объединению.

Гражданско-патриотическое воспитание в Осинниковском горнотехническом колледже включает подготовку и проведение:

- тематических классных часов: «Гордость-ты Осинниковец», «Защита Родины-долг перед Отечеством», «До последнего дыхания» (о творчестве поэтов, погибших во время Великой Отечественной войны), «Государственные символики», «Моя историческая Родина», «Чернобыль-эхо ядерного века»;
- военно-спортивных мероприятий, проводимых ежегодно:
- конкурс «А, ну-ка, парни» среди юношей 2 курса, к Дню защитника Отечества, осенняя эстафета, посвященная Дню рождения колледжа, осенний легкоатлетический кросс, общеколледжный День здоровья в июне-месяце;
- участие в проведении различных городских и областных акций: «Рука помощи», «Помоги собраться в школу», «Живи, родник», «Призывник», «Рождественские встречи», «Чистый берег», «Ветеран».

Наш колледж также тесно сотрудничает с учреждениями культуры города. Осинниковский городской краеведческий музей разработал специальную музейно-образовательную программу «Университет краеведения» для проведения занятий об истории нашего города в разные периоды его развития. Центральная городская библиотека приглашает наших студентов принять участие в мероприятиях: по программе военно-патриотического воспитания «Нам есть, что любить, нам есть, чем гордиться», по правовой программе «Молодежь в мире права», на которых проводятся круглые столы, игровые викторины, турниры знатоков, интеллектуальные беседы, музыкально-поэтические композиции, встречи с известными людьми, правовые молодежные гостиные, слайд-часы.

Немало делают для развития системы патриотического воспитания юных граждан страны общественные организации, творческие союзы и основные религиозные конфессии. Их деятельность обогатилась новыми формами адресного влияния на формирование патриотического сознания граждан.

Среди студентов 1 курса нашего колледжа была проведена диагностика уровня воспитанности по методике М.И.Шиловой, которая отражает пять основных показателей нравственной воспитанности обучающегося: отношение к обществу (патриотизм), отношение к умственному труду, отношение к физическому труду, отношение к людям (проявление нравственных качеств личности) и саморегуляция личности

(самодисциплина). У нас было тестирование по показателю «отношение к обществу», конкретно патриотизм (по 3^хбальной системе).

Результаты тестирования 96 студентов были следующие:

- отношение к родной природе –по 3 балла получили 30 студентов, которые любят и берегут природу, побуждают к бережному отношению других; по 2 балла получили 24 студента, которые любят и охраняют природу; по 1 баллу получили 42 студента, которые участвуют в деятельности по охране природы под руководством преподавателя;
- гордость за свою страну–по 3 балла получили 42 студента, которые интересуются и гордятся историческим прошлым Отечества; по 2 балла получили 39 студентов, которые интересуются историческим прошлым Отечества;
- по 1 баллу получили 15 студентов, которые знакомятся с историческим прошлым при побуждении старших;
- забота о своем колледже–по 3 балла получили 42 студента, которые участвуют в делах группы и привлекают к этому других; по 2 балла получили 24 студента, которые испытывают гордость за свой колледж и участвуют в делах группы;
- по 1 баллу получили 30 студентов, которые участвуют при побуждении.

Вывод: у многих студентов уровень патриотизма представляется низким, многие студенты еще с неустойчивым опытом положительного поведения, которое регулируется в основном требованиями преподавателей и другими внешними стимулами и побудителями, при этом саморегуляция и самоорганизация ситуативны.

На вопрос «В чем, на ваш взгляд, должен выражаться патриотизм» -

- 24,9% студентов отмечают такие варианты ответов, как поддержание и уважение традиций своего народа;
- 20,6% студентов – желание и умение трудиться на благо Отечества;
- 20,3% – добросовестное выполнение своего долга перед Родиной.

В своих пожеланиях по улучшению патриотического воспитания молодежи -

- 35,2% опрошенных называют улучшение работы в этом направлении средств массовой информации;
- 28,8% опрошенных предлагают больше внимания уделять этой проблеме при изучении общественных дисциплин;
- 11,4% респондентов считают, что в таком воспитании помогут лекции и беседы;
- 10,3% - полагают, что патриотическое воспитание проводить не обязательно.

Как показал опрос, более половины студентов (55,4%) участвует в выборах в центральные и местные органы власти. В то же время почти треть опрошенных (30,4%) не проявляет желания участвовать в выборах. Это говорит, о еще не сформировавшейся гражданской позиции молодых людей, предпочитающих остаться в стороне от политической жизни страны.

Студенты также не стремятся принимать участие в каких-либо политических мероприятиях. Лишь каждый пятый респондент (19,9%) принимает участие в таких мероприятиях, тогда как более двух третей

проанкетированных (68,7%) воздерживаются участвовать в активной политической деятельности.

Анкетирование свидетельствует, что студентов волнуют политические события -

-41,3% из опрошенных постоянно следят за политической информацией;

-50,5% – иногда интересуются политикой;

-5,7% респондентов вообще не интересуются политическими событиями.

Проведенное исследование показывает, что студенты в большинстве своем патриотичны. Хотя среди значимых ценностей они выбирают здоровье и образование, но дальнейшие ответы раскрывают их любовь к Отечеству, нежелание покидать Родину, как бы ни тяжело приходилось жить во время перемен. В ответах утверждается гордость за политические символы России, гордость за российских людей, добивающихся высоких достижений в мире, как в спорте, так и в других сферах человеческой деятельности.

Патриотизм – это сознательно и добровольно принимаемая позиция граждан, в которой приоритет общественного, государственного выступает не ограничением, а стимулом индивидуальной свободы и условием всестороннего развития гражданского общества, это особая направленность самореализации и социального поведения граждан, критерием для которых является любовь и служение Отечеству. Патриотическое воспитание предусматривает формирование и развитие социально значимых ценностей, а именно, гражданственности и патриотизма в процессе воспитания и обучения в образовательных учреждениях всех типов и видов. Участие в мероприятиях воспитывает у студентов коммуникативные качества, помогают найти свое место в жизни, активно участвовать в инновационных процессах развития общества

Человек не рождается богатым в духовном и нравственном смысле, поэтому нужно внешнее воздействие преподавателей, родителей, всей образовательной среды учебного заведения при единстве факторов духовно-нравственного воспитания. В профессиональные учебные заведения юноши и девушки приходят достаточно взрослыми, нередко вполне сформировавшимися в нравственном отношении людьми. Уже присущие им нравственные убеждения и качества сложились под влиянием семьи, дошкольных и внешкольных учреждений, средних школ. С раннего детства современная молодежь испытывает мощное влияние средств массовой информации, мира искусства. Следовательно, учебное заведение не первым и не в одиночку воспитывает студента. Оно только подключается к нравственному формированию личности. Профессиональные образовательные учреждения готовят не только специалистов определенной сферы деятельности, но и формируют гражданские качества студентов.

Литература:

1.Алиева, И.Е. Воспитание активной гражданской позиции студентов[Текст]: приложение к ежемесячному теоретическому и научно-методическому журналу “СПО”/И.Е. Алиева.-2007. №6.

2.Вырщиков, А.Н. Концептуальные основы патриотического воспитания учащейся молодежи[Текст]: сборн./А.Н.Вырщиков, М.Б.Кусмарцев,В.И.Лутовинов.—Волгоград:ПринТерра, 2007.—324с.

3.Государственная программа “Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2011-2015 годы” [Текст] //Собрание законодательства РФ.—2010. №41(ч.II). Ст.5250.

4.Снопко, Н.М.Психологические механизмы и педагогические основы патриотического воспитания в системе профессионального образования[Текст]: автореф.дисс. докт.пед. наук/ Н.М.Снопко.—М.,2007.—147с.

Бодунов Виталий

Руководитель: Ужан О.Ю.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Хлеб – всему голова

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что хлеб является одним из основных продуктов питания и всегда присутствует в рационе человека. За всю жизнь человек съедает в общей сложности 15 тонн хлеба, причем основная его часть потребляется не отдельно, а заодно с другими продуктами питания, то есть хлеб выступает как необходимая добавка почти к любой пище. К тому же, хлеб в нашей стране всегда был продуктом стратегическим. Хлеб никогда не приедается и содержит почти все необходимые компоненты: белки, углеводы, немного жиров, витамины и минеральные вещества. Все люди едят хлеб, но не все задумываются о том, какой хлеб они употребляют в пищу. Поэтому проведение анализа хлеба и хлебобулочных изделий является одной из важнейших задач для сохранения благополучия и здоровья общества.

На сегодняшний день работают тысячи хлебозаводов, хлебопечение является одной из ведущих отраслей пищевой промышленности в России, появляются новые производители хлеба. Но, несмотря на многообразие и огромный ассортимент хлебобулочных изделий, совершенствование технологии производства, качество хлеба и хлебобулочной продукции снижается.

Данная проблема у нас, вызвала большой интерес, и мы решили изучить её. «Хлеб, который мы едим» - проблема нашей работы.

На прилавках - недоступное по цене мясо, несъедобные от количества «замен молока» молочные продукты. Но, оказывается, и самый доступный народный продукт - хлеб - лучше не есть.

«Качество хлеба в России деградирует на глазах», - заявил Россельхознадзор. И, признаться, оно уже почти достигло дна. Зерновой союз просит разрешить использовать для хлеба муку из зерна 5-го класса (фураж) - до сих пор его применяли для приготовления корма скоту или в технических целях. Намекают, что потребители сегодня ничем не лучше скотины?

«До 2004 г. Действовала Государственная хлебная инспекция, проверяющая все стадии изготовления продукции - от поля до прилавка, - говорит Алексей АЛЕКСЕЕНКО, помощник главы Россельхознадзора. - После её упразднения часть функций была отдана нам, часть - Роспотребнадзору. Мы сегодня контролируем лишь безопасность зерна, а вот следить за условиями его хранения и переработки не уполномочены». По словам Алексеенко, ценовая конкуренция способствует вытеснению с рынка добросовестных производителей. «Мука общего назначения (фураж) как минимум на треть дешевле муки первого и второго сортов», - уточняет чиновник.

Нечто похожее отрасль проходила 20 лет назад. «В начале 90-х гг. втайне от общественности постановлением правительства зерно пшеницы 4-го класса было отнесено к разряду продовольственных. Но оно даже в самые трудные годы не вовлекалось в продовольственные ресурсы! - возмущается Анатолий КОСОВАН, почётный президент Российского союза пекарей, директор ГосНИИ хлебопекарной промышленности. - Для корректировки хлебопекарных свойств этой плохой муки тогда же начали активно применять улучшители. И одновременно с этим ликвидировали ферментную промышленность России, что позволило ловким дельцам Запада наполнить наш рынок своими ферментами и готовыми улучшителями».

Косован объясняет: разрешение использовать низкие 4-й и 5-й классы зерна для муки понижает и содержание белка в хлебе. Мы и так недополучаем его - вокруг одни продукты-суррогаты. Кстати, 1,5 года назад «АиФ» и НП «Росконтроль» проводили экспертизу чёрного и белого хлеба: тогда в половине батонов нашли белка намного меньше, чем было обещано на упаковке. А значит, производитель сэкономил на муке!

Почти всё качественное зерно Россия отдаёт на экспорт. «Для хлебопечения нам нужно всего 7 млн тонн отборного зерна. Россия собирает 100 млн тонн зерна и всё продаёт за рубеж», - разводит руками А. Косован. И только то, что не подошло по качеству другим странам, уходит нашим мукомолам. «Мукомолы же под видом высшего сорта продают на заводы выбеленную отбеливателями муку первого или второго сортов», - рассказывает Ирина ФИЛИНА, руководитель отдела продаж хлебопекарного оборудования. Из такой муки хлеб не получится качественным ни по классической, ни по ускоренной технологии. Кстати, по ускоренной химической технологии, где возможно работать по техрегламенту, пекут премиум-хлеб-многозерновой, фитнес-хлеб, с добавлением злаков, семечек и пр.

Наибольшее влияние на розничную цену хлеба оказывают стоимость муки и торговая наценка. Рентабельность самих пекарен не более 3%, что ниже средней рентабельности в промышленности. В 2016 г. пекари хотят повысить стоимость хлеба на 15%.

Цена батона - 25 руб. - складывается из стоимости муки (6 руб. 25 коп.), других компонентов - соли, сахара, яиц, закваски (1 руб.), из расходов пекарен на зарплату, на эксплуатацию оборудования и помещений, энергоресурсы (6 руб. 88 коп.), из стоимости упаковки (12 коп.) и транспортировки (2 руб.). Сырьё для половины буханки чёрного

«Бородинского» хлеба, которая стоит в Москве в среднем 22 руб., дешевле: ржаная мука стоит 1 руб. 35 коп., примерно столько же и другие компоненты.

Наценка пекарни составляет в цене хлеба от 75 коп. (для батона белого) до почти 4 руб. (в чёрном хлебе дорогих сортов), розничные торговцы добавляют батону и половине буханки по 8 руб. Торговцы, впрочем, отвергают обвинения в алчности - мол, около 3 руб. в этой наценке составляет налог. Нарезка хлеба, которую производят, как правило, ещё в пекарнях, сразу делает его дороже на 40%. На стоимость хлеба сильно влияет и упаковка - она может добавить к цене не копейки, как дешёвый полиэтилен или пластик, а целый рубль (если хлеб запечатан в «разукрашенный» пакет из ламинированной жиронепроницаемой бумаги). А какой-нибудь «специальный» или «экологический» бумажный мешок добавит все два.

И производители, и продавцы ждут в 2016 г. подорожания хлеба. Розничные торговцы считают, что рост составит 5%, в то время как пекари говорят о 15%. В Минсельхозе считают, что предпосылок для такого увеличения цен на хлеб нет. В любом случае рост будет плавным – 2 – 3% за квартал.

Россия накормит хлебом весь мир?

Россия действительно может стать главным экспортёром пшеницы в мире. Сегодня нас опережает только Евросоюз, и достичь его показателей при грамотном регулировании зернового рынка в перспективе 5-10 лет мы способны. Однако подчеркну, что речь идёт только о пшенице. Мировым лидером по экспорту зерна в целом были и остаются США. В прошлом году они отправили на международный рынок 60 млн тонн одной только кукурузы. Россия, для сравнения, вырастила всего 13 млн тонн. Это, конечно, гораздо больше, чем ещё пару лет назад. Такие же позитивные изменения есть и по некоторым другим культурам: масличному льну, семенам горчицы, гороху. Их производство выросло в разы, но до господства на этих рынках нам ещё очень и очень далеко.

Вернёмся к пшенице. Что нужно сделать, чтобы увеличить её экспорт? Прежде всего – не мешать производителям. Зерновой рынок всегда развивался скорее вопреки, чем благодаря действиям государства. Палки в колёса мы переживём. Но палки, а не балки, которые могут обрушить всю машину. Атакой балкой может стать существующая экспортная пошлина. Ложится она на плечи производителя, а не экспортёра. Крестьянин начинает считать и понимает, что ему выгоднее заняться выращиванием кукурузы или рапса. В результате возникает риск сокращения посевных площадей под пшеницу. Перед глазами - пример Аргентины. Там десять лет назад ввели экспортную пошлину, в результате за последние три года посевы сократились в 2 раза и страна из крупнейшего экспортёра превратилась в импортёра этого зерна. Надеюсь, мы всё же сможем избежать этой участи.

В правительстве сейчас обсуждают отмену экспортной пошлины. Для прорыва в производстве пшеницы нужна госпрограмма, нацпроект, как в своё время по животноводству. Государство должно развивать инфраструктуру зернового рынка. Сегодня она в плачевном состоянии. Производство пшеницы - рентабельный бизнес, туда идут инвестиции, поэтому увеличить

его не проблема. Но, как только мы получим большой урожай, сразу обвалятся внутренние цены на зерно, потому что его негде перерабатывать и негде хранить. Крупные элеваторы - в частных руках, их услуги очень дороги. А у крестьянина - только полуразрушенные амбары. По весне он достаёт оттуда зерно, которое шевелится от вредителей. Но всё равно ему дешевле его сгноить, чем отвезти на элеватор. В данной ситуации мы могли бы воспользоваться опытом США, где 50% стоимости строительства зернохранилищ хозяйствам компенсировало государство.

Кроме того, нужны изменения в транспортной инфраструктуре. Сегодня, если мы вырастим большой урожай в Сибирском федеральном округе, у нас «апокалипсис» случится. Этот урожай невозможно будет вывезти. Цены рухнут, крестьяне будут массово разоряться. У нас на Дальнем Востоке 32 морских порта, но ни в одном из них нет зернового терминала. Причина - не решена проблема стоимости транспортировки зерна.

Сегодня Россия поставляет пшеницу более чем в 100 стран мира. Откусить кусок рынка у того же ЕС или США нам по силам. За последние годы из-за жёстких требований покупателей качество российской пшеницы улучшилось. Процент содержания протеина в ней повысился с 10,5 до 12%, и это выше, чем у французов - главных производителей пшеницы в ЕС.

Кстати, уже в 2015 г. Россия экспортировала продукцию агропромышленного комплекса (где лидер - пшеница!) почти на 20 млрд долл. Это превысило выручку от продажи вооружений и составило почти половину от продажи природного газа.

Аграрная реформа начала XX в. осталась незавершённой, но её промежуточные результаты дали жизнь ещё 40 млн россиян, полагает Александр Бессолицын, профессор кафедры истории экономики РАНХиГС: - 1891 -1892 гг. были последними голодными годами в Российской империи (позднее массовый голод был только после 1917 г.: в 1921-1922 гг. в Поволжье и в 1932-1933 гг. вследствие коллективизации). Урожайность росла, рос и экспорт зерна из России. Государство стимулировало его через банки - например, Русско-Азиатский, который вкладывал в основном занятые у западных банкиров деньги в экспорт, строил элеваторы, в том числе морские на Азовском и Чёрном морях, танкеры. Возникали хлебные биржи, хлеб перекупщикам продавали и помещики, и крестьяне.

Российский экспорт продовольствия начала XX в. одни эксперты называют голодным экспортом, другие говорят, что вывозили лишнее. Несправедливы обе оценки. В 1913 г. население Российской империи достигло 166 млн: за 15 лет оно выросло на 40 млн человек в основном за счёт сельских жителей. Среднедушевое потребление хлеба в это время немного не дотягивало до нормы 500 кг в год и составляло 459 кг. Но такой разрыв не может привести к голоду. Бурный рост населения подтверждает, что жизнь крестьян была довольно стабильной.

Больше всего российского зерна закупали Египет, Турция и другие страны Ближнего Востока и северного Средиземноморья. Хотя считается, что Россия кормила Европу, везли наше зерно главным образом в колонии. Оно было самым дешёвым (за пуд ржи в 1913 г. давали 91 копейку) и считалось

низкокачественным - слишком разнородным и засорённым. Европейцы им брезговали. Германия покупала российскую рожь для переработки и нам же продавала муку. Больше ценились яйца и сливочное масло - ещё два основных экспортных российских товара того периода. Масло у нас начали производить только в 80-х гг, XIX в., но уже в начале XX в. оно считалось лучшим в мире. Бельгия, Франция, Германия и Великобритания охотно его покупали.

Сельское хозяйство рассматривалось главой правительства С. Витте как источник средств для индустриализации - позднее так же к нему относились большевики. Но всё-таки императорское правительство видело в агросекторе не только дойную корову. Витте провозгласил программу замены зернового экспорта мучным: Россия, будучи одним из лидеров по экспорту зерна, контролировала лишь 3% мирового рынка муки. Но помещики и крестьяне вместе с иностранными банкирами не поддерживали идею - вывозить зерно было проще, а иностранцы не хотели пускать Россию на более прибыльный рынок.

Эта проблема не решена и сегодня. Аграрная реформа, которую называют столыпинской, была также разработана в период министерства Витте. Она осталась незаконченной. Но промежуточные результаты были впечатляющими. Главные - расцвет сельхозкооперации, переселение крестьян в Сибирь и её освоение. Правительство стимулировало развитие села, но российскому агросектору всё время, даже в этот период бурного развития, постоянно не хватало денег. Как и всей российской экономике начала XX в.

Бокарева Арина

Руководитель: Асланова С.И.

*Муниципальное бюджетное нетиповое общеобразовательное учреждение
Гимназия №17 им. В.П. Чкалова, г. Новокузнецк*

Демографическая ситуация в Новокузнецке

Демография—наука о закономерностях воспроизводства населения, о зависимости его характера от социально-экономических и природных условий, миграции, изучающая численность, территориальное размещение и состав населения, их изменения, причины и следствия этих изменений и дающая рекомендации по их улучшению.

Демографические исследования служат для разработки демографической политики, планирования трудовых ресурсов и т. д.

Актуальность нашей работы заключается в том, начиная с 1992 года число россиян стало меньше на несколько миллионов. Новокузнецк коснулись все процессы, которые происходят в России. За последние годы многие уезжают в Новосибирск, Томск, Москву, Петербург и другие города. Выпускники школ тоже массово покидают наш город.

Гипотеза: численность населения Новокузнецка уменьшается, выпускники школ уезжают из города.

Объект исследования: демографическая ситуация в Новокузнецке.

Предмет исследования: население города, в том числе и выпускники школ.

Цель работы: выявить состояние и тенденция демографического кризиса в Новокузнецке.

Задачи:

1. Изучить данные о населении города;
2. Провести анкетирование выпускников «Гимназии №17»;
3. Проанализировать результаты опроса;
4. Разработать меры для привлечения молодежи в вузы нашего города с перспективой трудоустройства.

В ходе исследования были использованы следующие методы:

1. Анализ документов;
2. Анкетирование;
3. Сравнительный анализ результатов анкетирования;

Хронологические рамки проводимого исследования: 1991-2015 гг.

Практическая значимость работы заключается в получении сведений о населении нашего города, причинах отъезда выпускников и поиска путей решения этой проблемы.

Численность населения Российской Федерации на 1 января 2016г. составила 146,5 млн. человек. С начала 2015 года число жителей России возросло на 278,7 тыс. человек, или на 0,19%. Это произошло за счет естественного и миграционного приростов. При этом миграционный прирост составил 88% от общего прироста населения. Естественный прирост населения в 2015г. зафиксирован в 44 субъектах Российской Федерации.

Новокузнецк, наоборот, попал в число лидеров по убыли населения в период с 1989 по 2013 годы. Исследование основано на данных Росстата и учитывает движение населения за 1989-2013 года. За это время население Новокузнецка сократилось на 8,2% ,так же как и все население Кемеровской области в целом.

Изучив показатели естественного движения населения, распределение умерших по причинам смерти, общие итоги миграции, мы пришли к выводу:

1. Общая численность населения Кемеровской области сокращается (в 2014г. -2734100 человек, в 2015- 2725000 человек).

2. Численность умерших преобладает над численностью родившихся. В 2015 г. умерших 39380 человек, родившихся - 33978.

3. Основными причинами смерти явились: болезни системы кровообращения (15804 человек), новообразований (6487) и т. п.

4. В результате миграции прибыли 75605 человек, а выбыли 77546.

5. По данным переписи населения 1989 года, население Новокузнецка составляло 614 726 человек. За 1989-2013 численность населения сократилась на 8,2%. В 2014 г. население города составляло 550 213 человек, а в 2015- 550 127 человек.

Новокузнецк – город особенный, создававшийся, в первую очередь, как мощная металлургическая площадка. Война и эвакуация заводов из западной части страны добавила городу еще и машиностроение. Сегодня же

металлургия в Новокузнецке находится в глубокой яме. Заккрытие «Евразом» доменного и мартеновского производства на КМК привело не только к высвобождению рабочей силы, занятой непосредственно на заводе, но и привело к закрытию десятков мелких фирм, которые были завязаны на чугун, сталь и даже поставку металлолома на мартеновские печи. Куда делись эти люди, которые еще недавно работал на КМК? Кто-то стал таксистом, кто-то занялся торговлей, а кто-то уехал из города.

Таким образом, для Новокузнецка убыль населения определена еще и миграцией. Народ продолжает уезжать из города. Активнее всего это делают студенты и, к сожалению, квалифицированные специалисты.

Почему люди уезжают? Почему не видят перспектив в родном городе? Безусловно, однозначного ответа нет.

В июне 2015 г. Лабораторией социологических исследований гуманитарного факультета НФИ КемГУ было проведено исследование, в ходе которого было опрошено подавляющее большинство будущих абитуриентов. В исследовании приняло участие 2422 выпускника школ Новокузнецка, Осинников, Калтана, Междуреченска и населённых пунктов Новокузнецкого района. Всего по югу Кузбасса в 2015 году было 2970 выпускников.

Почти все ребята решили поступать в вузы. При этом только 30,6% новокузнецчан планировали остаться в родном городе. Из иногородних университетов и институтов наибольшей популярностью пользуются новосибирские (около 50% собирающихся уехать), столичные (24,7 %) и томские (20%).

Что толкает молодёжь уезжать из города? Основных причин две.

1) 48% юношей и девушек планирует уехать, потому что не находят интересующих их направлений подготовки в списке специальностей новокузнецких вузов. Среди них те, кто в будущем мечтает работать в медицине, в сфере культуры и искусства, в ведомственных органах (МВД, МЧС, таможне).

2) 40% сообщает, что не хочет оставаться в Новокузнецке, потому что не видит в городе своего будущего. Их смущает негативный образ, который складывается у южной столицы Кузбасса. При этом восприятие Новокузнецка достаточно проблематично и болезненно даже у тех выпускников, которые планируют в нем остаться. Все критерии, описывающие внешнюю среду города и ее здоровье, оцениваются ими негативно.

С целью изучения отношения учащихся «Гимназии №17» к выбору учебного учреждения для поступления в 2016-2017гг. мы провели анкетирование. Опросом было охвачено 42 учащихся 10-11 классов.

В ходе нашего исследования, мы выяснили, что:

1. Многие школьники желают поступить в учебные заведения других городов и по возможности не возвращаться после окончания учебных заведений (37 из 42).

2. Это обусловлено влиянием целого ряда негативных факторов: сложная экологическая обстановка в городе (высокая доля опасных

производств в промышленности), высокий удельный вес населения старше 65 лет, сложность трудоустройства после окончания вуза и т.д.

Длительное время в Новокузнецке осуществляется комплекс мероприятий: проводятся генетические исследования, работает Центр планирования семьи и репродукции, в родильных домах открываются отделения реанимации, вводится ряд целевых программ, в том числе «Здоровье и образование», ведётся «Санитарно-гигиенический мониторинг общественного здоровья и среды обитания», мониторинг здоровья новорождённых, беременных, рожениц и родильниц, реализуется национальный проект «Здоровье» и пр. Нельзя говорить о неэффективности принятых мер, однако на сегодняшний день их недостаточно.

В последнее время в ходе реализации демографической программы вспомнили и о предложениях более чем двухсотлетней давности, озвученных М. В. Ломоносовым в трактате «О сохранении и размножении российского народа» (1761). В рекомендациях у Ломоносова значатся:

- укрепление семьи («где любви нет, ненадежно и плодородие...»),
- укрепление нравственных устоев (порицание блуда),
- развитие доступной и бесплатной медицины,
- меры по уменьшению детской смертности от болезней, «изнуряющих и в смертные челюсти повергающих начинающуюся жизнь человеческую»,
- борьба с преступностью, убийствами, пожарами и другими несчастными случаями,
- правильное питание,
- поощрение желательной иммиграции из европейских народов («ибо Россия в состоянии вместить в свое безопасное недра целые народы») и пр.

Условия задачи определяют результат. Проблема народонаселения России сегодня настолько сложна, что требует тесной связи с экономикой, медициной, историей, социологией, этнографией, географией населения, экологией и пр. И главное — её реализации должна сопутствовать серьёзная семейная политика. Нужно внедрять воспитание нормальных семейных отношений, заботиться о нравственном состоянии общества, вводить цензуру для СМИ, уважительно относиться к медицине и развивать её, создавать в обществе положительный образ домохозяйки (замужней неработающей женщины, воспитывающей дома детей), улучшать жилищные условия населения, пропагандировать здоровый образ жизни

Таким образом, власти нашего города должны сделать все возможное, чтобы остановить вымирание Новокузнецка.

Администрация города Новокузнецка разработала Комплексный инвестиционный план модернизации моногорода Новокузнецка, который был утвержден решением Новокузнецкого городского Совета Народных депутатов от 29.09.2010г. №11/156.

Главными целями Комплексного плана модернизации моногорода определены:

1. Снижение зависимости экономики города от доминирующего вида деятельности (металлургии) и обеспечение устойчивого развития города;

2. Снижение напряженности на рынке труда и обеспечение занятости населения;

3. Обеспечение повышения уровня и качества жизни всех слоев населения города.

Для достижения цели «Снижение зависимости города от доминирующего вида деятельности (металлургии) и устойчивого развития города» предполагается решение следующих задач:

- техническое перевооружение предприятий металлургии;
- создание новых и развитие действующих непрофильных отраслей промышленности с использованием инновационных технологий;
- развитие малого и среднего бизнеса.

Для достижения цели «Снижение напряженности на рынке труда и содействие занятости населения города» предполагается реализация программ содействия занятости населения. Для достижения цели «Обеспечение повышения уровня и качества жизни всех слоев населения города» предполагается решение следующих задач: - развитие коммунальной инфраструктуры; - развитие жилищного строительства; - развитие социальной инфраструктуры; - развитие транспортной инфраструктуры.

Новокузнецк должен стать крупным промышленным центром с высоким экспортным потенциалом, диверсифицированной экономикой, где, наряду с металлургической и угольной отраслью, основанными на наукоемких и ресурсосберегающих технологиях, ускоренно развиваются новые виды производств, основанные на инновациях. Это город с высоким уровнем экологической безопасности, развитой средой обитания, растущим населением, развитым сектором услуг, высоким уровнем качества жизни населения.

Комплексный инвестиционный план модернизации моногорода Новокузнецка предусматривает поэтапную модернизацию города до 2020 года.

С 2016 по 2020 годы – этап дальнейшего поступательного развития экономики города:

- увеличение доли непрофильных отраслей промышленности, среднего и малого бизнеса в объеме промышленного производства;
- улучшение экологического климата;
- обеспечение роста уровня жизни новокузнецчан.

Участники основных мероприятий: промышленные предприятия, предприятия сферы услуг, бюджетные учреждения и муниципальные предприятия города Новокузнецка.

По этой цели прогнозируется рост численности населения Новокузнецка в 2020 году – до 561,4 тыс. человек.

Таким образом, программа развития Новокузнецка предусматривает поэтапную модернизацию города до 2020 года.

В ходе исследования мы разработали меры для привлечения молодежи в вузы города Новокузнецка:

1. Увеличение бюджетных мест в вузах города;

2. Развитие научно-образовательных сфер с ориентацией на решение местных проблем.
3. Появление институтов туристического сервиса, киноведения, дизайна и прочих экзотических специальностей;
4. Снижение стоимости на недвижимость, оказание помощи в приобретении жилья молодыми специалистами;
5. Развитие малого и среднего бизнеса;
6. Создание комфортной инфраструктуры;
7. Развитие современных, экологически безопасных промышленных предприятий;
8. Развитие местного туризма;
9. Рекультивация нарушенных производственной деятельностью земель;
10. Создание подъемных программ для молодых специалистов;
11. Создание условий для реализации научно-технического, творческого потенциала молодежи;
12. Стимулирование инновационной деятельности молодежи области для участия в социально-экономических, политических и культурных преобразованиях;
13. Проведение мероприятий (конференций, форумов, экспедиций, семинаров), дающих возможность самореализации молодым ученым.

Проведенное нами исследование убедительно показало, что население Новокузнецка убывает по целому ряду причин. Особенно обидно, что из города уезжают молодые трудоспособные люди.

Проведенное нами анкетирование и беседы с учащимися выпускных классов также подтвердили наше предположение о том, что выпускники школ намерены уехать из родного города.

Таким образом, гипотеза нашего исследования подтвердилась, задачи были решены, а цель достигнута.

Литература:

1. Федеральная служба статистики. Территориальный орган Федеральной государственной службы статистики по Кемеровской области. -<http://kemerovostat.gks.ru>
2. Среда обитания, состояние здоровья населения города Новокузнецка в 2006-2007 гг.- МОУ ДПО ИПК, Новокузнецк. 2008.- 372 стр.
3. Комплексный инвестиционный план модернизации моногорода Новокузнецк- Новокузнецк. 2012 - <http://monogorod.kemobl.ru/NOVOKUZNETSK/kipr1.pdf>
4. Демографическая ситуация: нас становится меньше: Городская жизнь глазами статистов: Новокузнецк в 1996 году// Кузнецкий рабочий. - 1997. - С.2.
5. динамика, прогноз : (сборник материалов конференции) / Администрация Демографическая ситуация в Новокузнецке и России: причины, города Новокузнецка, Всероссийское общественное движение

"Трезвая Россия" , Лига психологов "Наследие". - Новокузнецк : Издательство МОУ ДПО ИПК, 2005. - 108 с.

6. Денисова, Э. С. Влияние демографических процессов на социально-экономическое развитие Кузбасса // Актуальные проблемы социально-экономического и экологического развития региона: материалы II межрегиональной студенческой научно-практической конференции.- Прокопьевск, 2008. - С. 127;

7. Сурков, Н. И. Демография - вчера, сегодня, завтра / Сурков Н. И.// Проблемы общественного здоровья и экологии человека: новые закономерности : материалы XLIII науч.-практ. конф. , Новокузнецк, 2008. - С. 121-123 .

Манаков Михаил, Коленьков Михаил

Руководитель: Черданцева Е. С.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Новокузнецкий торгово-экономический техникум», г. Новокузнецк*

Использование микроорганизмов при утилизации промышленных и бытовых отходов

Кузбасс занимает первое место в России по количеству образующихся отходов. Только в Новокузнецке каждые сутки направляется в отвалы более 16 тысяч тонн или более 200 железнодорожных вагонов. До настоящего времени эти цифры характеризовали лишь остроту экологических проблем региона.

Реформирование экономики России привело в ряде регионов к росту давления на окружающую среду. Кемеровская область производит 44,5% образующихся в Российской Федерации отходов, основную массу составляют отходы угольной и металлургической отраслей промышленности. Длительное экстенсивное экономическое развитие Кузбасского угольного бассейна привело к накоплению большого количества отходов производства и потребления, формированию отвалов, шламо-, хвостохранилищ, занимающих значительные, исключенные из хозяйственного оборота, площади, лишенные естественного растительного покрова. Накопление на городских очистных сооружениях иловых осадений требует их переработки и последующей утилизации. В горнодобывающем Кузбасском регионе насчитывается большое количество закрывающихся предприятий угольной промышленности, металлургических предприятий испытывающих экономические трудности, отвалы которых нуждаются в проведении экологически эффективных мелиоративных мероприятий[2].

Наибольшую экологическую опасность в области землепользования создает, наряду с добычей полезных ископаемых, формирование отвалов и хвостохранилищ. При хранении отходов в хвостохранилищах создается опасность возникновения техногенных аварий и повреждений, которые могут привести к катастрофическим последствиям регионального масштаба. Под действием внешних факторов (выветривание, вымывание) частицы отходов с

высоким содержанием токсичных веществ, в том числе тяжелых металлов, вызывают загрязнения плодородного слоя почвы, водных ресурсов, приземных слоев атмосферы, что в свою очередь оказывает прямое влияние на здоровье населения прилегающих районов.

Вместе с тем, экономические трудности переходного периода стимулируют поиск экологически эффективных способов рекультивации при постепенном уменьшении материальных затрат. Перспективным направлением поиска является привлечение нетрадиционных мелиорантов, учет микробиологической составляющей формируемых экосистем и утилизация образующихся отходов городских очистных сооружений и других предприятий. Исследований в данной области пока еще недостаточно, особенно на региональном уровне.

Самозаращение большинства промышленных отвалов невозможно вследствие неблагоприятных свойств материала отвалов, токсичности поверхностных слоев по отношению к растениям, отсутствия органического вещества и т.д. Поэтому для создания корнеобитаемого слоя с благоприятными почвенно-экологическими свойствами и для сокращения затрат возможно проведение рекультивационных мероприятий с применением почвоулучшителей, в частности осадков сточных вод (ОСВ) и внесения микробиологических препаратов.

В настоящее время загрязнение почв экосистем отходами приняло глобальный характер. Поступление их в почву в больших количествах в первую очередь влияет на биологические свойства почвы: снижается численность ассоциативных группировок микробиоты, погибают беспозвоночные животные сапротрофного яруса, в котором происходит потребление и разложение органических остатков. В загрязненных почвах наряду с микроорганизмами гибнут такие ценные индикаторы содержания гумуса и регуляторы pH почвы, как дождевые черви.

Учитывая то, что почва является экологическим узлом связей биосферы, обеспечивает сопряжение биологического и геологического круговоротов, нарушение микробиологических и биохимических процессов в ней неизбежно отражается на функционировании экосистемы в целом. Это выражается в уменьшении продуктивности сообществ, снижении скорости микробной деградации органического вещества и, в отдельных случаях, значительные территории превращаются в техногенную пустыню.

Практические мероприятия в целях оздоровления окружающей среды должны решаться в следующих направлениях:

- получение экологически эффективных и экономически целесообразных способов рекультивации отвалов угольной, металлургической и энергетической промышленности в урбанизированном регионе Сибири;
- масштабное применение для решения проблем рекультивации ранее мало использовавшихся или недостаточно изученных мелиорантов;
- разработка технологических способов утилизации илов городских очистных сооружений, представляющих серьезную экологическую проблему для пригородной зоны;

- привлечение высокопродуктивных специализированных штаммов микроорганизмов, способных деструктурировать токсические вещества отходов и формировать плодородный слой почвы;
- оценка риска для здоровья населения и экономической эффективности мероприятий по рекультивации [4].

Рассмотрим одну из поставленных нами задач – это использование почвенных микроорганизмов для утилизации промышленных и бытовых отходов.

Исучаемыми промышленными объектами явились отходы железорудного обогащения хвостохранилища Абагурской аглофабрики, угольные отходы Байдаевского разреза и золошлаковые отходы Томь-Усинской ГРЭС. Источником органической составляющей для проведения их биологической рекультивации использовались осадки сточных вод (ОСВ) городских очистных сооружений г. Новокузнецка. Растительным материалом служили клоны тополей, полученные черенкованием из Ботанического сада СО РАН (г. Новосибирск), бобово-злаковая смесь, состоящая из клевера гибридного и кострца безостого. Источником почвенных микроорганизмов явилось микробиологическое удобрение «БакСиб», содержащее спорообразующие бактерии рода *Bacillus* (*Bacillus subtilis*, *Bacillus megaterium*, *Bacillus cereus*), вносимое на вышеуказанные промышленные площадки.

При этом следует отметить, что ОСВ – возобновляемый рекультивационный ресурс, накопление которого неразрывно связано с деятельностью городских очистных сооружений. Проблема обезвреживания и размещения ОСВ существует и в других городах Кузбасса. В ходе работы преследовалась двойная цель: решение проблемы утилизации опасных в санитарно-гигиеническом отношении осадков сточных вод и рекультивация токсичных отходов железорудного обогащения, расположенных в селитебной зоне г. Новокузнецка.

В составе ОСВ обнаружены три типа присутствующих загрязнителей: 1. Тяжелые металлы; 2. Органические соединения; 3. Патогенная микрофлора [4]. Последний объединяет в себе большую группу болезнетворных бактерий, простейших и других потенциально опасных для жизнедеятельности организма животных и человека микроорганизмов. Большую опасность представляют также тяжелые металлы, что обусловлено относительной стабильностью их нахождения в природе, по сравнению с двумя другими типами загрязнителей. Среди прочих особо выделяют химические элементы с низким природным содержанием в почве, но широко вовлекаемые в круговорот антропогенной деятельностью (ртуть, селен, кадмий, мышьяк).

Внесение ОСВ сопровождается увеличением содержания органического материала и фракций физической глины, что повышает сорбционную способность субстрата и, следовательно, приводит к повышению содержания в нём металлов. Последующее разложение органического вещества приводит к снижению сорбционной способности и повышению биологической доступности металлов. Чем выше сходство с органическими соединениями, тем в большей степени ионы металла нестабильны: степень их выделения находится в следующем порядке

Cu>Pb>Cr>Zn. Внесение ОСВ также сопровождается изменением pH, что с одной стороны ведет к снижению подвижности металлов в результате комплексообразования, но и опасности образования растворимых металлоорганических комплексов.

Проведение полевых опытов по выращиванию черенков клонированных тополей показало высокую эффективность использования ОСВ совместно с бактериальным препаратом «БакСиб». Выживаемость высаженных черенков этих растений варьировала от 70-ти до 90%. Наибольшая она наблюдалась на опытных площадках хвостохранилища Абагурской аглофабрики, а наименьшая – на золоотвалах Томь-Усинской ГРЭС. Протеолитическая активность характеризует жизнедеятельность микроорганизмов, имеющих протеолитические ферменты и поэтому способных использовать в качестве субстрата белки и пептиды, гидролизую их до аминокислот. В эту группу входят клостридии *Cl. putrificum*, *Cl. histolyticum*, *Cl. sporogenes* и другие сапрофитные виды, а также ряд патогенных форм [3]. Уровень протеолитической ферментативной активности органоминерального субстрата (субстрат+ОСВ) имеет максимальное значение в полевых опытах с многолетними травами (70,5%) по сравнению с таковым черенков тополей (46,1%) – на золоотвалах Томь-Усинской ГРЭС.

Загрязнение почв отходами приводит к изменениям в видовом составе почвенных микробоценозов. Происходит значительное уменьшение видового разнообразия (на 30%) комплекса почвенных миксомицетов семейств Liceaceae, Reticulariaceae, Cribariaceae и увеличение абсолютного доминирования небольшого числа видов: *Fusarium oxysporuni*, *Phoma niarchalii*. Более того, в грибном сообществе загрязненной почвы появляются необычные для нормальных условий, очевидно, устойчивые к отходам миксомицеты классов Dictyosteliomycetes, Protosteliomycetes, Mухomycetes [2].

Использование осадков сточных вод для обогащения органическим веществом хвостохранилищ способствует микробиологическому насыщению последних на уровне эколого-трофического разнообразия. Общий уровень микробной заселенности резко возрастает по сравнению с контрольным вариантом независимо от способа размещения ОСВ и его «качества». Механизмы естественного самоочищения от условно патогенных форм также не сформированы, о чем свидетельствует высокий уровень обсемененности *Bacillw cereus*.

Биотестирование показало, что в рекультивируемых экосистемах с ОСВ в процессе микробиологической минерализации органического вещества в первые три года активными возбудителями разрушения белковых соединений выступают наряду с бактериями актиномицеты и грибы. Динамика их численного состава подвержена значительным колебаниям, что присуще несформировавшимся микробным сообществам. В то же время наблюдается усиление численности групп микроорганизмов, использующих в качестве энергетического материала минеральные соединения азота. В наибольшей мере условия обитания улучшились для бактерий и актиномицетов. Аспорогенные формы лучистых грибов представлены слабо, что

свидетельствует о дефиците гумусовых веществ. В сформированных почвах соотношение актиномицетов и проактиномицетов, меняется в сторону последних. Высокий уровень мобильных неорганических и органических форм азотсодержащих соединений в рекультивируемых экосистемах обеспечивается интенсификацией процессов минерализации органического вещества, поскольку численность аммонифицирующих микроорганизмов, растущих на МПА, и микроорганизмов на КАА, не уступает зональной почве, а в некоторых случаях и превосходит. К третьему году создаются предпосылки для запуска биологических механизмов утилизации минеральных форм азота - развития нитрифицирующих и денитрифицирующих микроорганизмов. Их реализация усугубляется дефицитом легкодоступного органического углерода. Развивающееся микробное сообщество и его метаболические возможности не обеспечивают биологических функций сформированных почвенных экосистем. В результате возникает дефицит легкодоступного углерода и нарастает опасность газообразных потерь азота. Первые признаки формирования пула биогенного азота и кремния регистрируются обычно через пять лет [1].

Таким образом, в результате микробиологических почвенных исследований установлено, что сукцессионные изменения в составе микробиоценоза, сформированного с использованием ОСВ соответствуют начальным этапам его становления, а присутствие ОСВ усиливает эти процессы.

Сафонова Екатерина

Руководитель: Иващенко А.В.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Новокузнецкий техникум пищевой промышленности», г.Новокузнецк.*

За красоту родного края

Актуальность проекта «За красоту родного края» заключается в том, что экологические проблемы относятся к числу глобальных проблем человечества. Это особенно ощутимо в таком промышленном регионе, как Кемеровская область. Одним из способов выхода из экологического кризиса является изменение мировоззрения людей, которого можно достичь через экологическое образование и воспитание молодежи. В связи с этим, «государственная политика и правовое регулирование отношений в сфере образования основываются на следующих принципах – бережном отношении к природе и окружающей среде, принципе рационального природопользования» (№ 273 – ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», ст. 3, п. 3). Реализация этих принципов в системе образования позволяет сформировать экологическую ответственность. Особое место в экологическом воспитании занимает природоохранная практическая деятельность, направленная на сохранение окружающей среды.

Так как учебным планом Государственного профессионального образовательного учреждения «Новокузнецкий техникум пищевой промышленности» не предусмотрено введение учебной дисциплины «Экология», направленной на формирование экологической грамотности студентов, возникла идея создания и разработки специального образовательного проекта.

Проект «За красоту родного края» направлен на формирование бережного отношения к природе.

Цель: повышение уровня экологической культуры студентов техникума на основе исследовательской и природоохранной деятельности в прилегающем к учебному заведению парке Первостроителей.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Расширить знания обучающихся в рамках учебной дисциплины «Биология», раздел «Основы экологии».

2. Развивать навыки проектно-исследовательской деятельности студентов через внеаудиторную самостоятельную работу в рамках учебной дисциплины «Биология»

3. Формировать умения работать в команде.

4. Способствовать формированию ответственного, гражданского отношения к результатам своей деятельности, созданию условий для эффективной работы по сохранению природы.

Краткое содержание проекта

Объектом для формирования экологической культуры студентов является парк Первостроителей, расположенный в непосредственной близости от образовательного учреждения. Парк был заложен в 60-е годы XX века энтузиастами, приехавшими из разных уголков страны для строительства Западно-Сибирского металлургического комбината. Парк был необходим для культурно-массовых и спортивных мероприятий жителей строящегося Заводского района. Однако с течением времени лесопарк потерял свою значимость и пришел в запустение. Его роль чрезвычайно важна для жителей города. Так как парк расположен в непосредственной близости от промышленного металлургического гиганта города Новокузнецка, то это своего рода «зеленые легкие» микрорайона. В 2008 году усилиями работников и студентов техникума парковую зону удалось привести в удовлетворительное состояние. Сейчас на территории парка проводятся занятия по физической культуре и различные спортивные и культурно-массовые мероприятия студентов техникума. Для жителей микрорайона парк стал любимым местом семейного отдыха. К сожалению, не все посетители бережно относятся к природе: оставляют мусор, разводят костры, ломают ветки, поджигают траву, выгуливают домашних животных и т.д. Необходимо сохранить парк и его экосистемы!

Данный проект реализуется в рамках учебной и вне учебной деятельности студентов техникума.

Учебная деятельность включает аудиторные и внеаудиторные занятия. В ходе изучения учебной дисциплины «Биология», раздела «Основы

экологии» (обязательная аудиторная нагрузка 18 часов, внеаудиторная учебная нагрузка – 9 час). На уроках предполагается рассмотреть следующие темы:

1. «Экологические системы. Структура экосистем» (1 час), «Структура экосистемы парка Первостроителей» (1 часа) – практическая работа;
2. «Причины устойчивости и смены экосистем. Искусственные сообщества» (1 час), «Искусственные сообщества парка Первостроителей» (1 час.) – практическая работа;
3. «Последствия деятельности человека в окружающей среде (на примере парка Первостроителей)» (1 час);
4. «Экология как теоретическая основа рационального природопользования и охраны природы (на примере парка Первостроителей)» (2 часа).

В рамках внеаудиторной самостоятельной работы предусмотрено:

1. Составление мультимедиа-презентаций (3 часа):
«Экологические системы парка Первостроителей»;
«Искусственные сообщества парка Первостроителей»;
«Экологические проблемы парковой зоны».
2. Разработка экологических листовок «Сохраним парк Первостроителей!» (1 час).
3. Разработка и презентация исследовательских проектов (4 часа)
«Воздействие антропогенной деятельности на состояние растений парка Первостроителей».
4. Фотовыставка «Красота родного парка» (1 час).

Итогом внеаудиторной работы студентов станут серия мультимедиа-презентаций, статьи, объединенные в сборник: «Парк Первостроителей: вчера, сегодня, завтра», фотовыставка «Красота родного парка», эколисточки «Сохраним парк Первостроителей!».

Социально-воспитательная деятельность в рамках проекта предполагает:

1. Привлечение волонтерского отряда техникума к уборке территории парка.

График уборки территории парка:

апрель – июнь, сентябрь - октябрь 2016 – 2018 года – каждая пятница четной недели;

2. Организация и проведение субботников по уборке территории парка с привлечением студентов, преподавателей техникума, жителей микрорайона (сентябрь, апрель).

3. Разбивка клумб и высадка цветочной рассады на территории парка.

4. Установка урн и скамеек на аллеях парка.

5. Проведение волонтерами для жителей микрорайона мероприятий, посвященных значимым экологическим датам: 15 апреля – День экологических знаний, 24 мая – День парков, 5 июня – Всемирный день охраны окружающей среды.

Реализация проекта будет содействовать экологическому, нравственно-эстетическому и патриотическому воспитанию студентов и жителей микрорайона, сохранению городской зеленой зоны отдыха.

Ожидаемые результаты

1. Расширение экологических знаний студентов, осознание ими сущности и причин экологических проблем.
2. Формирование у студентов экологической культуры, гражданского отношения к результатам своей деятельности.
3. Умение студентами применять экологические знания в жизненных ситуациях, связанных с выполнением типичных социальных ролей.
4. Сохранность, улучшение экологического и эстетического состояния парка Первостроителей.

Диагностический инструментарий: анкетирование, наблюдение, опрос.

Сроки реализации проекта: апрель 2016 – ноябрь 2018 года.

Состав участников проекта: преподаватели и студенты Государственного профессионального образовательного учреждения «Новокузнецкий техникум пищевой промышленности», представители администрации Заводского района г. Новокузнецка, жители микрорайона.

Форма представления результатов проекта для массовой практики предполагает распространение полученного опыта и успешных результатов проекта в учебно-методических изданиях, интернет ресурсах, на студенческих научно-практических конференциях.

Рабочий план реализации проекта

Таблица 1

Сроки	Содержание этапа	Ожидаемые результаты
1 этап - подготовительный		
2016 – 2017 учебный год	1. Изучение и решение проблемы формирования экологической культуры и патриотического воспитания студентов.	Включение в учебную дисциплину «Биология», раздел «Основы экологии» учебного материала, направленного на расширение экологических знаний обучающихся.
	2. Формирование творческой группы для работы над реализацией проекта.	Сформированные творческие группы в составе преподавателей и студентов техникума
	3. Определение возможностей материально технической базы техникума для реализации проекта.	Необходимые ресурсы для реализации проекта.
	4. Установление контактов с администрацией Заводского района и местными жителями.	Выявление способов сотрудничества с муниципалитетом и жителями микрорайона.
	5. Составление сметы проекта.	Формирование бюджета проекта.
2 этап – организационный		

2016 – 2017 учебный год	1. Разработка плана проведения основных мероприятий.	Календарь мероприятий.
	2. Разработка сценариев проведения мероприятий, направленных на формирование экологической грамотности и патриотического воспитания студентов.	Наличие сценариев проведения мероприятий.
	3. Приобретение материалов и оборудования, необходимых для реализации проекта.	Наличие необходимых материалов и оборудования.
3 этап – основной		
2017 – 2018 учебный год	1. Приобретение навыков проектно-исследовательской деятельности студентов.	Сформированность навыков исследовательской деятельности и умения работать в команде.
	2. Организация и проведение мероприятий, направленных на улучшение экологического и эстетического состояния парка.	Повышение уровня экологической культуры, патриотизма, у студентов техникума.
4 этап – заключительный		
2017 – 2018 учебный год.	1. Создание сборника исследовательских работ студентов «Парк Первостроителей: вчера, сегодня, завтра».	Сборник исследовательских работ «Парк Первостроителей: вчера, сегодня, завтра».
	2. Организация работы фотовыставки «Красота родного парка»	Фотовыставка «Красота родного парка».
	3. Подведение итогов работы студентов, волонтеров в учебно-методических изданиях, интернет ресурсах, на студенческих научно-практических конференциях.	Наличие публикаций в различных изданиях и Интернет-ресурсах, участие в научно-практических конференциях.
	4. Подведение итогов проекта, конструктивный анализ и оценка выполненной работы,	Рецензии и другие аналитические материалы о проекте.

Ресурсы и риски реализации проекта и способы их преодоления

Таблица 2

Ресурсы	Риски	Способы преодоления
<i>Мотивационные</i> Наличие у студентов желания участвовать в проектно-исследовательской	Отсутствие у студентов понимания социальной и экологической значимости работы по проекту.	Проведение аудиторной и внеаудиторной работы со студентами техникума. С целью убеждения в необходимости сохранения и бережного

деятельности		отношения к природе.
<i>Финансовые</i> Добровольные пожертвования сотрудников и студентов техникума, жителей микрорайона и средства администрации Заводского района.	Нехватка денежных средств на реализацию проекта.	Привлечение спонсоров из числа социальных партнеров.
<i>Кадровые</i> Педагогические работники, студенты образовательного учреждения и жители микрорайона.	Загруженность, нежелание жителей микрорайона, преподавателей и студентов участвовать в реализации проекта.	Убеждение и рациональное распределение функций каждого участника проекта.

Бюджет проекта

Бюджет проекта: финансовая поддержка со стороны администрация Заводского района г. Новокузнецка, добровольные пожертвования жителей микрорайона, работников и студентов техникума.

Смета затрат (руб.)

Таблица 3

№ п/п	Наименование	Ед. изм.	Количество	Цена	Сумма
<i>Хозяйственно-бытовой инвентарь:</i>					
1.	Грабли	шт.	10	120	1200
2.	Лопаты	шт.	10	120	1200
3.	Метлы	шт.	10	150	1500
4.	Перчатки х/б	шт.	25	30	750
5.	Мешки для мусора (п/э, 240 л)	упаковка (10 шт.)	10	180	1800
<i>Расходные материалы:</i>					
1.	Семена цветов	шт.	20	15	300
2.	Канцелярские товары	шт.			1000
3.	Фотобумага	упаковка. (50 листов)	2	250	500
4.	Папка для документов	шт.	1	75	75
5.	Картридж для цветной и черно-белой печати	шт.	1	2000	2000
<i>Оборудование:</i>					
1.	Урна	шт.	4	2000	8000
2.	Скамейка	шт.	4	4500	18000
3.	Оргтехника			Имеется в наличии	
Итого					36325

Интерактивное интернет-обучение

Дистанционную форму обучения по праву можно назвать образовательной системой 21 века. Сегодня на нее сделана огромная ставка. Исходя из того, что профессиональные знания стареют очень быстро, необходимо их постоянное совершенствование. Дистанционная форма обучения дает сегодня возможность создания систем массового непрерывного обучения, всеобщего обмена информацией, независимо от временных и пространственных поясов. Кроме того, системы дистанционного образования дают равные возможности всем людям независимо от социального положения (школьникам, студентам, гражданским и военным, домохозяйкам и т. д.) в любых районах страны и за рубежом получить образование. Именно эта система может наиболее адекватно и гибко реагировать на потребности общества и обеспечить реализацию конституционного права на образование каждого гражданина страны.

Дистанционное обучение — это новая, специфичная форма обучения, несколько отличная от привычных форм очного или заочного обучения. Она предполагает иные средства, методы, организационные формы обучения, иную форму взаимодействия учителя и учащихся, учащихся между собой. Не следует смешивать заочное и дистанционное обучения. Их главное отличие в том, что при дистанционном обучении обеспечивается систематическая и эффективная интерактивность. Следует рассматривать дистанционное обучение как новую форму обучения и соответственно дистанционное образование как новую форму образования.

Дистанционное обучение основывается на «трех китах» - телевидение, интернет и дисковые издания (реже).

- Преимущество обучения, базирующегося на телевидении, заключается в его возможности непосредственного визуального контакта с аудиторией, находящейся на различных расстояниях от преподавателя. Его отрицательная сторона состоит в том, что при таком обучении практически отсутствует обратная связь. Это может быть допустимо только при демонстрации уникальных методик, лабораторных опытов, когда преподаватели, и учащиеся могут стать свидетелями и участниками использования новых знаний, методов в своей области, новых информационных технологий.

- Следующий способ организации дистанционного обучения предполагает использование компьютерных телекоммуникаций в режиме электронной почты, телеконференций, информационных ресурсов региональных сетей и сети Интернет. Это самый распространен и не дорогой способ дистанционного обучения. При его организации предусматривается применение новейших средств телекоммуникационных технологий.

- *Третий способ*, предполагает использование компакт-дисков в качестве базового электронного учебника. Он включает в себе большие дидактические возможности для вузовского, школьного образования и для повышения квалификации специалистов. Преимущество компакт-диска в том, что он сочетает в себе следующие качества: интерактивность, мультимедийность, содержит большой объем информации и за счёт этого в значительной степени оптимизирует процесс дистанционного обучения.

Чат-занятия — учебные занятия, осуществляемые с использованием чат-технологий. Чат-занятия проводятся синхронно, то есть все участники имеют одновременный доступ к чату. В рамках многих дистанционных учебных заведений действует чат-школа, в которой с помощью чат-кабинетов организуется деятельность дистанционных педагогов и учеников.

Веб-занятия — дистанционные уроки, конференции, семинары, деловые игры, лабораторные работы, практикумы и другие формы учебных занятий, проводимых с помощью средств телекоммуникаций и других возможностей «Всемирной паутины».

Телеконференция — проводится, как правило, на основе списков рассылки с использованием электронной почты. Для учебных телеконференций характерно достижение образовательных задач. Также существуют формы дистанционного обучения, при котором учебные материалы высылаются почтой в регионы.

Он-лайн задания. Любой желающий может пройти тест (решить задачу, написать эссе) по интересующей его теме и сразу же получит результат своего труда в виде оценки и отчета по ошибкам. Такой метод популярен в подготовке к ЕГЭ и ГИА.

Телеприсутствие. Существует много различных способов дистанционного обучения. Например дистанционное присутствие с помощью робота R.Bot 100. Сейчас в Москве в одной из школ, идёт эксперимент по такому виду дистанционного обучения. Мальчик-инвалид, находясь дома за компьютером, слышит, видит, разговаривает при помощи робота. Учитель задаёт ему вопросы, он отвечает. При этом и учитель видит ученика, потому что на роботе находится монитор. При этом у мальчика создаётся почти полное впечатление, что он находится в классе вместе со своими сверстниками на уроке. Если эксперимент станет удачным, он может открыть дорогу большому проекту по внедрению такого метода дистанционного обучения по всей России.

- *Дистанционное обучение обходится дешевле.* Если сравнивать затраты на обучение по традиционным формам образования и затраты на дистанционное обучение, то можно прийти к выводу, что дистанционное обучение обладает рядом преимуществ. Так, например, из общих расходов на обучение можно вычесть расходы на проезд к центру обучения и проживание в период обучения.

- *Возможность выбора собственных темпов обучения.* В традиционном образовании существуют определенные ограничения на время обучения, так называемые семестры. В этот срок студент должен уложиться и сдать необходимые дисциплины. Однако если студент готов сдать экзамены значительно раньше окончания семестра, существуют определенные проблемы и сложности в осуществлении этого замысла. В дистанционном обучении таких ограничений нет. Учебные материалы, тесты и экзамены доступны студенту в любое время.
- *Возможность изучения учебных материалов на территории, наиболее подходящей студенту.* Студент не ограничивает себя в выборе образовательного учреждения, не зависимо от того, в каком регионе проживает. Это очень удобно и, безусловно, востребовано. Вы можете учиться в учреждении, расположенном в Санкт-Петербурге или Москве, не выходя из дома где-нибудь в другом конце страны. Существует одно ограничение – возможность доступа к среде передачи информации. Электронные курсы и тесты на базе Интернет-технологий можно просматривать в любом месте где есть доступ к Интернету, наконец, обычные книги и брошюры могут быть получены студентом по обычной почте в любом доступном почтовом учреждении.
- *Разнообразие средств и способов дистанционного обучения.* Каждый из нас привык усваивать информацию и знания по-своему. Одному необходимо долго повторять и «зазубривать» новый материал, другому достаточно беглого взгляда, чтобы понять суть, третий склонен к изучению по методу от частного к общему, четвертый, наоборот, предпочитает сначала изучить теорию, а потом примеры. . В дистанционном обучении благодаря большому спектру возможностей и технологий у студента появляется возможность самостоятельно выбрать, каким способом он будет изучать выбранную дисциплину.

Получение дополнительных знаний в новейших технологиях и изучение дисциплин, не доступных в ближайших учебных заведениях

- *Отсутствие личного общения с преподавателем, а также общение с другими студентами.* Определенно не для всех людей это является минусом. Но с другой стороны сейчас есть масса вариантов для безличного общения. Социальные сети, чаты, телефон заменяют личный контакт.
- *Необходимость у обучающегося сильной мотивации, чтобы обучаться продуктивно без надзора преподавателя.* Не у каждого человека есть сила воли для обучения, но, в то же время, дистанционное обучение – это зачастую обдуманый и взвешенный шаг, на который идет взрослый человек, который платит за это собственные деньги. И это уже 80% необходимой мотивации.
- *Технический аспект.* Учащиеся не всегда могут иметь необходимое техническое оборудование: компьютер или доступ в Интернет.
- *Недостаток специалистов для проведения курсов интернет обучения.* Не все преподаватели в современном мире могут похвастаться своими

знаниями в компьютерной области. Получается, что и самих преподавателей нужно отправлять учиться на курсы.

Студентам, обучающимся по дистанционным программам, приходится иметь дело с новейшими технологиями представления и обработки информации, такими, как компьютерные технологии, видео- и аудио технологии, широковещательные кабельные и спутниковые системы, Интернет и пр. Поэтому им невольно приходится осваивать эти технологии, получая дополнительные навыки и умения, которые значительно повышают общеобразовательный и технический уровень студента. Многие выбирают путь получения знаний с помощью дистанционного обучения. К сожалению, то, что мы сегодня видим в Интернете и в большинстве своем на компакт-дисках, никак не отвечает элементарным педагогическим требованиям. Отсюда значимость проблемы, связанной с разработкой самих курсов дистанционного обучения и методикой их использования для различных целей базового, углубленного, дополнительного образования. Большое количество плюсов говорит о том, что сфера интернет обучения достаточно велика и развивается достаточно стремительно. Именно поэтому необходимо создавать благоприятную сферу для дальнейшего развития этой формы обучения не только в России, но и во всем мире.

Секция 2. Актуальные вопросы профессиональной направленности

Красавина Александра, Казанцева Мария

Руководитель: Бубнова Е.С.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

История возникновения моды в оформлении причесок

Парикмахерское искусство, известно людям ещё со времен Древнего Египта, сегодня переживает небывалый расцвет. Индустрия красоты взяла на вооружение множество приемов и тенденций от причесок разных эпох.

Актуальность темы в том, что история развития прически представляет для студентов парикмахерского дела не только познавательный интерес, но и профессиональную ценность, так как некоторые элементы причесок прошлого с успехом используются и в настоящее время.

Рассмотрим, как же на протяжении веков менялось представление о красоте и укладке волос?

Древние египтяне дали миру парик. Свои волосы они предпочитали сбривать, парики же из натуральных волос, шерсти, веревок окрашивали и завивали на деревянные палочки. Цвет париков был черным или темно коричневым, но встречались и цветные.

В Древней Греции ценились волнистые волосы солнечных оттенков, поэтому темные волосы осветляли, часть их поднимали к затылку, скручивая в узел, скрепляя лентами или шпильками. Простые жительницы носили обычную греческую косу вокруг головы, или распущенные и склوتые по бокам волосы.

В Древнем Риме у патрицианок были высокие замысловатые прически на каркасах, которые поддерживали сооружения из крупных локонов и мелких косичек. Волосы окрашивали настоями из трав, хной или пеплом для придания им разных оттенков.

Средневековье и церковное мракобесие заставили человека прятать волосы от посторонних глаз. Волосы полностью убирали под головные уборы, выбривали лбы и затылки. Рыжий цвет волос преследовался как признак сатанинского и ведьминского начала.

Эпоха Возрождения вернула культ красоты тела и волос, и прическам уделялось большое внимание. Многочисленные косы, в которые вплетались ленточки, бусины, сеточки, цветы, окаймляли голову, часть прядей завивали и укладывали спадающими небрежными локонами. Светлые и медные оттенки волос опять стали эталоном красоты.

Простота и изящество античной прически были забыты в эпоху барокко. 17 век – век самых громоздких, нелепых и вычурных причесок. Придворные дамы носили на голове полуметровые сооружения из локонов на каркасах.

В эпоху рококо головка женщины стала немного скромнее, в период правления Марии-Антуанетты прически типа «фонтаж» выросли в размерах, а их обладательницы соперничали друг с другом, украшая головы гнездами птиц, гирляндами цветов и кораблями.

Великая французская революция упразднила моду на избыточную и глупую роскошь в костюмах и прическах. До конца 19 века в Европе в прическах господствовал стиль ампир, а самая популярная женская прическа выглядела просто и изящно: голову разделяет прямой пробор, а кудри и локоны лежали по обе стороны лица, на затылке же делали тугой пучок, который мог быть украшен гребнем или шпильками.

Характерная особенность стиля бидермайер - крупные плотные локоны, которые укладывали с обеих сторон головы, благодаря чему получалась прочная, как бы выточенная из камня форма прически. Далеко выступавшие пышные боковые локоны или сдутые боковые пuffs, стоячие петли и косы требовали от парикмахера довольно таки высокого мастерства. Украшения, диадемы, жемчуг и ленты, вуали, цветы и украшения из перьев давали ему возможность осуществлять самые оригинальные идеи.

На смену этому стилю пришли стрижки начала 20 века с волной у лица и укороченными затылками. В первое десятилетие века немец Карл Несслер продемонстрировал миру свое новое изобретение – перманент. С тех пор [мода](#) на длинные волосы на несколько десятилетий сменилась на волосы средней длины.

В эпоху перманента и кинематографа в моду опять вошли блондинки с волнистыми волосами, как у Греты Гарбо, Марлен Дитрих, Любови Орловой. 50-е и 60-е годы сделали модными длинные волосы. Бриджит Бардо дала миру такие прически, как популярный по сей день «конский хвост» и «бабетта».

В 70-е всемирно известный мастер Видаль Сэссун продемонстрировал целый ряд стрижек, которые делались только ножницами. Это его знаменитый «сэссон» и другие стрижки, популярные до сих пор. Вольные и бунтарские 70-е принесли распущенные длинные волосы в стиле хиппи, [короткие](#) стрижки «под мальчика» у девушек, скромные стильные пажы и каре, а также прически немыслимых фактур и расцветок у представителей разных субкультур.

В 80-е опять вошли в моду длинные и средней длины волосы, слегка завитые, с челками разной длины, естественных оттенков – от светло-русых до каштановых.

90-е и эпоха MTV – это культ самовыражения через одежду и прическу, то есть в моде опять стали самые невероятные расцветки, пряди разной длины, асимметрия, бритые участки головы. С этими стрижками мирно сосуществовали французская коса, конский хвост, боб и другие прически, ставшие парикмахерской классикой.

Двухтысячные и культ модельной красоты вернули в моду ухоженные длинные волосы. В моде градуировка волос, [стрижка](#) «каскад» на длинных волосах, мелированные и тонированные пряди.

Прически 2016 года настолько разнообразны, что каждая женщина легко сможет выбрать себе вариант по душе. Еще никогда свободные, слегка выющиеся, локоны не были так модны, как в нынешнем году.

К теме этники дизайнеры и стилисты обращаются едва ли не каждый второй сезон, черпая вдохновение то у Древней Греции, то у римлян, то из русских народных традиций.

В 2016 году актуальными станут африканские мотивы, причем, волосы эта тема затронет более чем основательно. Всевозможные гофре и мелкие завитки, пушистые и крайне объемные афро-«шапки» – очевидный модный тренд.

Модные тенденции еще никогда не предлагали такого многообразия пучков и узлов, как в 2016 году. Актуальными будут и хорошо знакомые всем «конские хвосты», однако в необычных интерпретациях. Еще одним трендом обещают быть косы.

Из вышесказанного следует, что в прическах 21 века присутствуют элементы причесок разных эпох: локоны и косы античности, начес из эпохи рококо, пучки стиля ампир и даже парики и дреды, косы из русских народных традиций напоминающие нам о парикмахерском искусстве глубокой древности.

Шкляева Екатерина

Руководитель: Косолапова Е.В.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Взаимовлияние тенденций парикмахерского искусства и культурного развития России

Возвращение тенденций моды из эпохи в эпоху.

Уровень развития парикмахерского искусства всегда прививал населению эстетический вкус, поэтому актуальность темы не вызывает сомнения. Обилие разнонаправленностей тенденций моды (Не всегда парикмахерское искусство положительно влияет на культуру общества: неформалы).

Цель: Установить взаимосвязь парикмахерского искусства и культурного развития России.

Задачи:

- Изучить литературу по данной теме;
- Выявить причины взаимовлияния парикмахерского искусства и культуры России;
- Сделать выводы.

Метод исследования: теоретический

Мода – это социально-психологическое явление предпочтения, оказываемое массовым, групповым сознанием в определенный период времени каким-либо формам жизнедеятельности. Понятие моды относится как к прическе, манере одеваться, поведению, так и к месту покупки (в

бутиках, в супермаркетах, в салонах красоты или в обычных парикмахерских), образу жизни, обустройству дома, квартиры, виду автомобиля, политическим воззрениям, идеологии и даже религии. Это является эффективным способом подчеркнуть свою уникальность, неповторимость.

Во второй половине XX в. наблюдается быстрая смена стилей в одежде и прическах. Наиболее популярными остаются классический, спортивно-деловой, романтический, фольклорный стили.

Редько Александра

Руководитель: Бондарь О.Ю.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Комбинирование техники росписи по ткани как инновационный подход к оформлению одежды и интерьера

В настоящее время батик является одним из популярных направлений в оформлении тканей. Батик вобрал в себя множество особенностей изобразительных искусств, таких как акварель, мозаика, витраж.

Об актуальности ручной авторской росписи говорит ее широкое применение в дизайне интерьеров и одежды. Ручная авторская работа, изготавливаемая в единственном экземпляре, является неповторимым произведением искусства, которое по-настоящему полно готово раскрыть неподдельные чувства мастера, которые так же индивидуальны и неповторимы, как его работа. Изделия ручной работы сегодня ценятся очень высоко, поэтому позволить их может себе не каждый. Однако хочется быть индивидуальностью, поэтому современные техники росписи предлагают демократичные варианты по приемлемой цене для среднего потребителя. Такой актуальный подход делает роспись доступной для широкого круга потребителей. Неповторимые узоры, создаваемые полетом фантазии, будут выгодно выделять каждый вновь созданный проект от существующих на рынке города. Соединение различных техник росписи даст неоспоримые преимущества дизайнеру и утвердит его как профессионала высокого уровня.

Цель:

- разработка инновационного приема росписи по текстилю, который бы мог применяться для элитного декора интерьера и одежды;
- создание оригинальных способов комбинирования различных техник росписи по ткани, доступных для среднего потребителя.

Задачи:

- познакомиться с историей возникновения батика;
- изучить многообразие тканей, подходящих для батика;
- освоить различные виды техник росписи по ткани с изготовлением образцов и последующим анализом особенностей их создания;

- разработать и изготовить изделия различных дизайнерских направлений с применением различных техник, в том числе смешанных.

Объект исследования: роспись по ткани.

Предмет исследования: комбинированные техники росписи по текстилю.

Данный исследовательский проект позволит по-новому взглянуть на декоративно - прикладное искусство росписи ткани, обозначив его практическую и теоретическую ценность, а разработка нового комбинированного продукта с новыми качествами решит проблему доступности для любого потребителя.

Обратимся к истории зарождения и развития батика. Наиболее известная своим неповторимым батиком страна - Индонезия, где искусство художественной росписи по ткани пустило корни еще в 12 веке. Вариаций традиционных изображений для батика здесь насчитывается около трех тысяч! Узоры наносятся воском – индонезийская технология относится к горячему батику. К этому виду искусства у местных жителей отношение особое – здесь до сих пор верят в его магические и целебные свойства. В начале 20-го века искусство батика стало особенно популярным среди некоторых племен Африки, в частности проживающих в Нигерии и Сенегале. Традиционный батик народности йоруба носит название адире – он до сих пор широко популярен среди нигерийцев. Огромной популярностью он пользовался в 60–70-е годы 20-го века среди представителей движения хиппи. Благодаря такому окрашиванию ткани на одежде молодых людей появлялись яркие психоделические разводы с эффектом сияния.

Виды техник росписи по ткани очень разнообразны. Перед тем как приступить к комбинированию техник, было решено рассмотреть различные виды техники росписи по ткани с изготовлением образцов по каждому виду.

ХОЛОДНЫЙ БАТИК. В холодном батике при росписи ткани используют специальное вещество, которое не пропускает краску. Этот способ называется резервирование. Сначала рисунок резервом, а те участки ткани, которые не были обработаны, закрашиваются краской, которая после высыхания закрепляется паром. Потом резерв удаляется, таким образом получается узорчатая ткань.

ГОРЯЧИЙ БАТИК. В горячем батике в качестве резерва обычно используют расплавленный воск. Как правило, он применяется на хлопчатобумажных тканях. В этой технике используют «чантинг» – оригинальный инструмент для нанесения узоров растопленным воском. Это маленький медный сосудик с одним или несколькими изогнутыми носиками и бамбуковой или деревянной ручкой.

СВОБОДНАЯ РОСПИСЬ. В свободной росписи особенно проявляется талант художника, здесь нельзя создать рисунок по готовому шаблону. Создается индивидуальная неповторимость произведения. Иногда перед тем как приступить к свободной росписи по сухой ткани, её предварительно вымачивают в крепком солевом растворе для того, чтобы краска не

растекалась. Можно ставить различные эксперименты, добавляя где-то резерв или солевой эффект, или используя спиртосодержащие вещества для увлажнения ткани. Роспись «по-сырому» тоже разновидность свободной росписи. В этих работах необычно красивый эффект плавного перетекания краски одной в другую, что создает иллюзию воздушности. Можно вести кистью с краской прямо по увлажненной поверхности полотна, самостоятельно формируя рисунок, не используя готовых шаблонов для батика. Делать все нужно быстро, иначе на подсыхающей ткани образуются некрасивые подтеки.

УЗЕЛКОВАЯ ТЕХНИКА. Узелковым батиком называется древний вид оформления ткани. Кстати, начинающим художникам можно порекомендовать начинать именно с этой техники батика. Смысл его прост – на ткани завязываются узлы (беспорядочно или с соблюдением некоего рисунка) при помощи нити. Некоторые батичисты любят формировать неожиданные рисунки при помощи подручного материала – пуговиц, камешков, круглых шариков. Главное, чтобы предмет не боялся высокой температуры, потому как завязанный при помощи ниток крепко-накрепко, он будет кипятиться в воде с красящим раствором. Особенно красиво смотрятся в технике узелкового батика футболки, платья, скатерти, салфетки.

ТЕХНИКА ШИБОРИ. Технику «шибори» часто называют узелковым батиком. Все же в этой технике есть несколько отличий. Ткань здесь складывается определенным образом, часто по готовому решению. Это древняя японская технология, перекликающаяся с любимой японцами техникой оригами. Несмотря на все эти техники батика, существует множество дополнительных эффектов, используя которые можно добавить работе выразительности и своеобразия, например, солевой эффект, «кракелюр», использование мочевины или необычный эффект от спирта.

АКРИЛОВЫЕ КРАСКИ. Также популярным видом окрашивания ткани является свободная роспись акриловыми красками для ткани. Эти краски, как правило, используют для плотных тканей, кожи, замши и текстиля темных и ярких цветов. Краска наносится кисточкой, аэрографом, валиком через трафарет или при помощи штампов.

РОСПИСЬ КОНТУРАМИ. Контурные – это цветные декоративные краски в тюбиках с тонким кончиком. Бывают они разные: с блестками, с перламутром, 3Д, с резервирующим эффектом и просто матовые цветные. Краска наносится на контур рисунка. Подходит как для тонких тканей, так и для плотных, кожи, замши, джинсы.

Для батика подходят многие ткани. Выбор зависит от назначения (для одежды или для украшения интерьера) и от техники батика (холодный или горячий, узелковый, свободная роспись). Очень важное правило – для батика нужно использовать натуральные ткани однородного состава, так как красители для батика, как правило, предназначены для определённой группы волокон. В смесовых тканях окрашиваются только натуральные волокна. Это влияет на цвет – рисунок получается блёклым.

Для горячего батика лучше использовать текстиль из растительных волокон или вискозы, так как горячий воск и последующая обработка могут

повредить структуру шёлковой ткани. Хлопок, лён, вискоза, шерсть – это подходящие материалы для работы с воском, а качество ткани выбираем в зависимости от назначения. Для холодного батика лучший выбор – натуральный шёлк или тонкая шерстяная ткань, типа кашемира, без синтетических примесей. Для декоративных панно очень хорош вискозный атлас. Тонкий шёлковый или вискозный атлас хорош и для вечерних платьев, незаменим он и для мужской одежды.

Батик широко применяется при дизайне интерьеров. У росписи по ткани нет ограничений ни в стиле, ни сюжете – можно нарисовать картину, орнамент, ограничиться цветовыми пятнами. Кстати, цвета также можно выбирать любые, под конкретный интерьер. С помощью батика можно расставить акценты в нужных местах, создать настроение всей комнаты. А интересные приемы и особенности техники батика позволяют добиться необычных результатов. Батиком украшают сарафаны, шейные платки, шарфики. Надевая платок, украшенный вручную, человек подчеркивает свою индивидуальность. Ведь батик – это не промышленное изделие, не очередная штамповка, это работа художника, его творчество. Батик – это всегда уникально, всегда хороший подарок, как для себя, так и для близких. Ведь именно с помощью таких вещей люди создают свой неповторимый образ и свой стиль.

Использование в интерьере предметов, декорированных батиком – дело довольно сложное, требующее аккуратности. В случае безупречного сочетания таких элементов с основной мыслью интерьера, помещение можно сделать уникальным, неповторимым, более богатым. Например, придать яркости комнате можно при помощи картины в технике «батик». Картины станут также интересным и запоминающимся подарком. Картины, выполненные с применением техники «батик», привнесут особую атмосферу в любое помещение вашей квартиры, любой офис и рабочий кабинет, так как ассортимент их настолько широк, что можно выбрать не только цветовую гамму, используемую ткань, контрасты, но и определенный мотив картины, ее тематику.

Началось в 30-е годы XX века, батик стал использоваться для декора женской одежды, в первую очередь перчаток и экстравагантных шляп, которые тогда вошли в моду. Сегодня же покупая комплект батик, каждый клиент может быть уверен в том, что становится обладателем эксклюзивной вещи, непременно модной и стильной, качественной и оригинальной. Кстати, дизайнерские расписанные вещи – это не только платья и костюмы. Встречаются, например, красиво разрисованные джинсы и толстовки, в продаже можно найти комбинезон батик, а совсем недавно появилась тенденция расписывать женскую верхнюю одежду: пуховики, пальто, куртки. Такой зимний батик всегда уютный, комфортный и по-летнему теплый, при создании каждого рисунка автор вкладывает в него частичку собственной души. Большой популярностью пользуются сегодня расписанные свадебные платья, а также выполненная в технике батик детская одежда.

Художественным натурам, тем, кто в поиске новых идей, новых способов изменить мир (или хотя бы интерьер), новых впечатлений от

цветовых импровизаций, - всем можно попробовать себя в росписи по ткани, проявив себя в качестве инноватора. Идея создания рисунка на ткани крайне увлекательна. Посудите сами – краски, наложенные на ткань, вызывают гораздо больше эмоций, восторга, чем оставленные на бумаге. Да и сделанная своими руками вещь вызывает приятные эмоции и согревает душу. Профессиональный дизайнер должен уметь предложить клиенту новый вариант декора, а возможно и свое «ноу-хау» со своим ярко выраженным почерком. Краски, наложенные на ткань в различных цветовых комбинациях, вызывают гораздо больше эмоций, восторга, чем привычная для глаза традиционная роспись. По принципу сочетания возможно применение следующих возможных вариантов, некоторые из которых я опробовала и так же поместила в свой альбом:

- роспись акриловыми красками в сочетании с плюстерными, дающими 3-D объем;
- техника свободной росписи в сочетании гипсовой и контурной росписью;
- горячий батик скомбинирован с точечной росписью;
- соединение всех вышеперечисленных традиционных техник с последующим декором вышивки и аппликации;
- сочетание узелкового батика с протравленными металлами;
- создание стереоскопического эффекта изображения в результате наложения нескольких расписанных слоев прозрачной ткани друг на друга по специально разработанным эскизам и другие комбинаторные варианты.

Новый взгляд на старые вещи всегда вызывает приятные положительные эмоции и позволяет создать новые ткани с новыми свойствами и качествами, доступными для применения в оформлении дизайна интерьера и одежды. Инновационный батик очень интересен и разнообразен своими неограниченными возможностями комбинирования. Сочетая различные приемы можно добиться эффектов графики, витража, мозаики и многих других.

Данная проектно-исследовательская работа, сделанная мной, прошла все этапы от освоения традиционных техник росписи, таких как холодный батик, трафаретная роспись, до инновационных разработок, готовых к применению в выставочных и конкурсных работах. В процессе знакомства с холодным батиком была создана модель одежды «Морская царевна» к кинофильму «Садко», посвященная 100-летию отечественного кино, и поучаствовала в Областном конкурсе «Арт-Профи-Форум»-2016 в г. Кемерово. Трафаретная техника росписи была применена для подушки в морском стиле к Неделе дизайна и рекламы -2015, проводимой ежегодно в КузТСиД. Результатом сделанной огромной работы явился авторский альбом «Каталог образцов тканей с применением различных техник росписи», включая инновационные комбинаторные. Данный каталог предназначен для практического применения при работе с клиентом в процессе поиска альтернативных вариантов росписи. Также его можно будет применять на уроках теоретического обучения, так как в перспективе планируется доработать его инструкционными картами по каждому виду росписи. В завершении авторская разработка планируется как наглядное

пособие для участия в Областном конкурсе «Арт-Профи-Форум»-2017 в г. Кемерово в номинации «Профессиональное мастерство». Панно для оформления витрины магазина «Домашнее рукоделие» разработано в соответствующей тематике с применением комбинированной техники горячего батика со свободной росписью и с последующим декором вышивки бисером, пайетками и золотой нитью, что соответствует замыслу заказчика. В перспективе планируется создание объемного панно со стереоскопическим эффектом при использовании трех слоев прозрачной ткани и воздушного зазора с применением инновационно-комбинаторных техник росписи, что позволит заявить автору о своем профессионализме и многогранности творческого потенциала.

Разработка и освоение инновационных техник позволят создавать оригинальные подарки для клиентов, а также друзей и родных, украшать швейные изделия и элементы интерьера, которые подчеркнут индивидуальность и неповторимость обладателя.

Возможности росписи по ткани, представленные данным проектным исследованием, инновационны и неповторимы, и все зависит лишь от профессионализма и мастерства дизайнера, который выполняет художественную роспись ткани. Новые технологии росписи по ткани дают неоспоримый шанс лидерства практикующему дизайнеру и возможность иметь разнообразную клиентуру.

Данный стиль декорирования ткани является поистине уникальным стилем, который берет от каждой традиции лучшие качества в соответствии с создаваемым образом. Поставленные цели достигнуты. Адаптация разработанных вариантов комбинирования позволит сделать роспись доступной для широкого круга потребителей. Представленный на ваш суд проект открывает новые возможности декоративно-прикладного текстильного оформления предметно-пространственной среды и дает понять важность инновационно-практических приемов для развития дизайнерского мышления. Новизна исследования и личный вклад автора данного проекта будет представлен в деловой программе НДР-2016 в деловой программе «Инновационные возможности в сфере дизайна» для студентов техникума.

Малашенко Александр, Тищенко Ангелина

Руководитель: Шерстнева И.Б., Шиманова Т.Л.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Психология рекламы

«Дыханье роз и шепот лилий вошли мне в душу», — писал средневековый поэт, восхищаясь цветущим монастырским садом. Собственно, из восхищения цветами и родилась много веков назад флористика — наука о составлении букетов, цветочных композиций, оформления цветами сообразно определенным правилам.

Наверняка все знают, что флорист – это человек, который прекрасно разбирается в цветах, мастерски создает букеты, грамотно декорирует цветами залы гипермаркетов, а также залы для торжественных событий. Еще лет 20 назад о такой профессии никто и не слыхивал, но сегодня без услуг флориста не обходится ни один праздник. А значит, эта профессия востребована.

Перспективы у профессии флориста самые радужные. Данная специальность находится в постоянном обновлении и развитии.

В нашем техникуме эта специальность достаточно молодая. В связи недостаточной популярностью профессии, мы ежегодно испытываем трудности в наборе абитуриентов – флористов, что является проблемой для профориентационной службы техникума. Абитуриенты, поступающие на специальность «Флористика», имеют очень низкую мотивацию к обучению, плохо представляя себе все преимущества и возможности будущей профессии. Кроме того, наш техникум не единственный в городе, обучающий студентов по этой специальности.

Исходя из вышесказанного, появилась необходимость в популяризации профессии флориста в молодежной среде посредством использования различных форм деятельности в рамках техникума, города, региона.

Как будущие специалисты по рекламе, мы привлекаем сверстников к обучению по специальности «Флористика» на популярных молодежных сайтах, на сайте КузТСиД и в журнале КузТСиД «Студенческое время».

Данный проект представляет очередную форму деятельности, способствующую решению проблемы популяризации профессии в молодежной среде, мотивации обучающихся студентов и набора абитуриентов на новую, перспективную специальность.

В соответствии с поставленной целью нами были разработаны задачи, необходимые для осуществления проекта. Каждая задача требует своего решения на его определенном этапе.

Новизной проекта мы считаем использование формы чемпионата в студенческой среде в масштабах города для формирования устойчивого интереса к профессии флориста.

Данный проект рассчитан на 1 год – с февраля 2016 – по март 2017 года. В настоящее время проект находится на стадии теоретической разработки. Проект имеет практическую значимость. По мере его реализации мы рассчитываем на получение следующих результатов.

Проект «Городского чемпионата по флористике – 2017» состоит из нескольких этапов, каждый из которых представим более подробно.

Первый этап – теоретический. Подготовка к практической части занимает почти 1 год. За это время нам необходимо решить поставленные задачи, многие из которых уже находятся на стадии завершения. Подробнее можно ознакомиться в предоставленном тексте проекта.

Мы – студенты отделения рекламы. И для того, чтобы приступить к реализации проекта, нам необходимо было ознакомиться с историей флористики и опытом проведения подобных чемпионатов и конкурсов.

Флорист должен владеть техникой составления композиций и художественным вкусом, быть экспериментатором и коммуникабельным человеком. Необходимо знать ответы на вопросы по уходу за различными видами цветов, иметь знания в области ботаники и агрономии. Родиной флористики считается Япония — страна, в которой цветы и умение составлять из них изысканные композиции (икебана) считаются неотъемлемой частью культуры.

Практический этап, т.е. сам чемпионат, планируется реализовать в 2 дня на территории нашего техникума (в актовом зале). Причем, чемпионат будет проведен в преддверии праздника – Международного женского дня. Изготовленные букеты и композиции будут вручены по окончании второго соревновательного дня членам жюри – преподавателям техникумов.

Итак, на чемпионат будут приглашены студенты - флористы нашего и Строительного техникумов. Членами жюри в составе 5 человек будут преподаватели техникумов. Соревнующиеся команды состоят их 4 –х человек каждая. Зрители и болельщики – студенты – флористы, а также приглашенные школьники, ученики 8 – 9 х классов.

Каждый день чемпионата включает организационную часть и конкурсные задания (индивидуальные или командные). Так, в первый день планируется проведение 2-х конкурсов под общей темой дня «Ах, эта свадьба!», это:

- 1) «Оформление прически флористическими элементами» на моделях театра моды КузТСиД;

- 2) «Изготовление фальш – букета для невесты».

Каждая команда заранее будет ознакомлена с положениями чемпионата, будет также предложено выполнение домашнего задания в виде заготовок для конкурсов, которые включают в себя природный и искусственный флористический материал. С экономическими расчетами конкурсных заданий можно ознакомиться в Приложении к проекту.

Во второй день чемпионата с общей темой «Подарки к празднику» командам будут предложены следующие конкурсные задания:

- 1) «Свифт – дизайн в восточном стиле (веер)»;

- 2) 2) «Изготовление праздничного букета».

Каждое задание имеет временные рамки и условия, описанные в «Положении о чемпионате по флористике – 2017».

По окончании каждого конкурсного дня жюри подводит итоги, а в конце второго дня участников и победителей ожидают награждения и памятные призы. Завершается чемпионат концертом, составленным силами КузТСиД.

По завершении чемпионата планируется перейти к аналитическому этапу проекта, где основной целью будет подведение итогов проведения мероприятия и выработка новых предложений и рекомендаций для дальнейшей популяризации современной и перспективной профессии флориста.

Инновации в мужских стрижках

Понятия красоты менялись на протяжении веков. Но одно всегда оставалось неизменным - стремление человека выделиться, раскрыть свою индивидуальность. Особое место в парикмахерском искусстве занимает мужская стрижка. Современные мужчины все больше заботятся о своей внешности. Их интересует не только стрижки, но и состояние волос, ногтей, кожи. Нередко в своем стремлении к красоте мужчины оказываются требовательнее дам. Возможно, поэтому, многие салоны развернули, сегодня борьбу за клиентов-мужчин.

Мы считаем, что данная тема является актуальной, поскольку инновации в мужских стрижках - это способ заявить миру о себе. Новые тенденции диктуют свои правила в моде. В современных стрижках цениться не только красота, но и подчеркивание индивидуальности. Современные мужские стрижки подойдут для разных типов лица.

Проблема: каковы особенности инноваций в мужских стрижках .

Цель данной работы: разработка и создание мужской стрижки с использованием инновационных технологий.

Объект: процесс создания мужской стрижки с использованием инновационных технологий.

Предмет: особенности мужской стрижки с использованием инновационных технологий.

Гипотеза: создание мужской стрижки с использованием инновационных технологий будет успешным, если реализуются следующие условия:

- изучение инновационных технологий в мужской стрижке 2016 года;
- разработка технологической карты.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- провести анализ литературных источников по теме;
- описать мужскую стрижку с использованием инновационных технологий;
- провести обоснование материалов, средств и инструментов для создания мужской стрижки с использованием инновационных технологий;
- составить технологическую карту по выполнению мужской стрижки с использованием инновационных технологий.

Методы нашего исследования:

- анализ специальной литературы по теме;
- синтез информации;
- обобщение;

- эксперимент.

Практическая значимость эксперимента состояла в том, что инновации в мужских стрижках с использованием необходимых инструментов востребована в этом сезоне.

Искусство стрижки всегда принадлежало моде и в то же время демонстрировало социальный статус человека, уровень его достатка. Повышенное требование к внешнему облику находилось в тесной связи с техническим прогрессом.

Сегодня мужчины все больше внимания обращают на то, как они выглядят, на собственную внешность, начиная от костюма и ботинок и заканчивая прической. Одним из первых этапов в формировании имиджа является мужская стрижка. Некогда парикмахеры придерживались консервативных взглядов на этот счет. Сегодня дела обстоят иначе. Стоит только открыть любой каталог стрижек, чтобы в этом убедиться. В глаза сразу бросается силуэтное разнообразие.

Инновации в мужских стрижках всегда зависят от моды текущего сезона. Актуальные мужские стрижки-2016 года в полной мере отражают заявленные брутальность и консерватизм, уходя корнями в прошлое.

Известную народную мудрость про то, что встречают по одежке, а провожают по уму, можно толковать по-разному. Лучше всего, чтобы наличие ума никак не противоречило выбору хорошей одежды.

Гармоничное сочетание разнообразных деталей мужской одежды, создающее определенный образ, называется стилем.

Стиль - это общность образной системы, средств художественной выразительности, творческих приёмов, обусловленных единством идейного содержания. Другими словами, стиль - это сам человек, его мировоззрение, его способность выразить свою индивидуальность. Быть стильным - модно всегда. Стильный человек - это тот, в котором всё сочетается гармонично: стрижка, одежда, манера поведения, образ жизни.

Одеваться в стиле кэжуал — значит, выглядеть современно, стильно и при этом чувствовать себя удобно и комфортно. Особенно неформально выглядят мужские образы в одежде стиля смарт кэжуал. Вещи в этом стиле настолько универсальны, что позволяют посещать совершенно разные места и мероприятия за день, не меняя гардероба. И при этом ни у кого не возникнет сомнений, что вы не выбирали специально образ для того или иного случая.

Все стрижки можно разделить на три направления - это стрижки на короткие волосы, стрижки на волосы средней длины и стрижки на длинные волосы.

В основе разрабатываемой современной стрижки лежит технология модельной стрижки, которая предполагает выбритые виски и нижнюю часть затылка с удлиненной челкой. Такая стрижка внешне напоминает шлем гладиатора.

Доказано, что хорошая модельная стрижка может улучшить качество жизни, так как это позволяет мужчинам чувствовать себя увереннее.

Желание украшать и модифицировать свои стрижки на сегодняшний день интересует не только представителей субкультур и богемы, но и обычных людей, которые желают эффектно выделиться и привлечь к себе внимание. Самый инновационный и актуальный тренд в оформлении мужских стрижек стало «hair tattoo», или художественный выстриг волос.

«Hair-tattoo» на сегодняшний день является самым модным, востребованным и актуальным трендом для многих молодых людей. Уже давно не только тинейджеры в восторге от стрижек с элементами «хайр-тату» – выстриженные машинкой контурные узоры могут легко украсить мужскую голову. Данным элементом стрижки не обязательно покрывать всю голову: с помощью нескольких изящных линий можно всего лишь придать индивидуальность стандартной классической стрижке. Рисунки обычно делаются на височно-боковой или на нижней затылочной зоне. Длина волос в зоне рисунка – около 6 мм. Узоры можно делать только с одной стороны, а можно с обеих и не обязательно симметрично. При желании можно усилить акценты с помощью окрашивания.

«Hair-tattoo» – это совершенно безопасно, стильно и, самое главное, временно.

Не менее инновационным, актуальным и востребованным среди мастеров парикмахерского искусства используется ножевой блок «All-in-One».

Ножевой блок All-in-One - универсальное решения для творчества, обладает уникальными возможностями, которые позволяют применять его при выполнении любых стрижек: Это первый в мире ножевой блок, позволяющий выполнять любой вид финишной обработки волос и стрижки на любой длине.

Нож позволяет выполнять филировку на волосах любой длины, слайсинг, текстурирование, значительно сокращая время работы мастера, придавая превосходный результат волосам в стрижке.

Правильно выбранная стрижка может творить чудеса и скрыть многие недостатки внешности или формы головы, подчеркнуть достоинства человека.

Особое внимание перед стрижкой нужно обратить на следующие факторы:

Качество и состояние волос у модели: пористость средняя, волосы эластичные.

Направление роста волос правильное.

Цвет волос темно русый.

Форма ушей, их размер и строение в норме.

Форма лба квадратная и высокий лоб ; форма головы нормальная.

Строение скуловых костей широкое.

Форма носа прямая.

Тип подбородка квадратный.

Форма и расположение глаз - глубоко посаженные, брови прямые густые.

Волосы прямой формы.

Каждая стрижка должна гармонировать с одеждой и стилем человека. А так же с требованием моды. Модель молодой парень, спортивного телосложения, среднего роста. Общий стиль casual style, желает эксперимента с внешним видом стрижки.

Стрижка - одно из главных украшений человека, при ее выборе необходимо учитывать кроме внешности и первоначальную длину волос по всей поверхности головы, цвет и структуру волос.

Для работы есть множество различных инструментов, принадлежностей и косметической продукции. Выбранные нами для работы инструменты и приспособления представлены на слайде.

Инновации в мужских стрижках, как часть высокой моды в парикмахерском искусстве стало страстью многих.

Фигурные узоры на головах современных людей просто переживают какой-то бум! Мужчины такие узоры уже освоили и украшают свои прически геометрическими линиями, изображением животных и прочими элементами декора. Это чисто мужское направление, доступное лишь немногим смелым молодым мужчинам. Не все, естественно, актуально в повседневной жизни, но нестандартное мышление всегда интересно. Ведь поиск новинок в мужских стрижках позволяют найти единственный и неповторимый образ. Нельзя подарить человеку свободу самовыражения, если не увести его от суеты к заоблачным высотам творчества.

В процессе работы над темой стояла непростая цель: разработка и создание стрижки современного направления и ряд задач, которые по мере работы были реализованы в полном объеме.

Скрябина Анастасия

Руководитель: Валишевская Е.И.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Антивирусные средства защиты

Данная исследовательская работа посвящена изучению проблемы установления лучших современных антивирусных средств. Актуальность выбранной темы заключается в необходимости подробного исследования антивирусных программ, наиболее подходящих большинству пользователей по простоте пользования, эффективности и цене. Это связано с тем, что в настоящее время появилось очень большое количество новых вирусов, с которыми могут бороться не все антивирусные программы.

С целью выявления лучших современных антивирусных средств, приведена теоретическая часть, так как необходимо уточнить определение, по тому, что представляет собой компьютерный вирус. Для этого представлена классификация всевозможных вирусов, а также признаки появления вирусов и меры, применяемые для защиты от них.

Также проанализированы и систематизированы различные антивирусные средства, для этого рассказывается о способах

противодействия компьютерным вирусам, в том числе информационная безопасность с точки зрения законодательства

По результатам обследования выявлены особенности и требования к антивирусным программам; а также приводится сравнительная характеристика современных антивирусных программ.

При проведении анализа антивирусных средств и сравнительной характеристике современных антивирусных программ, а также проведении анализа популярных антивирусных программ в КУЗТСИД им. Волкова В.А. было установлено, что все виды антивирусов перспективны и результат от них зависит от выбора целевой аудитории. Но по данным пяти наиболее авторитетных компаний на сегодняшний день самые перспективные антивирусные программы Антивирус Kaspersky, NOD 32. Проведенный анализ также подтвердил полезность Антивирус Kaspersky и NOD 32, а по данным опроса студентов и преподавателей вместе с этими антивирусниками предпочитают также Dr. Web.

В заключение данной работы хотелось бы отметить о том, что поставленная мною цель - выявление лучших современных антивирусных программ была достигнута.

Еще раз стоит отметить, что универсальной антивирусной программы не существует. Ни одна из них не может гарантировать нам 100% защиты от вирусов, и во многом выбор антивирусной программы зависит от самого пользователя.

*Бредер Екатерина, Журавлева Елизавета
Руководитель: Ильина М.В.*

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Особенности нарядных причесок в современной парикмахерской практике

Хорошая прическа — это очень важно. Она начинается со стрижки и требует постоянного ухода. Неважно, длинные или короткие волосы, практически в моде всегда и те и другие, лишь бы они были красиво уложены, сохранили естественный блеск и пышность. Вот только вычурные и замысловатые укладки идут далеко не каждой женщине, да и вообще уместны в редких случаях, в основном торжественных.

Прически женщин, изображенные на [палеолитических стоянках Мальта](#), выглядят просто роскошно. Их волосы то ниспадают на плечи, то уложены параллельными друг другу горизонтальными рядами. В других случаях они лежат зигзагообразными уступами. Волосы также заплетали в косы, перевязывая ремешками или шнурками. В качестве [украшений](#) для причёски применяли разного рода налобные [повязки](#) и [диадемы](#) (возможно, делали также [венки](#) из цветов и трав). Для закрепления [укладки](#) у всех первобытных [племён](#) волосы покрывали глиной, маслом или растительным [лаком](#).

Женские причёски во все времена были значительно длиннее мужских и более замысловатые. *Древнеегипетские аристократки*, как и их мужья, нередко брили голову и надевали парики. Самыми типичными причёсками на париках были две: первая — все волосы разделялись продольным пробором, плотно облекая лицо с обеих сторон, и ровно подстригались на концах; верх парика был плоским. Вторая причёска имела форму шара. Со временем получил распространение большой завитой парик, три пряди которого спускались на грудь и спину. Причёски делали и из собственных волос, свободно распуская их по спине и украшая концы кисточками или шариками из ароматических смол. Широко применялась завивка, которая делалась при помощи холодной укладки (*для этого пряди волос наматывали на деревянные палочки и обмазывали илом, а когда он высыхал, его стряхивали, а волосы расчёсывали*). Часто волосы завивали мелкими волнами — такая завивка получалась после расчёсывания мелких тонких косичек. В качестве украшений для волос использовались бусы, булавки, цветы.

После падения [Западной Римской империи](#) популярные у римлян короткие стрижки надолго вышли из моды. Мужчины обычно подрезали волосы на уровне плеч (или немного выше); отпускать волосы ниже плеч было [привилегией](#) знати. На лбу волосы перехватывали ремешком или металлическим обручем, который нередко украшали драгоценными камнями.

Распространяется причёска из завитых длинных и полудлинных волос, спускающихся отдельными локонами на плечи и спину. С 1624 года в моду входит пышный завитой парик. Во второй половине XVII века парикмахерское дело достигает большого расцвета. Парикмахеры делают всевозможные причёски: «грива», «пудель». Они представляли собой большое взбитое «облако» из локонов, окружавших лицо. Бриды париков были удлинёнными. Самой модной бородой этого времени считается «мушка» ~ маленький пучок волос под нижней губой. Эта мода была введена Людовиком XIII во Франции. Женские причёски стали более естественными. В моду входит причёска «Мария Манчини», которая укладывалась двумя полушариями. Делался прямой пробор и два змеевидных локона, ниспадающих на спину или плечи. Затем появляется новая причёска — «фонтанж». Она представляла собой нагромождение высоко надо лбом туго завитых локонов, расположенных горизонтальными рядами поэтажно. На лбу завивалось несколько локонов, а на грудь спускался один или несколько змеевидных локонов.

Носили причёску «кё»: подвитые волосы зачесывали на затылке в хвост чёрной лентой. Затем хвост стали убирать в мешочек из чёрного бархата. Такая причёска получила название «а-ля бурс». Затем появились причёски, в которых височные пряди завивались и укладывались по-разному. Затылок был гладкий. Снизу затылочные волосы обматывали кожаными ремешками в виде крысиного хвоста или заплетали косичку. Женские причёски были маленькие. Для украшения причёски применялись шпильки, нити жемчуга, банты с драгоценными подвесками, гребни из опала, оникса.

Одной из волнующих задач перед свадьбой является выбор причёски. Каждой невесте хочется, чтобы причёска была великолепной. Что же для

этого нужно сделать? Для красивой прически нужны красивые ухоженные волосы. К сожалению, не все женщины обладают такими шикарными волосами. Частое окрашивание, завивка или выпрямление волос делают волосы слабыми, тусклыми и безжизненными. Готовясь к свадьбе, уделите внимание вашим волосам. Для того, чтобы подобрать прическу, необходимо посоветоваться с парикмахером-стилистом, относительно того какая прическа подойдет для ваших волос, для вашей формы лица, учитывая направление роста волос, их жесткость (мягкость). Свадебная прическа делается на любые волосы: короткие, средние и длинные. При этом даже если ваши волосы не длинные, вы можете сделать шикарную прическу с длинными накладными волосами.

Непосредственно создание свадебной прически лучше доверить специалисту. От мастерства парикмахера-стилиста, от правильного подбора прически зависит конечный результат. Чтобы быть уверенной, что это та свадебная прическа, которую вы хотите, что она вам к лицу, удобна и изящна сделайте пробную прическу. Далее нужно определиться какие украшения для прически вы будете использовать. Сейчас существует большое разнообразие украшений для волос.

На мой взгляд, чем естественней прическа, тем приятней она смотрится в образе невесты. Думаю, что самое главное в выборе свадебной прически это найти такую, которая вам нравится, с которой вы почувствуете себя красавицей, и при этом она удобна и устойчива!

Вечерняя прическа всегда должна быть элегантной, пусть даже она выглядит не такой уж сложной. Главное, чтобы она подчеркивала стиль и соответствовала вкусу клиентки. Мечта женщины, доверяющей свои волосы опытному мастеру, – увидеть у себя на голове прическу, идеально подходящую событию, образу и характеру. Вечерние прически мастерски преобразуют и украшают облик прекрасной половины человечества. У вечерней прически свои особые требования. Она должна отличаться от повседневной строгим шиком и оригинальностью, т.к. любая капризная леди должна ощущать себя неповторимой и дать волю своей фантазии. Не смотря ни на что, прическа должна оставаться ухоженной и свежей на протяжении всего праздника, выдержать неожиданности непогоды и зажигательные ритмы танцев, не испортив настроение своей обладательнице. Палитра вечерних причесок настолько велика, что описать все прически просто невозможно. Если вам по душе эпатаж и для праздника нужен яркий образ, то можете экспериментировать с экстравагантными и оригинальными прическами. Если же вы предпочитаете классический стиль, то лучше выбрать

элегантную прическу. Сейчас в моде актуальны естественный завиток, свободно ниспадающие волнистые локоны, свободные объемные прически. Часто вечерние прически создаются с помощью накладных прядей. Даже к однотонным своим прекрасным волосам стали добавлять разноцветные пряди для создания эффектной неповторимой прически. Актуально смотрятся в прическах различные элементы: плетение, асимметрия. Необыкновенно празднично и стильно в прическе выглядят живые цветы, различные украшения из страз и

жемчуга. Вот некоторые виды причесок, которым прелестницы отдают предпочтение в нынешнем сезоне: «изящные завитки», «а-ля помпадур», «вывернутая французская коса», «изящный узел», «плетеные узелки», прически в греческом стиле и др.

В день своей свадьбы каждой девушке хочется ощущать себя самой неповторимой.

Невеста на собственной свадьбе должна выглядеть потрясающе, и свадебная причёска вместе с нарядом и аксессуарами призвана помочь ей в этом. Соответственно, свадебная причёска должна быть на порядок лучше вечерней.

Многие девушки предпочитают надевать на свадьбу [фату](#) и различные украшения. Поэтому при выборе свадебной причёски должно учитываться, подойдёт ли к ней этот атрибут невесты. Понятно, что при выборе вечерних причёсок такой вопрос вообще не ставится. В вечерних причёсках, как правило, они не используются.

В отличие от вечерних свадебная причёска должна быть очень надёжной, ведь ей нужно продержаться долгое время в неизменном виде. Нужно учесть и время года, в которое проводится свадьба, молодожёнам предстоит долгая прогулка. Организация свадьбы, как правило, к этому времени уже продумана, и невеста знает, сколько времени ей предстоит провести на улице. Прическа невесты должна выглядеть безупречно, независимо от погодных условий. Поэтому необходимо использовать профессиональные фиксаторы и шпильки. При этом невеста не должна испытывать неудобство.

Ну и ещё одно отличие свадебной причёски от вечерней. Свадебная причёска со своими нежными белыми и пастельными цветами в образе фаты и украшений призвана создавать романтический образ невесты. Вечерняя же причёска такой романтики лишена.

Исходя из данного исследования, можно сделать вывод, что свадебная причёска похожа на вечернюю. В отличие от вечерней, свадебная причёска предназначена для того, чтобы акцентировать внимание на внешних данных невесты и ее естественной красоте. Полная гармония образа достигается при помощи свадебного платья, аксессуаров и причёски на свадьбу. Обязательным элементом свадебной причёски невесты является фата. А дополнением к ней могут быть заколки, брошки, жемчуг, цветы, ободки, диадемы, обручи. Вечерняя причёска требует не меньше сил и внимания, чем та, которая делается к свадебной церемонии. По сути, они мало чем отличаются по сложности исполнения. Различия заключаются лишь в некоторых деталях, стилевых особенностях и аксессуарах. Кроме того, если свадьба бывает раз в жизни, то различного рода торжества случаются намного чаще, следовательно, потребность в вечерней причёске может возникать не один раз. Если для свадебной причёски страховочным критерием является репетиция, то для вечерней, репетиции, как правило, не делаются.

Основы системы маркетинговых коммуникаций и концепция их проведения на рынке электромобилей

Маркетинговые коммуникации - совокупность инструментов, обеспечивающих создание и поддержание постоянных связей между компанией и рынком для достижения целей компании.

Компании должны осуществлять коммуникацию со своими клиентами. При этом в содержании коммуникаций не должно быть ничего случайного, в противном случае, у компании уменьшится прибыль из-за больших расходов на осуществление коммуникации и из-за нанесенного ущерба имиджу компании.

Для действенной коммуникации компании нанимают специалистов по организации общественного мнения для формирования образа организации. Современная компания управляет сложной системой маркетинговых коммуникаций.

Актуальность моей курсовой работы заключается в том, что современный маркетинг требует гораздо большего, чем создать товар, удовлетворяющий потребности клиента, назначить на него подходящую цену и обеспечить его доступность для целевых потребителей.

Целью моей работы является: изучение основ системы маркетинговых коммуникаций и концепции их проведения на рынке электромобилей и, в частности, компании TeslaMotors.

Чтобы достичь цели, передо мной стоят следующие задачи:

1. Определить сущность и понятие маркетинговых коммуникаций;
2. Охарактеризовать основные элементы системы маркетинговых коммуникаций;
3. Проанализировать сложившуюся систему маркетинговых коммуникаций на рынке электромобилей.
4. Изучить стратегическое перепланирование компании «TeslaMotors»

Объект исследования - концепция проведения маркетинговых коммуникаций.

Предмет исследования –проведение маркетинговых коммуникаций на рынке электромобилей.

Методы исследования - анализ литературных источников и интернет ресурсов.

В последние годы одновременно с возрастанием роли маркетинга повысилась роль маркетинговых коммуникаций. Недостаточно иметь хорошие продукты и услуги – для увеличения объемов их продаж и получения прибыли нужно донести до сознания потребителей выгоды от использования продуктов и услуг. Маркетинговые коммуникации позволяют осуществить передачу сообщений потребителям с целью сделать продукты и услуги компаний привлекательными для целевой аудитории.

Предприятия постоянно продвигают свою деятельность, пытаясь реализовать несколько целей:

- проинформировать перспективных потребителей о своем продукте, услугах, условиях продаж;
- убедить покупателя отдать предпочтение именно этим товарам и маркам;
- сделать покупки в определенных магазинах, посетить именно эти увеселительные мероприятия и т.д.;
- заставить покупателя действовать, т. е. купить то, что рынок предлагает в данный момент, а не откладывать покупку на будущее.

Эти цели достигаются с помощью рекламы, продавцов, названий магазинов, оформления витрин, упаковки, рассылки литературы, раздачи бесплатных образцов, купонов, пресс-релизов и других коммуникационных и продвиженческих видов деятельности. Совокупность вышеупомянутых способов достижения целей называется управлением продвижением или маркетинговыми коммуникациями. Маркетинговые коммуникации могут быть или целенаправленными, как в случае рекламы и персональных продаж, или нецеленаправленными (хотя и оказывающими определенное воздействие), к которым относятся внешний вид продукта, упаковка или цена.

С целью более детального теоретического описания сути маркетинговых коммуникаций рассмотрим теоретическую модель маркетинговых коммуникаций, присутствующих практически во всех теоретических работах по данной тематике, и которая включает в себя следующие основные элементы и факторы эффективной коммуникации, а также теоретически описывает основные этапы работы над созданием действенной системы маркетинговых коммуникаций, такие как:

1. Выявление целевой аудитории;
2. Определение степени покупательской готовности аудитории;
3. Определение желаемой ответной реакции целевой аудитории;
4. Составление обращения к целевой аудитории;
5. Формирование комплекса маркетинговых коммуникаций фирмы;
6. Разработка бюджета комплекса маркетинговых коммуникаций;
7. Претворение в жизнь комплекса маркетинговых коммуникаций;
8. Сбор информации, поступающей по каналам обратной связи;
9. Корректировка комплекса маркетинговых коммуникаций.

Если предприятию за определенное время удалось перевести свою целевую аудиторию в желаемое состояние покупательской готовности, то коммуникатор должен вновь начинать деятельность по созданию комплекса маркетинговых коммуникаций с пункта «определения степени покупательской готовности аудитории» данной модели маркетинговой коммуникации; а в случае выявления еще одной или ряда целевых аудиторий – с пункта «выявление целевой аудитории».

С точки зрения основоположников теории маркетинговых коммуникаций, основой формирования эффективного комплекса маркетинговых коммуникаций является сегментирование, которое позволяет

получить необходимую информацию социально-экономических и психологических характеристиках целевых аудиторий фирмы. На структуру комплекса маркетинговых коммуникаций также влияют:

- тип товара (товары широкого потребления или товары промышленного назначения);
- этап жизненного цикла товара;
- степень покупательской готовности потенциального клиента;
- стратегия продвижения (стратегия проталкивания или привлечения);
- особенности комплекса маркетинговых коммуникаций конкурентов;
- финансовые возможности фирмы.

В настоящее время исчерпывающей общепринятой классификации видов и форм коммуникации пока не существует, тем не менее принято считать, что реклама, личные продажи, пропаганда, Паблик Рилейшнз, стимулирование сбыта в совокупности образуют «коммуникационный комплекс» маркетинга («комплекс продвижения»).

Электромобиль – это многообещающая технология. Поэтому вполне естественно, что все большее количество электромобилей появляется на дорогах США, Азии, Европы. Несомненно, что массовое производство и внедрение электромобилей на рынок повлечет за собой существенные изменения. И не удивительно, ведь будущий недостаток ископаемого топлива уже является общепризнанным фактом. Учитывая сложную экологическую ситуацию, правительства некоторых стран на уровне нормативных документов вводят более строгие требования относительно экологичности и энергоэффективности транспортных средств. Что же касается самих потребителей, то к переходу на альтернативные автотехнологии их подстегивает желание сэкономить на расходуемом топливе, заменив его более дешевой электроэнергией. Тем не менее, несмотря на значительные государственные инвестиции в эту отрасль и попытки производителей сделать современный электромобиль более доступным, данный рынок является еще совсем новым и занимает всего лишь 0,1% от всего рынка легковых автомобилей. На сегодняшний день в гонке за лидерство в этой отрасли первое место занимает Западная Европа. Так почему же именно электромобиль представляет собой интерес для потребителей и что многих останавливает перед его покупкой?

Как утверждают эксперты, рынок электромобилей Западной Европы является очень перспективным. Однако вопреки оптимистическим прогнозам, сделанным в 2011 году, предполагаемые объемы продаж мало вероятно достигнут намеченной планки. Так, в Западной Европе за 2011 год было продано около 8000 электромобилей. А за первое полугодие 2012 объемы продаж увеличились всего на 6% вместо предполагаемых 50%.

Такой тренд объясняется неоднозначностью достоинств электромобиля и малой осведомленностью потенциальных покупателей о значительных преимуществах многих технологий. С одной стороны он отличается исключительными техническими характеристиками, что дает ему фору по сравнению с автомобилем, оснащенным двигателем внутреннего сгорания. Эта разница стала еще более существенной после введения Европейскими

государствами стандартов Euro5 и Euro6, которые накладывают ограничения на допустимый уровень выбросов автомобилей CO₂ в атмосферу

Сегодня владельцы автомобилей берут во внимание не только их первоначальную стоимость, но и стоимость их обслуживания. По этому параметру электромобиль действительно является средством передвижения, которое может значительно сократить текущие расходы владельца. Согласно опросам, около 80% владельцев электромобилей считают, что данный вид транспорта приносит им экономию. Так же к покупке электромобиля многих подталкивает интерес к новым технологиям и автомобилям в частности. Экологическая же сторона вопроса является лишь бонусом, а не мотивирующим аспектом при приобретении машины.

Уже сегодня некоторые модели электромобилей, такие как Tesla model S впечатляют своими возможностями. По прогнозу американской исследовательской компании Frost&Sullivan к 2020 году производитель электромобилей сделает значительный прорыв в новых автотехнологиях. Безусловно, это будет новым толчком для роста спроса на электромобили, что дает надежду на расширение этого рынка.

Стоит заметить, что пользуясь электромобилем, у владельца появляется значительно больше привилегий. Государства стремятся вывести как можно больше экологически чистых электромобилей на дороги, предлагая взамен освобождение от определенного перечня налогов, бесплатные парковочные места, бесплатную зарядку транспортного средства, возможность ездить по линии общественного транспорта, что сводит вероятность попадания в пробки к минимуму, и, конечно же, выгодные беспроцентные кредиты на приобретение электромобиля.

С другой стороны, у электромобиля существует и несколько слабых сторон. Во-первых, это начальная стоимость электромобиля. Ценовой сегмент электромобилей варьируется от 40 000 до 100 000 €. Цена зависит от габаритов, технических характеристик и производителя. Для многих потенциальных потребителей это довольно высокая цена за средство передвижения на относительно небольшие расстояния. Во-вторых, необходимость замены батареи каждые 5-10 лет (в зависимости от типа батареи и её использования) настораживает потенциальных потребителей, ведь ее замена обходится примерно в 15 000 €. При установке в электромобиль литий-ионной батареи ее продолжительность работы несомненно увеличивается, однако даже эта модель требует серьезных доработок. Технические характеристики батареи, как и вопросы по ее переработке, остаются открытыми. Хотя многие эксперты выражают оптимистические взгляды на темпы улучшения качества батареи, этот процесс, несомненно, займет длительное время. Еще один камень преткновения – это степень развития инфраструктуры. Даже в крупных городах Европы станции зарядки электромобиля являются не столь распространенными. Проблемой становятся и наличие мест технического обслуживания электромобиля. Поэтому многие пользователи электромобилей приписывают такие недостатки (рациональные и эмоциональные) к дополнительным затратам.

Потребителями электромобилей в странах Западной Европы выступают частные лица и компании государственного и частного секторов. По итогам исследования, которое было проведено для выявления целевой аудитории среди частных лиц, можно выделить следующие характеристики. Пользователями электромобилей в основном являются жители Франции и Англии в возрасте 26-35 лет и 50+ преимущественно мужчины с высоким уровнем доходов. Для 91% пользователей электромобиль является вторым или третьим транспортным средством. Предположительно, эта цифра в ближайшие 2 года снизится до 47%, а затем до 33%. Эта целевая аудитория мотивирована желанием сэкономить на расходах на топливо и налоги. Сейчас в странах Западной Европы появляется тенденция дезурбанизации крупных городов. Большинство семей живут в частных домах, что упрощает процесс зарядки электромобиля. Большинство офисов, гипермаркетов и площадей элитного жилья находится в центре города (первой зоне). В это же время семьи с низким уровнем доходов имеют тенденцию переезжать в зоны 2 и 3 отдаленности. Поэтому появляется необходимость в экономичных машинах как средствах передвижения от периферии к центру города. Что же касается самой модели электромобиля, то данная целевая аудитория предпочитает автомобиль, имеющий кузов «универсал» и систему полного привода.

Компании, представляющие частный и государственный сектор так же заинтересованы в приобретении электромобилей. Это объясняется тем, что 2/3 стоимости потребления автомобилей в коммунальных службах, общественном секторе и службах доставки занимают затраты на топливо. По итогам исследования было отмечено, что коммунальный и государственный сектора обладают наибольшим потенциалом для развития.

На сегодняшний день перед производителями, государством и инвесторами стоят такие задачи:

- Разработка и усовершенствование батарей для электромобилей, которые смогут вывести это транспортное средство на новый уровень технологических и пользовательских возможностей;
- Снижение стоимости электромобиля для повышения его конкурентоспособности с ДВС автомобилями;
- Развитие инфраструктуры;
- Увеличение количества естественных источников электроэнергии для улучшения экологической ситуации;
- Тщательная работа с потенциальными потребителями;
- Тесная кооперация всех субъектов рынка;

При условии выполнения поставленных задач, можно будет говорить о возможности электромобилей в будущем занять значительную долю рынка транспортных средств.

Российский рынок электромобилей еще только начинает формироваться. Из-за высокой цены на электрокары, большой продолжительности их заправки, маленького пробега без подзарядки, а также отсутствия развитой зарядной инфраструктуры потребители проявляют к ним достаточно слабый интерес. Начавшееся в России строительство сети

электрозаправочных станций должно устранить один из факторов, сдерживающих развитие рынка электромобилей.

Во всем мире рынок электромобилей растет стремительными темпами, но Россия пока остается в стороне. В США к 2015 году численность электротранспортных средства на дорогах планируется увеличить до 1 млн., в Германии достичь такого уровня электромобилей планируют к 2020 году. В Китае правительство инвестирует в экспериментальные проекты по электромобилям 2 млрд. евро. России пока еще далеко до западных стран, да и государственных программ поддержки развития электротранспорта нет.

Эксперты полагают, что создание сети электрозаправочных станций в России может стать толчком к развитию рынка электромобилей. По некоторым прогнозам к 2017 году электротранспорт составит около 10% российского рынка, при этом 20% придется на общественный и легкий коммерческий транспорт. Предположительно, потребность российской зарядной инфраструктуры составит не менее 500 тысяч электрозаправочных станций разных типов, в том числе и комплексов экспресс-зарядки.

Но стоит отметить, что мнения экспертов относительно того, как будет развиваться российский рынок электромобилей, расходятся. Многие полагают, что на данном этапе электротранспорт интересен российскому потребителю исключительно как экзотика. Аспект экологичности электрокаров пока еще мало волнует россиян. А отсутствие развитой инфраструктуры электрозаправочных станций, хотя и является существенным препятствием для развития рынка электромобилей, далеко не единственный сдерживающий фактор. Существует еще ряд моментов, тормозящих продвижение электромобилей на российском рынке:

- Высокая стоимость автомобилей не окупится даже за счет дешевой заправки.
- Заправки электромобиля хватает только на 160-200 километров, и это при условии отсутствия дополнительных нагрузок и резких скачков скорости.
- Процесс заправки в лучшем случае длится 20-30 минут (экспресс-заправка), а при зарядке от домашней электросети – до 8-10 часов.

При максимальной скорости электрокара 130 километров в час получается, что через каждые полтора часа автомобилю требуется зарядка аккумулятора, а это не менее 20-30 минут. Назвать такое путешествие комфортным довольно сложно. Поэтому эксперты полагают, что с учетом всех минусов российский рынок электромобилей на данный момент имеет мало перспектив для развития.

Учитывая площадь РФ и расстояния между городами, развитие рынка электромобилей пока что возможно только в некоторых крупных городах. Для того чтобы электрокары могли в полной степени конкурировать с традиционными видами транспорта, необходимо решить ряд важных проблем. И на начальных этапах развития для рынка электромобилей очень важна государственная поддержка. Только предоставлением субсидий и льгот можно заинтересовать потенциальных потребителей и подтолкнуть их к покупке экологичных автомобилей.

Формирование представлений студентов по профессии «Техник по защите информации»

В современном мире все больше актуальны проблемы защиты конфиденциальной информации. В связи с этим в перечне перспективных компьютерных специальностей специальность техник по защите информации является одной из самых востребованных.

Противоречие между потребностью различных жизненных сфер в высококвалифицированном специалисте по защите информации и недостаточным уровнем сложившихся представлений студентов о данной профессии, обуславливающим недостаточно качественную реализацию профессиональной деятельности в дальнейшем.

Цель исследования: Выявить и экспериментально обосновать особенности формирования представлений студентов Кузнецкого техникума сервиса и дизайна им. Волкова В.А. о профессии «техник по защите информации».

Задачи исследования:

1. Выявить теоретическую сущность формирования представлений студентов о профессии «техник по защите информации»
2. Определить сферы применения и функциональные обязанности техника по защите информации.
3. Разработать профессиональный портрет техника по защите информации
4. Выявить и экспериментально обосновать особенности формирования представлений студентов о профессии «техник по защите информации»

Функции техника по защите информации:

- выполнение работ по администрированию подсистем безопасности автоматизированных систем
- ведение технической документации, связанной с эксплуатацией средств технической защиты и контроля информации в автоматизированных системах
- решение частных технических задач, возникающих при проведении всех видов плановых и внеплановых контрольных проверок, при аттестации объектов, помещений, программ, алгоритмов.

Область профессиональной деятельности специалиста по защите информации включает:

- объекты информатизации (компьютерные, автоматизированные, телекоммуникационные, информационные и информационно-аналитические системы);
- информационные ресурсы;

- информационные технологии в условиях существования угроз в информационной сфере.
Профессиональный портрет:
- Личностные качества (аккуратность, внимательность, целеустремленность, умение самостоятельно принимать решения, ответственность, терпеливость, настойчивость, склонность к интеллектуальным видам деятельности, независимость);
- профессионально важные качества (гибкость и динамичность мышления; аналитические способности; хорошая память; высокий уровень концентрации внимания; способность грамотно выражать свои мысли; математические способности; высокий уровень развития технических способностей);
- компетенции (освоение информационных технологий, целостная система знаний информатики, познание себя как активного субъекта информационного общества, умение реализовывать творческие проекты в области программирования системной информатизации).

В анкетировании приняли участие 75 студентов КузТСиД разных курсов и специальностей

- Всего студентов третьего курса—11 человек
- Всего студентов второго курса— 3 человек
- Всего студентов первого курса—51 человек

Особенностью формирования представлений студентов о профессии техника по защите информации является их зависимость от выбранной специальности: будущие техники по защите информации имеют более сформированные представления о своей профессии, чем представители иных специальностей, что является вполне закономерным.

Швед Алина

Руководитель: Поликарпова О.Д.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Укладка волос как способ акцентирования окраски

Окрашивание волос – это изменение цвета локонов, посредством нанесения на них красящего пигмента, который может быть, как натуральным по происхождению, так и синтетическим.

Инновационный тренд и новинка в парикмахерском искусстве - *омбре*. Окрашивание в этом стиле впервые появилось в Америке. Идея родилась чисто случайно. Поскольку многие актрисы были вынуждены часто менять цвет волос для различных съемок, то стилисты стали задумываться над неким универсальным образом. Так, окрашивание прядей волос в разные цвета помогало скрыть многие недостатки, а чрезмерно отросшие корни окрашенных волос натолкнули на мысль об игре с цветом. Новая техника вдохновила стилистов на поиски контрастов и создание интересных образов. Многие звезды эстрады и кино пользуются сегодня этой модной техникой

окрашивания волос.

Технология выполнения окрашивания волос в технике "Омбре"
Для проведения процесса окрашивания необходимо:

- краситель I или II группы, окислительная эмульсия;
- кисть для нанесения красящего состава;
- миска;
- фольга;
- защитные перчатки;
- фартук;
- пеньюар;
- одноразовое парикмахерское белье;
- 2 полотенца;
- 2 салфетки.

Краска смешивается с окислителем в необходимых пропорциях в миске кисточкой.

Готовый красящий состав набирается на узкую кисть и вертикальными движениями наносится на пряди волос. Нанесение начинается на заранее выбранном уровне длины и плавным переходом спускается до самых кончиков. Выдержите краску на волосах (обычно процесс занимает 30 минут) и смойте тёплой водой с шампунем. Высушите волосы феном и снова нанесите краску на пряди, но в этот раз граница нанесения красящего состава должна располагаться чуть выше, чем в первый раз (на 3-4 см). В исходном месте нанесения краску лучше всего «растушевать» вверх по направлению к корням волос, это необходимо для исключения эффекта резкого перехода. Во второй раз будет достаточно 10-ти минутной экспозиции краски на волосах, после чего следует стандартный процесс их мытья и сушки. И наконец третий – завершающий этап: нанесите остатки краски на самые кончики локонов (для их максимального осветления или придания насыщенного цвета), выдержите 5 минут и смойте водой с шампунем. В виде завершающего этапа не будет лишним использование бальзамов-ополаскивателей или специальных масок для окрашенных волос.

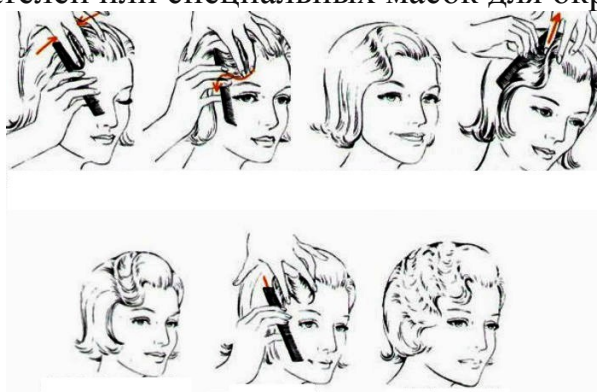


Рис. 1 Технология выполнения холодной укладки пальцевым методом волной

Начальную или первую волну пряди нельзя вырабатывать горячими щипцами и, самое главное, нужно стараться придать ей натуральную волнистость.

Главная волна. За начальной волной следует не менее важная главная волна, которая должна иметь мягкую волнистость и соответствовать лицу клиента. Что касается последующих волн, то нужно соблюдать не только аккуратность их выработки, но и их равномерность для того, чтобы они плавно совпадали одна с другой.

Помимо правильного применения щипцов, при образовании новой волны рекомендуется захват малой части предыдущей уже готовой волны, по изгибу которой вырабатывается новая.

Завивка волн на темени, прическа подковообразной формы. Установив расположение основных волн по обеим сторонам пробора, вырабатываются волны этих двух партий. Затем слабо нагретыми щипцами слегка отмечают контуры исхода основной волны вокруг темени и лишь после этого можно приступать к выработке самой волны. Эта незначительная подготовительная работа особенно рекомендуется парикмахерам, повседневно не занятым завивкой, тогда как опытные знатоки этого процесса вырабатывают волны уже по навыку.

Укладка волос при помощи бигуди.

Для укладки волос на бигуди волосы должны быть правильно подстрижены, чтобы не было концов разной длины.

При помощи бигуди укладывают волосы мягкие и средней жесткости. Жесткие волосы укладывать с использованием бигуди не рекомендуется так как завивка получается излишне вьющейся. В крайнем случае, для завивки жестких волос можно использовать бигуди диаметром не менее 20 мм. При помощи крупных бигуди делают частичную завивку на затылке или с боков головы для создания очень легкой волны либо 1-2-х волн спереди. Для этого, в зависимости от длины волос, применяются бигуди диаметром 10-20мм.

Волосы следует накручивать на бигуди в том направлении, в каком должна лежать волна. Например, если волна параллельна пробору, бигуди также кладут параллельно ему, если волна наклонена по отношению к пробору бигуди также кладут наклонно. При расчесывании волос с волнами назад бигуди ставят параллельно лбу (рис.1).

Укладка волос при помощи фена имеет неоспоримое преимущество, поскольку не отнимает у клиента и мастера много времени, при этом волны получаются более пышными и близкими к естественным. С применением фена выполняют следующие работы: все виды завивки, прически, оттяжку заломленных волос на голове и бороде, установку волос на темени при стрижках.

Наконечник направляет струю воздуха узким плоским потоком, и тем самым не треплет волосы, а придает им желаемое направление, одновременно подсушивая их и создавая форму волны. Температура воздушной струи регулируется приближением или отдалением фена.

Эта укладка выполняется только на сухие и чистые волосы. Если на волосы прежде был нанесен лак или какой-либо другой фиксатор, то это

повредит структуру волос. Волосы могут потерять свой блеск, будут сухими ломкими.

Отделить расческой прядь. Захватить ее у корней волос щипцами. Поместить прядь между валиком щипцов и зажимом, прогреть, подвинуть щипцы по всей длине пряди и накрутить волосы на валик щипцов.

Время выдержки – 20-30сек. Затем щипцы осторожно вытащить из локона. Во избежание ожога кожи головы необходимо не приближать электрощипцы близко к коже. Направление накручивания выбираем с помощью электрощипцов.

Шумилова Екатерина

Руководитель: Сугоровский А.В.

*Петербургский государственный университет путей сообщения императора
Александра I*

Проект промежуточной станции

Промежуточные станции служат для скрещения и обгона поездов, посадки и высадки пассажиров, погрузки и выгрузки грузов и багажа, маневровых операций по отцепке вагонов от сборных поездов и прицепки к ним, обслуживания подъездных путей (при их наличии) и др.

Расстояния между промежуточными станциями на существующих линиях обычно составляет 10 – 20 км.

Для выполнения технических, пассажирских, грузовых и коммерческих операций на промежуточных станциях предусматриваются соответствующие устройства.

Для выполнения технических операций имеются главные, приемоотправочные, вытяжные пути, в необходимых случаях примыкания подъездных путей, предохранительные и улавливающие тупики, помещение для дежурного по станции, стрелочные посты, входные и выходные сигналы, средства связи с соседними станциями и поездным диспетчером. Для выполнения пассажирских операций на станции предусматриваются пассажирское здание, пассажирские платформы, переходные устройства в виде пешеходных мостов или тоннелей, багажный склад, устройства водоснабжения. Для выполнения грузовых операций имеются крытые склады общего пользования, крытые и открытые платформы, контейнерные и навалочные площадки, погрузочно-разгрузочные пути и грузовые механизмы и устройства. Все это обычно располагается на грузовом дворе, имеющим удобную связь с автодорогами. Кроме приведенных устройств, на промежуточной станции предусматриваются освещение, служебно-технические здания, торговые помещения и привокзальная площадь. В полосе отвода со стороны пассажирского здания сооружаются, как правило, отдельные дома или целые поселки для работников станции и других служб.

Число главных путей принимаю в соответствии с заданием, равным одному.

Для определения числа приемоотправочных путей на станции заданные размеры движения пересчитываем по формуле (1) в пары поездов параллельного графика:

(1)

$$N = N_{zp} + \varepsilon_1 \cdot N_{nacc} + \varepsilon_2 \cdot N_{сб},$$

где N_{zp} , N_{nacc} , $N_{сб}$ - число пар соответственно грузовых, пассажирских и сборных поездов, $N_{zp}=18$, $N_{nacc}=8$, $N_{сб}=1$;

ε_1 , ε_2 - коэффициенты съема, показывающие, сколько грузовых поездов снимается с графика соответственно одним пассажирским и одним сборным поездом, $\varepsilon_1=1,5$, $\varepsilon_2=2$.

пар поездов.

$$N = (18 - 1) + 1,5 \cdot 8 + 2 \cdot 1 = 32$$

На основе табл. 1 число приемо-отправочных путей принимаю равным 2.

Для выбора принципиальной схемы станции предварительно определяем имеющуюся длину станционной площадки, по формуле:

(2)

$$L_{ст} = \sum L_y - \frac{R_{верт}}{2 \cdot 1000} (\Delta i_1 + \Delta i_2),$$

где $\sum L_y$ - расстояние между уклоноуказателями, ограничивающими элементы продольного профиля с уклонами не круче нормативных - до 2,5‰ (2800м);

$R_{верт}$ - радиус вертикальной сопрягающей кривой, для линий III категории $R_{верт}=10000$ м;

Δi_1 , Δi_2 - алгебраические разности сопрягаемых с площадкой уклонов.

$$L_{ст} = 2800 - \frac{10000}{2 \cdot 1000} \cdot (|3 - 1| + |1 - 3|) = 2777,5 \text{ м}$$

В соответствии с полученной длиной станционной площадки и заданной нормой полезной длины приемоотправочных путей 850 метров принимается схема промежуточной станции на однопутной линии с продольным расположением путей.

Пассажирское здание располагается со стороны населенного пункта, а грузовые устройства - на стороне, противоположной пассажирскому зданию, во избежание маневров со сборными поездами у пассажирских платформ. Для посадки и высадки пассажиров предусматривается две пассажирских платформы длиной 360 метров, одна промежуточная шириной 4 метра и основная шириной 6 метров.

Расстояние между осями путей I-2 и Ia-3 принято 5,30 м, I-4 принято 7,49 (~7,50) м, между осями путей 4-5 принимается равным 11,8 м, между 5-6 - 4,80м (см. рис. 1).

Расстояние между осями главного пути и вытяжного пути 7, а также предохранительного тупика 8 во избежание искривления путей принимаем 7,50 метров.

Марки крестовин стрелочных переводов, укладываемых на главных путях, а также на других путях, связанных с главным путем съездами, принимается 1/11, а остальных переводов – 1/9. Радиусы закрестовинных кривых принимаем равными 300 м при укладке переводов марки 1/11 Р65 на главных путях, а для марки 1/9 – 200 м на приемоотправочных и прочих путях.

В соответствии с принятыми типами рельсов, марками крестовин стрелочных переводов и междупутными расстояниями определяем необходимые расстояния между центрами смежных стрелочных переводов, длины съездов и конечных соединений, а также расстояния от центров стрелочных переводов до предельных столбиков и выходных сигналов.

Так как участок обслуживается тепловозной тягой, расстояния от входных светофоров станции до первых входных стрелок №1 и №2 принимается равным 50 м.

Переход от одной горловины станции к другой осуществляется через полезную длину самого короткого приемоотправочного пути №3, которая должна быть равна заданной норме полезной длины – 850 м.

План станции вычерчиваем в масштабе 1:2000. Вначале намечаем на чертеже оси путей. Ось пути I наносим на расстоянии 7-8 см от верхнего края чертежа. На оси пути I на расстоянии 30 см (с учетом длины вытяжного пути 425 м) от левого края чертежа намечаем положение центра стрелочного перевода (ЦСП) №2, а затем, откладывая в масштабе расстояния между ЦСП, устанавливаем положение остальных стрелочных переводов четной горловины. После этого по горизонтальным проекциям находим положение вершин углов поворота ВУ-3 и ВУ-4. Наносим в этой горловине положение предельных столбиков (ПС), выходных светофоров Н-1, Н-3 и входного светофора Ч.

Пассажи́рские платформы откладываем длиной 360 метров.

При расчете координат элементов станции в качестве осей координат принимаем ось пассажирского здания и главный путь I.

Ведомости путей, стрелочных переводов, зданий и сооружений размещаем на свободном поле масштабного плана станции.

Объем земляных работ определяется на основании плана станции, продольного и поперечного профиля. Объем балластировочных работ может быть определен по нормам на 1 км.

Протяженность укладываемых главных путей принимается по границам подсчета объема работ, а станционных — на основании ведомости путей. При этом для получения строительной длины путей, включаемой в ведомости основных строительных затрат, необходимо из полной длины путей вычесть длину стрелочных переводов.

Количество и марки стрелочных переводов принимаются по ведомости стрелочных переводов.

Итоговая стоимость основных строительных затрат на сооружение промежуточной станции с учетом коэффициента перевода базовых цен 2000 года к текущему, который к 2015 году составляет $K=6,5$ равна **681484,31** тысяч рублей.

Вотякова Анна

Руководитель: Бишлер Н.М.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

ВТЛ – мероприятия как инструмент продвижения торговой марки

В современной российской экономике значимость проблем формирования и управления торговыми марками во многом определяется развитием конкуренции на потребительском рынке. Зарубежные производители создают устойчивые конкурентные преимущества своих торговых марок в сознании отечественных потребителей. По существу, на современном рынке идет борьба торговых марок и их рекламных образов. Результатом является присутствие в поведении индивидуальных потребителей эмоциональных мотивов. Вследствие этого факторы успеха потребительских товаров и услуг базируются на субъективно воспринимаемых потребителями преимуществах. Эти преимущества заключаются в уникальности торговых марок, способности покупателей идентифицировать марки при совершении покупок. Это происходит только при хорошо спланированном мероприятии по продвижению торговой марки.

Все инструменты продвижения торговых марок в англоязычной литературе разделяются на две группы: ATL и BTL.

ATL обозначает традиционные неличные коммуникации (рекламу) через привычные рекламные носители: средства массовой информации (СМИ), листовки, наружная реклама, вывески и т.п.

BTL – обозначает нетрадиционные личные стимулирующие акции, воздействующие на потребителей опосредованно (непрямо) либо в момент принятия решения о покупке, чаще всего носят краткосрочный характер. BTL это непрямая реклама, которая является инструментом продвижения PR проектов. BTL реклама осуществляет более четкое сегментирование потребителей, поэтому и составляет конкуренцию рекламе ATL. Возникает вопрос, преобладает ли эффективность BTL-мероприятий над ATL-мероприятиями?

Для того чтобы выяснить какие инструменты продвижения являются наиболее эффективными было проведено маркетинговое исследование. Цель исследования заключалась в том, чтобы выявить наиболее эффективные инструменты продвижения торговой марки «WellFitness» и в следствие разработать проект BTL-мероприятий для данной торговой марки.

Анкетный опрос жителей г. Новокузнецка был проведен в декабре 2015 года. Респондентами оказались случайные прохожие на улице и в торговых центрах Центрального района.

Анализируя результаты нашего исследования, можно сделать вывод, что большинство ATL-мероприятий не приносят должного эффекта, а расходы на них велики. Такие инструменты продвижения, как BTL-мероприятия занимают наибольшую часть в жизни WellFitness центра.

Однако, важно учитывать что для проведения результативного BTL-мероприятия необходимо хорошо оповестить аудиторию. Ведь если аудитория не будет достаточно оповещена, то высокой результативности проведения BTL-мероприятия не будет. И в этом как нельзя лучше помогут ATL-мероприятия.

Провести эффективную рекламную кампанию, затратив сравнительно небольшие средства, становится все сложнее. Непросто позиционировать торговую марку так, чтобы потребитель выбрал именно ее из аналогичных. С помощью BTL-мероприятий компания может осуществить позиционирование новой торговой марки, способствовать развитию бренда и формированию его имиджа, повысить спрос и расширить клиентскую базу.

Для того чтобы какая-либо торговая марка была более популярной необходимо привлекать потенциальных клиентов более интересными, новыми, креативными и эффективными инструментами продвижения. В этом как нельзя лучше помогут BTL-мероприятия. Правильно составленное мероприятие или комплекс мероприятий помогут наиболее эффективно привлечь и заинтересовать потенциального клиента.

Буцукина Анастасия

Руководитель: Хлудкова Н.В.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

История развития моды

Современные направления моды в одежде – прямые наследники моды прошлого. Чтобы понимать принципы развития моды и адекватно оценивать значимость трендов, необходимо обладать хотя бы минимальными знаниями об истории моды. Вникать в тончайшие перипетии развития моды не обязательно. Достаточно проанализировать и запомнить характерные черты модных периодов от начала 20 века до наших дней.

Во все времена во всех странах мода предназначалась лишь для высших слоёв общества. Одежда создавалась для праздности. Модницы на пороге XX века не только не могли самостоятельно сделать свою ежедневную причёску, но даже самостоятельно одеться. В конце XIX века изготовление одежды стало своего рода искусством.

Основная *цель* работы:

Проанализировать сущность и происхождение моды, основные направления и стили в моде XX века.

На протяжении веков мода имела разные направления, обусловленные национальными особенностями, местными обычаями, культурным уровнем. Мода делилась на французскую, итальянскую, английскую и молодую

американскую. Одежда из дорогих тканей, часто украшенная драгоценными камнями, стоила целое состояние и передавалась из поколения в поколение. Модные изменения появлялись не только благодаря фантазии портного, но и капризам правителя. Например, смелые декольте возникали потому, что нравились королю, или исчезали, потому что у королевы была невыразительная грудь.

1900-1920гг. "Гарсон" - новое направление в моде, возникшее в 20-е годы. Воплощением этой моды стала Грета Гарбо. Коротко стриженные волосы, ярко накрашенный маленький рот, чёткие брови, прямые платья-рубашки, открытые ноги в шёлковых прозрачных чулках и остроносых туфлях лодочках. Высокая, стройная без ярко выраженных бёдер и груди, женщина-мальчик прилежно занимается спортом, загорает, обожает джаз, танцует фокстрот и : РАБОТАЕТ.

Начиная с 1920-х, в моду входит мальчишеский силуэт. Пышногрудые красотки бинтуют грудь, стараясь сделать ее меньше. В 1924 году резко сокращается длина юбки. Коко Шанель изобретает "маленькое чёрное платье". Журнал "Vogue" пророчески предсказывает, что это простое чёрное платье станет универсальной моделью, которую будут носить все женщины.

Уникальное изобретение Шанель вот уже многие десятилетия остаётся в арсенале современной моды.

Многие предметы современного гардероба, кажущиеся нам совершенно естественными и как бы присутствующими всегда, придумала Коко Шанель: сумочку через плечо, металлическую бижутерию, цепочки. Поворотные исторические события, безусловно, оказывают влияние на моду. Ещё в 1932 г. начальник парижской полиции запрещал Марлен Дитрих выходить в брюках на улицу, после того как она попыталась пройти в таком виде вдоль Сены. А во время II мировой войны брюки стали привычной одеждой для женщин, заменивших мужчин на работе в тылу.

Война заставила большинство европейцев на время забыть о моде. Многие Модные дома закрылись, другие испытывали нехватку материалов и клиентов. Все ограничения в результате привели к упрощению моды: теперь основным стал лаконичный фасон наряда с укороченной юбкой. Типичные костюмы той эпохи напоминали военную форму: жакеты имели квадратные плечи с подплечниками, ремни изготавливались подобными армейским, карманы шили объемными. Юбки имели длину по колено, рукава носили присборенными.

Война окончилась, и общество ожидал новый взрыв моды. 1946 - появление первых купальников-бикини: В 1947 г. Кристиан Диор создал новый стиль "NewLook". В книге "Я дамский портной" он писал: " ... Мы оставили

за собой эпоху войны, форменной одежды. Я рисовал женщин, напоминающих цветы, нежно выпуклые плечи, округлую линию груди, лианоподобные стройные талии и широкие, расходящиеся к низу, как чашечка цветка, юбку..."

Стиль Твигги. Уровень жизни в Европе сильно вырос, что принесло сравнительно высокие заработки молодёжи. Возникла необходимость

повернуть закрытый мир Высокой моды к массовому потребителю. Дети 60-х продемонстрировали это в одежде, выбрав основным предметом туалета голубые джинсы. Появилась на свет самая скандальная одежда шестидесятых — мини-юбка, символ эмансипации и сексуальной революции.

1970-е — это хиппи, деним, популярность этники и фольклора, зарождение панка и диско-стиля, платья-рубашки, брюки-клеш и пончо. Джинсовая мода проходит сквозь все 70-е, предлагая самые разнообразные модели «вечной одежды» — расклёшенные, узкие, цветные. Входят в моду джинсы в стиле хиппи, украшенные вышивкой и аппликациями, эту тенденцию подхватывает и ставит на поток индустрия моды.

Именно 80-е повернули свой пристальный взгляд в прошлое и начали возрождать классические стили, правда, пока ещё не просто цитируя модные направления минувших десятилетий, а модернизируя их.

В 80-х носили колготки в сеточку, наряды в спортивном стиле, вязаные платья, а всеобщее увлечение аэробикой вознесло в топ-тренды неоновые цвета и кроссовки, леггинсы и повязки на голову.

1990-е годы часто считаются одним из самых ужасных и безвкусных модных периодов. На пике популярности гранж и унисекс, девушки стремятся к удобству в повседневной одежде. Наиболее популярной в уличной моде всех социальных слоев стала одежда, близкая к унисексу, — джинсы, футболки, свободные брюки, свитеры, удобная обувь — туфли на плоской подошве или кроссовки.

Современная молодежная мода — это бесконечный эксперимент с цветом, фактурой и фасоном. Модницы сегодня могут выбирать один из множества модных стилей. Мода начала 21 века — это дерзкое нарушение тех правил и тенденций в стиле, которые сформировались на протяжении предыдущего времени. Расширяются границы допустимого, разрешается совмещать несовместимое.

Смешение стилей в моде 21 века — один из факторов, составляющих цельный образ. И создавая комплект в едином стилистическом решении, вы не будете на 100% правы — как раз модный в 21 веке образ собирательный, и состоит из вещей не просто разных по стилю, но и разных по временным эпохам.

В последние годы знаменитости, которые постоянно мелькают на страницах журналов и по телевидению одновременно и эпатажируют, и вдохновляют публику своими смелыми нарядами. Например, Кейт Мосс — одна из самых стильных «модных хулиганок». Она очень интересно совмещает шелк и кожу, романтический стиль и милитари, почти в любом наряде использует классический черный жакет — и со спортивными футболками, и с объемными джемперами, и с джинсовыми шортами и вместе с этническим стилем. И эти комплекты на ней выглядят на удивление очень гармонично!

Каково будущее моды, или какова мода будущего? Во все времена мода была культурным кодом, в котором заключена, в той или иной степени, сексуальность, желание нравиться — вот главные стимулы ее развития. Вряд ли в будущем она изменит своему главному принципу — делать человека более

привлекательным. Кому-то она будет нравиться, а кому-то - нет. Но, как известно, "о вкусах не спорят", а человека вне моды не было, нет и не будет.

Бубнов Александр

Руководитель: Цапко И.В.

Томский политехнический университет, г.Томск

Создание приложения на WindowsPhone 7 для просмотра расписания ТПУ

Наименование программы: «Приложение для смартфонов на операционной системе WindowsPhone 7 для просмотра расписания группы в Томском политехническом университете».

Программа предназначена для использования на телефонах, работающих под управлением WindowsPhone 7 студентами и преподавателями для просмотра личного расписания.

Функциональным назначением программы является предоставление пользователю возможности удобного просмотра расписания группы, преподавателя или аудитории на своем смартфоне.

- Приложение должна работать на операционной системе WindowsPhone 7.5 Mango со всеми устройствами, поддерживаемыми на данный момент;
- Расписание группы, преподавателя или аудитории должно выводиться пользователю в удобном виде;
- Простой и доступный оператору алгоритм изменения группы или преподавателя;
- Изменение расписания в Томском политехническом университете должно автоматически отображаться в приложении, без участия или с минимальным участием оператора и происходить без остановки работы приложения;
- Выводить информацию об оставшихся парах на сегодня и завтра на плитку при вынесении оператором приложения на главный экран.

Заказчик обязуется эксплуатировать приложение, используя программное и аппаратное обеспечение не меньше чем указанное в требованиях к аппаратному и программному обеспечению. Заказчик обязуется обеспечить устойчивое функционирование системы

- использованием лицензионного программного обеспечения;
- регулярным выполнением требований ГОСТ 51188-98. Защита информации. Испытания программных средств на наличие компьютерных вирусов.

Время восстановления после отказа, вызванного сбоем в работе ОС, изменением структуры расписания в Томском политехническом университете, необработанным исключением в приложении не должно быть больше времени, затрачиваемого на закрытие приложения и запуска его снова.

Отказы программы минимальны, т.к. интерфейс приложения позволяет только просматривать расписание на сегодня/завтра/неделю и менять преподавателя или аудиторию. Все поля для ввода проверяются на наличие недопустимых символов. Таким образом, отказы приложения из-за некорректных действий оператора минимальны.

Климатические условия: Температура окружающей среды от 18 до 28 °С. Влажность воздуха не более 75%.

Для работы программы не требуется иметь штатный персонал. Приложение будет доступно на Marketplace, его обновлением и слежением за состоянием будет заниматься Исполнитель.

В перечень задач, выполняемых Исполнителем, должны входить:

- отслеживание некорректного поведения программы, своевременного исправления ошибок и обновления в Marketplace;
- задача сотрудничества с пользователями для улучшения программы по их пожеланиям;
- задача сотрудничества с Отделом развития веб-сервера ТПУ для своевременного исправления ошибок в программе при изменении структуры расписания.

При запуске системы пользователь видит перед собой основное окно приложения. На нем отображается расписание на сегодня, либо на завтра, если сегодня все занятия закончились (рис. 1.). Можно переключаться по вкладкам на просмотр нечетной и четной недель.

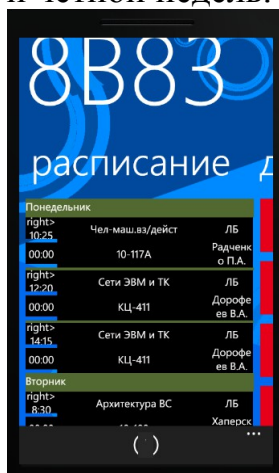


Рис. 1. Основное окно приложения

Нажав на «Меню», откроется меню приложения (рис 2).

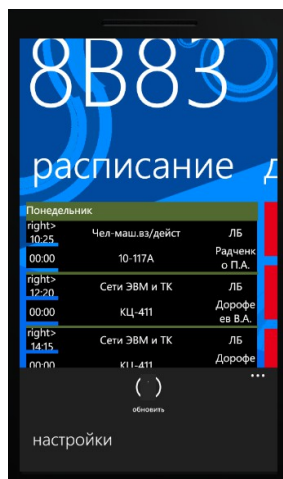


Рис. 2. Меню приложения

Нажав на «Настройки», откроется окно настроек (рис. 3).

Окно настроек вызывается при нажатии на кнопку «Настройки». Здесь можно указать группу, преподавателя или аудиторию.

Рис. 3. Окно настроек

Кроме этого, приложение можно вынести на главный экран (pintostart), чтобы его можно было быстро запускать.

Чтобы выбрать расписание до ломки, после ломки или текущее, нужно зайти в настройки и указать нужный пункт.

Для обновления расписания нужно нажать кнопку «Обновить» либо зайти в настройки и загрузить новое расписание.

Для выхода из программы достаточно нажать аппаратную кнопку «Назад».



Секция 3. Здоровый образ жизни как фактор личностно-профессионального становления выпускника

Щелова Маргарита

Руководитель: Шершинева А.В.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Создание психологического комфорта в интерьере

При ускоряющемся темпе жизни, увеличении количества стрессовых ситуаций в общественных местах и на работе современный человек все больше внимания уделяет своему жилью, стремясь создать благоприятную психологическую обстановку в нем.

Домашняя атмосфера по-настоящему заряжает энергией, дает ощущение спокойствия и гармонии, уверенности в том, что ход вашей жизни правильный и стабильный, – это так важно для современного городского жителя.

Мы часто рассуждаем об интерьере с точки зрения его эстетики, соответствия выбранному стилю. И подчас забываем, что каждый интерьер предназначен для проживания конкретных людей — с определенным набором привычек и жизненных ценностей.

Модный интерьер - это, в первую очередь, здоровый интерьер. По мнению психологов, выбор цвета в офисном и, тем более, жилом помещении не должен быть случайным. От цвета помещения зависит и самочувствие, и настроение, и даже личная жизнь жильцов.

Возникшее во времена Гиппократы - учение о четырёх типах темперамента - остаётся актуальным и по сегодняшний день. Определив, кем вы являетесь – холериком, сангвиником, меланхоликом или флегматиком, можно не только выбрать верное направление жизненного пути, *но и создать интерьер дома, отражающий* ваш характер - внутренний мир, гармонирующий с душевным состоянием.

Одним не маловажным способом создания психологического комфорта в помещении является зонирование. Зонирование помещений — один из экономичных способов изменения пространства квартиры. Обычно в каждой квартире годами складывается определенный жизненный уклад. В гостиной комнате, у каждого члена семьи найдется свой любимый уголок: удобное кресло для чтения с торшером или бра, диван для отдыха и просмотра телепередач; во время ужина вся семья собирается за столом, и даже у собаки или кошки есть свой коврик. Все перечисленные объекты и составляют функциональное зонирование, к которому мы подсознательно стремимся.

Как студент отделения дизайна данное направление показалось мне очень интересным. Поставила цель: *«Создание психологического комфорта через зонирование интерьера».*

Для достижения цели с руководителем проекта разработали задачи.

Проект начали с изучения научной литературы и специальной литературы по дизайну интерьера. Для достижения цели предстояло изучить много полезного и интересного, так например понятие комфорта помещения, узнала, что в данном направлении возникла новая наука Психодизайн – наука адаптации интерьеров, архитектурных и ландшафтных форм под конкретного человека, его психологические особенности и потребности.

Психологический комфорт невозможно создать без знаний эргономики, правильный, комфортный для человека порядок окружающих его вещей, удобство и безопасность их использования. Конечно же, проследить взаимосвязь цвета, света, форм и темперамента, *игры с пространством*, когда при помощи цвета, можно сделать квартиру теплой и солнечной, или наоборот добавить прохлады и покоя.

Зонирование - декораторский прием, позволяющий визуально разграничить пространство на несколько функциональных зон, не нарушая при этом общую стилистику помещения.

Рассмотрели способы зонирования, их достаточно много, зонирование помещения аркой, барной стойкой, гипсокартонном, мебелью, обоями, уровнем пола и потолка и многое др.

Информации много изучено, приступили к практической части.

К нам обратилась молодая девушка с выполнением проекта спальной комнаты.

Из беседы с ней, заполненной анкеты заказчика, которую сами разработали, и результатов теста на определение темперамента, составили психологический портрет заказчика.

После чего, для заказчика с типом темперамента сангвиника определились со стилем интерьера, предложили стиль Лофт, с сочетанием ахроматических цветов определились со стилем интерьера, с сочетанием цветов.

Выполнили графическую часть проекта вид сверху в масштабе, с распределением зон отдыха, спортивных, спортивной и досуга, с расстановкой мебели.

Учили принципы эргономики, например расстояние от изголовья кровати до телевизора варьируется от 2 до 3 метров.

Выполнили визуализацию, где в зоне для сна расположена кровать с удобными встроенными выдвижными ящиками, телевизор, под которым разместились закрытые, удобные и вместительные полки, абстрактная картина и мягкий в светлый тонах, ковер округлой формы для создания большего уюта.

В зоне спорта располагается:

- большой вместительный шкаф, куда войдет достаточно много вещей;
- два вида штор на большое трехстворчатое окно: прозрачные из органзы и плотные яркой цветовой гаммы в цвет стен, не пропускающие свет, с заботой о самочувствии и комфорте;
- спортивный инвентарь, который можно положить в напольную тумбу;

-для расширения пространства по просьбе заказчика, спроектированы зеркала, которые визуально расширяют пространство и способствуют комфортному выполнению спортивных упражнений,

Зона досуга представляет собой место, для отдыха и занятий любимыми делами: чтение книг, журналов или просмотр телевизора. Зона состоит из кресла, журнального столика и торшера.

По виду конструкций сангвиники предпочитают более гибкие и плавные формы, для этого в своем проекте предлагаем ковер, кровать, кресло торшер соответствующей формы.

Комната разделена три зоны, с помощью мебели: напольной полки, кровати и ковра. В результате много свободного пространства. Комната сама по себе светлая, поэтому взяли достаточно насыщенные оттенки.

Таким образом, цель была достигнута. В итоге был разработан дизайн проекта спальни, где с помощью зонирования помещения мебелью, ковром и цветом, добились желаемого результата.

Макарова Алина, Батырева Анастасия

Руководитель: Доронина С.Л.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Биологическая сущность дарсонвализации волос

Парикмахерское искусство, известно людям ещё со времен Древнего Египта, сегодня переживает небывалый расцвет. Индустрия красоты взяла на вооружение множество приемов и тенденций от причесок разных эпох.

Актуальность темы в том, что история развития прически представляет для студентов парикмахерского дела не только познавательный интерес, но и профессиональную ценность, так как некоторые элементы причесок прошлого с успехом используются и в настоящее время.

Рассмотрим, как же на протяжении веков менялось представление о красоте и укладке волос?

Древние египтяне дали миру парик. Свои волосы они предпочитали сбривать, парики же из натуральных волос, шерсти, веревок окрашивали и завивали на деревянные палочки. Цвет париков был черным или темно коричневым, но встречались и цветные.

В Древней Греции ценились волнистые волосы солнечных оттенков, поэтому темные волосы осветляли, часть их поднимали к затылку, скручивая в узел, скрепляя лентами или шпильками. Простые жительницы носили обычную греческую косу вокруг головы, или распущенные и склостые по бокам волосы.

В Древнем Риме у патрицианок были высокие замысловатые прически на каркасах, которые поддерживали сооружения из крупных локонов и мелких косичек. Волосы окрашивали настоями из трав, хной или пеплом для придания им разных оттенков.

Средневековые и церковное мракобесие заставили человека прятать волосы от посторонних глаз. Волосы полностью убирали под головные уборы, выбривали лбы и затылки. Рыжий цвет волос преследовался как признак сатанинского и ведьминского начала.

Эпоха Возрождения вернула культ красоты тела и волос, и прическам уделялось большое внимание. Многочисленные косы, в которые вплетались ленточки, бусины, сеточки, цветы, окаймляли голову, часть прядей завивали и укладывали спадающими небрежными локонами. Светлые и медные оттенки волос опять стали эталоном красоты.

Простота и изящество античной прически были забыты в эпоху барокко. 17 век – век самых громоздких, нелепых и вычурных [причесок](#). Придворные дамы носили на голове полуметровые сооружения из локонов на каркасах.

В эпоху рококо головка женщины стала немного скромнее, в период правления Марии-Антуанетты прически типа «фонтаж» выросли в размерах, а их обладательницы соперничали друг с другом, украшая головы гнездами птиц, гирляндами цветов и кораблями.

Великая французская революция упразднила моду на избыточную и глупую роскошь в костюмах и прическах. До конца 19 века в Европе в прическах господствовал стиль ампир, а самая популярная женская прическа выглядела просто и изящно: голову разделяет прямой пробор, а кудри и локоны лежали по обе стороны лица, на затылке же делали тугой пучок, который мог быть украшен гребнем или шпильками.

Характерная особенность стиля бидермайер - крупные плотные локоны, которые укладывали с обеих сторон головы, благодаря чему получалась прочная, как бы выточенная из камня форма прически. Далеко выступавшие пышные боковые локоны или сдутые боковые пuffs, стоячие петли и косы требовали от парикмахера довольно таки высокого мастерства. Украшения, диадемы, жемчуг и ленты, вуали, цветы и украшения из перьев давали ему возможность осуществлять самые оригинальные идеи.

На смену этому стилю пришли стрижки начала 20 века с волной у лица и укороченными затылками. В первое десятилетие века немец Карл Несслер продемонстрировал миру свое новое изобретение – перманент. С тех пор [мода](#) на длинные волосы на несколько десятилетий сменилась на волосы средней длины.

В эпоху перманента и кинематографа в моду опять вошли блондинки с волнистыми волосами, как у Греты Гарбо, Марлен Дитрих, Любови Орловой. 50-е и 60-е годы сделали модными длинные волосы. Бриджит Бардо дала миру такие прически, как популярный по сей день «конский хвост» и «бабетта».

В 70-е всемирно известный мастер Видаль Сэссун продемонстрировал целый ряд стрижек, которые делались только ножницами. Это его знаменитый «сэссон» и другие стрижки, популярные до сих пор. Вольные и бунтарские 70-е принесли распущенные длинные волосы в стиле хиппи, [короткие](#) стрижки «под мальчика» у девушек, скромные стильные

пажи и каре, а также прически немислимых фактур и расцветок у представителей разных субкультур.

В 80-е опять вошли в моду длинные и средней длины волосы, слегка завитые, с челками разной длины, естественных оттенков – от светло-русых до каштановых.

90-е и эпоха MTV – это культ самовыражения через одежду и прическу, то есть в моде опять стали самые невероятные расцветки, пряди разной длины, ассиметрия, бритые участки головы. С этими стрижками мирно сосуществовали французская коса, конский хвост, боб и другие прически, ставшие парикмахерской классикой.

Двухтысячные и культ модельной красоты вернули в моду ухоженные длинные волосы. В моде градуировка волос, [стрижка](#) «каскад» на длинных волосах, мелированные и тонированные пряди.

Прически 2016 года настолько разнообразны, что каждая женщина легко сможет выбрать себе вариант по душе. Еще никогда свободные, слегка вьющиеся, локоны не были так модны, как в нынешнем году.

К теме этники дизайнеры и стилисты обращаются едва ли не каждый второй сезон, черпая вдохновение то у Древней Греции, то у римлян, то из русских народных традиций.

В 2016 году актуальными станут африканские мотивы, причем, волосы эта тема затронет более чем основательно. Всевозможные гофре и мелкие завитки, пушистые и крайне объемные афро-«шапки» – очевидный модный тренд.

Модные тенденции еще никогда не предлагали такого многообразия пучков и узлов, как в 2016 году. Актуальными будут и хорошо знакомые всем «конские хвосты», однако в необычных интерпретациях. Еще одним трендом обещают быть косы.

Вывод: из вышесказанного следует, что в прическах 21 века присутствуют элементы причесок разных эпох: локоны и косы античности, начес из эпохи рококо, пучки стиля ампир и даже парики и дреды, косы из русских народных традиций напоминающие нам о парикмахерском искусстве глубокой древности.

Папуга Ксения

Руководитель: Воронина Т.Ч.

*Московский государственный машиностроительный университет
(МАМИ)*

Использование уникального торгового предложения (УТП) в рекламной продукции

Каждый день, проходя по улицам, я замечаю горящие вывески, привлекающие внимания и предлагающие приобрести 2 товара по цене одного, получить подарок за покупку, принять участие в розыгрыше призов и т.п. На всех подобного рода вывесках всегда ярко выделено три слова

«уникальное торговое предложение». Мне захотелось разобраться, что же из себя представляет уникальное торговое предложение и в чем его суть.

Уникальное торговое предложение - ключевой элемент эффективной рекламы. Уникальность дает компаниям возможность возвыситься на несколько ступеней, а иногда и на целую лестницу над своими посредственными конкурентами. Но это не единственное, что она дает нашему миру. Пожалуй, второй «побочный эффект» уникальности отдельных компаний на порядок важнее. Она делает жизнь в отдельных странах и мире в целом более комфортной, безопасной и ориентированной на человека. «Человек (клиент) - вот главный герой фильма под названием «Маркетинг»». Настоящий предприниматель берет какую-либо конкретную нишу и, чтобы выделиться в ней на фоне конкурентов, делает уникальное предложение, ориентированное на клиента. И что получается? Люди устремляются туда, где им комфортнее. Конкуренты это видят и, конечно же, повторяют за тем, кто был первым, чтобы совсем не вылететь из рынка, а первопроходец уже давно подготовил новое уникальное предложение и уже внедряет его в работу. И снова он на коне! А то, что он сделал в прошлый раз, стало нормой. Процесс повторяется столько раз, сколько захотят предприниматели. И в итоге жизнь становится лучше!

Ориентироваться на клиента становится нормой, комфортная жизнь становится нормой. И это залог процветания современного общества.

По моему мнению, тема использование уникального торгового предложения актуальна в настоящее время. Из-за высокой конкуренции в сфере товаров и услуг, и нестабильного состояния мировой экономики любая, даже самая крупная компания подвержена риску понести крупные финансовые убытки из-за неправильно выстроенной рекламной стратегии.

Объектом моей курсовой работы является теория уникального торгового предложения.

Предметом курсовой работы является уникальные торговые предложения компании «Ikea».

Цель моей курсовой работы: анализ уникального торгового предложения компании «Ikea».

Задачи моей курсовой работы:

1. Изучение теоретических основ уникального торгового предложения;
2. Проведение маркетингового исследования уникального торгового предложения Ikea;
3. Анализ результатов маркетингового исследования.

Уникальное торговое предложение является маркетинговой начинкой рекламного объявления, тем специфическим преимуществом, которое данная рекламная кампания в настоящее время обещает потенциальным потребителям. Выбор позиционирования - это программное решение, рассчитанное на весь или длительный период жизни брэнда. УТП - это способ реализации позиционирования в рекламных объявлениях конкретной рекламной кампании.

В уникальных торговых предложениях принято использовать три вида мотивационных установок: рациональные, эмоциональные и нравственные.

Рациональные установки – это мотивы:

1. Здорового образа жизни (реклама спортивных тренажеров и жевательных резинок, шампуней, прокладок и т.п.);
2. Экономического роста и благосостояния (в начале – середине 1990-х гг. – реклама пирамид типа МММ, сегодня – банков, инвестиционных фондов, ипотек, а также сэкономленных денег при покупке той или иной бытовой химии, техники и т.д.);
3. Надежности (снова реклама бытовой техники, например, стиральных машин; красок, например, «Тиккурилла»; частично автомобилей, частично банков и инвестиционных фондов и т.п.);
4. Комфорта и дополнительных преимуществ (реклама бытовой техники, например, удобство пользования новыми пылесосами с дополнительным преимуществом – влажной уборкой; реклама комфорта салона автомобиля, например, “Renault”, “Lexus”; дополнительное (тройное) лезвие бритвенного станка “Gillette” и пр.).

Все вышеперечисленные формулы-модели, мотивы и мотивационные установки не являются догмами. Совсем наоборот. Создавая торговые предложения, и исходя не из креатива, а из мотивов (хотя мотивы и мотивационные установки крайне важны и для креативного начала), можно объединять, не ограничиваясь чем-то одним.

Таким образом, понятие «уникальное торговое предложение» (УТП) - не просто название условного рекламного предложения-обращения, а целая теория. Под уникальным торговым предложением нужно понимать мотивирующую идею, которая связала бы товар или услугу с конкретным брендом. УТП не только подчеркивает индивидуальность и неповторимость бренда, но и является его неотъемлемой частью целого, характерной особенностью. При этом понятно, что уникальным может быть только такое предложение, которого не было раньше. УТП должно подчеркивать исключительные свойства товара, обеспечивать превосходство товара, и соответственно бренда над другими, конкурирующими, брендами и, в конечном счете, вызвать у потребителя устойчивый мотив к покупке товара или продукта, а также сформировать у потребителя отождествление его потребности и необходимости в каком-то товаре именно с этим брендом.

В тех случаях, когда речь идет об уникальном торговом предложении (УТП), имеются в виду не только уникальность, особые свойства товара, хотя это обязательно должно быть; речь идет даже не только об удачном имени или рекламном лозунге, хотя без него затруднительно сделать качественную, популярную рекламу; сама идея УТП намного шире, чем уникальный товар или грамотно построенная рекламная кампания.

На практике это означает, что уникальное торговое предложение должно напрямую удовлетворять потребности и пожелания клиента, покупателя. Предложение должно быть настолько убедительным, чтобы привлекать все новых потребителей. Каждое УТП, обращенное к покупателю, должно отвечать запросам именно потенциальному покупателю и показать ему конкретные преимущества, выгоду и пользу, способные изменить его жизнь к лучшему после того как он воспользуется этим УТП.

Утверждение уникальности - это способность или умение рассказать о товаре так, чтобы вызвать удивление потребителя, чтобы тот посмотрел на него по-новому, так, как не привык смотреть на товары той же категории. В психологическом плане стратегия УТП основана на удивлении потребителя, она заставляет его пересмотреть свои старые взгляды на товары данного класса. А то, что кажется необычным, - удивляет, вызывает интерес, любопытство, эмоции и хорошо запоминается.

Сорока Анна

Руководитель: Ужан О.Ю.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Психологическое влияние рекламы на человека

Актуальность темы обусловлена появлением на рынке сотни тысяч новых марок и производителей. На сегодняшний день проблемы рекламы – самые волнующие общество проблемы, поэтому важно иметь представление о том, каким образом реклама влияет на людей.

Реклама стремительно ворвалась в нашу жизнь, заполняя телеэкраны и радио эфиры, встречаясь на страницах газет и журналов, в транспорте, магазинах - везде, где бы мы не находились мы видим или слышим рекламные объявления, несущие информацию о новых товарах или услугах.

Реклама - это средство заставить людей нуждаться в чем-либо, о чем они раньше и не слышали. С одной стороны, реклама доносит до потребителя сведения, необходимые для совершения покупки товаров, а с другой, сочетает свою информативность с убедительностью и внушением, оказывая на человека психологическое воздействие.

Применение психологии позволяет открыть новые возможности удовлетворения потребностей, затронуть эмоциональные стороны характера потребителя, а также создать необходимые условия для диалога между покупателем и рекламопроизводителем, способствующего эффективной продаже товара.

Цель данной работы: выявить психологическое влияние рекламы на человека.

Исходя из цели исследования, нами были определены следующие **задачи:**

1. Проанализировать психологическое влияние рекламы на психику человека.
2. Определить типы личности и способы психологического воздействия на них.
3. Выявить положительные и негативные стороны психологического влияния рекламы на человека.

Любой тип рекламы в СМИ печатной, телевизионной или радиорекламы - использует разнообразные психологические приемы, чтобы «задеть за живое» потенциального потребителя. Это воздействие

осуществляется путем объединения представлений о данном товаре с нашими глубинными и основными потребностями (ни только физическим, но эмоциональным). В рекламе скрыто послание о том, что покупка данного товара не только принесет пользу и будет приятной, но и сделает нас самих лучше и счастливее, чем мы есть на самом деле. Разберем методы, которые используются в рекламе, для манипуляции общественным сознанием.

Для того, чтобы создать бренд с индивидуальными качествами производителям, рекламистам и продавцам необходимо знание эмоциональных импульсов потребителя. В современном восприятии бренд – это, своего рода, обещание обеспечить желаемые переживания. Он фактически становится проводником, уводящим в мир иллюзий и мифов, будит фантазию, чтобы потребитель не просто заинтересовался, а по возможности был полностью вовлечен в воображаемый мир обещаний.

Эмоциональную жизнь потребителей необходимо рассматривать с точки зрения психофизических данных, ведь различные контактные группы воспринимают бренд по-своему. Даже среди покупателей одного поколения и с приблизительно равным доходом оказываются люди, по-разному подходящие к процессу выбора товара, учитывающие его разные характеристики и способы позиционирования.

В практике маркетинговых исследований принято сегментировать потребителей по тем или иным признакам. Одним из наиболее эффективных критериев дифференциации является психографика, то есть зависимость потребительского поведения от психологического типа человека. Для этого используется специальная классификация, основанная на приоритетных жизненных ценностях конкретного психографического типа. Такой подход позволяет учитывать индивидуальные особенности представителей каждой группы, что в свою очередь дает возможность выстраивать более эффективное общение. К тому же можно выяснить, как позиционировать новый или существующий товар, как лучше «донести» его до потребителей, ведущих определенный образ жизни.

Основная идея метода - заглянуть за рамки стандартных вариантов, представить товар в соответствии с действиями, надеждами, страхами и мечтами целевой аудитории.

Рекламная индустрия стала активно использовать в своих разработках разницу в восприятии продукта психотипами потребителей, стремясь к персональному подходу к каждой группе. Данная классификация включает в себя *девять основных психографических типов личности и их базисные ценности*: 1. Мотивированные - выживание; 2. Консерваторы - стабильность; 3. Самодостаточные - соответствие; 4. Карьеристы - власть; 5. Индивидуалисты - свобода; 6. Гедонисты - наслаждение; 7. Имитаторы - слава; 8. Новаторы - познание; 9. Интеллигенты - гармония.

Несмотря на то, что каждый психотип имеет отдельные характерные черты, свойственные только этой категории, есть одно общее: это присутствие «*возвышенного*» и «*низменного*» одновременно.

Категории «*возвышенного*» и «*низменного*» вырабатывались человечеством параллельно с категориями «прекрасного» и

«безобразного». За «возвышенным» и «низменным» закрепились количественные отношения реальности с идеалом в эстетическом восприятии и вкусах, а за «прекрасным» и «безобразным» - качественные.

«*Возвышенным*» становится тот товар, в котором воплощается общечеловеческий идеал. Эстетическое восприятие «возвышенного» будоражит человека, порождает в нем желание приобрести «идеальный товар» повторно. Наслаждение, испытанное один раз и ставшее эстетической потребностью, не дает покоя, требуя новых удовлетворений и впечатлений для сладостных и восторженных переживаний.

По аналогичной схеме формируются чувства от восприятия эстетически «низменных» впечатлений. «*Низменное*» - это в представлении людей то, к чему не должно стремиться, ибо это возвращает к животному состоянию, пробуждает первобытные инстинкты. В качестве ярких проявлений «низменного» можно рассматривать насилие, разврат, цинизм, подавление личности, а также наркоманию и алкоголизм как формы саморазрушения.

Все это имеет непосредственное отношение к рекламе, так как реклама - мощный манипулятор человеческого сознания. Воздействие на «возвышенное» или «низменное» способно мотивировать человека на конкретные поступки. Но для этого необходимо знать, что для каждого психотипа является «возвышенным», а что - «низменным».

Мотивированные потребители подсознательно ценят выше всего выживание в буквальном смысле этого слова. Для них здоровье и экологически чистые продукты питания - насущная необходимость. Гарантия безопасности - главный критерий при выборе продовольствия.

Большинство мотивированных потребителей - люди пожилого возраста, которыми руководят потребности, а не предпочтения. Они очень осторожно подходят к вопросу выбора новинок, самыми популярными для них являются традиционные продукты питания, соответственно и их продуктовая корзина легко прогнозируется. Молоко, масло, крупы, хлеб и макаронные изделия - стандартный набор этой категории покупателей.

В силу ограниченности в средствах они не избалованы желаниями и приобретают продукты относительно дешевых и проверенных марок, держась от брендов в стороне. Для них самый важный аргумент после безопасности продукта - его цена: нет ничего более убедительного, чем низкие цены. Слоган колбасы «Добрый продукт» - «Добрый продукт. Для добрых людей», но пенсионеры не верят слоганам, у них достаточно времени, чтобы лично все проверить при посещении магазина. И если товар «для добрых людей» будет значительно дороже аналогичных, то мотивированные потребители устремятся туда, где «дают на два рубля дешевле». Они даже с удовольствием отстоят небольшую очередь.

Большинство маркетологов относят мотивированных потребителей к категории пассивных, однако это не означает, что они не реагируют на рекламу.

Мотивированные потребители воспринимают информацию на слух. Не только потому, что радиореклама не рябит в глазах, но и потому, что

большинство не переключает приемники во время рекламных пауз. Таковы результаты опроса, проведенного маркетинговой компанией Комкон Медиа. 46 % респондентов продолжали слушать радио во время трансляции рекламы. Категоричное «нет» радиорекламе сказали только 8 % слушателей.

Самой же результативной рекламной площадкой для этого психотипа можно считать непосредственно торговую точку. Для него важно мнение знакомых или продавцов в магазине. Слова «Попробуйте, я сама себе это всегда покупаю» оказывают волшебное действие и альтернативы потребителю уже не нужно. За рекомендацию он готов даже немного переплатить.

«Низменным» для мотивированных потребителей является самоуничижение: «Мы самые бедные и несчастные. Нам трудно жить. У нас постоянно нет денег». Играя на «нищих чувствах бедных пенсионеров», получают прибыль устроители сезонных ярмарок и распродаж для малоимущих жителей.

В заключение отметим, что, несмотря на очевидные недостатки, психографическая сегментация потребителей является достаточно прогрессивным методом в изучении потребностей и особенностей различных групп покупателей. Применение данного метода в маркетинговой деятельности дает значительные преимущества перед конкурентами.

Проведя анкетирование в стенах ГПОУ КузТСиД им. Волкова мы изучили особенности восприятия рекламы обучающимися и её влияние на их поведение.

Результаты опроса:

Отношение к рекламе. На первый вопрос респонденты ответили по-разному. Оказалось, что большинству подростков (67%) некоторая реклама нравится, 24% относятся к рекламе положительно, отрицательно отнеслись к рекламе только 9%.

Осведомлённость в целях рекламы. По мнению большинства опрошенных подростков реклама необходима для того, чтобы:

1. распространять товары;
2. следить за новинками;
3. продвигать товары на рынок;
4. представить товары потребителю;
5. раскрутить бренд;
6. повысить спрос;
7. привлечь клиентов;
8. получить информацию о товарах;
9. чтобы продать товар;
10. чтобы сделать перерыв во время просмотра фильма;
11. чтобы обмануть покупателей.

Необходимость рекламы. На вопрос «Вы бы хотели, чтобы рекламы не было?», - «да» ответили - 52%, «нет» ответили - 48%

Доверие к рекламе. На вопрос «Доверяете ли вы рекламе?» большинство респондентов ответили, что доверяют лишь некоторой рекламе 62%, не доверяют рекламе - 20%, доверяют рекламе полностью - 18%.

Предпочтения рекламы. Если расставить тематику рекламы в приоритетном порядке, то получится следующий список:

1. фильмы
1. сотовая связь
2. парфюмерия
3. спортивная реклама
4. электроника и бытовая техника
5. детское питание и продукция для детей
6. йогурты
7. телефоны
8. средства гигиены
9. жевательная резинка
10. одежда и автомобили
11. корм для животных

На вопрос о том, какая реклама не нравится, преобладающая часть отвечавших указала рекламу алкогольной продукции - 59%., лекарств - 23%, зубной пасты - 18%.

Благодаря рекламным роликам общество участвует в программах защиты дикой природы, которая ведется сейчас по всему миру, в том числе и в России, в программах защиты бесценных исторических и культурных шедевров стран - изобразительного искусства, архитектуры и т.д.

Приобщение населения к здоровому образу жизни через рекламу использования натуральных добавок в пищу и витаминных препаратов, рекламу фитнес-клубов, тренажеров, через спонсирование спортивных мероприятий ("Ингосстрах" - спонсор Кубка Кремля по теннису, «Балтика» - спонсор чемпионата России по футболу.«Русский продукт» - спонсор соревнований «Лыжня России»)

Реклама говорит о той дополнительной пользе, которую покупатель приобретает, покупая товар. Так, потребитель выражает свою индивидуальность, выбирая ту или иную марку автомобиля

Реклама генерирует потребность к лучшему уровню жизни - качественное питание, прекрасный отдых, лучшие жилищные условия и т.д.

Реклама стимулирует трудовую деятельность: если заработаешь, то сможешь получить, что хочешь (особенно это актуально для современной России).

Рекламируя самое современное оборудование, самые современные технические товары бытового назначения, выпускаемые всеми отраслями промышленности, тем самым она пропагандирует научно-технические достижения.

Реклама помогает обществу концентрировать внимание на определенных социальных программах.

Существует мнение, что реклама воздействует на потребителя на подсознательном уровне, тем самым манипулируя его поведением, вопреки его желаниям.

Для этого применяется широко известный термин -зомбирование. Однако проведенные исследования не подтверждают эту точку зрения.

Не всегда вызывает понимание эмоциональная реклама, т.е. практика обращения рекламы к эмоциям потребителя: в глазах отдельных потребителей такая реклама бывает слишком эмоциональна.

Существует миф о неограниченном могуществе рекламы, с помощью которой якобы можно продать все что угодно.

Отдельные рекламные обращения кажутся раздражающими либо слишком назойливыми.

Реклама табака и алкогольной продукции наносит вред здоровью нации.

В обществе не существует полного доверия к рекламному объявлению, что связано с недобросовестной рекламой, а иной раз и обманом.

Общество волнуется: не слишком ли возвышенные эпитеты используются в рекламе о пользе пищевых продуктов; действительно ли настолько сильны те или иные лекарственные препараты, как о том говорит реклама.

Реклама в сегодняшней России для становления цивилизованного общества играет большую роль. Эта роль рекламы специфична для России, поскольку жизнь в последние десятилетия не давала жителям страны свободного выбора: они пользовались только тем, что государство считало нужным «дать» человеку, и не более того.

Ромашков Игорь

Руководитель: Колпаченко Л.Я.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Студенческая телестудия как эффективное средство формирования и творческого выражения социальных ценностей студентов техникума

Всем известно, что социальные ценности современного студенчества, такие как гражданственность, самореализация, профессионализм, здоровый образ жизни, интересный досуг и другими, сегодня являются одними из главных тем многочисленных научных исследований.

Да и мы – студенты, в большинстве своем уже имеем опыт работы и знаем, что сформированные вышеперечисленные ценности, умение творчески проявлять их в социуме – это обязательные условия успешного становления в профессии, особенно такой сферы как сфера сервисного обслуживания населения, к которой относятся все специальности, по которым обучаются студенты нашего техникума.

В условиях техникума формирование этих важных качеств студентов реализуется не только через урочную, но и внеурочную деятельность общественных и творческих студий и спортивных секций, объединенных общими целями и задачами студсовета.

Новой формой деятельности для студенческого сообщества техникума стало открытие в 2015 году по инициативе активных участников студсовета и при финансовой поддержке администрации техникума - телестудии «Перспектива», руководителем которой я являюсь.

Цель нашего проекта: создание условий для эффективного формирования и творческого выражения социальных ценностей студентов техникума средствами студенческого телевидения.

Сегодня каждый из участников студенческой телестудии выполняет ряд функциональных обязанностей, которые определяются спецификой деятельности.

Первый творческий проект телестудии был посвящен выпускнику техникума Волкову Вячеславу Анатольевичу, геройски погибшего в ДРА. Яркий и героический образ защитника Отечества, созданный участниками проекта, заставил зрителей задуматься о смысле жизни, подвиге, поступке. Сегодня имя героя прописано на стеле «Черный тюльпан» в центре г. Новокузнецка, мемориальной доске на фасаде здания техникума, а память о нем, проявленная в творческом продукте телестудии, живет в сердцах студентов, педагогов и гостей образовательного учреждения.

Визитной карточкой телестудии «Перспектива» стал ежемесячный информационный выпуск «Новости КузТСиД», ярко транслирующий различные стороны студенческой жизни: успешные проекты, начинания, творческие успехи и задачи на будущее.

Телевидение как феномен обладает мощным образовательным потенциалом.

Работа в телестудии носит не только практический характер для создателей телепроектов, но и имеет важное прикладное значение для формирования профессиональных и социальных компетенций, навыков творческого самовыражения для целевой аудитории.

Практическая значимость и новизна данного проекта, заключается в том, что:

- в образовательной среде техникума появилась особо *значимая творческая деятельность*, позволяющая вовлечь студенческую молодежь в деятельность по созданию успешных медиапродуктов, открывающая новые образовательные и культурные горизонты;
- у студентов техникума по специальности «Реклама» появилась возможность прохождения производственной практики непосредственно в студенческой телестудии «Перспектива».

Практическая деятельность специалистов телестудии уже сегодня приносит свои плоды, которыми являются:

- регулярный выпуск видеороликов по профессиям, для решения образовательных задач;
- повышение уровня речевой и коммуникативной культуры студентов;
- значительный рост творческой активности студентов и увеличение количества участников телестудии;
- реальная профильная *подготовка* будущих специалистов по рекламе, информационной безопасности локальных сетей, флористов и парикмахерского искусства;

А в ближайшей *перспективе* ожидается выход телестудии на *самоокупаемость*: оказание платных услуг населению по созданию

видеороликов, рекламы и участие в различных конкурсах и грантовых проектах.

Сегодня мы гордимся тем, что с творческими проектами нашей телестудии в городе знакомы многие и у нас появились социальные партнеры в лице комитета по делам молодежи и молодежного центра «Социум», с которыми мы выполняем городские молодежные проекты, в частности «Дети войны» и «Студенческая весна», следовательно, целевая аудитория телестудии постоянно увеличивается.

- *Презентация* студенческих творческих телепродуктов в сети Интернет, повышает имидж образовательного учреждения и лично каждого участника телепроектов. Уже сегодня наши видеофильмы и видеоролики набирают тысячи просмотров и пользуются популярностью у референтных групп зрителей, проживающих на просторах России, принимающих и разделяющих нашу систему ценностей; Вот, например, видеоролик, посвященный Волкову В.А. просмотрели в настоящее время более полутора с половиной тысяч респондентов, а ролик спортивном клубе техникума «Воин» просмотрели более трех с половиной тысяч респондентов за две недели публикации в видеохостинге.

Мы считаем, что самое важное в использовании современных видеотехнологий – это не только получение новых знаний, но эффективный способ задействовать энергию, идеи и лучшие качества людей, их желание работать, деятельно улучшать собственную жизнь и жизнь человечества в целом!

Эпельбаум Елизавета

Руководитель: Кучуркина Е.В.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Вредные привычки молодежи и борьба с ними

В жизни современного общества особо остро стали проблемы, связанные с табакокурением, наркоманией и алкоголем. Особенно большое распространение эти вредные привычки получили в среде молодёжи. Вредные привычки оказывают негативное влияние на жизнь общества в целом, а также на жизнь и деятельность личности в отдельности. В данный момент эта проблема стала поистине глобальной. По статистическим данным распространение вредных привычек в большом масштабе, в отдельных странах, связано с нестабильностью политической и экономической ситуации, с наличием большого числа кризисов и несовершенностью политического и экономического механизма.

По отношению к нашей стране эта проблема особенно актуальна и корни её уходят глубоко в историю нашего народа, и распространение её связано также с низкой культурой общества. С данной проблемой должно бороться не только общество, но и также каждый человек должен осознавать для себя большой вред этих привычек и стараться бороться с ними. Только

после этого можно говорить о решении данной проблемы. И поэтому мы решили провести данное социологическое исследование, чтобы наглядно увидеть распространение вредных привычек среди молодёжи, т.к. молодёжь является основой нашего общества.

Целью данной работы является выявление вредных привычек среди молодежи и знание способов борьбы с ними.

Задачи:

1. Определить понятие вредных привычек;
2. Рассмотреть виды вредных привычек и их воздействие на организм молодых людей;
3. Провести социологический опрос среди студентов КузТСиД и проанализировать его результаты;

Гипотеза – если молодой человек знает как бороться с вредной привычкой, то он борется с ней (при наличии у него вредной привычки)

Объект – вредные привычки у молодежи.

Предмет – наличие вредных привычек у студентов КузТСиД и знание способов борьбы с ними.

Вредными считаются те привычки, которые мешают человеку жить полноценной жизнью, не дают ему возможности реализовать себя как личность, как представителя данного общества. Иметь вредные привычки – это значит всегда идти по пути наименьшего сопротивления, что, конечно, гораздо проще, чем добиваться хорошего, преодолевая часто множество преград и делая усилие над собой.

Вредные привычки молодежи, такие как курение, алкоголь, наркомания настолько прочно вошли в жизнь современного подростка, что бороться с ними с каждым годом становится все труднее и труднее. Всемирная организация здравоохранения ведет активную борьбу с курильщиками и наркоманами, некоторые страны приняли законы о наказании курильщиков, ввели запреты на курение в общественных местах, а главное ввели ограничение по возрасту.

Все это действует и в нашей стране, однако запреты, как известно, только разжигают интерес и тягу к вредным привычкам. На сегодняшний день статистика такова, что процент взрослого курящего населения закономерно снижается, но процент подростков, у которых имеются вредные привычки, значительно увеличился. Причем количество девушек, употребляющих табак, уже сравнялось с таковым среди юношей.

О вреде курения говорится много, настолько много, что уже никто не обращает внимания, и подростки зачастую не понимают всей серьезности последствий курения. Особенно пагубно сказывается курение на молодой, еще неокрепший организм молодых людей. В нашей стране курить начинают уже с 10 лет, в таком возрасте велика вероятность стать заядлым курильщиком в будущем. Поэтому необходимо проводить профилактику курения как можно с более раннего возраста и доступно объяснять детям, как вредные привычки подростков влияют на их организм, и к каким последствиям это может привести.

Алкоголизм – это еще один бич современной молодежи. Как и курение, употребление алкоголя начинается еще с раннего школьного возраста, когда мальчики начинают пробовать алкогольные напитки, а в более взрослом возрасте (13-14 лет) у них уже начинает развиваться зависимость. Девочки в этом вопросе присоединяются немного позже, примерно на два года позже, чем мальчики.

В это время среди подростков распространено так называемое девиантное (отклоняющееся) поведение, они стремятся подражать взрослому поведению. А поскольку культура нашего общества остается на низком уровне, то и от подрастающего поколения ничего хорошего не остается ждать. Особенно пагубно алкоголь влияет на мышечную, сердечно-сосудистую, ну и конечно, на нервную систему. Постоянно поступающий алкоголь в организм разрушает нервные клетки, вызывая заторможенность, снижение памяти, внимания и в конечном итоге приводит к деградации личности. Также медики говорят о том, что регулярное употребление алкоголя отрицательно влияет на потенцию, что с возрастом может привести к половой несостоятельности и бесплодию. Это же касается и представительниц прекрасного пола, употребляя алкоголь и табак, они разрушают уже с рождения заложенные в яичниках яйцеклетки, которые потенциально являются их детьми. Таким образом, девушки, не подозревая этого, начинают убивать своих детей, еще не успев подумать о них. К тому же, вышеназванные вредные привычки подростков бывают часто связаны с ранней беременностью девочек-подростков, что также является большой социальной проблемой.

Наркомания – одна из самых опасных вредных привычек, распространенных среди молодежи, вызывающая разрушение организма человека и разрушение его личности. По статистическим данным среди российской молодежи 70% опрошенных хотя бы раз пробовали наркотики. Наркотики, как и алкоголь, вызывают зависимость, которая развивается значительно быстрее и оказывает отрицательное действие на все органы. Наркомания является спутником многих заболеваний, таких как гепатит или СПИД. Социальные последствия вредных привычек молодежи представляются многими факторами. К ним можно отнести: низкую культуру населения, деградацию общества, снижение работоспособного и фертильного населения, эпидемии инфекций, ранние беременности и многое другое.

«Все! После этих выходных сажусь на диету!», «Обещаю – это была последняя сигарета!», «Сегодня вечером лягу спать пораньше!». Наверно, подобные обещания давал себе каждый. Однако избавиться от «любимых», а тем более вредных, привычек удастся далеко не всем. Неправда, что привычка – вторая натура. На самом деле, привычка – первая натура. По большому счету, привычка – это мы сами. Именно поэтому победа над вредной привычкой – это победа над собой, и, как говорили древние греки, это самая большая победа.

Привычное действие – это верхушка огромного айсберга. Ученые утверждают, чтобы избавиться от вредной привычки, нужно для начала определить причину ее появления.

Причины возникновения тех или иных пристрастий различны:

1. Это может быть способ развлечься, занять таким образом свой досуг. Огромное количество свободного и праздного времени приводит к тому, что подросток начинает искать «лекарство» от скуки и хандры. Острота неведомых ощущений, новые знакомства увлекают ребенка, вовлекают его в круговорот пагубных пристрастий настолько сильно, что вырваться из него самостоятельно подросток не в силах.

2. Желание не быть «белой вороной», непонятым в среде своих одноклассников. В понимании ребенка ему надо быть частью единого коллектива, а не обособленной личностью, пусть даже путем потребления вредных токсичных веществ.

3. Самоутверждение себя как зрелого сознательного человека. Эффект, производимый на своих одноклассников, знакомых, не способных на такие решительные действия, воспринимается как восхищение, дает уверенность в своих силах.

4. Немаловажный фактор- внутрисемейная культура, быт, отношения. Если в кругу родственников, их друзей приветствуется прием какого-либо вредного вещества, алкоголя или сигарет, то генетическая предрасположенность и склонность к подражанию рано или поздно принесут свои плоды. Холодные отношения с родителями, отсутствие душевного тепла и доверия могут толкнуть несовершеннолетнего на поиски желаемого в компании людей с сомнительными интересами.

Чтобы узнать, какое количество молодежи из числа студентов ГПОУ КузТСиД им. Волкова имеет вредные привычки и сколько из них знает как бороться с ними, мы провели социологический опрос, который состоял из четырех вопросов:

1. Курите ли вы?
2. Употребляете ли вы спиртные напитки?
3. Пробовали ли вы наркотики («спайсы»)?
4. По какой причине у вас появилась та или иная вредная привычка?
5. Как бороться с вредными привычками?
6. Боретесь ли вы с вашей вредной привычкой?

В опросе приняли участие ровно 100 человек из около 600 студентов техникума. Все они отнеслись к опросу с некоторой настороженностью ввиду того, что для них эта тема «больная», т.к. курить на территории техникума запрещено. Но все же они ответили на все вопросы социологического опроса.

Под наркотиками подразумеваются различные курительные смеси, так называемые «спайсы», которые являются очень популярным наркотиком среди современной молодёжи.

Проанализировав ответы студентов, мы пришли к следующему выводу:

1. 38% курящих среди опрошенных студентов техникума;
2. 32% опрошенных употребляют алкоголь;
3. Наркотики пробовали 5% студентов;
4. 25% из числа опрошенных студентов не имеют вредных привычек и не пробовали наркотики.

Это говорит о том, у опрошенных студентов есть такие вредные привычки, как табакокурение и алкоголизм, с чем, несомненно, нужно бороться.

Проанализировав причины, названные респондентами из числа студентов техникума, мы составили рейтинг самых популярных причин появления вредных привычек:

1. Стресс. Многие студенты называли именно эту причину главной, из-за которой у них появилась вредная привычка;

2. Компания. Связываясь с нехорошей компанией, молодые люди начинают перенимать привычки, по принципу «с кем поведешься, от того и наберешься»;

3. Мода. Некоторые студенты считают, что курить и распить спиртные напитки в наше время достаточно модно, и если ты занимаешься этим, то ты «свой»;

4. Решил(а) попробовать. Как было замечено ранее, молодые люди таким образом развлекаются, убивая время за бутылкой пива или куря сигарету на балконе.

5. Не помню причину. Единицы не помнят, откуда у них появилась та или иная вредная привычка.

Далее респонденты предложили возможные способы борьбы с вредными привычками. Среди них они называли занятия спортом, развитие силы воли при борьбе с вредной привычкой или же с искушением попробовать. Так же студенты предложили не начинать вовсе курить или пить алкогольные напитки, или обратиться в центр помощи зависимым от пагубных привычек.

В заключительной части опроса студенты высказались, борются ли они с вредной привычкой при наличии оной. Около 51% опрошенных студентов техникума знают как бороться с пагубной привычкой, не в состоянии делать это ввиду того, что не могут справиться с искушением перед ней; 24% студентов не знают как с ней бороться.

Все это говорит о том, что опрошенные студенты знают, откуда может завязаться пагубная привычка и возможные варианты борьбы с ними. Но правы ли они?

Эксперты считают, что избавление от этого зла происходит очень трудно, а иногда и безрезультатно. Лучше предотвратить, чем потом бороться. Лучше всего с этим могут помочь подросткам их родители, которые должны понимать, что вредные привычки для их чад - это своего рода путь, на котором отсутствуют преграды, мешающие двигаться вперед. Появление таких проблем у подрастающего поколения является следствием неблагополучия в процессе его личностного самоопределения. Чтобы этого не случилось, начинать надо не в том возрасте, когда подросток уже нуждается в признании сверстников, а задолго до этого, в детстве.

Чтобы подросток не увлекся курением и алкоголизмом, у него не должно быть на это времени. Важно, чтобы подросток умел что-то делать, что ставило бы его выше других в своей среде: достижения в спорте, художественный вкус, способность зарабатывать на своих способностях

деньги и помогать семье - это приносит уважение в компании. Этому могут способствовать различные творческие или спортивные секции в образовательном учреждении, кружки или другие виды дополнительного образования. Родители же должны разделять интересы своих детей и быть своему ребенку другом.

Следует формировать самоуверенность в ребенке. Родителям стоит показывать на своем примере, что они ведут здоровый образ жизни. Иначе, никакие старания не помогут. Если говорить одно, а делать другое, ожидать положительных результатов крайне сложно.

От этих привычек отучить совсем нельзя - да и не следует лишать ребенка благ цивилизации. Но здоровые интересы и разнообразная деятельность подростка просто не оставят времени для многочасового проведения за спиртным напитком или сигаретой.

Подросток в силу своего возраста, который характеризуется неравномерным гормональным и психическим развитием, обязательно должен пристраститься к чему-то, и пусть это что-то будет положительным проявлением его личности. Не мешайте ребенку проявлять себя с хорошей стороны - и тогда взросление произойдет быстрее.

Уильям Джеймс сравнил создание новой положительной привычки с клубком ниток. Если вы способны долго сматывать нитку, держа клубок в руках, не роняя его, то гарантии успеха будут выше. Но если уронить клубок, то усилия будут напрасными, придется заново делать всю работу.

После появления новой привычки она начинает укрепляться и в большей степени влиять на вас. Но стоит помнить, что старые привычки не исчезают полностью. Они могут глубоко засесть в подсознании. Поэтому лучшим способом, как избавиться от вредных привычек, будет постоянная выработка новых, позитивных привычек, контроль собственных мыслей и решений.

Не стоит пристально следить за каждым его шагом и подозревать во всем плохом. А стоит быть внимательным к ребенку, любя и поддерживая его.

Стремительный рост наркомании, алкоголизма и табакокурения ведёт к деградации общества и постепенному вымиранию человечества. Всё это заставляют задумываться медиков, да и просто граждан, думающих о своем будущем поколении, о том, как же предостеречь людей, еще не поддавшихся столь вредным и вредоносящим привычкам, от пристрастия к этим трем бичам современного общества.

Курение, алкоголизм и наркомания являются проблемой не только самого «больного», но и проблемой всего общества в целом. Если сейчас человечество не остановится, не начнет задумываться о себе, о своем будущем, то оно само себя обречет на полнейшее вымирание. Если не будут предприниматься меры по предотвращению распространения алкогольных и табачных изделий, наркотиков среди молодежи, если не будет проводится усиленная пропаганда здорового образа жизни, человечество останется без будущего, и, быть может, через несколько десятилетий о нашем времени будут говорить «они не смогли вовремя остановиться».

Проведя исследование, мы пришли к выводу, что поставленная нами гипотеза – если молодой человек знает как бороться с вредной привычкой, то он борется с ней (при наличии у него вредной привычки), не подтвердилась, так как половина опрошенных нами студентов из ГПОУ КузТСиД им Волкова В.А. знает как бороться со своими вредными привычками, но, к сожалению, привычка сильнее их.

Кушнер Алёна

Руководитель: Шерстнёва И.Б.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Биологическая и социальная структура личности

*Человек приходит в этот мир для множества свершений
Tabula rasa перед ним, но сколько существует мнений!
Кто говорит, что все природой нам дано, и это ориентир по жизни...
Кто говорит, что суждено стать клубком из чужих мыслей...
Я не хочу ничто решать, я предлагаю просто взвесить,
А что забыть и что принять, пойдем уже на месте...*

Человек – очень сложное, многослойное существо. Биологическое и социальное - это устойчивые компоненты, составляющие структуру человека как целостной системы. С проблемой структуры личности связан вопрос о соотношении биологического и социального в человеке, на эту тему существуют разные точки зрения.

Само понятие «личность» подразумевает человека как субъект социальных отношений и сознательной деятельности. Обладая природными анатомо-физиологическими предпосылками к становлению личности, в процессе социализации ребенок вступает во взаимодействие с окружающим миром, овладевая достижениями человечества, это и является развитием личности.

Исходя из этого, выделяются два важных фактора - генетический и средовой, преобладание одного из которых является отдельным вопросом в исследовании личности. Единого взгляда на проблему соотношения этих факторов на сегодня не существует.

Поэтому возникла необходимость в систематизации различных теорий развития личности и определения ведущей, самой популярной концепции. С целью решения задач данной работы были проведены теоретические исследования, и аналитическим методом сформулированы выводы по проблеме.

Конечно, в научном мире существует некая систематизация подходов к соотношению биологического и социального в структуре личности. Однако, единого научного труда по данному вопросу мною найдено не было. Отсюда и новизна моего исследования.

Личностный рост зависит от множества внешних и внутренних детерминант. Внутренние детерминанты включают генетические,

биологические и физиологические факторы. Генетические факторы - это род влияния на поведение, передающееся от родителей к детям благодаря механизмам наследственности. Они включают интеллект, темперамент, делают человека уникальным индивидом, но не участвуют в формировании ценностей, идеалов, убеждений. Опыт оказывает корректирующее влияние, но развитие происходит в соответствии с заложенной генетической структурой, которая обеспечивает принадлежность всех людей к единому человеческому роду и, в то же время, создает между ними индивидуальные различия. К внешним детерминантам относятся воздействие общества и среды.

Культурная среда создает форму отношений с другими людьми, потребности и способы их удовлетворения, цели, к достижению которых человек стремится. Не менее важен классовый фактор, определяющий статус индивида, его роли в обществе, обязательства, и привилегии, его стиль жизни, ценности и установки. Влияние семьи определяет разнообразие личностей внутри данного класса и данной культуры. Особое значение имеет модель родительского поведения, убеждений и целей, влияющая на детей на протяжении всей их жизни. Группа сверстников помогает социализироваться индивиду, побуждая его принимать новые правила поведения и давая ему опыт, оказывающий длительное и устойчивое влияние на развитие личности.

Существует множество разных концепций, рассматривающих соотношение биологического и социального в развитии личности, но в основном они придерживаются какого-либо взаимодействия между этими факторами.

Вильям Штерн считает, что личность выступает как продукт социальной среды и наследственных диспозиций, которые приводят к возникновению нового состояния личности.

Зигмунд Фрейд рассматривал развитие личности из принципов стремления к удовольствию, природного начала в «Оно», и реальности в «Сверх-Я». Если человеком движет либидо, то реальная социальная среда накладывает свои нормы и запреты, препятствующие достижению той или иной потребности. Конфронтация двух факторов предстает как конфликт между культурой, обществом и влечениями личности. И реакции индивида, и его качества зависят как от среды, так и от наследственности.

Но все же значение факторов окружающей среды вторичны, по сравнению с первичностью биологически обусловленных инстинктов.

Альфред Адлер настаивал на том, что человек есть нечто большее, чем продукт влияния наследственности и окружающей среды. А именно: люди обладают творческой силой, обеспечивающей возможность распоряжаться своей жизнью. Эта свободная, осознанная активность и является определяющей чертой человека, в формировании личности, ни конституция, ни окружение не наделены большим влиянием, чем творческое «Я».

Карл Густав Юнг рассматривал развитие личности, как эволюцию на протяжении всей жизни, во время которой человек движется к «обретению самости», то есть постоянно приобретает новые умения, достигает новых целей и реализует себя все более полно.

Эрик Эриксон, тоже считал, что развитие личности происходит на протяжении всей жизни человека. Более всего он уделял внимание факторам родительского воспитания, культуры и истории. Но был согласен с Фрейдом о биологической инстинктивной основе личности.

Эрих Фромм утверждал, что человеческие потребности формируются обществом, что и определяет «*основные ориентации характера*». При этом он рассматривал эти ориентации как стабильные и не меняющиеся со временем как взаимодействие обширных социокультурных влияний с уникальными человеческими потребностями.

Карен Хорни считала решающим фактором развития личности - социальные отношения между родителями и ребенком.

На основе теоретического анализа приведенных в работе концепций, можно сделать вывод: человек – существо социальное. Однако, важность его генетических особенностей нельзя недооценивать. Психологи утверждают, что в человеке 70% - генетики (внутренней детерминанты) и только 30% - воспитания (детерминанты внешней). Отсюда можно говорить о многообразии характеров и личностных качеств.

Структура личности представляется мне как многоуровневое сооружение, фундаментом которого являются гены, биологическая составляющая. Каждый новый ярус – это воздействие социума.

Считаю верным утверждение, что личность развивается на протяжении всей своей жизни. На всем этом пути, в разные моменты, на личность в разной степени воздействует то биологическое, то социальное. Определить, что из этого имеет большее влияние на личность просто невозможно, потому что это соотношение у каждого отдельного человека зависит от характера изменений в социуме на протяжении всей его жизни.

Сейчас мир переходит в новую эпоху технического прогресса. И люди, и общество претерпевают необратимые изменения. Все больше в жизни человека, помимо семьи и сверстников, начинают играть роль компьютерные технологии, виртуальное общение и интернет. Межнациональное общение в интернете приводит к все большему смешиванию культур. Получается, что сегодня окружающая среда нового поколения претерпела большие изменения, что не могло не отразиться на развитии личности в целом. Генетические же изменения в человеке происходят не столь стремительно, отсюда я пришла к выводу, что определяющим фактором в развитии личности *сегодня* можно считать внешние детерминанты, т.е. культуру и социум.

Секция 4. Модные тенденции современности

Демченко Анастасия

Руководитель: Децура Л.Е.

Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.

Влияние направления абстракционизма на концепции дизайна интерьера в XXI веке

Влияние современного искусства на дизайн является одной из важных эстетических проблем. Исследователи современного искусства и дизайна отмечают, что изменения в представлениях о картине мира, связанные с развивающейся наукой и техникой в XX веке, повлияли на пластические виды искусства, трансформировали изобразительную структуру (ритмы, пропорции, цвет, композицию). Абстракционизм в декорировании помещений применяется для создания образов и сочетаний, которые позволяли бы людям, которые будут находиться в помещении, мысленно возвращаться к каким-то событиям. Такие образы должны быть светлыми и приятными. Помимо этого абстракция помогает сделать интерьер более утончённым и изысканным.

Абстракцию многие понимают по-своему, но в любом случае, это нестандартные формы, которые помогают сделать интерьер необычным и уникальным.

Цель исследования:

- Изучение нового неформального направления в искусстве, новых тенденций в дизайне- абстракционизм.

Задачи:

- Изучить материал, посвященный истории появления абстракционизма; художников, которые работали в этом направлении.

- Провести анкетирование среди друзей, знакомых и обучающихся нашего техникума: «Что вы знаете об абстракционизме?»

- Проанализировать влияние абстракционизма на формирование концепции дизайна в 21 веке.

Гипотеза:

- Мы предполагаем, что абстракционизм является составляющей частью искусства, источником новых оригинальных идей; способ образного мышления художников-абстракционистов формирует новые концепции в сфере дизайна. В своей работе я рассмотрела особенности влияния концептуального искусства на развитие тенденций в разнообразных стилевых течениях в дизайне интерьера.

Методы исследования:

- Получение информации из сети интернет, книг, журналов.

- Анкетирование проводилось среди друзей, знакомых и обучающихся нашего техникума.

Абстракционизм (от лат. Abstractus – отвлеченный) – одно из главных художественных направлений в искусстве 20 века, в котором структура произведения основывается исключительно на формальных элементах – линии, цветовом пятне, отвлеченной конфигурации. Произведения абстракционизма отрешены от форм самой жизни: беспредметные композиции воплощают субъективные впечатления и фантазии художника, поток его сознания, они порождают свободные ассоциации, движение мысли и эмоциональные сопереживания.

Абстракционизм, как направление, возник в начале 20 в. одновременно в нескольких европейских странах. Признанными основоположниками и вдохновителями этого движения считаются художники Василий Кандинский, Казимир Малевич, Пит Мондриан, Франтишек Купка и Робер Делоне, изложившие основные положения абстракционизма в своих теоретических трудах и программных заявлениях. Разные по целям и задачам, их учения были едины в одном: абстракционизм как высшая ступень развития изобразительного творчества создает формы, присущие только искусству. «Освобожденный» от копирования действительности, он превращается в средство передачи различными изобразительными образами непостижимого духовного начала мироздания, вечных «духовных сущностей», «космических сил».

Влияние современного искусства на дизайн-проектирование.

В настоящее время для решения художественных задач дизайнеры обращаются к искусству XX века, в котором видят источник новых оригинальных идей в развитии дизайнерских приемов и средств. Искусство обогащает дизайнеров в творческом плане, способствует повышению их эмоционального заряда. Изучение достижений авангардного искусства как экспериментальной сферы в области разработки художественных методов и средств создания художественных образов позволяет формировать у дизайнеров креативное мышление. Существует необходимость в рассмотрении особенностей влияния художников-абстракционистов на тенденции в развитии разнообразных стилевых течений в дизайне. В тоже время, если изучать особенности дизайна, то можно понять и современное искусство, объясняя его с помощью дизайнерских средств. М. Рагон связывает непринятие современного искусства с тем, что люди не воспринимают произведения абстрактного искусства и современную окружающую среду как единое целое.

Новые тенденции в дизайне – абстракционизм

Абстракционизм называют искусством под знаком “нуля форм” или беспредметным искусством. Это художественное направление, полностью отвергавшее изображение форм реально существующего мира, сформировалось в искусстве начала прошлого века.

Для последователей абстракционизма это, прежде всего, противостояние всей истории цивилизации последнего века, построенной на принципах и формулах, правилах и уравнениях, алгоритмах и пропорциях.

Но человеку, думающему всегда, было свойственна тяга к гармонии и равновесию.

В самом начале века научно-технического прогресса и появилось течение в искусстве, которое не собирается подчиняться классическим традициям и догмам рисования, а напротив, имеет цель дать свободу хаотичному и неосознанному.

В заключение необходимо отметить, что в XX веке художники формируют новое визуальное мышление, новое видение предметного мира. Художники в живописи, графике, скульптуре обращаются к тому, что недоступно прямому видению и воспроизведению.

Практическое исследование

1. Анкетирование: «Что вы знаете об абстракционизме?»

Анкетирование проводилось среди друзей, знакомых и обучающихся нашего техникума. На вопросы отвечали-12 человек(100%)

1. Знаете ли вы что такое абстракционизм?

Да- 40% Нет-60%

2. Сталкивались ли вы с этим стилем?

Да-30% Нет-70%

3. Пробовал(а) творить сам(а) – 30%

4. Знаете ли вы художников-абстракционистов?

Да- 30% Нет – 70%

5. Знаете ли вы кто написал картину «Черный квадрат»?

Да-100% Нет-0%

Вывод: Люди немного знают об абстракционизме, но частенько сталкиваются с ним в обычной жизни. А некоторые и вовсе не обращают внимание на этот стиль. Моя задача показать презентацию и рассказать об актуальности этого стиля в наше время.

2. «Анализ влияния абстракционизма на формирование дизайна в 21 веке»

Практическая работа.

Абстракционизм вошел ярко и необычно в жизнь людей того времени и продолжает развиваться и в настоящее время. Его пополняют художники новыми работами, экспериментируют дизайнеры. Такой стиль привлекает все больше внимания и вызывает интерес. Абстракционизм применяют в украшении модной одежды, активно применяется в дизайне и в искусстве.

Абстракционизм постоянно изменялся, совершенствовался, актуальность этого стиля со временем увеличилась, а популярность и применение абстракционизма растет.

Мы провели исследование стиля абстракционизм и смогла найти ответ на интересовавший вопрос: влияет ли абстракционизм на формирование тенденций в дизайне 21 веке?

Рассмотренный выше материал показывает, что влияние современного искусства на дизайн является одной из важных эстетических проблем. Исследователи современного искусства и дизайна отмечают, что изменения в представлениях о картине мира, связанные с развивающейся наукой и

техникой в XX веке, повлияли на пластические виды искусства, трансформировали изобразительную структуру дизайна.

В настоящее время для решения художественных задач дизайнеры обращаются к искусству XX века, в котором видят источник новых оригинальных идей в развитии дизайнерских приемов и средств. Искусство обогащает дизайнеров в творческом плане, способствует повышению их эмоционального заряда. Изучение достижений авангардного искусства как экспериментальной сферы в области разработки художественных методов и средств создания художественных образов позволяет формировать у дизайнеров креативное мышление. Существует необходимость в рассмотрении особенностей влияния художников-абстракционистов на тенденции в развитии разнообразных стилевых течений в дизайне. В тоже время, если изучать особенности дизайна, то можно понять и современное искусство, объясняя его с помощью дизайнерских средств.

Мы смогли расширить свои знания об этом стиле и его применении, узнали художников работающих в этом направлении, проанализировав современные тенденции в дизайне интерьера, поняли, как искусство абстракции развивает и создает стилевые течения в дизайне. И мне как будущему дизайнеру это исследование помогает лучше понять свою специальность, творчески развиваться.

Магламян Шушан

Руководитель: Бондарь О.Ю.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Кутюр в современной моде

Высокую моду К.(Кристобаль) Баленсиага считал искусством: «Кутюрье должен быть архитектором кроя, художником цвета, скульптором формы, музыкантом гармонии и философом стиля». Мода "от кутюр" проживает свою жизнь вместе с человеком, поэтому рассматривать ее вне развития человеческого общества и социальных изменений в обществе бессмысленно. В современной моде платья и дизайнеры "от кутюр" - это актуальная модная тенденция, позволяющая сохранить традиции высокого кроя, вдохновить молодых дизайнеров на создание моды "Deluxe" и привить любовь клиентов к высокому качеству исполнения моделей одежды. Из выше изложенного вытекают цели и задачи, которые определены настоящим проектом, а именно, цели: 1- сохранение культурных традиций Высокой моды; 2- овладение мастерством создания моделей одежды "от кутюр"; 3- создание модных образцов одежды "Deluxe", источником вдохновения для которых послужила современная Высокая мода.

Объект исследования: современная одежда "от кутюр".

Предмет исследования: мастерство создания одежды "от кутюр" в современной моде.

Для того чтобы достичь цели проекта, надо решить следующие задачи:

- 1- изучить и проанализировать творчество известных дизайнеров "от кутюр";
- 2- ознакомиться с секретами мастерства создания Высокой моды на примерах швейных мастерских "от кутюр";
- 3- научиться создавать эскизы, работать методом накладки, уметь декорировать и изготавливать изделие одежды на высоком уровне и в установленных временных рамках.

Современная мода «от кутюр», равно как и секреты ее создания вне времени, и несут в себе неиссякаемый источник вдохновения! В данной проектно-исследовательской работе рассматриваются вопросы практического и теоретического характера для человека дня сегодняшнего и профессионала-дизайнера, создающего моду «Deluxe».

От кутюр зародился в середине XIX века, когда стали появляться первые Салоны мод. Английский модельер Чарльз Фредерик Ворт покорила парижское общество своими шедеврами. Его шикарные изделия котировались высоко из-за дорого материала, ручной работы и великолепного исполнения. Каждый шедевр Ворта был подписан самим мастером, а даме, носившей, такое платье была открыта дорога в высшее общество. В 1868 году был создан Парижский комитет Профсоюза швейной промышленности, а в 1943 г. был издан закон, по которому модельеры «от кутюр» получили равные права с деятелями литературы и искусства.

Синдикат Высокой моды (франц. *Chambre Syndicale de la Couture Parisienne*) – парижская организация, объединяющая Модные дома, создающие коллекции *Haute Couture*.

Согласно Парижскому Синдикату Высокой Моды продукция от кутюр должна быть изготовлена вручную, не меньше чем на 70%, и до 30% машин. В основном это достигается использованием вышивок и аппликаций. Вся продукция шьется из специально изготовленной для них ткани, которая является крайне дорогой и качественной. Именно потому и вещи от кутюр так дороги.

Платье «от кутюр» - это прерогатива самых состоятельных людей. Выбор и покупка такого изделия это целое событие. На его производство уходит до 150 часов ручной работы, десятки метров эксклюзивных тканей и много декоративных украшений. Платье «от кутюр» - абсолютно уникально! Такие платья принято передавать по наследству, дарить в музейные фонды, либо формировать собственную коллекцию.

Российские дизайнеры одежды не перестают удивлять публику новыми смелыми и, яркими и самобытными нарядами.

Самые известные из отечественных кутюрье:

1- Валентин Юдашкин - Народный художник РФ, Заслуженный деятель искусств РФ; талантливый дизайнер. Любого дизайнер, который имеет амбиции, мечтает получить признание от ведущих мировых мастеров. А для Валентина это стало явью. И он - единственный модельер из России, удостоенный высокой чести. Вплоть до самого конца девяностых все его коллекции были представлены на Неделях высокой моды. Валентин имеет статус члена-корреспондента синдиката еще с далекого 1996 года. После этого его Дом моды вполне заслуженно получил звание Дома высокой моды,

а вместе с тем и право представлять все свои коллекции на Неделях высокой моды.

2 - Вячеслав Зайцев – художник, кутюрье, поэт, профессор; почетный гражданин города Иванова и Парижа; член Союза художников Российской Федерации; заслуженный деятель искусств РФ.

3- Ахмадуллина Алёна Асфировна — российский модельер, создатель бренда AlenaAkhmadullina. Одежда AlenaAkhmadullina примечательна своими воздушными и приятными образами. В образах AlenaAkhmadullina нет излишней вычурности, только утонченная эксцентричность и женское очарование.

4 - Юлия Янина – глава и дизайнер Модного Дома – начала свою карьеру в моде с освоения азов портновского мастерства. Затем она усовершенствовала свои знания в Московском институте текстильной и легкой промышленности. С 1993 года Юлия Янина вскоре вошла в число самых известных российских модельеров. На протяжении многих лет «визитной карточкой» Дома является создание нарядов для особых случаев: вечерние и свадебные платья, выполненные в лучших традициях HauteCouture, с применением ручных технологий и виртуозной вышивки, роскошные меха и аксессуары.

Но даже в нашем городе Новокузнецке, проходила выставка «От кутюр» искусствоведа и коллекционера одежды Александра Васильева. Выставка демонстрировала модели одежды для певцов, оперных див, актеров и других знаменитостей России. На выставке можно было проследить развитие кутюрной моды в России и увидеть своими глазами те редкие образцы тканей ручной работы и сложный крой изделий высокой моды.

К *Deluxe* относятся модели из достаточно дорогих материалов, которые участвуют в показах. Они отражают самые передовые модные тенденции. Большей частью это наряды, созданные для торжественных случаев: свадебные, выпускные, на юбилей и т.д. Такие вещи можно и не покупать в дорогих магазинах, а можно заказать индивидуальную разработку и пошив в ателье высокого класса. На создание таких моделей вдохновляют ежесезонные коллекции высокой моды зарубежных и отечественных дизайнеров моды. В *Deluxe* используются идеи от кутюр, а могут просто заимствоваться элементы, декор одежды, сложный крой и т.д. В кутюрной моде создаются модели одежды методом конструктивного моделирования, накладки или с применением комбинированного метода. Эти приемы активно используются ведущими модельерами и дизайнерами в моде *Deluxe*. Мода *Deluxe* доступна широкому кругу потребителей.

Накладка – это поиск наиболее оптимальной и выразительной формы одежды через ее объемное изображение, определение наиболее правильного и гармоничного месторасположения конструктивных элементов, нестандартные варианты сложного кроя, который невозможно создать методом конструирования. Это сложная творческая работа. Дизайнеры должны быть мастерами своего дела, всесторонне развитой личностью, как в художественном плане, так и владеть технологиями пошива и конструирования. Метод накладки позволяет наглядно представить, как

происходит процесс создания формы одежды на форме фигуры. Через метод накладки мы находим свой стиль, свой образ жизни, зачастую метод накладки помогает увидеть красоту линии и передать все особенности фигуры, гораздо точнее нежели метод конструирования. Метод накладки - это поисковый вариант при создании сложных и оригинальных моделей одежды, который мне нужно было освоить для участия в конкурсе WorldSkillsRussia-2015. Этот способ вдохновил и раскрыл во мне новые качества дизайнерского мышления, через которые может выразиться мастерская индивидуальность. В данном проекте представлена модель накладки топа, выполненного за 2 часа работы в стиле «Мэрлин Монро». Эта современная модель произвела неизгладимое впечатление на конкурсное жюри, и в данной номинации соревнования получила максимальное количество баллов.

Одним из таких мастеров считается Кристоаль Баленсиага, испанский кутюрье 50-х годов XX века. Он великолепно владел ремеслом «от кутюр» - умел создавать модели методом накладки, прекрасно кроить, знал все швы, секреты правильной утюжки и отделки. В каждой коллекции обязательно была одна или две модели, которые он шил собственноручно от начала и до конца. Он кроил виртуозно так, что ткань для модели заказывали с точностью до 1 сантиметра. Мастера от кутюр - это ограниченное количество признанных мастеров высокого уровня, которые демонстрируют коллекции на показах Высокой моды. На плечах таких мастеров лежит большая ответственность: рождение идеи, создание эскиза, его анализ и разработка чертежей конструкции, раскрой модели, примерка, пошив, декор. Результатом работы мастера является создание уникальной модели одежды от кутюр с высоким качеством исполнения. Коко Шанель говорила, что "внутри платья находится женщина".

Вдохновляясь работой великих кутюрье, появляется желание достичь их уровня, но для студента это невозможно без участия в конкурсах, и одним из самых значимых событий в моей жизни стало участие в конкурсе международного масштаба WorldSkillsRussia-2015. WorldSkills – это международное некоммерческое движение, целью которого является повышение престижа рабочих профессий и развитие профессионального образования путем гармонизации лучших практик и профессиональных стандартов во всем мире посредством организации и проведения конкурсов профессионального мастерства, как в каждой отдельной стране, так и во всем мире в целом. Движение WorldSkills уже третий год набирает популярность в нашей стране. Стало модно быть профессионалом своего дела!

В процессе подготовки к конкурсу пришлось преодолеть себя, так как профессиональные требования конкурса были очень высоки. За ограниченное количество времени предстояло научиться создавать эскизы моделей из предложенных тканей, работать методом накладки, строить конструкцию, моделировать, кроить, шить и декорировать. Все этапы создания модели одежды должны быть выполнены за конкретное время (норматив времени). Например, 12 часов на создание жакета с воротником пиджачного типа. Пройдя этапы конкурса WorldSkills международного уровня, мы становимся профессионалами высокой моды, в каждом этапе

конкурса открываем для себя что-то новое, мы стремимся быть лучшими. Ведь именно в этом конкурсе раскрылись мои таланты, можно было узнать на что способны мои руки, один месяц подготовки к конкурсу изменил мне жизнь! Появилась уверенность в себе, почувствовала свое превосходство над соперниками, прикоснулась к секретам мастерства создания Высокой моды, нестандартной, особенной. Обучаясь по специальности «Конструирование и моделирование швейных изделий», я стремлюсь ближе к своей цели, сейчас это профессия стала особенно модной и актуальной! В связи с социальными и политическими переменами в обществе в магазинах цены на покупку одежды стали значительно дороже. Большинство людей будут заказывать одежду в ателье *Deluxe*, если потребуется одежда для особого случая. Получив много преимуществ как молодой дизайнер-конструктор, и получив высокую оценку и признание членов жюри международного конкурса WorldSkillsRussia-2015, в перспективе у меня будет преимущество по сравнению с другими дизайнерами и возможность создать собственный дом моды «От кутюр».

Мода – неоднозначный и интересный социокультурный феномен, который присутствует в самых различных сферах человеческой деятельности и культуры. В последние годы преобладающее значение приобрел подход к изучению моды как к социокультурному явлению, так и к механизму социальной, культурной и психической регуляции, тесно связанному с основными ценностями и тенденциями развития современного общества. Удивительно, но большинство модных традиций, которые были надиктованы Вортом более 100 лет назад, продолжают жить в мире Высокой моды и сегодня! Кто-то говорит, что haute couture – это пережиток прошлого, однако, как бы там ни было, это настоящее культурное достояние кладезь многовекового опыта и древних знаний, которые выгодно отличают такую одежду от штампованного «madeinChina».

Данным исследовательским проектом при овладении мастерством создания моделей одежды «от кутюр» решается такая актуальная тема, как сохранение культурных традиций Высокой моды. Модно и современно быть профессионалом своего дела - создавать эскизы, работать методом наколки, уметь декорировать и изготавливать изделие одежды на высоком уровне и в установленных временных рамках - это и новый личностный подход, и новое восприятие своей будущей профессии через призму современного взгляда на Высокую моду.

Лавринович Яна

Руководитель: Ильина М.В.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Конкурсные прически и их влияние на моду

Создание конкурсной прически - на редкость сложный, кропотливый процесс, требующий максимальной сосредоточенности, немалой фантазии и отличного владения навыками работы. Однако

затраченные усилия и время, как правило, всегда себя оправдывают - получается настоящий шедевр парикмахерского искусства.

Мастера разного профиля показывают свое мастерство и выражают свои идеи и замыслы. Обычно для каждого конкурса вырабатываются специальные условия. Их следует заранее изучить и, разрабатывая эскизы будущей модели, которую автор предлагает демонстрировать на конкурсе, иметь в виду главные и решающие пункты конкурса. Неподготовленный зритель, увидев конкурсные модели, может не заметить их связи с модой, настолько он будет ошеломлен изощренной сложностью их форм, необычностью декоративных решений, филигранной чистотой выработки, т. е. порой абсолютной непохожестью на то, что он привык видеть в бытовых прическах.

Чтобы максимально конкретно показать свой замысел и привлечь внимание зрителей-профессионалов к новому решению, модельер всегда несколько утрирует детали, фиксируя их на определенном месте очень четко, а значит, новый силуэт и форму показывает в статичном виде.

Цель – исследовать направления конкурсных причесок и выполнить конкурсную прическу.

Задачи:

1. Изучить понятия и функции конкурсных причесок.
2. Выявить возможности конкурсных причесок

Археологические находки подтверждают, что уже в V – VI веках нашей эры уходу за волосами уделялось особое внимание. Наши предки в давние времена понимали, что здоровые волосы – это богатство, которым природа одарила человека. Каждая эпоха вносила в развитие парикмахерского искусства много нового, присущего только ей. Каждой эпохе присущи свои особенности в одежде и в моде на прически, на состоянии и степени развития государства, его национальные и культурные особенности. Так что же такое мода? Мода – это непродолжительное господство определенного вкуса в жизни или культуре. Это смена форм и образцов одежды, которая сравнительно быстро проходит.

Демократизация моды, упрощение форм и видов костюма, причесок, головных уборов наблюдается в конце XVIII – начале XIX вв. Революция 1798 г. во Франции оказала влияние на все сферы общественного развития европейских стран.

В настоящее время техника стрижек стала более разнообразной, так как появились новые приемы, способы, инструменты, косметические средства для работы с волосами. Цветовая гамма причесок стала разнообразной благодаря новым красителям.

На сегодняшний день многие соревнования парикмахеров стали традиционными и приобрели устойчивое наименование "конкурс-показ", но нужно сказать, что "показ" в условиях конкурса имеет свою специфику и принципиально отличается, предположим, от показа работ во время демонстрации коллекций причесок для населения.

Один путь (скажем "мода № 1") - это то, о чем в основном говорится, т. е. постепенное изменение бытовых моделей, разрабатываемых для

непосредственного использования их людьми. Прически, отвечающие требованиям этой моды, мы видим в обществе, на улице, их ежедневно делают в парикмахерских - это "мода большим тиражом"

Другой путь (назовем его "мода № 2") в принципе имеет экспериментальный характер. Моду № 2 создают модельеры, улавливая и творчески осмысливая ожидаемые изменения моды и предлагая свои модели, являющиеся шагом к новому. Особенность этой моды заключается в том, что поиски во многом сводятся к профессионально очень специфическому экспериментированию с формой: разработка моделей новой формы часто ведется отвлеченно от таких житейских требований к прическе, как практичность, прочность, удобство, простота и т. п.

В России первооткрывателем конкурсного движения стал Иван Андреев, неоднократно принимавший участие в российских и европейских конкурсах, получая высокие награды.

Первой наградой стала « большая серебряная медаль, полученная в 1885 году за участие во всероссийской выставке, а в 1888 году Андреев произвел фурор в Париже. Не только среди модной публики, он удивил опытных мастеров парикмахерского искусства. После победы в Париже его карьера резко пошла в гору. Клиенты валили валом – всем хотелось сделать прическу у куафера, чьи работы получили столь высокую оценку во Франции. В 1909 году Андреев выпустил книгу воспоминаний, а также первый каталог причесок. Второй каталог был издан в 1911 году. Один из разделов каталога был посвящен прическе для невест.

Первый всероссийский конкурс 1966 года был организован Министерством бытового обслуживания РСФСР. Мужские мастера продемонстрировали пластическую стрижку бритвой. Это сложный вид работы. После стрижки – укладка феном.

Росту мастерства, профессионализма и повышению престижа профессии парикмахер способствует ставшие уже традиционными конкурсы мастеров парикмахерского искусства. Такие как «Золотые ножницы», «Весенний вернисаж», «Мир красоты», «Невские берега», «Кузбасская звезда» и др.

Благодаря конкурсам парикмахерского искусства зажглись такие звезды как: Сергей Зверев, Ирина Баранова, Светлана Рыжкова, Михаил Маннанов, Николай Максиовский, Марина Восконян, Ольга Бурмистрова и др. Основателем сборной команды России являлась Долорес.

26 января 1997 года в Москве открылось уникальное высшее учебное заведение – Российская академия парикмахерского искусства. Инициатором ее создания была Долорес Кондрашева, президент Союза парикмахеров и косметологов России, директор Центра «Вела – Долорес», председатель Регионального совета журнала «Долорес» (прически, декоративная косметика).

В зависимости от назначения причёски условно подразделяются на два вида: бытовые и зрелищные.

Бытовые причёски в свою очередь подразделяют на повседневные и нарядные. Их можно подразделить на подгруппы в зависимости от

использования в разное время дня от окружающей обстановки: днём, вечером, в помещении (дома, в театре, на работе), на улице и т.д.

Зрелищные причёски в зависимости от вида и жанра зрелищного искусства могут быть предназначены для выступлений в театре, цирке, на эстраде, а также могут являться частью карнавально – праздничного костюма. Зрелищными являются и конкурсные причёски, которые строго разграничиваются на повседневные, вечерние и художественные (фантазийные).

Создание зрелищной причёски – на редкость сложный, кропотливый процесс, требующий максимальной сосредоточенности, немалой фантазии и отличного владения навыками работы. Однако затраченные усилия и время, как правило, всегда себя оправдывают – получается настоящий шедевр парикмахерского искусства. Еще одно немаловажное условие для достижения подобного эффекта – здоровые, ухоженные, сильные волосы. По способу изготовления причёски подразделяются на горячие завивки (щипцами), холодные укладки (пальцами, с помощью клипс, бигуди), воздушные (феном), комбинированные (сочетание различных способов обработки волос), а также на причёски, созданные посредством перманентной завивки и формообразующей стрижки ножницами.

Различные причёски требуют применения различных стайлинговых средств. Выбор средства зависит от качества и структуры волос клиента. Жесткие, непослушные волосы требуют применения средств сильной фиксации, а мягкие, послушные достаточно обработать слабым или нормальным средством фиксации.

- Творческий процесс создания причёсок находится в близком родстве с творчеством в любом другом виде человеческой деятельности. Труд по созданию новых моделей причёсок по сути своей ближе всего, вероятно, к искусству скульптора.
- Причёска - та же скульптура, ибо, участвуя в оформлении человека, она способствует созданию художественного образа. С каждым годом мода меняется на причёски.



Это всякие лаки, муссы, пенки, спреи, блески, воски и так далее.

Данное исследование помогло выяснить, что конкурсные причёски являются зрелищными, фантазийными причёсками. Выполнение данных причёсок - это полная фантазия. Такие причёски можно с легкостью использовать на конкурсах, показах, но не стоит забывать, что нужно

учитывать состояние и длину волос, внешние данные и художественный образ.

Данное исследование было создано для того, чтобы решить перед собой поставленные задачи. В ходе выполнения дипломного проекта были выполнены поставленные перед собой задачи.

Хохлова Алёна

Руководитель: Бондарь О.Ю.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Русский костюм в современной интерпретации

Русский народный костюм является уникальным памятником народного творчества, сочетающим в себе утилитарность, информационность и эстетичность. Он является одним из самых значимых пластов русской культуры. Традиционный костюм является связующим звеном между бытовой жизнью народа и его эстетическим наследием. Основополагающее значение для выявления значимости народного искусства, органической частью которого является русский народный костюм, имеют исследования ученых-искусствоведов: А.В. Бакушинского, Г.К.Вагнера, Т.М.Разиной и др. Основные закономерности искусства костюма, его функции и особенности художественного построения были сформулированы и раскрыты Р.М. Кирсановой, Г.С. Масловой, и др.

Однако как отмечает кандидат философских наук Бакшаева О.А. в своей диссертации: «Отрыв традиций от обновления и развития не только превращает живые культурные ценности в мертвые музейные экспонаты, но и призывает людей жить по законам идеализированного, воображаемого прошлого. И в этой связи нельзя не согласиться с Е.Шацким в том, что «традиция живет только обновляясь, а у новации нет другого способа выжить, как доказать свою органичность, укорененность в культуре и добиться статуса традиции, выработать механизм взаимной адаптации традиции в конкретном месте и времени».

Воспроизводство и трансляция традиционных достоинств народной одежды неотделимы от их переосмысления и обновления. В то же время, творческая трансформация, преобразование первоисточника основанная на его глубоком изучении позволяет адекватнее донести до аудитории вневременное содержание культуры народного костюма. Водораздел должен проходить не между традиционным и новым, а между высокой, возрождающей духовность в человеке и массовой культурой»

Таким образом, данная работа актуальна тем, что затрагивает не только уже хорошо изученные факты о русском народном костюме, но и раскрывает преемственность его элементов в новых формах одежды. В результате данного исследования мы определим положение русского народного костюма в современном обществе и раскроем процесс его трансформации и эволюцию в новые формы костюма.

Целью работы является изучение преемственности элементов русского народного костюма с современными тенденциями моды.

Задачи:

- * Показать значимость русского народного костюма в мире;
- * Создать проектную работу «Царевна лягушка».

Известнейшие дизайнеры и европейские кутюрье так или иначе используют элементы, характерные русскому костюму. Даже Dolce&Gabbana в своих коллекциях используется элемент павлопасадовского народного костюма, элементы жостовской росписи, красота русских садов и декоративного орнамента велико новгородских земель. Даже колировка автомобилей в западных странах на самых популярных авто-шоу используют элементы гжельской росписи, что пользуется невероятной популярностью и спросом.

Особой популярностью к европейской моде пользуется Павловский платок. Вышивка цветными нитями, бисером, камнями, золотом и лентами прослеживается в работах известных западных мастеров. Популярны ткани в стиле русского платка и кружево, которое используется для отделки элементов одежды.

Русские валенки некогда обувь русской деревни не менее популярны в европейской моде. Разумеется они вышиты разноцветными узорами, бисером, имеют кожаные вставки и самую различную форму. Современные русские валенки уже не одно десятилетие покоряют подиумы Европы и не менее популярны в России.

Русский [стиль](#) является отражением представлений русского народа о красоте. Он многогранен и наполнен отголосками обычаев, обрядов, народных традиций, а также не лишен влияния национальных народных костюмов, народного фольклора и народных ремесел.

Благодаря широкому художественному вкусу и многогранности русский стиль на протяжении многолетней истории трансформируется европейской, так и мировой модой.

Огромные территории России явились причиной большого разнообразия местных стилей народного костюма. Каждый уезд интерпретировал русский костюм по-своему, привнося в него магически-религиозное содержание, свою систему художественно-выразительных средств, отражая быт данной территории, ее культурный уклад.

Однако русский [костюм](#), как основоположник русского стиля имел общие черты, общие формы и элементы одежды.

Приезжие купцы, географы, мореплаватели и простые путешественники брали с собой образцы русского костюма, которые затем перенимались зарубежными мастерами и трансформировались в мировую культуру, как нечто новое зарубежное. Все это способствовало преемственности русского стиля на Западе.

Многие отечественные дизайнеры получили известность благодаря русскому [стилю](#). Среди них можно выделить Дениса Симачева, Алену Лурдес, Яну и Анастасию Шевченко.

Мэтр русского подиума Вячеслав Зайцев в своих работах также пропагандировал Russian matreshka style на Западе, особенностью которого является изобилие [мехов](#), пестрых тканей с элементами гжельской и хохломской росписи, а также [пышных юбок](#).

Этно-стиль считается одним из наиболее естественных, самобытных, красочных и выразительных в современной одежде. Застенчивая русская девушка в простом сарафане с вышивкой и в платке с традиционным национальным орнаментом всерьез и надолго завоевала сердца модных дизайнеров.

Большое количество модельеров и дизайнеров используют элементы русского стиля в своих коллекциях. Благодаря чему народные мотивы стали одним из актуальных трендов. Женская одежда, аксессуары и обувь в русском стиле присутствует в коллекциях русских и зарубежных модных брендов. Валентин Юдашкин, Вячеслав Зайцев, Анна Бородулина, Алена Ахмадулина, Ив Сен Лоран, Джон Гальяно, Карл Лагерфельд, Kenzo, Dolce & Gabbana, Valentino – эти и другие модельеры и модные дома неоднократно использовали русские мотивы.

Наибольшей популярностью среди дизайнеров пользуются:

- хохломские узоры;
- посадские платки и шали;
- традиционная народная роспись;
- русские матрешки.

Современный костюм в русском стиле – это не только «народные» принты, но и тончайшее кружево ручной работы, и вышивка, и практически забытая мережка, создающие эффект естественной легкости. Одежда в русском стиле – это уникальное сочетание современных трендов и русских национальных мотивов, воплощенное в максимально удобных для повседневной носки вещах. Современный русский стиль в одежде – это куртки, джинсы, толстовки, трикотажные топы, блузы, сарафаны, платья, головные уборы и иные элементы гардероба, украшенные исконно русскими мотивами, которые великолепно вписываются практически в любой образ. Русский стиль в одежде позволит выделиться из серой толпы в однообразных нарядах. Отдав предпочтение платьям в русском стиле, аксессуарам и обуви, вы с легкостью создадите уникальный неординарный образ, который привлечет к себе пристальное внимание окружающих.

Для жаркого лета отлично подойдет сарафан в пол с вышивкой, легкая блуза или широкая хлопчатобумажная юбка с цветочным узором. К такому наряду отлично подойдут такие аксессуары в русском стиле, как соломенная шляпа, украшенная цветами и лентой, тонкий плетеный пояс, несколько ниток бус, деревянные браслеты и стилизованные серьги. Не менее актуальны коктейльные и вечерние платья в русском стиле.

Особой популярностью также пользуются свадебные платья в русском стиле. Белый сарафан с традиционным орнаментом, фата, венки с цветами и разноцветными лентами, красные кокошники, бусы – все эти элементы

русского костюма достаточно часто используются дизайнерами свадебных платьев.

Для холодного периода лучше выбрать вязаные свитера или платья с красочным цветочным узором, толстовки или брюки с вышивкой. Отлично смотрятся также пальто, дубленки, жилетки с русскими народными мотивами и меховой опушкой. Не обойтись и без посадского платка и пресловутой шапки-Боярки.

Обувь в русском стиле не менее разнообразна. Босоножки на плетеной платформе, балетки, туфли, батальоны и сапоги с цветочной вышивкой, и, конечно же, валенки. Авторских коллекций обуви с элементами русского народного творчества достаточно много, что позволит каждой моднице подобрать подходящий вариант.

Однако русские народные мотивы используются не только в одежде или аксессуарах. Макияж в русском стиле призван подчеркнуть природную красоту женщины. Слегка подрумяненные щеки, красные губы, длинные черные ресницы и густые ухоженные брови – все очень просто и максимально естественно.

Прическа в русском стиле – это всевозможные разновидности классической косы с вплетенными в нее лентами или цветами.

Главной идеей моей работы было показать русский костюм с современными тенденциями моды.

- 1) разработка эскиза.
- 2) построение и моделирование основной модели.
- 3) крой изделия.
- 4) пошив изделия.
- 5) декор.
- 6) сравнение эскиза и готового изделия.

Комплект состоит из платья с ассиметричным низом, и рукавом расширенным и собранным по низу манжетами. По верх платья стеганая душегрейка с элементом хохломской росписи. Задекорированная бусинами и поетками. Законченность образу придает также оригинальный воротник. Модель разработана для сценического образа.

Готовое изделие участвовало в конкурсе Арт -Профи -Форум 2016, по номинации «Кино». Костюм к кинофильму режиссёра Рой. «Василиса прекрасная», данная модель заняла призовое место. В будущем планируется дополнить коллекцию еще 3 моделями. Все новое - это хорошо забытое старое. Поэтому создание работы в русском стиле – это красота, женственность, современность, патриотичность и широта русский культуры.

*Терентьева Надежда, Хмелёва Дарья
Руководитель: Нагайцева И.В.*

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Значение декора одежды в мировой моде

Первые упоминания о декоре одежды кружевом можно найти в летописях начала 13 столетия. Сегодня декор одежды можно осуществлять с помощью бисера, разноцветных нитей, лент, тесьмы, пайеток – перечислить все не представляется возможным, так как материалы рукодельницы выбирают на свой вкус (на основе видеофильма).

Мы решили сделать цветы из ненужного лака для ногтей, но на видео процесс создания цветов был показан не подробно, поэтому нам пришлось экспериментировать. Для начала мы нанесли лак на стекло и он присох, так же мы пробовали капать лак на воду, но снять с воды его было трудно. Наконец мы дошли до окончательного варианта, нанесли лак на пленку и у нас получились цветы как на видео.

Всем известно, что даже первобытные люди занимались украшением своей нехитрой одежды. Что уж говорить о современной моде, если у именитых дизайнеров и талантливых рукодельниц есть возможность использовать для декора одежды разнообразные техники и сотни видов материалов?

Цель - познакомить людей с различными техниками декорирования одежды, их историческим происхождением и дальнейшим совершенствованием.

Задачи исследования:

- Проведение сравнительного анализа одежды без декора и с декором.
- Разработка анкеты и проведение анкетирования с целью выявления наиболее популярных техник декора.

В Древней Месопотамии нарядная одежда украшалась дорогой пурпурной бахромой и вышитыми узорами: розетками, заключенными в концентрические круги или квадраты; каймой с различными аллегорическими сценами; мотивами, изображавшими дерево жизни с двумя зверями, стоящими по его сторонам, а ткань плаща вышивалась геометрическими рисунками и украшалась золотыми пластинками.

Одежда жриц и цариц была изящной, обшитой по краям бахромой. И платье, и накидку покрывал геометрический узор.

В Египте особое внимание уделяли украшениям и декоративной отделке одежды. Её украшали с помощью пластин, бус и расшивали различными этническими и золотыми узорами. Белоснежные схенти оборачивали вокруг бедер и укрепляли поясом из золотых пластин.

К ярким нарядам портные добавляют контрастные бретели и украшают одежду «чешуйчатым» принтом, имитирующим окраску рыб и рептилий.

Современная одежда в египетском стиле – это длинные туники с металлическими пластинами и нагрудниками, головные уборы фараонов и другие элементы одежды простого кроя, расшитые сложными вышивками.

Самые роскошные образцы «высокой» моды, которые создают известные европейские дизайнеры и Дома Моды, украшаются золотом, яркими лазурными украшениями или декорируются кристаллами Swarovski.

В средние века в одежде для женщин в моду входит шелк и другие ткани высокого качества, используется больше узоров и декоративных элементов, вышивка, а с начала 12 века для декора применяются пуговицы,

которые изготавливали из кожи, кости или металла. В 13 веке отдается предпочтение кружевам вместо обильного декора и вышивки на нарядах.

На Руси нарядные и торжественные одежды всегда были распространёнными, были узоры шитые (золотом, серебром, шелками) и низанные (жемчугом).

В музеях хранятся уцелевшие и дошедшие до нашего времени платья различных сословий, и среди них можно увидеть немало нарядов, украшенных жемчугом.

Но вернёмся в сегодняшний день. Если вы захотели иметь в своём гардеробе наряд в русском стиле, вспомните о вышивке жемчужными нитями. Вы можете купить перламутровые бусинки разного размера и тем же способом, создать свой уникальный наряд.

Также в старину на Руси девушки вышивали крестиком, который считался символом жизненной энергии, защиты и связи с предками. Со временем появились и другие техники вышивки: алатырями - двойным крестом; перуницами; тонким крестиком.

У индейцев Кроу мы видим три основные составляющие: украшение одежды, всевозможные сумки и чехлы. Хотя все три вида работ: вышивка иглами дикобраза и раскраска были известны еще в начале прошлого века, вышивка бисером стала популярной и разнообразной гораздо позже.

Индейцы использовали цветочный орнамент, включающий в себя вышивку цветов, листьев, стеблей, и геометрических фигур. Вышивка цветов преобладала на безрукавках, манжетах, перчатках и маленьких сумочках.

Модным декором для платьев в этом сезоне послужат цветы, рюши, оборки, складочки, яркая палитра и ленты, которые завязываются бантами и бантиками, а иногда платье собирается из отдельных лент.

Имитация складочек в виде разрезных полосок, пэчворк, металлический декор, сетка и светоотражающие элементы.

Бахрома используется в разных вариантах – в виде серпантина, переплетения с бусинками или кристаллами.

Кружева ручной работы различных видов, объёмные цветы, плиссировка и драпировка.

Аппликации, гладь, мережка, ришелье, вышивка бисером и пайетками. Яркие цветочные аппликации и вышивка флиртуют с нежными оттенками лёгких тканей – шёлком, тюлем, креп-шифоном, иногда выполняются сюжетные вышивки.

Сейчас это очень актуально, загляните в бутики, обратите внимание на цены. Если вы украсите вашу вещь бисером своими руками, то это будет очень выгодно.

Благодаря Даниэлю Сваровски каждая девушка получила возможность украшать свои наряды сверкающими кристаллами, которые по своей красоте ничуть не уступают природным бриллиантам. И несмотря на нападки некоторых стилистов, историков моды и просто болтунов, стразы остаются в моде.

Стразы помогают создавать поистине драгоценные сверкающие платья. Только дизайнеры не останавливаются исключительно на стразах.

Сверкающие платья создаются при помощи пайеток, бисера, жемчужин и различных светоотражающих элементов, сделанных из разных материалов, от стекла и металла до пластика.

Мы познакомили вас с техниками декора и хотим представить вам результаты опроса проведенного среди посетителей торгово-развлекательного центра «Планета». В анкетировании приняли участие 65 женщин и девушек всех возрастов.

На вопрос, есть ли в вашем гардеробе одежда с каким-либо декором, 88% девушек ответили положительно, также интересно то, что 35% опрашиваемых сами пытались преобразить свою одежду различными техниками. По результатам анкетирования мы выяснили, что бисер, стеклярус и пайетки 79% опрашиваемых предпочитают для украшения одежды.

Пожалуй, самые популярные украшения – это вышивка, кружево и декор цветами. Такими элементами можно украсить фрагмент одежды или полностью сшить изделие из кружева или вышитой ткани. Декор одежды вышивкой из бисера используется и для повседневных, и для праздничных нарядов. Даже шубу из натурального меха можно украсить бисером.

Современные модные тенденции настолько смешались, что на одежде появляются украшения, которые в прошлом использовались исключительно для декорирования предметов интерьера.

Роспись по ткани специальными красками, лоскутная техника, аппликация, напыление – смело экспериментируйте, украшая свою одежду, чтобы ваш стиль оставался уникальным.

Вершинина Кристина

Руководитель: Ильина М.В.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Коллекция подиумных причесок

Подиумные прически – это настоящие шедевры. Они по праву считаются олицетворением профессионализма и креативности мастера-стилиста. Подиумные прически наиболее плотно отражают тенденции мод, способствуя более быстрой популяризации новых моделей, никаких границ в цвете, материалах и формах, и исходя из этого, можно разработать любой придуманный образ. Тема интересна тем, что подиумная прическа постоянно меняется и не стоит на одном месте, используются различные аксессуары в прическе, меняется стиль, одежда и многое другое, но всегда остается что-то необычное для всех, что-то что обратит на вас внимание и подчеркнет ваши достоинства.

Но все, же подиумные прически сами по себе привлекают внимание общественности, поскольку они настолько необычны, авангардны и фантастичны, что порой забываешь о мире насущном и погружаешься в фантастический и нереальный мир.

Такие прически предполагают использование множества аксессуаров для волос и других материалов, таких как стразы, цветы, перья, искусственные волосы, бусы, заколки, шпильки, проволока, каркасы и так далее.

Стиль – это устойчивый, точно определенный художественный язык эпохи, который отражает свою культуру, эстетику и отношение к окружающему миру. Другими словами, стиль – это сам человек, его мировоззрение, способность выразить свою индивидуальность.

Проблема: Какие особенности в выполнении подиумных причесок?

Предмет: Форма прически, ее особенности.

Гипотеза: Подиумные прически будут выглядеть эффектнее, если:

- Будут соблюдаться все правила и технология выполнения комплексной работы.

- Добавить какой либо метод, чтобы образ стал выразительный.

Цель: Разработать коллекцию подиумных причесок.

Задачи исследования:

1. Изучить модные тенденции, научную и профессиональную литературу современного направления подиумных причесок;

2. Разработать технологическую последовательность и эскизы коллекции;

3. Практическое выполнение одной конкурсной прически.

Прическа – это фигурная укладка, стрижка, завивка волос или полное их удаление, если этого требует мода. Прической можно изменить внешний облик человека, сгладить его недостатки, выявить привлекательность.

В зависимости от назначения прически подразделяются на бытовые и зрелищные.

1. *Бытовые прически*

2. *Зрелищные*

Подиум, как явление моды, получил широкое распространение в современной культуре во второй половине XX – начало XXI вв. Он представляет собой характерный феномен индустриального и постиндустриального общества. Появление подиума внесло кардинальные изменения в мир моды. Он открывал дополнительные, визуально – динамические возможности в представлении модной одежды, прически, макияжа, аксессуаров зрительской аудитории. Этот продуманный сценарий, в соответствие с которым дизайнеры раскрывают свою главную мысль, демонстрируют источники вдохновения, рассказывают маленькую историю модного дома. Примечательно, что fashion показ интересен не только своей внешней оболочкой, но и закулисной жизнью, чтобы узнать все секреты образов моделей, необходимо попасть в бэкстейдж, именно там сотни стилистов и визажистов «колдуют» над прическами и макияжем моделей. В настоящее время практически любой подиумный показ, дефиле – это настоящее театрализованное представление, «спектакль», «шоу».

9 самых популярных трендов 2016 года

Тренд 1 – французский твист

Возвращение в моду стиля 60-х наводит нас на воспоминания об иконах той эпохи: Брижит Бардо, Софи Лорен, Катрин Денёв, а также заставляет вспомнить модную в те времена прическу – французский твист. Именно эта укладка стала самой популярной во время показов осенне-зимнего сезона 2015-2016. И если на показах Chanel, Oscar de la Renta мы наблюдали простой дизайн прически, когда волосы скручены в ракушку и заколоты на затылке, то во время шоу Hermès, Tom Ford моделям заплели косы и убрали волосы во французский твист, придав прическе легкую небрежность.

Тренд 2 – естественные волны

Легкая небрежность прослеживалась почти в каждом модном показе (Ralph Lauren, Jason Wu, Versace, Elie Saab, Rodarte). Но больше всего стилистов вдохновила укладка волос в виде мягких естественных локонов, волной спадающих на плечи. В образе моделей присутствовала та самая девичья небрежность – такая трогательная, милая, этакая неряшливость со вкусом. Пожалуй, это самая красивая прическа, наблюдавшаяся во время показов осенне-зимних коллекций 2015-2016.

Тренд 3 – низкие пучки

Этой осенью стилисты снова советуют нам поиграть в балерин и примерить на себя низкий пучок. Только в этот раз он должен быть не идеально гладким, как у примы Большого театра, а небрежным, как у студенток балетной школы после тренировки с многочасовыми пируэтами. В идеале должен получиться неаккуратный низкий пучок, с выбивающимися прядками, будто прическа сделана на ходу – так современно и неаккуратно.

Тренд 4 – волосы, убранные назад

Чтобы сделать лицо максимально открытым, вовсе не обязательно укладывать волосы в сложную прическу. Стилисты предлагают просто зачесать волосы назад и сколоть или завязать в небрежный узел на затылке – модная минималистическая прическа готова!

Тренд 5 – косой пробор

В осенне-зимнем сезоне 2015-2016 приветствуются практичные варианты укладок, но даже в этом случае стилисты были изобретательны. Чтобы получить одну из самых эффектных причесок сезона, достаточно разделить волосы на косой пробор и пригладить «непослушные» пряди гелем.

Тренд 6 – ретро прически

Стилистов не перестают вдохновлять образы девушек времен прошлого столетия. Victory Rolls, прически в стиле пин-ап с «фальшивой челкой», «Бабетта» с высоким начесом, идеально уложенная «холодная волна» – «ретро-гламур» прослеживался почти в каждом модном показе (Roksanda Ilincic, Chanel, Bibhu Mohapatra и др.).

Тренд 7 – гофре

Несколько лет назад прическа с «рифлеными прядями» переживала настоящий бум популярности, после интерес к ней заметно поубавился. В осенне-зимнем сезоне 2015-2016 гофре снова набирает утраченную популярность. Только сейчас эта прическа претерпела некоторые изменения:

«вафельные» прядки начинаются с середины волос, а у корней или оставляются идеально гладкими, или слегка начесываются, а также раскрашиваются цветными мелками.

Тренд 8 – косы

Модные показы Givenchy, Mara Hoffman, Herve Leger дали понять, что косы рано сбрасывать со счетов. В моде достаточно необычные вариации этой прически – от тоненьких косичек-жгутиков и асимметричных объемных колосков до пучков со сложными плетениями. Стилисты за кулисами показов экспериментировали до бесконечности, воплощая в прическах моделей свои самые безумные идеи.

Тренд 9 – высокие пучки

В осенне-зимнем сезоне 2015-2016 в моде как низкие пучки, так и высокие, сделанные на самой макушке. Только в последнем случае волосы на затылке должны быть идеально гладкими, а сам пучок слегка расслабленным, с выбивающимися прядками.

Образ – это гармоничное сочетание с лицом, фигурой, одеждой, макияжем, прически, манерой поведения человека. Разрабатываемый образ согласно данной теме, подойдет для торжественных вечеров, для девушек в возрасте от 18 до 25 лет, которые предпочитают во всем романтику, которым нравится выглядеть женственно и элегантно. Значение прически в образе модели — это создания нужного образа модели по замыслу стилистов и модельеров.

Прическа одна из основных деталей идеи. Без прически не было бы законченного образа. В некоторых показах, прически- это главное, модели показывают новинки, тренды наступивших сезонов. Что бы передать тот или иной образ на фотографии или в показах, все должно быть гармонично, одежда, макияж и конечно же прическа.

Исходя из модных тенденций 2016 года на подиумах мира, были изучены все новинки и выбраны самые востребованные тренды этого сезона. Элементы прически так же были отобраны именно изучением последних коллекций знаменитых стилистов, и те элементы которые встречались чаще всего были выбраны и заложены в основу причесок этой коллекции. Так и пришла идея создать коллекцию подиумных причесок.

Для того, чтобы еще больше узнать о новинках подиума был посещен семинар Алексея Осипчук «Модные направления 2015-2016»

Так же в основе создания коллекции были заложены самые востребованные цвета сезона весна- лето 2016 года.

Детали и аксессуары так же подбирались по основе входящий вновь ретро стиля, все детали тех времен снова возвращаются в наш век, шляпки, зонтики все это пользовалось успехом у девушек того времени, меха, строгие платья карандаш.

На сегодняшний день умение выполнять и проектировать подиумные прически является работой повышенного уровня, так как требует особых навыков, умения, терпения, и приложения усилий, быстроты работы, точности движений и других качеств, свидетельствующих о профессионализме.

При разработке коллекции подиумных причесок нужно долго и упорно отрабатывает методы и приемы технологии выполнения своего вида работы, а также доводить выполнение до автоматизма, придумывать что-то новое, интересное, порой даже креативное. Такая подготовка позволяет в будущем при работе в салоне выполнять данные виды работ более качественно и быстро, а также развивает у молодых специалистов выносливость, терпение и трудолюбие, что немало важно при любой работе, а особенно, если это работа с людьми.

Целью исследования: являлась разработка коллекции подиумных причесок.

Для достижения этой цели мы провели анализ литературных источников по теме, изучили этапы выполнения подиумных причесок, выявили особенности выполнения подиумной прически, изучили условия, произвели практическое выполнение подиумной прически.

Поставленная в начале работы цель была достигнута. А так же были выполнены такие задачи как

1. изучить модные тенденции, научную и профессиональную литературу современного направления подиумных причесок.

2.разработать технологическую последовательность и эскизы коллекции. 3.произвести практическое выполнение одной конкурсной прически.

Выполнения работы, как практическую часть, так и теоретическую, позволяют приобрести большую уверенность при выполнении исследовательской работы.

Главная трудность заключалась в выборе из массы источников нужной информации с учетом темы работы. В ходе работы были получены навыки работы с клиентом. Полученный опыт позволяет подходить к выполнению работы с большей уверенностью, а также является хорошим опытом при дальнейшей работе по специальности.

Белякова Александра

Руководитель: Хлудкова Н.В.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Современные тенденции интерьерного дизайна

Нельзя не согласиться с тем, что в интерьере уже давно сложились определенные модные тенденции. Каждый новый год превозносит на вершину олимпа все новые решения, оставляя позади инновации. Хотите быть на гребне моды? Ваше право! Однако за всеми новинками дизайнерского мира не угнаться. Да и не надо. Ведь уже завтра модный пурпуровый диван на одной из миланских выставок может быть признан неактуальным.

Цель работы – изучить современные тенденции интерьерного дизайна.

Задача – познакомиться с общими принципами и средствами формирования современного жилого интерьера.

Так с чего же начинается история дизайна интерьера? На этот вопрос достаточно сложно ответить. Может всё начиналось с пещерных рисунков древних людей? Ведь жильём для первобытного человека являлась пещера, которую он украшал росписями на стенах, шкурами мамонтов и других убитых им животных.

В 20 годы прошлого столетия, первостепенную роль в истории дизайна сыграла школа *Баухауз*. Течение сочетало в себе комбинирование изобразительного искусства и ремёсел. То, что мы видим сейчас в нашем интерьере, стало своего рода продолжением ключевых идей Баухауз.

Сформировавшееся в начале XX столетия новое стилевое направление в архитектуре, называемое *функционализм* стало теоретической базой для развития принципов формообразования в дизайне. Его лидеры, видели красоту художественной формы в её функциональной целесообразности.

Творческая деятельность в 1933-1960 годах была остановлена из-за внедрения [принципа стандартизации](#), применяемого не только к человеку, но и к создаваемой среде. По этой причине завершилась эпоха единства эстетической концептуальности. Дизайн разделился на несколько направлений: предметно-бытовой, декоративно-оформительский и инженерно-технический.

Сегодня, дизайнер – это художник с инженерным мышлением, постоянно решающий задачу одновременного сочетания таких качеств создаваемого интерьера или предмета как: его целесообразность, функциональность, эргономичность с одной стороны и эстетическая привлекательность с другой.

Способов зонирования существует много, но все они условно разделяются на две большие группы: обратимые и необратимые.

В первом случае речь идет о таких методах деления комнаты на зоны, при которых можно обойтись без серьезных ремонтных работ. Зонирование можно сделать при помощи:

- мебели;
- различных ширм;
- штор и занавесок.

К необратимым способам зонирования относятся:

- возведение перегородок из гипсокартона;
- установка перегородок-купе или раздвижных дверей;
- монтаж подиума в одной из зон (обычно в спальне);
- визуальное разделение пространства при помощи разных

способов отделки и освещения.

С первых же шагов становления, дизайн претендовал на самый широкий спектр объектов проектирования. Возникнув в профессиональной среде архитекторов и художников, дизайн в процессе развития не только превратился в самостоятельный вид проектно-художественной деятельности, но и сам стал активно влиять на художественное и архитектурное формообразование, все более и более расширяя свои профессиональные сферы.

Тенденции в дизайне современного интерьера стремятся сделать пространство каждой комнаты в доме как можно более просторным и комфортным. Эти тенденции в дизайне объединяет глубокая потребность людей расслабиться в своих домах, и хорошо организовать жизненное пространство для того, чтобы сделать жизнь легче.

Современный дизайн интерьера предусматривает использование восстановленной мебели и декоративных деталей. Тенденции 2016 года - индивидуальность, простота и экологичность. Прошло время строгих правил в оформлении интерьера! Создавая уникальный и неповторимый образ своего жилища, смело сочетайте антикварные вещи и мебель из оргстекла, имитацию битого кирпича в отделке стен и нежные цветочные принты в обивке, тусклый блеск промышленного материала и поделки из грубого шероховатого дерева.

2016 год дизайна интерьера посвящен воплощению таких тенденций, как "близость к природе", "экологичность во всем" и "вторая жизнь старых вещей".

Шуреева Кристина

Руководитель: Пьянова Е.И.

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Влияние моды на стиль одежды

Актуальность моей исследовательской работы в том, что влияние моды мешает человеку найти свой стиль, тем самым навязывая определенные стандарты. Модно – не значит быть стильным, ведь во всем должен присутствовать вкус и свой особый стиль.

Мода изменчива, непостоянна, но она является неким живым импульсом к новизне, поиску и творчеству. Она помогает развить вкус, экспериментировать, искать то, что подходит именно вам.

Поэтому известные модельеры в наше время оказывают на общество небывалое влияние в модных тенденциях. Мода и стиль не могут существовать друг без друга. Ведь модные тенденции помогают не только в создании оригинального, но и в выборе изысканного стиля.

В одежде присутствуют основные стили, которые вы можете увидеть на слайде.

Классический стиль характеризуется подчеркнутой строгостью и элегантностью форм, минимум деталей.

Романтический стиль отличается большим разнообразием, декоративностью форм и деталей. Отличается нарядностью отделки с использованием меха и различных украшений.

Спортивный стиль призван обеспечивать удобство человека при движении и одновременно подчеркивать стройность и спортивность фигуры.

Фольклорный (этнический) стиль способствует распространению этнического стиля в одежде. В одежде используются традиционные народные отделки – вышивка, аппликация, рюши, плетение.

Эклектический стиль представляет собой комбинирование образов, создание неожиданных сочетаний, с различными материалами: замша и шелк, мех и кружево, кожа и сетка.

На все стили, так или иначе влияют модные тенденции разных стран, таких как: Америки, Англии, Франции, Италии.

Например, Италия считается законодательницей европейской моды. Итальянцы любят аксессуары и не отказываются от украшений. В их гардеробе обязательно найдется хорошее пальто, дорогие ботинки, кашемировый шарф и модные дизайнерские очки.

Современная мода сегодня – это впечатляющая своим размахом индустрия: издаваемые огромными тиражами гляцевые журналы с модными трендами, которые овладевают умами миллионов людей.

Исходя из этого, мы провели исследование в виде анкетирования среди пользователей сети Интернет в количестве 36 человек в возрасте от 16 до 30 лет. Таким образом, в результате проделанной работы были получены следующие данные:

53% опрошенных людей считают, что мода – это временное господство, а модные тенденции помогают одеваться модно и стильно по сезону и брендовым новинкам, которые предлагает модная индустрия.

64% опрошенных отрицательно относятся к модным тенденциям, и для них модная индустрия предлагает порой далеко не те идеи, которые могут отвечать их вкусам.

На вопрос: Как часто вы обращаетесь к модным тенденциям? 58% опрошенных не обращаются к моде вообще и? по их мнению, мода не всегда отвечает вкусам людей; 14% относятся положительно и обращаются к модным тенденциям, чтобы быть стильными и элегантными.

На данный вопрос ответило положительно 91% всех опрошенных, которые считают, что нужно проявлять свою индивидуальность, отличаться от других и в одежде рассказывать о себе и своих интересах.

По опросу о негласных правилах выяснено, что все правила равноценны и важны, с этим согласились 8% опрошенных; 47% выбрали соответствие наряда, прически, аксессуаров, макияжа обстановке времени; 40% – сочетание составных частей образа между собой; 5% – соблюдение пропорций в образе.

43% опрошенных говорят нам о том, что людей привлекает классический стиль одежды; 23% – предпочитают романтический стиль; 31% – спортивный стиль; и 3% – фольклорный стиль (этнический). Но никто из опрошенных не выбрал эклектический стиль, так как он им неизвестен.

В последнем вопросе мнения разделились: 41% опрошенных сделали вывод, что мода помогает создавать свой образ, ведь только основываясь на модных тенденциях, мы подбираем одежду, отвечающую как нашим вкусам, так и запросам модной индустрии; 37% – сказали о том, что мода мешает проявлять свою индивидуальность; 18% согласны с тем, что мода и стиль не

могут существовать друг без друга; -4% считают, что мода никак не влияет на стиль одежды.

В результате было выявлено, что модные тенденции влияют на стиль одежды, но использовать модные тенденции в стиле или нет решает каждый сам.

Таким образом, одни считают, что мода дает советы, направляющие нас на правильное создание своего образа. Другие считают, что модные тенденции не отвечают их вкусам, соответственно, одеваются по своему стилю. Исходя из этого, сделаем вывод о том, что мода и стиль не могут существовать друг без друга.

Загуляева Дарья

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна (РИНПО) г. Санкт-Петербург.

Спрос на индивидуальное изготовление одежды, обусловленный профессиональной деятельностью заказчика

Аннотация. В настоящее время не теряет актуальности проблема достижения высокого уровня мотивации личности к поддержанию и улучшению своего внешнего вида. Спрос на индивидуальное изготовление одежды зависит не только от частоты посещения ателье, но и от степени выражения индивидуальности, владения навыками самостоятельного изготовления, финансового состояния, рода профессиональной деятельности, мотивации к проведению индивидуальных мероприятий. В статье приводятся результаты анализа заказчиков и потенциальных заказчиков на предмет их мотивации к индивидуальному изготовлению одежды в зависимости от рода их профессиональной деятельности.

Ключевые слова: индивидуальное изготовление одежды, спрос на услуги частных ателье, причины отсутствия спроса на услуги частных ателье.

Исследования последних лет в области индивидуального изготовления одежды выявили недостаточный уровень знаний и навыков привлечения клиентов. Общеизвестно, что огромным спросом пользуются импортные сетевые марки одежды с ценовым показателем ниже стоимости затраченной на материал и оплаты труда при индивидуальном изготовлении. Однако поведенческие характеристики населения относительно внешнего вида стеничны. Добиться повышения спроса на индивидуальное изготовление одежды среди населения требует особых усилий. Необходимость изменения поведения населения в сторону сохранения и активного применения услуг частных швейных ателье является весьма актуальной.

Целью исследования явилось установление связи между личностными характеристиками заказчиков и потенциальных заказчиков и их отношение к индивидуальному изготовлению одежды в зависимости от их профессиональной деятельности.

Нами были опрошены 1332 человека разных социальных групп в возрасте от 18 до 58 лет, которые были разделены на 7 групп. В первую

группу вошли студенты – 260 человек, вторая группа была представлена научными, образовательными и медицинскими работниками – 220 человек, в третью группу вошли административные работники и госслужащие – 212 человек, четвертую группу представляли сотрудники культуры, искусства, дизайна – 268 человек, пятая группа была представлена рабочим персоналом и сферой услуг – 202 человека, в шестую группу вошло неработающее население – 37 человек, представители седьмой группы занимаются другим родом деятельности – 133 человека. Все респонденты отвечали на вопросы разработанной нами анкеты, включающей гендерный признак, возраст, род профессиональной деятельности, средний годовой доход, частоту и причину обращения за услугами индивидуального изготовления одежды, ремонта одежды. Для определения психологических свойств личности респондентов проводился опрос, включающий тест для определения уровня перфекционизма.

Для определения уровня перфекционизма мы использовали опросник перфекционизма А.Б. Холмогоровой– Н.Г. Гаранян (МНИИП психиатрии Росздрава, 2008). Методика предназначена для оценки общего уровня перфекционизма личности и следующих составляющих: восприятие других людей как делегирующих высокие требования (при постоянном ревнивном сравнении себя с другими); завышенные притязания и требования к себе; высокие стандарты деятельности при ориентации на полюс «самых успешных»; селектирование информации о собственных неудачах и ошибках; поляризованное мышление – «все или ничего».

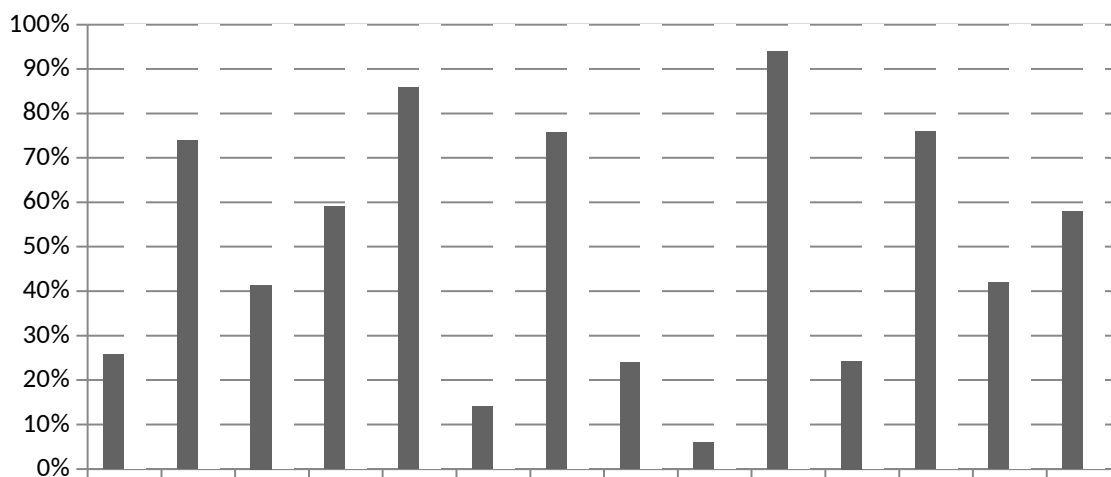


Рис.1. Спрос на услуги частных ателье

Каждое утверждение опросника оценивается респондентом по 7-балльной шкале соответственно степени согласия или несогласия с данным утверждением. По итогам заполнения опросника выделяется высокий и низкий уровень перфекционизма.

Проводился сравнительный анализ групп по спросу на услуги частных ателье.

Таким образом, из рисунка 1 мы видим, что обращаемость среди третьей и четвертой группой наиболее высокая, а среди пятой и шестой наиболее низкая. По общим показателям среди респондентов, пользовались услугами частных ателье 46 %, а 54% не обращалось.

Следующим этапом проводился сравнительный анализ групп среди тех, кто обращался за услугами. Рассматривались частота обращения и виды услуг.

Среди четвертой группы наблюдается наиболее частый интерес к индивидуальному изготовлению одежды, в среднем заказчик обращается за услугами 5-6 раз в год. Первая, вторая, пятая и шестая группы в среднем обращаются за услугами 1-2 раза в год.

Ремонт одежды актуален у всех групп. Спрос на индивидуальное изготовление повседневной одежды более ярко выражен среди респондентов второй (наука, образование, медицина), третьей (административная работа и госслужащие) и седьмой (другая сфера деятельности) групп. Спрос на изготовление сценической одежды проявляется среди первой (студенты) и четвертой (культура, искусство, дизайн) групп.

Последним этапом проводился сравнительный анализ групп среди тех, кто не обращался за услугами ателье. Рассматривались причины отсутствия спроса.

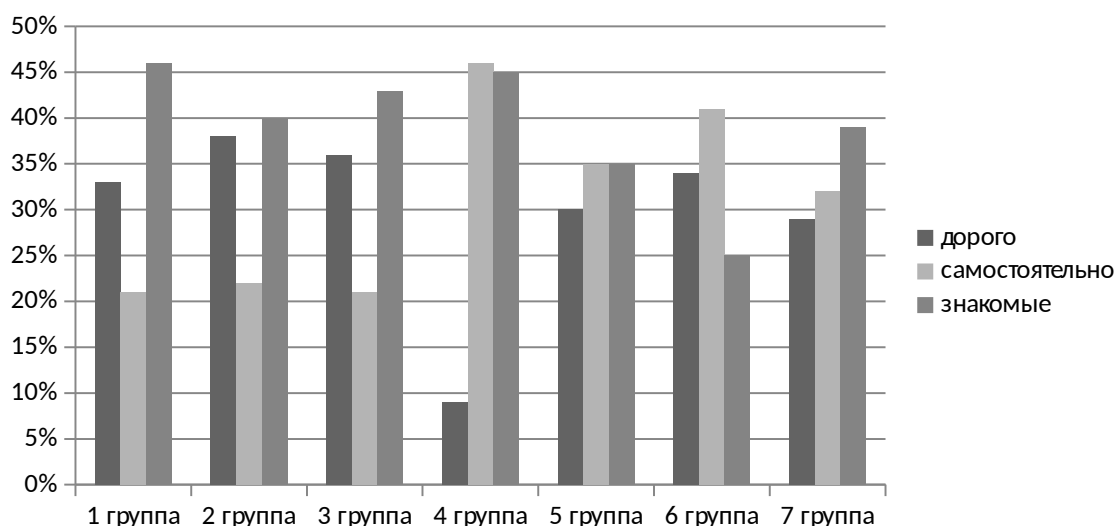


Рис. 2. Причины отсутствия спроса на услуги частных ателье

Таким образом, ссылаясь на рисунок 2, мы можем отметить, что причины отсутствия во всех группах примерно равны. Огромную роль играет высокая цена на услуги индивидуального изготовления одежды. На втором месте респонденты отмечали недоверие к организациям, поэтому обращаются за услугами к знакомым. А так же одна из основных причин отсутствия спроса — это самостоятельное владение навыками изготовления одежды.

По шкале Перфекционизм группы один, три и четыре имели более завышенные требования к себе, чем вторая, пятая, шестая и седьмая группы.

Наиболее частным спросом услуги индивидуального изготовления одежды пользуются среди работников сферы культуры, искусства и дизайна,

так как это является неотъемлемой частью их профессиональной деятельности.

Работники сферы культуры, искусства и дизайна более ответственно подходят к индивидуальному изготовлению одежды и имеют более завышенные требования к себе.

Население, среди которых частные ателье не пользуются спросом, недостаточно информированы и мотивированы к индивидуальному изготовлению одежды с целью получения качественной и индивидуальной продукции.

Изменение поведения населения в сторону сохранения и увеличения спроса на индивидуальное изготовление одежды возможно в результате мотивированного индивидуального подхода к каждому человеку, учитывая его психологические особенности, а так же проведения мероприятий для привлечения целевой аудитории.

Литература:

1. Гаранян Н.Г., Холмогорова А.Б. Диагностика перфекционизма при расстройствах аффективного спектра// Пособие для врачей – М.: МНИИП, 2008. – 16 с.
2. Иващенко, Н.С. Товарная политика текстильного предприятия : Учебник / Иващенко И.С. ; Моск. гос. ун-т дизайна и технологии . - М. : ИНФРА-М, 2015 . - 287 с.
3. Косарева Е.А. Мода 20 век. Развитие модных форм костюма. Спб.: Петербургский институт печати, 2006. – 320 с.
4. Проблемы экономики и прогрессивные технологии в текстильной, легкой и полиграфической отраслях промышленности. Дни науки 2010 : Всероссийская науч.-техн. конференция студентов и аспирантов. Сборник статей / Санкт-Петербургский гос. ун-т технологии и дизайна . - Санкт-Петербург, 2010 . - 403 с.
5. Ривош Я.Н. Время и вещи. Очерки по истории материальной культуры в России начала 20-ого века. – М.: Искусство, 1990 – 402 с.
6. Шмелев А.Г. Психодиагностика личностных черт. Спб.: Речь, 2002. – 408 с.

Тепляков Андрей

Руководитель: Шеломенцев Е.Е.

Томский политехнический университет, г.Томск.

Беспилотные автомобили

Беспилотный автомобиль — транспортное средство, оборудованное системой автоматического управления, которое может передвигаться без участия человека. К таким разработкам можно отнести автономные автомобили Google, автомобили-роботы MIG (MadeinGermany), автомобиль из Брауншвейга, получивший имя — Leonie, AKTIV. VisLab. AKTIV — аббревиатура немецких слов Adaptiveund Kooperative Technologienfurden

Intelligenten Verkehr, и означает консорциум компаний (всего 28, в том числе AUDI, BMW, Daimler, Siemens, Volkswagen), совместных разработчиков техники для автотранспорта.

Преимущества беспилотного автомобиля:

- перевозка грузов в опасных зонах, во время природных и техногенных катастроф или военных действий;
- снижение стоимости транспортировки грузов и людей за счёт экономии на заработной плате водителей;
- более экономичное потребление топлива и использование дорог за счёт централизованного управления транспортным потоком;
- экономия времени, ныне затрачиваемого на управление ТС, позволяет заняться более важными делами или отдохнуть;
- у людей с ослабленным зрением появляется возможность самостоятельно перемещаться на автомобиле;
- минимизация ДТП, человеческих жертв;
- повышение пропускной способности дорог за счёт сужения ширины дорожных полос.

Некоторые системы полагаются на инфраструктурные системы (например, встроенные в дорогу или около неё), но более продвинутые технологии позволяют симулировать присутствие человека на уровне принятия решений об управлении и скорости, благодаря набору камер, сенсоров, радаров и систем спутниковой навигации. Есть несколько крупных программ по разработке беспилотного автомобиля, включая программу Европейской Комиссии с бюджетом в 800 млн. евро, программу 2getthere в Нидерландах, исследовательскую программу ARGO в Италии, соревнование DARPA GrandChallenge в США и проект «Беспилотный автомобиль Google». Беспилотный автомобиль Google — проект компании Google по развитию технологии беспилотного автомобиля. В настоящий момент проект реализует лаборатория Google X. Возглавляет проект инженер Себастьян Тран, директор лаборатории искусственного интеллекта Стенфордского университета, один из создателей сервиса GoogleStreetView. Эта команда занималась проектом Стэнли в Стенфордском университете, который получил приз в \$2 млн от Министерства обороны США, победив в 2005 году в конкурсе DARPA GrandChallenge.

В июне 2011 года компания Google успешно пролоббировала закон штата Невада, разрешающий использование беспилотных автомобилей на дорогах общего пользования. В Google отказались пояснить, почему выбор был сделан в пользу Невады. Система использует информацию, собранную сервисом GoogleStreetView, видеокамеры, датчик LIDAR, установленный на крыше, радары в передней части авто и датчик, подключенный к одному из задних колёс, который определяет позицию на карте. В 2010 году Google протестировал несколько автомобилей, оборудованных такой системой. В реальных условиях, без участия человека, автомобиль проехал около 1600 км полностью автономно и ещё 225 308 км с частичным участием человека. В 2012 году их автомобили проехали уже более 480 тысяч километров с

минимальным участием человека. Google также объявила, что пополнила парк беспилотных автомобилей гибридным кроссовером Lexus RX450h. Они необходимы для тестирования системы на участках со сложным рельефом.

Но, по состоянию на март 2013 года, автомобили Google не могут передвигаться под проливным дождем и в условиях заснеженной местности. Связано это с тем, что идентификация местности производится посредством сравнения заблаговременно отснятых фотографий с результатами визуализации окружающего ландшафта сканирующими системами автомобиля. Благодаря такому подходу система может отличить пешехода от обычного телеграфного столба, но в условиях плохих погодных условий система сделать это бессильна.

С 2012 г., по заданию Минпромторга, ФГУП «НАМИ» выполняет НИР по созданию интеллектуальных самоуправляемых «беспилотных» грузопассажирских АТС гражданского назначения. В рамках данного проекта разрабатывается макетный образец «беспилотного» АТС на базе автомобиля «Лада-Калина» с автоматической коробкой передач. В состав технического «зрения» входит набор видеокамер, радаров дальнего и ближнего действия, лазеры и GPS/Глонасс приемники. С помощью системы технического «зрения» БАС по разрабатываемым алгоритмам и программному обеспечению анализирует обстановку вокруг себя на расстоянии до 200 м, распознает дорожную разметку, дорожные знаки, светофоры, определяет движущиеся и не движущиеся объекты. По записанному маршруту, а также с помощью системы GPS/Глонасс, автомобиль уже может передвигаться вне дорог общего пользования из точки А в точку Б без участия водителя.

Основные элементы системы управления «беспилотным» автомобилем следующие:

- рулевое управление;
- управление дроссельной заслонкой;
- управление тормозной системой;
- управление трансмиссией;
- управление зажиганием;
- управление светотехникой.

На стадии отладки находятся следующие разработанные алгоритмы управления движением «беспилотного» АТС в условиях моделирования организованной и неорганизованной дорожной сети:

- включение и выключение двигателя;
- режимы прямолинейного движения и поворота автомобиля;
- распознавание препятствий;
- определение дорожных знаков и разметки и реакции на них;
- определение местоположения автомобиля;
- поддержание заданного расстояния и скорости за впереди идущим автомобилем;
- подача световой и звуковой сигнализации.

По результатам дорожных испытаний была проведена доработка алгоритма. Корректировка позволила двигаться БАС по разметке при одной

распознанной полосе разметки, а также внутри полосы движения при наличии разметки. Полученные результаты испытаний можно считать удовлетворительными. Доработанный алгоритм обеспечивает надежное движение БАС в полосе при наличии дорожной разметки.

Подводя итоги изложенному, можно утверждать, что внедрение «беспилотных» автомобилей позволит эффективно решать задачи повышения безопасности АТС, снижения числа пробок на дорогах, ДТП, травм и смертей, снижения расхода топлива, выброса вредных веществ, парниковых газов в атмосферу и повышения комфортабельности пассажиров. «Беспилотный» автомобиль перспективен для гражданского и военного назначения.

Создатели систем автономного управления машинами не случайно не спешат запускать оснащенные этими технологиями модели в серийное производство. Ведь у них, помимо определенных достоинств, есть и вполне весомые недостатки.

Достоинства:

1.Безопасность. Разработчики системы автономного управления автомобилем от Google утверждают, что лишенный человеческого фактора компьютер, способный обрабатывать массу информации и принимать решения в разы быстрее, чем обычный водитель, может эффективно обезопасить пассажиров от дорожно-транспортных происшествий. Кроме того, благодаря высокочувствительным датчикам, автомобиль сможет «увидеть» в темноте объекты (идущих по обочине дороги пешеходов или перебегающих трассу животных), недоступные человеческому глазу и вовремя отреагировать на ситуацию, снизив скорость вплоть до полной остановки.

2.Точное соблюдение ПДД. В отличие от обычного водителя, беспилотный автомобиль никогда не пойдет на сознательное нарушение правил дорожного движения. Если компьютер системы расценит дорожную обстановку как потенциально опасную, он примет меры для того, чтобы избежать возможного ДТП, начиная от выбора наиболее оптимального маршрута движения вплоть до полной остановки. К тому же, при массовом использовании беспилотных машин снизятся возникающие по вине водителей заторы на дорогах.

3.Комфорт. Владелец такого беспилотного автомобиля сможет забыть о таких проблемах, как выбор места для парковки - автономная система самостоятельно определит свободное парковочное место в конечной точке маршрута и запarkуетсЯ без участия водителя. К тому же, располагая точными сведениями об интенсивности движения в той или иной точке маршрута, «беспилотник» заранее «увидит» пробку, оценит ее масштаб и выберет альтернативный маршрут.

Недостатки:

1. Дезориентация в плохих погодных условиях. Всем известно такое качество лазерных радаров, как искажение информации об объектах в туманную или дождливую погоду. Разработчики утверждают, что им удалось сократить погрешность определения приборами расстояния до объектов с

нескольких метров до 10 см, но и это не является положительным результатом. К тому же, информация, получаемая датчиками, может искажаться при езде в зимнее время - система пока не может адекватно оценивать состояние обледенелой дороги и, соответственно, выбирать необходимый режим движения.

2. Передвижение по пересеченной местности. Нынешние опытные образцы беспилотного автомобиля «приучены» передвигаться по ровным дорогам. При выезде на пересеченную местность датчики автомобиля перестают адекватно оценивать состояние рельефа, что может привести к сбою в системе. Специалисты работают над устранением этого недостатка.

3. Юридическая ответственность. Одним из камней преткновения в выведении на дороги общего пользования беспилотных автомобилей является юридическая ответственность при совершении такой машиной ДТП. Пока не существует законодательных норм, определяющих, кто будет виновным в аварии, совершенной «беспилотником» - владелец автомобиля, поставщик датчиков системы автономного управления или разработчик компьютерной программы, по которой будет работать эта машина.

4. Отсутствие панорамного вида улиц. Пока что система автономного управления от Google может применяться только в тех городах, где доступна GoogleStreetView. Без этой функции система не сможет проанализировать и построить маршрут движения и автомобиль попросту не поедет. Когда машина оказывается на дороге, которая не внесена на карту, компьютер может потеряться – прямо как человек.

5. Указания полицейских. Когда машина проезжает зоны строительства, аварий и в других подобных ситуациях, где трафик регулируется вручную подаваемыми людьми сигналами, а сигналы светофора и разметка противоречат этим сигналам. Как машине распознать знаки людей и чему отдать приоритет?

6. Цена. По приблизительным подсчетам, нынешняя стоимость тестового образца беспилотного автомобиля от Google составляет 150 тысяч долларов - без налогов и пошлин. Из этой суммы только 70 тысяч долларов стоит оптический датчик LIDAR.

При устранении перечисленных выше недостатков и сознательном отказе от управления автомобилем многие нынешние автолюбители предпочтут иметь оснащенную автопилотом машину. Это не только удобно, но и, что главное, безопасно, ведь в случае возникновения аварийной ситуации компьютерный «мозг» автомобиля выберет самый оптимальный вариант, который поможет избежать повреждения машины и травм пассажиров.

Папуга Ксения

Руководитель: Михайлов П.М.

Московский государственный машиностроительный университет (МАМИ)

Исследование автомобильной компании TeslaMotors

Потенциальными клиентами TeslaMotors являются довольно состоятельные люди. Как отзывается о своих клиентах сама компания: «Преимущественно в США большинство потенциальных клиентов Tesla живут в отдельных домах, что делает установку персональной зарядки не такой уж сложной. В восточной же Европе многие потенциальные клиенты, даже богатые – живут в жилых комплексах по типу квартир и апартаментов». В России владеют автомобилями Teslamолодые успешные бизнесмены, имеющие тягу к инновациям и заботящиеся об окружающей среде. Среди них можно выделить Антона Белова, директора музея современного искусства «Гараж», Дмитрия Гришина, директора Mail.ruGroup, главу «Сбербанка» Германа Грефа и жену министра связи и массовой коммуникаций Светлану Никифорову. Это объясняется высокой стоимостью электромобиля - \$ 110 000 в России и \$ 70 000 в США. Однако, несмотря на высокую стоимость и сложное таможенное оформление, по данным ГИБДД, на данный момент в России насчитывается около 100 машин.

Также, клиентами Teslamotors являются частные такси Европы, оказывающие транспортные услуги для пассажиров премиум-класса.

Как утверждают эксперты, рынок электромобилей является очень перспективным. Однако вопреки оптимистическим прогнозам, сделанным в 2011 году, предполагаемые объемы продаж мало вероятно достигнут намеченной планки. Так, в Западной Европе за 2011 год было продано около 8000 электромобилей. А за первое полугодие 2012 объемы продаж увеличились всего на 6% вместо предполагаемых 50%.

Такой тренд объясняется неоднозначностью достоинств электромобиля и малой осведомленностью потенциальных покупателей о значительных преимуществах многих технологий. С одной стороны он отличается исключительными техническими характеристиками, что дает ему фору по сравнению с автомобилем, оснащенным двигателем внутреннего сгорания. Эта разница стала еще более существенной после введения Европейскими государствами стандартов Euro5 и Euro6, которые накладывают ограничения на допустимый уровень выбросов автомобилей CO₂ в атмосферу.

Сегодня владельцы автомобилей берут во внимание не только их первоначальную стоимость, но и стоимость их обслуживания. По этому параметру электромобиль действительно является средством передвижения, которое может значительно сократить текущие расходы владельца. Согласно опросам, около 80% владельцев электромобилей считают, что данный вид транспорта приносит им экономию. Так же к покупке электромобиля многих подталкивает интерес к новым технологиям и автомобилям в частности. Экологическая же сторона вопроса является лишь бонусом, а не мотивирующим аспектом при приобретении машины.

На сегодняшний деньTeslamodelS впечатляют своими возможностями. По прогнозу американской исследовательской компании Frost&Sullivan к 2020 году производитель электромобилей сделает значительный прорыв в новых автотехнологиях. Безусловно, это будет новым толчком для роста спроса на электромобили, что дает надежду на расширение этого рынка.

Стоит заметить, что пользуясь электромобилем, у владельца появляется значительно больше привилегий. Государства стремятся вывести как можно больше экологически чистых электромобилей на дороги, предлагая взамен освобождение от определенного перечня налогов, бесплатные парковочные места, бесплатную зарядку транспортного средства, возможность ездить по линии общественного транспорта, что сводит вероятность попадания в пробки к минимуму, и, конечно же, выгодные беспроцентные кредиты на приобретение электромобиля.

Потребителями электромобилей в странах Западной Европы выступают частные лица и компании государственного и частного секторов. По итогам исследования, которое было проведено среди стран Западной Европы для выявления целевой аудитории среди частных лиц, можно выделить следующие характеристики. Пользователями электромобилей в основном являются жители Франции и Англии в возрасте 26-35 лет и 50+ преимущественно мужчины с высоким уровнем доходов. Для 91% пользователей электромобиль является вторым или третьим транспортным средством. Предположительно, эта цифра в ближайшие 2 года снизится до 47%, а затем до 33%. Эта целевая аудитория мотивирована желанием сэкономить на расходах на топливо и налоги. Сейчас в странах Западной Европы появляется тенденция дезурбанизации крупных городов. Большинство семей живут в частных домах, что упрощает процесс зарядки электромобиля. Большинство офисов, гипермаркетов и площадей элитного жилья находится в центре города (первой зоне). В это же время семьи с низким уровнем доходов имеют тенденцию переезжать в зоны 2 и 3 отдаленности. Поэтому появляется необходимость в экономичных машинах как средствах передвижения от периферии к центру города. Что же касается самой модели электромобиля, то данная целевая аудитория предпочитает автомобиль, имеющий кузов «универсал» и систему полного привода. Как раз Tesla Motors в 2015 году запускает новую модель своего электрокара – Model X – пятидверный кроссовер с футуристичным дизайном и еще более выдающимися техническими характеристиками.

Компании, представляющие частный и государственный сектор, так же заинтересованы в приобретении электромобилей. Это объясняется тем, что 2/3 стоимости потребления автомобилей в коммунальных службах, общественном секторе и службах доставки занимают затраты на топливо. По итогам исследования было отмечено, что коммунальный и государственный сектора обладают наибольшим потенциалом для развития.

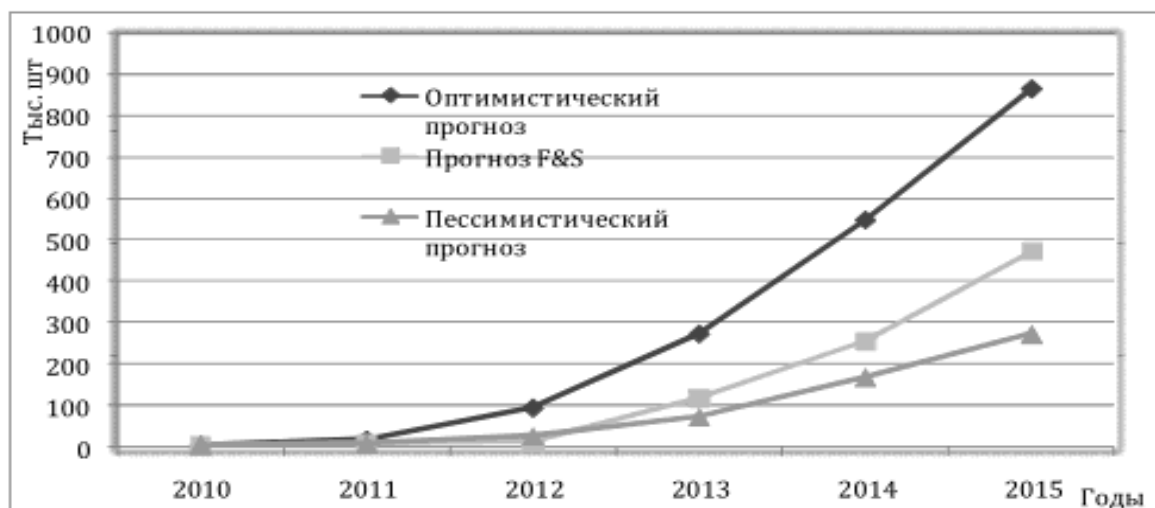


Рис. 1. Прогноз продаж электромобилей на предстоящий год

На сегодняшний день компания насчитывает 134 дилерских центра. Расположенные в США, Канаде, Австралии, Китае, Японии и западной Европе. Стоит отметить, что TeslaMotors упорно отказывается работать с дилерами на условиях франчайзинга и утверждает, что по-прежнему будет продавать свои электромобили напрямую.

Вывод: дилерские центры Tesla довольно плотно расположены в Европе и США. В остальных странах данные центры единичны и находятся лишь в крупных городах-мегаполисах, что говорит о низкой покупательной активности населения. В восточной части Европы, в Африке, в Южной Америке официальных дилерских центров пока не существует. Это можно объяснить малым возрастом компании и плохо развитой инфраструктурой. Однако, машину можно заказать через интернет на официальном сайте из любой точки планеты и Вам доставят ее в Вашу страну.

Старикова Анастасия

Руководитель: Кирина Т.В.

*Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Новосибирской области «Новосибирское государственное художественное
училище(колледж)», г.Новосибирск.*

Модерн в интерьере

Цель:

- Изучить особенности стиля, применения его элементов в современных помещениях.

Задачи:

- Анализ исторической литературы, специальной литературы по дизайну интерьера;
- Рассмотрение основных особенностей стиля Модерн;
- Проведение анализа основных черт и отличий стилей в дизайне;
- Выявление современных помещений, выполненных в стиле Модерн;

- *Выявление ассортимента материалов, элементов декора, предметов мебели, выполненных в стиле Модерн.*

Стиль интерьера отражает влияние определенного времени, исторической эпохи и даже географического положения его зарождения.

Прежде всего – это образ и вкус. Стиль в нашем понимании - это единство художественного направления, гармоничная совокупность черт и характерных особенностей создаваемого интерьера.

Существует несколько классических стилей оформления интерьера помещений. Из них наиболее универсальным по праву считается Модерн (модерн - это новое), возникший в Европе в конце 19 века, во времена, когда в стилях оформления началась полная неразбериха.

Модерн - раздробленный стиль, который так и не стал интернациональным, жители разных стран по-разному называют это направление. В США это Тиффани, в честь известного дизайнера, «югендстиль» – название Модерна в Германии, австрийцы его называют Сецессион, Модерн стайл – в Англии и Еловый стиль – в Швейцарии. Но самое популярное второе название Модерна – Ар-нуво, так его называли во Франции.

Модерн пришел на смену стилю - эклектика (доминировавшего в Европе и России в 1830-е-1890-е гг.), который заключался в повторении более старых различных стилей (неоренессанс, необарокко, неорококо, неоготика, неорусский стиль, неовизантийский стиль, индо-сарацинский стиль, неомавританский стиль), а так же классического стиля, в котором преобладали четкие формы.

Эпоха Модерна просуществовала недолго: 20-30 лет в разных странах, но влияние модерна на все виды искусства впечатляющее. Следы модерна мы находим во всем: в архитектуре и живописи, в монументальном искусстве, книжной графике, плакате, рекламе, дизайне и одежде.

Главные особенности стиля Модерн – это асимметрия, художественные орнаменты, плавные линии и природные мотивы, криволинейность и неровные контуры. Элементы стиля Модерн завоевали огромную популярность среди архитекторов, художников и дизайнеров конца девятнадцатого века. Самый значимый год в истории стиля модерн – это 1900 год, а важным фактором, повлиявшим на закат стиля стала - Первая мировая война.

Модерн отказ от исторических стилей, модернизация архитектурных форм, использование каркаса, особое внимание к современным конструкциям и строительным материалам, в том числе к отделочным - керамической плитке, облицовочному кирпичу.

Дизайнеры обратились к использованию таких строительных материалов, как металл и железобетон, которые до этого времени маскировались штукатуркой или каменной облицовкой. Для Модерна характерно использование таких материалов, как благородная древесина, стекло, камень, мрамор, керамика, дорогие ткани. В основном используются мягкие "природные" оттенки, которые максимально приближены к натуральным: белый, бежевый,

горчичный, оливковый, фиолетовый, голубой, коричневый, дымчатый, болотно-зеленый, а также серебристый и золотой.

Модерн создает романтическую атмосферу, поэтому для него характерно неяркое приглушенное освещение. Часто используются светильники из цветного и матового стекла. Витражи - это, пожалуй, один из самых узнаваемых элементов стиля Модерн. Витражи были чрезвычайно популярны и использовались при оформлении окон, дверей, мебели, стен.

Отличительной чертой стиля является большое количество свободного пространства. В этом плане Модерн похож на минимализм. Главной целью дизайнера, работающего в стиле Модерн, всегда было наиболее удобное расположение мебели в интерьере, позволяющее обеспечить максимум свободного места.

Интерьеры своих домов в стиле Модерн оформляли единицы, в основном, яркие личности, которые хотели выделиться из общей толпы. Сегодня стиль Модерн проектируется в помещениях, рассчитанных на торжественное времяпровождение.

Модерн это один из любимых стилей, используемых в дизайн - проектах помещений, так как интерьер, оформленный в этом стиле, отлично вписывается техника, например акустическая система или домашний кинотеатр. В этом значении стиль Модерн сильно перекликается с еще одним распространенным в наше время стилем Хай-Тек. Но техника обычно выходит в дизайне интерьера на первый план, а с помощью Модерна современные детали должны вписываться в интерьер более гармонично.

21 век технологий хочется окунуться в природные краски, плавные линии, поэтому стиль Модерн, а главное его элементы вновь становятся современными и предпочтительными в интерьере. Так, например, нередко встретишь кованые решетки на балконах домов. Магазины - света предлагают целые коллекции светильников, люстр и бра в стиле Модерн. Мягкую мебель плавных линий можно приобрести в мебельных магазинах любого города.

Богатый выбор обоев, с цветочным орнаментом и однотонных, способен превратить ваш интерьер в яркие зоны Модерна. Декоративные элементы, такие как вазы, статуэтки, подсвечники и др. можно приобрести в специализированных магазинах.

В чистом виде стиль Модерн можно проследить в архитектуре, интерьере Европы, как Франции, Германии, Швейцарии и др. В России конечно сложнее, скорее Модерн можно наблюдать в частных домах. Но элементами стиля, любое помещение, независимо от планировки и размеров все же можно оформить в стиле Модерн. Современный стиль Модерн, собравший все тенденции современности, серьезно обогатился новыми материалами и фактурами. С помощью мебели, обоев, цвета, натуральных материалов, аксессуаров и др., тем самым, применяя элементы Модерна, интерьер становится изысканным и современным. Интерьер с элементами Модерна долгое время сможет радовать глаз и наполнит ваш дом особым светом и теплом.

Секция 5. Актуальные проблемы педагогической деятельности в условиях реализации современных стандартов

Шерстнева Ирина Борисовна

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Развитие личностных качеств обучающихся на популярных сайтах

Проблема современности:

- снижение уровня подготовки выпускников школ;
- неустойчивость или полное отсутствие у обучающихся мотивации к получению профессионального образования;
- социальная инфантильность;
- частичная или полная утрата у обучающихся высоких нравственных и духовных ценностей, присущих предыдущим поколениям.

Задачи:

- Изучение педагогического опыта деятельности на сайтах в профессиональных образовательных организациях;
- Анализ мониторинга успеваемости обучающихся за последние 3 года;
- Проведение мониторинга по выявлению уровня сформированности личностной компетенции обучающихся;
- Создание и организация деятельности рекламного кружка;
- Создание членами рекламного кружка групп и сообществ на сайтах «В контакте», «Одноклассники» и КузТСиД; привлечение к участию в них обучающихся техникума и остальной молодежи;
- Анализ результативности деятельности кружка, определение перспектив развития

Новизна

- Двусторонняя направленность проекта *(на членов кружка и обучающихся)*;
- Использование возможностей социальной сети для развития личностных качеств обучающихся.

Ожидаемые результаты:

- Положительная динамика духовного и интеллектуального развития обучающихся;
- Формирование отсутствующих и совершенствование имеющихся поведенческих умений обучающихся;
- Улучшение качественных и количественных показателей процесса обучения;
- Привлечение к участию в группах и сообществах на сайтах, созданных рекламным кружком, 65 – 70 % от числа всех обучающихся;

- Популяризация техникума и, как следствие, приток числа абитуриентов

Этапы проекта:

1. Теоретический (сентябрь - октябрь, 2015 г.)

- Изучение опыта кружковой деятельности в образовательных организациях и способов применения моделей кружка в информационном пространстве;
- Изучение возможностей материальной и учебной базы техникума;
- Определение форм и методов работы;
- Подбор и разработка инструментария диагностики (*входного контроля*) и определения результативности проекта;
- Разработка модели рекламного кружка и регламентирующей его деятельность документации
- Анализ мониторинга успеваемости обучающихся за последние 3 года.

2. Диагностический (ноябрь – декабрь, 2015 г.)

- Мониторинг активности обучающихся в социальных сетях;
- Тест готовности к саморазвитию (*В. Павлов*);
- Анкета «Изучение мотивационной сферы»;
- Тест «Коммуникативные и организаторские склонности» (КОС) (*В.В. Синявский, В.А. Федорошин*);
- Тест «Конфликтный ли вы человек»

3. Внедренческий (январь, 2016 г. – май, 2017 г.)

- Организация работы рекламного кружка;
- Мероприятия, направленные на развитие личностных качеств членов кружка
- Привлечение обучающихся техникума к участию в группах и сообществах на сайте «*В контакте*»;
- Привлечение обучающихся техникума, их родственников и знакомых к участию в группах на сайте «*Одноклассники*»;
- Привлечение обучающихся техникума к участию в обсуждениях размещенной информации на сайте *КузТСиД*;
- Создание и размещение разного рода информации, рекламных и обучающих видеороликов на сайтах *КузТСиД*, «*В контакте*», «*Одноклассники*», в журнале *КузТСиД*.

4. Аналитический (июнь, 2017 г.)

- Анализ результатов кружковой деятельности;
- Диагностика обучающихся (*итоговый контроль*);
- Опрос обучающихся на сайтах «*В контакте*» и *КузТСиД* относительно эффективности деятельности рекламного кружка в рамках техникума и на сайтах, изменений в работе групп и сообществ на перспективу;
- Корректировка перспектив развития кружковой деятельности.

Теплякова Светлана Юрьевна

Государственное профессиональное образовательное учреждение

Студенческий театр моды «Твой стиль» как средство профессионально-творческого и эстетического развития студентов КузТСиД

*Стиль — это не дополнение. Это образ жизни.
Это природа всего, будь это стих,
манера поведения или бог,
создатель человечества. Это не просто платье
Уоллес Стивенс, поэт*

Специалисты утверждают, что эффективное профессиональное становление студентов системы СПО происходит успешно при условии удовлетворения их потребностей в положительных эмоциональных контактах с окружающими, возможности самостоятельной деятельности (по интересам), в общении и сотрудничестве со взрослыми и сверстниками, в самоутверждении, самореализации и признании своих достижений со стороны окружающих.

В результате у нас возникла *гипотеза*, что реализовать данные потребности в рамках КузТСиД возможно через творческую деятельность в студенческом театре моды, при которой происходит активное формирование творческо-этической личности студентов, развитие профессионального потенциала, как фактора успешности. Именно поэтому формирование профессионально-творческого и эстетического развития студентов и обучающихся с использованием элементов театрального искусства является наиболее актуальным направлением.

Необходимо отметить, что современная жизнь выдвинула по отношению к студенческой молодежи комплекс требований, важнейшие из которых принадлежит сформированному профессионально-творческому и эстетическому мировоззрению выпускников системы СПО, которые будут определять вектор развития нашей страны в недалеком будущем, а то, как они будут решать возникающие, пока еще неизвестные профессиональные и нравственные вопросы, зависит от качества полученного образования.

Возникает проблема: какие социально-педагогические условия способствуют эффективному формированию профессионально-творческого и эстетического мировоззрения студентов КузТСиД.

Для подтверждения нашей гипотезы и решения поставленной проблемы, мы провели исследование. Специалисты утверждают, что для возрастной аудитории 15 - 20 лет характерны следующие особенности: интерес к мировоззренческим вопросам, систематизация взглядов на окружающий мир, романтическое отношение к жизни, высокая идейная устремленность, открытость для всего нового и вместе с тем критическое восприятие окружающей действительности, идеализация установившихся понятий и представлений. Юношескую аудиторию характеризуют изменчивость мнений, несформированность убеждений и взглядов,

любопытность, познавательная потребность, стремление подвергать сомнению и перепроверять доказанные истины, повышенная эмоциональность, потребность в общении. Происходит отождествление себя как с положительными литературными и кино персонажами, так и с антигероями.

Выборочно проведенный опрос среди студентов техникума показал, что для 26 % респондентов идеалом становятся «герои», порожденные западной киноиндустрией, 15,5 % - находят своих кумиров среди современных звезд сценического искусства и других артистов театра и кино. Для 43 % опрошенных, идеал представляет нечто, что «хотелось бы иметь». Более 15 % опрошенных затруднились ответить на поставленный вопрос, так как не знают о чем идет речь. В качестве идеалов не было названо ни одно историческое, либо современное лицо отечественного кинофильма, произведения литературы.

Также вызывает тревогу анализ передач основных телевизионных каналов. 43 % телепередач содержат сцены насилия, жестокости, мести, утверждения индивидуализма, решающего «слова» силы и власти.

В результате культивирования отрицательных образов через средства массовой коммуникации возникло *противоречие* между высоким уровнем требований к общественной оценке личности и чувствами нереализованности и ограниченных возможностей юношеской аудитории. Также опрашиваемыми подтверждается замена непосредственного общения на виртуальное и изменение его роли в структуре досуга (61,1%). Особо отмечается феномен человеческого равнодушия перед насилием (26,6 %), что объективно способствует возникновению невротических состояний, деформациям психики и сознания, дестабилизирует духовно-личностные и нравственно-ценностные ориентации молодежи.

Наличие идеальной модели положительного героя «из своих», созданной средствами профессионально-творческих компетенций в качестве образца для подражания, является одним из необходимых условий и факторов успешной социализации и личностного становления студентов техникума. Подобного рода модель является выражением культурного типа данного сообщества, отражая его потребности.

Практика показывает, что деятельность театра моды «Твой стиль» – это одно из социально-педагогических условий, которое способствует эффективному формированию профессионально-творческого и эстетического мировоззрения студентов техникума, противопоставляя существующим социальным деформированным нормам и правилам, свою систему установок и образов, создавая в сознании участников и зрителей позитивные нормы поведения и представления о красоте, грации, эстетике и творчестве личности.

Современные эстетические вкусы нашего общества требуют профессионально-творческого подхода к созданию одежды, принципы данного подхода реализованы студентами при работе над созданием коллекций моделей одежды. Целостный процесс разработки эстетико-художественной коллекции от проектирования и конструирования до

демонстрации моделей одежды на большой сцене дает мощный толчок к развитию профессиональных качеств студентов. Подобная работа активизирует не только профессиональные знания, но и интеллектуальные, эмоционально-эстетические, креативные возможности студентов.

В ходе подготовки к конкурсам и мероприятиям студенты техникума по специальностям «Дизайн по отраслям» и «Парикмахерское искусство» совершенствуют свои умения и навыки, профессиональные компетенции, принимая непосредственное участие в пошиве костюмов и создании причесок.

Именно поэтому формирование профессионально-творческого и эстетического развития студентов с использованием элементов театрального искусства является эффективным средством формирования целостного образа современного молодого человека, так как сценическое действие формирует у участников и зрителей потребность в восприятии культурных ценностей, саморазвитии и самоактуализации, широту творческих интересов, развивает художественный вкус.

Результаты участия студенческого театра моды в мероприятиях различного уровня: городских, областных, региональных и т.д. показывают степень эффективности работы данного направления. Представленные на конкурсы, смотры, фестивали и пр. коллекции одежды, отмечены призовыми местами, что чрезвычайно повышает социальный статус участников, придает им уверенность при выборе жизненного пути, обогащает духовно, нравственно и интеллектуально.

Данным проектом решается важнейшая проблема Кузбасского региона – изменение предметно-пространственной среды нашего города через художественно-эстетическое преобразование сознания подрастающего поколения, а также сохранение и развитие профессионально-творческих возможностей студентов в рамках новых перспективных проектов. Разнообразный формат мероприятий способствует закреплению и приобретению студентами новых форм взаимодействия в профессиональной среде.

Благодаря участию в деятельности театра моды, студенты техникума вовлечены в социально-значимые дела, направленные на собственное профессионально-творческое становление, что в свою очередь поможет им самостоятельно решать ситуацию нравственного выбора.

Все вышеуказанное способствует большей востребованности наших выпускников, занимавшихся в театре моды «Твой стиль», на профессиональном рынке.

Тот красочный и эффектный продукт, который встречает искреннее признание зрителей на подиумах творческих площадок различного уровня – это результат длительного и плодотворного сотрудничества специалистов различных профессиональных направлений: дизайнера по костюму, хореографа, творческой мастерской техникума по пошиву одежды и парикмахеров, объединяющий усилия, как педагогов, так и студентов нашего образовательного учреждения.

Деятельность студенческого Театра моды является источником творческого вдохновения для студентов техникума, материализованным через новые линии кроя и технику обработки, через модные силуэты и формы, дополненные декором, а также через сценические показы. Участие в работе над созданием коллекции, приближено к реальному процессу производства и презентации в мире моды, которое дает возможность приобщиться к творческой импровизации, обостряющей красоту восприятия окружающего мира.

Практическая форма реализации системного дизайна в работе театра моды «Твой стиль» сохраняет и развивает приобретенные навыки и умения будущего специалиста, что позволяет студентам создавать свой индивидуальный выразительный образ и помогать в создании красивой внешности другим людям. А самостоятельное решение собственного образа повышает самооценку и способствует внутреннему эстетическому росту личности. Умение создавать одежду со вкусом влияет на стиль поведения, ведет к обновлению и изменению сознания ее создательницы. Одежда для наших студенток определяется уже не ценой или известностью марки, а интеллектуально-эстетическим содержанием и долей вложенного в нее собственного труда. Заложенное работой в театре моды желание создавать прекрасное и радовать окружающих, способствует эффективному достижению творческого результата в дальнейшей работе выпускников нашего техникума.

Театр Моды «Твой стиль» Государственного профессионального образовательного учреждения Кузнецкого техникума сервиса и дизайна им. Волкова В.А. был образован в 2006 году и имеет собственную историю, наполненную яркими событиями рождения новых авторских коллекций одежды и искреннего признания зрителей на подиумах творческих площадок различного уровня: межрегионального, областного, городского и т.д.

Результаты участия студенческого театра моды в мероприятиях различного уровня: городских, областных, региональных, показывают степень профессионально-творческой подготовленности участников студенческого Театра моды.

В конце освоения программы обучающиеся должны уметь использовать знания средств и свойств композиции на практике, разработать проект по изготовлению коллекции костюмов на заданную тему, точно и аккуратно выполнять все этапы создания костюма, свободно оперировать полученными знаниями в реальной жизни.

Педагогическая целесообразность программы.

В результате учебной деятельности обучающиеся должны овладеть компетенциями :

- ценностно-смысловой (это компетенция, направлена на осмысленную организацию собственной деятельности). Это тенденция к более ясному пониманию ценностей и установок по отношению к конкретной цели, тенденция контролировать свою деятельность, готовность и способность обучаться самостоятельно;

- коммуникативной (это компетенция, направлена на готовность получать необходимую информацию, представлять и цивилизованно отстаивать свою точку зрения в диалоге и в публичном выступлении на основе признания разнообразия позиций и уважительного отношения к ценностям (религиозным, этническим, профессиональным, личностным и т.п. других людей);

- личностно-развивающей (это компетенция, направлена на освоение способов физического, духовного и интеллектуального саморазвития). Воспитанник овладевает способами деятельности в собственных интересах и возможностях, что выражаются в его непрерывном самопознании, развитии необходимых современному человеку личностных качеств, культуры мышления и поведения.

- культурно-эстетической (это компетенция, направлена на использование сведений из разных областей знаний, формирование грамотной, логически верной речи, способность анализировать и действовать с позиции отдельных областей человеческой культуры, а так же принятие различий, уважение других и способность жить с людьми других культур, языков и религий);

- информационной (это компетенция, направлена на готовность делать аргументированные выводы, осуществлять информационный поиск и извлекать информацию из различных источников на любых носителях, использовать информацию для планирования и осуществления своей деятельности);

- учебно-познавательной (это компетенция, направлена на привитие интереса к обучению, способность учиться на протяжении жизни в качестве основы непрерывного обучения в контексте как личной профессиональной, так и социальной жизни);

- социально-трудовой (это компетенция, направлена на умение анализировать ситуацию на рынке труда, оценивать собственные профессиональные возможности, ориентироваться в нормах и этике взаимоотношений, навыки самоорганизации);

- рефлексивной (это компетенция, направлена на готовность организовывать свою деятельность в соответствии с позициями что я делаю (делал, буду делать?), зачем я это делаю (делал, буду делать?), как я это делаю (делал, буду делать?), что я получу (получил) в результате?

Общепризнанно, что развитие и функционирование моды в широких социальных масштабах было обусловлено такими факторами, как промышленная революция и возникновение массового поточного производства, ломка феодальных сословных барьеров, усиление географической и социальной мобильности, рост культурных контактов, урбанизация, развитие средств связи, транспорта массовой коммуникации. В отличие от обычая мода ориентирована на современность, однако традиция составляет важный источник модных инноваций. Другими источниками являются художественное творчество, научные открытия, технические изобретения, создание новых материалов и т.д. Развитие моды носит циклический характер; сменяющие друг друга модные стандарты проходят

стадии становления, массового распространения и упадка, выражающегося в уменьшении численности их приверженцев. "Отмирающие" модные стандарты зачастую не исчезают окончательно и нередко вновь наделяются модными значениями.

Мода служит одним из средств приобщения индивида к социальному и культурному опыту: отсюда ее особое значение для молодежи. Модные стандарты относительно легко циркулируют от общества к обществу, от одной социальной группы к другой, испытывая при этом более или менее значительные трансформации. В различных обществах и группах одна и та же мода зачастую по-разному интерпретируется, за ней могут скрываться различные, и даже противоположные ценностные ориентации. Исследования моды и использование ее механизмов имеют важное значение для принятия решений в области культурной политики, маркетинга, индустриального дизайна, рекламы и других областях. Мода - широкое культурное явление.

Голубятникова Марина Валентиновна

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Влияние физических упражнений на здоровье студентов в процессе учебно-тренировочной работы

Одной из приоритетных задач развития общества является обеспечение здоровья людей и в первую очередь подрастающего поколения. Последние данные Министерства образования и науки Российской Федерации показали, что XXI век начался в России с резкого ухудшения показателя здоровья. Одной из актуальных проблем профессионального образования является изучение состояния здоровья студентов, путей его сохранения и укрепления.

Здоровье - это первая и важнейшая потребность человека, определяющая способность его к труду и обеспечивающая гармоническое развитие личности. Оно является важнейшей предпосылкой к познанию окружающего мира, к самоутверждению и счастью человека.

На занятиях физической культурой молодые люди приобретают знания о физических упражнениях, рациональных способах выполнения двигательных действий, об использовании приобретенных навыков в жизни, усваивают правила закаливания организма, обязательные требования гигиены. Развивают наблюдательность, внимание, восприятие, повышают уровень работоспособности организма. И все это способствует здоровому образу жизни и успеху в профессиональной деятельности.

Регулярные занятия физическими упражнениями и спортом положительно действуют на организм человека:

- улучшается функциональная деятельность нервной и сердечно-сосудистой систем;
- дыхательной и пищеварительной систем;
- укрепляется мышечная система;

-улучшается обмен веществ.

При этом повышается работоспособность организма и его сопротивляемость воздействиям внешней среды.

Объект моего исследования - процесс учебно-тренировочной работы с использованием физических упражнений разной структуры направленности.

Предмет исследования - воздействие физических упражнений на здоровье студентов.

Цель работы: определить эффективность влияния физических упражнений и спорта на здоровье студентов в течение всего периода обучения.

Гипотезой исследования стало изучение влияния физических упражнений на здоровье студентов, что позволит улучшить их уровень физической подготовленности и повысит их работоспособность.

В связи с поставленной целью были определены задачи:

- 1.Определить уровень индивидуальной оценки уровня здоровья по основным системам организма (по методике Войнова В.Б.).
- 2.Выявить уровень сформированности знаний о здоровом образе жизни у студентов.
- 3.Определить физическую подготовленность студентов, в процессе учебно-тренировочной работы.

Показатели тестирования уровня физической подготовленности студентов позволяют преподавателям сравнить их в течение всего периода обучения, оценить и сделать анализ. А также выявить преимущества и недостатки применяемых средств, методов обучения и форм организационных занятий.

Исследование проводится на базе Кузнецкого техникума сервиса и дизайна им. Волкова. В эксперименте участвуют 72 студента.

Для решения первой задачи было проведено анкетирование - оценка уровня здоровья по тринадцати системам организма в начале эксперимента.

Достоинством этого метода оценки здоровья является его быстрое действие и возможность оценки по численности контингента. Вопросы в анкете даны блоками. Каждый блок вопросов состоял из десяти наиболее характерных симптомов, которые оценивались по двум параметрам: по частоте проявления и по силе выраженности.

По результатам анкетирования можно сделать вывод на начало эксперимента более 90% опрошенных, считают свой уровень здоровья высоким или выше среднего.

В конце эксперимента через год - будет проведен повторный опрос.

Для решения второй задачи, проведено тестирование. Определяли уровень сформированности знаний о здоровом образе жизни у студентов в начале эксперимента. Тесты разработаны в соответствии с требованием положения о проведении сдачи нормативов ГТО. В тесте 20 вопросов.

Таблица №1. - Оценка уровня здоровья студентов по основным системам организма

Высокий 80-100% правильных	Средний 60-79% правильных ответов,	Низкий 50-59% правильных
-------------------------------	---------------------------------------	-----------------------------

ответов, %	%	ответов, %
10	55	35

Таблица №2.-Уровень сформированности знаний о ЗОЖ у студентов

№ п/ п	Система органов	Уровни здоровья				
		Выс	Выше	Сред	Ниже	Низк
		%	ср.,%	%	ср., %	%
1	Центральная нервная система	29	46	21	3	1
2	Система органов дыхания	53	42	5	-	-
3	Система орг. кровообращения	56	29	12	3	-
4	Система органов кроветворения	53	37	7	3	-
5	Система органов пищеварения	64	31	5	-	-
6	Система органов мочевого выделения и кожи	73	26	1	-	-
7	Эндокринная система	79	18	3	-	-
8	Костно-мышечная система	58	31	10	1	-
9	Лимфатическая система	82	15	3	-	-
10	Иммунная система	67	29	1	3	-
11	Периферическая нервная система	67	25	8	-	-
12	ЛОП	77	17	5	1	-
13	Вегетососудистая дистония	47	38	5	10	-
Средний показатель, %		61,9	29,5	6,6	1,9	0,07

По результатам тестирования можно сделать вывод, что уровень сформированности знаний о здоровом образе жизни у студентов – средний.

В конце эксперимента через год - будет проведен повторный опрос.

Для решения следующей задачи потребуется провести тестирование физической подготовленности студентов в начале и конце эксперимента. Набор тестов взят из комплекса ГТО. В комплексе ГТО 11 нормативов по возрасту 16 – 17 лет, но мы взяли только те, которые мы можем провести в наших условиях.

Исследование рассчитано на два года, что позволит более полно оценить общую физическую подготовку, а также определить уровень развития основных физических качеств и индивидуальных способностей студентов.

Исследование еще не закончено. Выводы делать рано.

Предполагаемый результат:

1. Улучшение показателя уровня здоровья студентов.
2. Закрепление у студентов мотивационно-ценностных ориентаций, положительного отношения к физической культуре, установок на здоровый образ жизни, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом.
3. Повышение уровня физической работоспособности, улучшение показателей результатов норм ГТО.

Методика ведения практического занятия при обучении технологов парикмахерского искусства

Содержание и методы обучения находятся в тесной взаимосвязи между собой. Мастерство мастера-преподавателя состоит в умении правильно оценивать эти взаимосвязи и находить рациональные варианты взаимодействия, обеспечивающие успешность подготовки специалистов. А для этого необходимо знать закономерности формирования содержания образования и обучения и дидактические возможности различных форм, методов и средств обучения. Использование комплексных методов значительно повышает степень усвоения студентами профессиональных знаний и навыков, так как профессиональное обучение готовит специалистов к труду в заранее избранной им сфере деятельности.

Цель работы – Рассмотреть методику ведения практического занятия при обучении технологов парикмахерского искусства.

Задачи:

1. Провести анализ литературных источников по методике ведения практических занятий;
2. Изучить способы и формы ведения практических занятий;
3. Выявить особенности методики ведения практических занятий при обучении технологов парикмахерского искусства;
4. Проанализировать выполненную работу, при необходимости внести коррективы.

Проблема – В чем особенность методики ведения практических занятий при обучении технологов парикмахерского искусства?

Сегодня обществу нужны инициативные и самостоятельные специалисты, способные постоянно совершенствовать свою личность и деятельность. Именно они могут адекватно выполнять свои функции, отличаясь высокой восприимчивостью, социально-профессиональной мобильностью, готовностью к быстрому обновлению знаний, расширению арсенала навыков и умений, освоению новых сфер деятельности. В основе такого непрерывного самообразования лежит процесс самообучения, обеспечивающий не только овладение способами приобретения необходимых знаний, но и формирование самостоятельности, как профессионально значимого качества личности.

Таким образом, в получении любой профессии практическая подготовка учащихся играет важную роль. То, как будет организовано лабораторно - практическое занятие, какие средства и методы будут использованы преподавателем при его проведении, зависит компетентность, профессиональность, конкурентоспособность будущих специалистов.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия проводятся традиционными технологиями или с использованием новых образовательных технологий.

В традиционных технологиях на практических занятиях проводится последовательное решение задач или выполнение упражнений с применением ранее изученного теоретического материала.

В новых образовательных технологиях доминируют игровые процедуры, используются принципы моделирования, предусматривается интенсивное межличностное общение, реализуются принципы партнерства, педагог превращается из информатора в менеджера.

Активные методы обучения побуждают студентов к самостоятельному добыванию знаний, активизируют их познавательную деятельность, формируют практические навыки. Это проблемно-поисковые и воспроизводящие методы. Активное обучение предполагает использование системы методов, которые направлены не на изложение преподавателем готовых знаний, их запоминание и воспроизведение студентом, а на самостоятельное овладение знаниями и умениями в процессе активной познавательной и практической деятельности.

Для того чтобы развить экономическое, техническое мышление, организаторские способности, необходимо систематически ставить студентов в такие условия, которые позволили бы им упражняться в том или ином виде профессиональной деятельности. Поэтому на практических занятиях использую такие активные методы обучения, как анализ производственных ситуаций, решение ситуационных профессиональных задач, деловые игры и их элементы и т. д.

Анализ производственных ситуаций.

Задачи аналитического характера занимают большое место в работе специалиста. Умение анализировать, оценивать ситуацию, на основе этого анализа принимать решение. Сущность метода заключается в том, что студентам предъявляется какая-то производственная ситуация, в которой охарактеризованы условия и действия ее участников. Студентам предлагается оценить, правильно ли действовали участники события, дать анализ и аргументированное заключение принятым решениям. Ситуация может быть представлена в форме устного описания, показа видеофильма, разыгрывания ролей отдельными учащимися. Задания по анализу производственных ситуаций студенты выполняют индивидуально или группами по 3-5 человек, а затем коллективно обсуждают выводы.

Решение ситуационных профессиональных задач.

Основным дидактическим материалом этого метода служит ситуационная задача, которая включает в себя условия (описание ситуации и исходные количественные данные) и вопрос (задание), поставленный перед студентами. Задача должна содержать все необходимые данные для ее решения, а в случае их отсутствия – условия, из которых можно извлечь эти данные. В основе учебных задач лежат типовые профессиональные задачи, характерные для нефтяной отрасли, реальные аварийные ситуации из квартальных и годовых отчетов, где будет работать специалист.

Ситуационные профессиональные задачи бывают сквозными, т. е. проходящими через весь учебный курс, и комплексными, - охватывающими несколько учебных дисциплин, но выполняемыми одновременно.

Деловая игра – представляет собой управленческую имитационную игру, в ходе которой участники имитируют деятельность того или иного служебного лица, на основе анализа ситуации принимают решения. Преимущество деловых игр в том, что взяв на себя ту или иную роль, участники игры вступают во взаимоотношения друг с другом, причем интересы их могут не совпадать. В результате создается конфликтная ситуация, сопровождающаяся естественной эмоциональной напряженностью, что повышает интерес к ходу игры. Участники проявляют моральные, деловые и психологические качества при обсуждении вариантов решения, могут показать не только профессиональные качества, но и общую эрудированность, такие черты характера, как решительность, оперативность, коммуникативность, инициативность, активность, от которой нередко зависит ход игры. Во время деловой игры у студентов развивается творческое мышление (способность поставить проблему, выдвинуть варианты ее решения, выбрать оптимальный вариант), профессиональные умения специалиста.

Таким образом, использование активных методов обучения при проведении практических занятий помогает студентам более полно овладеть будущей профессией, позволяет им окунуться в производственную среду, адаптироваться к непростым условиям современной жизни.

Пройдя подготовку по теоретическому и практическому обучению в нашем техникуме выпускники по специальности «Парикмахерское искусство» готовы к профессиональной деятельности по организации и осуществлению технологического процесса выполнения парикмахерских работ с применением современного технологического оборудования, средств профессионального ухода за волосами с учетом современных направлений в парикмахерском искусстве и индивидуальных особенностей клиентов в качестве технолога на предприятиях сферы сервиса.

Кучуркина Евгения Валерьевна

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Формирование социокультурной компетенции студентов с помощью английских песен

В настоящее время изучение иностранных языков является неотъемлемым компонентом образования. Знание иностранных языков существенно облегчает возможность дальнейшего образования за границей и трудоустройства. Поэтому в обучении иностранным языкам используются всевозможные методики, которые облегчают и ускоряют изучение языка. Многие из них оказывают интенсивное эмоциональное воздействие на обучаемых. В настоящее время все чаще обучение строится не на

лингвистическом, а на коммуникативном, межкультурном подходе, что позволяет использовать ценные в культурном отношении аутентичные иноязычные материалы.

Формирование социокультурной компетенции неразрывно связано с основными целями образования: практической, развивающей и воспитательной. И воспитательная задача наиболее значима, поскольку от решения этой задачи зависит формирование в современном молодом человеке чувства патриотизма и чувства интернационализма. Изучая английский язык, мы формируем культуру мира в сознании человека. Мы изучаем и сравниваем языковые явления, обычаи, традиции, искусство, образ жизни народов.

Те, кто связан с обучением и преподаванием иностранных языков, знают, что в настоящее время существует большое количество технологий, методов, позволяющих эффективно и даже в короткие сроки если не изучить иностранный язык, то хотя бы получить необходимые знания. Одним из продуктивных способов усвоения иностранных языков, по мнению многих методистов, является искусство.

Различные формы музыкального искусства могут помочь повысить эффективность процесса обучения за счёт повышения уровня мотивации у учащихся, способствующий развитию познания и интеллектуальной деятельности. Как известно, мотивационный аспект учебной деятельности учащихся имеет решающее значение для активации всех психологических процессов – восприятия, мышлений, понимания и усвоения иноязычного материала.

Однако анализ этих работ позволяет сделать вывод о том, что использование музыкальных произведений на уроках иностранного языка практически не рассматривалось ни отечественными, ни зарубежными исследователями в качестве средства развития социокультурной компетенции учащихся, что и делает выбранную нами тему актуальной.

Объект исследования – процесс формирования социокультурной компетенции.

Предмет исследования – музыкальные произведения как средство формирования социокультурной компетенции.

Гипотеза исследования – формирование социокультурной компетенции у учащихся будет эффективной при использовании иностранных песен.

Целью данной работы является разработка упражнений для формирования социокультурной компетенции на средней ступени обучения посредством музыкальных средств на уроках иностранного языка.

Задачами исследования являются:

1. Изучить понятия и видов компетенций в методике.
2. Изучить понятие социокультурной компетенции в современной науке и образовательной практике и способы ее формирования.
3. Проанализировать использование иностранных песен на уроках иностранного языка как средства формирования социокультурной компетенции.

4. Провести эксперимент на формирование социокультурной компетенции и проанализировать результаты эксперимента.

Формирование компетенции – одна из главных задач обучения. Она, словно фундамент, закладывает базу для дальнейшего образования и последующего функционирования учащегося в социуме.

Хуторской А.В. считает, что компетенция представляет собой круг вопросов, в которых человек хорошо сведущ, наделен знаниями и опытом. Компетентный в определенной отрасли человек обладает соответствующими знаниями и способностями, позволяющими ему небезосновательно судить об этой отрасли и результативно в ней действовать.

В соответствии с решением Болонской конвенции в качестве приоритетной задачи выдвигается требование обеспечить равноуровневую подготовку по иностранному языку, включающую в себя формирование у учащихся межкультурной коммуникативной компетенции, оптимизирующей эффективность контактов в конкретной области и ситуации общения и достижение определенных целей коммуникации.

Следовательно, основной целью обучения иностранному языку является формирование коммуникативной компетенции.

В «Новом словаре методических терминов и понятий» Азимова Э.Г. коммуникативная компетенция определяется как способность решать средствами иностранного языка актуальные для учащихся задачи общения в бытовой, учебной, производственной и культурной жизни; умение учащегося пользоваться фактами языка и речи для реализации целей общения.

Как многоаспектное явление коммуникативная компетенция состоит из нескольких компетенций. Соловова Е.Н. выделяет следующие виды коммуникативной компетенции:

- Лингвистическая. Подразумевает владение определенной суммой формальных знаний и соответствующих им навыков, связанных с различными аспектами языка: лексика, фонетика, грамматика.
- Социолингвистическая. Подразумевает способность осуществлять выбор языковых форм, использовать их и преобразовывать в соответствии с подтекстом.
- Социокультурная. Подразумевает готовность и способность к ведению диалога культур.
- Стратегическая. Подразумевает выбор оптимальных коммуникативных стратегий.
- Дискурсивная. Подразумевает навыки и умения целенаправленной, логичной организации речи.
- Социальная. Подразумевает готовность и желание взаимодействовать с другими людьми.

Социокультурная компетенция (англ. sociocultural competence) – это совокупность знаний о стране изучаемого языка, национально-культурных особенностях социального и речевого поведения носителей языка и способность пользоваться такими знаниями в процессе общения, следуя обычаям, правилам поведения, нормам этикета, социальным условиям и

стереотипам поведения носителей языка. Социокультурная компетенция входит в состав коммуникативной компетенции и является ее компонентом.

Основываясь на Федеральном Государственном образовательном стандарте, компонентами социокультурной компетентности мы определяем *мотивационно-ценностный, когнитивный, деятельностно-поведенческий*.

Выявлено, что *мотивационно-ценностный* компонент представляет собой мотивы, по которым человек организует свою деятельность. Данный компонент показывает убеждения и принципы, которыми личность руководствуется в общении и поведении, характеризует эмоциональное отношение к этническим группам, мотивацию к взаимодействию, толерантное поведение.

Когнитивный компонент представляет собой знания об истории, культуре, религии, традициях этнических групп, знания о нормах и правилах общения, взаимодействия, этикете и способах применения этих знаний в реальном поведении на основе актуализации.

Деятельностно-поведенческий компонент представляет собой регуляцию волевой сферы, конкретные речевые действия, опыт общения в поликультурном, полиэтническом и многоконфессиональном обществе, основанный на знании исторических корней и традиций различных национальных общностей и социальных групп. Данный компонент предполагает диалог культур, проявление адекватного поведения в ситуациях межкультурного общения, способность к диалогу и сотрудничеству с другими этническими группами в процессе профессиональной деятельности. В него входят социокультурные умения.

Овладение социокультурной компетенцией как компонентом межкультурной коммуникативной компетенции имеет чрезвычайно важное значение, оптимизируя достижение основных целей обучения иностранному языку. В методике преподавания иностранного языка существует множество способов формирования социокультурной компетенции. К ним относятся изучение аутентичной литературы, просмотр фильмов, использование всемирной сети Интернет и многое другое.

В нашем же случае мы взяли такой аспект британской культуры, как песни. Музыка Объединенного королевства полна разнообразными реалиями, именами собственными и др., что очень полезно использовать для формирования социокультурной компетенции, и учитель, как путеводитель для учащихся, сможет ознакомить студентов с культурой страны изучаемого языка. Так же при работе с музыкальным материалом создается основа для формирования всесторонней личности, так как специально подобранные песни стимулируют образное мышление и формируют утонченный вкус.

На уроке иностранного языка песни чаще всего используются в качестве:

- Фонетической зарядки в начале урока;
- Более прочного закрепления грамматического или лексического материала;
- Стимула для развития речевых навыков и умений;

- Релаксации в середине или конце урока.

Использование песен на уроках стимулирует мотивацию, следовательно, способствует лучшему усвоению языкового материала.

Для развития социокультурной компетенции необходимо наличие в тексте следующих сведений о стране изучаемого языка:

- ✓ география и история страны изучаемого языка;
- ✓ факты о повседневной жизни;
- ✓ факты о политической и социальной жизни;
- ✓ различные символы;
- ✓ наличие информации о поведенческой культуре;
- ✓ наличие этнокультурной информации;
- ✓ особенности поведения в различных ситуациях;
- ✓ нормы и ценности общества.

Бытовые привычки раскрываются в некоторых песнях. Это могут быть привычки в еде, одежде, образе жизни. Привычка британцев пить чай, при этом в определённое время отражена в песне Sting *“Englishman in New York”* (*«Я не пью кофе, я пью чай, мой дорогой»*), песнях Beatles *“Cry Baby Cry”* (*«Графиня всегда улыбалась и опаздывала к чаю»*), Cranberries *“Animal Instinct”* (*«Когда я пила чай, со мною что-то вдруг случилось»*).

Большое значение британцы уделяют праздникам. Всемирно известно, что главным праздником в Великобритании является Рождество. Этот факт отражен в песне *“Original Sin”* Элтона Джона (*«Ночь карнавала, И они натягивают огни вокруг, Вешают бумажных ангелов, Красят маленьких дьяволов на крыше»*).

Не упускают возможность многие британские группы упомянуть особенности своей страны, факты географии, городов и улиц. Как например в песне *“When I’m Sixty-Four”* группы Beatles упоминается остров Уайт, островная территория на юге Великобритании, являющаяся унитарным графством Англии (*«Каждым летом брать в аренду дом, Что на острове Уайт и весь год копить»*). Многие артисты Великобритании упоминают в своих песнях об улице Бродвей в Лондоне. В песне *“Pretty Things”* группы Take That (*«На порочном Бродвее Я вижу их каждый день, целый день»*).

На основе песен с религиозным подтекстом можно догадаться, что Христианство – основная религия британцев. Это отрывки из песен, характеризующие религиозную жизнь страны изучаемого языка: *«Когда в ворохе проблем теряюсь, Божья Мать, глядя с небес, Мудро скажет мне: “Пусть будет Всё как есть...”»*. – *“Let It Be”* The Beatles; *Иисус в жилом фургоне попросил прощения, за то, что оставляет тебя, но я сделал все, что мог, Я полагаю, даже Сыну Божьему иногда трудно*. – *“Jesus in a camper van”* Robbie Williams.

Правила этикета и обращение отражены в песнях Робби Уильямса, Take That, The Beatles (*“Hello Sir”*, *«She said “Hello” then paused before I began to speak»*, *«Wait, oh yes wait a minute mister postman, Wait, wait mister postman»*).

Таким образом, очевидно, что песенный материал действительно богат информацией, необходимой для развития социокультурной компетенции, с помощью песни действительно можно поднять её уровень.

Поскольку темой нашего исследования является формирование социокультурной компетенции с помощью английских песен, в ходе исследования были отобраны современные и популярные песни британских исполнителей, содержащие следующие сведения о культуре страны изучаемого языка:

Религия;

- Sting – When We Dance
- The Bee Gees – Stay in the Light

Приветствие, обращения;

- Robbie Williams – Hello Sir
- Take That – Babe
- The Beatles – Please mr. Postman

Праздники.

- Wham! – Last Christmas
- Elton John – Original Sin

Перед проведением эксперимента был написан тест и отобраны две группы, на которых проводилось исследование. Тест содержал 15 вопросов:

1. What is the main religion of Great Britain? (Какая главная религия Великобритании?)
2. What is the name of God? (Назовите имя Бога?)
3. Who is the main worker in church? (Кто главный работник в церкви?)
4. When British men meet each other, what do they say? (Когда британцы встречаются, что они говорят?)
5. How do British men address to a man officially? (Как британцы официально обращаются к мужчине?)
6. What do British men say in the beginning of the phone call? (Что британцы говорят в начале телефонного разговора?)
7. What is the main holiday in Great Britain? (Какой главный праздник в Великобритании?)
8. What do people do before the holiday? (Что делают люди перед праздником?)
9. What is the main book of Christianity? (Назовите главную книгу христианства?)
10. Who defends humans from the heaven? Describe it. (Кто защищает людей и живет в раю? Опишите его.)
11. What do British men wish each other in Christmas? (Что британцы желают друг другу на Рождество?)
12. Name the main characters of the famous Shakespeare's play. (Назовите главных героев знаменитой Шекспировской пьесы?)
13. Name the antagonist of Jesus Christ. (Назовите противника Иисуса Христа?)
14. Where do God and angels live? (Где живут Бог и ангелы?)

Ни один из вопросов не оскорбляет чувства, мнение, вероисповедание учащихся.

Эксперимент проводился в ГПОУ КузТСиД им. Волкова В.А. в группах СДО-13 (1/2) и СДО-13 (3/4). Эксперимент длился в течение месяца (24 рабочих дня), при условии, что в расписании будет стоять хотя бы два урока английского языка в неделю, итого 8 уроков. Данному исследованию было уделено не более половины урочного времени от каждого урока.

Предполагалось, что среди всех вопросов теста, затруднения при ответе могут вызвать вопросы, связанные с религией Великобритании, так как учащиеся могут не владеть лексикой по данной теме. Что же касается блока приветствий и праздников, здесь лишь некоторые вопросы могут быть трудными для учащихся. Исходя из анализа состояния преподавания английского языка в данных группах, учащиеся способны дать ответ на большинство вопросов нашего теста.

Экспериментальной группе (СДО-13 (1/2), 26 человек) был выдан тест, на вопросы которого они отвечали на первом уроке экспериментального месяца. Затем на последующих уроках вопросы теста подробно разбирались и обсуждались, при необходимости прослушивались песни. При ответе на некоторые вопросы прослушивание песни не являлось необходимым, поскольку учащиеся знали полный и правильный ответ на вопрос. На последнем уроке месяца учащиеся получили тот же тест и ответили на вопросы.

Вопросами, на которые учащиеся дали наибольшее количество правильных ответов, являются вопросы, касающиеся сведений о приветствиях и обращениях в Великобритании. Причиной этого может быть регулярный просмотр английских фильмов с дубляжом, сохранившим информацию о данных сведениях. Следующим по количеству правильных ответов является блок вопросов о праздниках в стране изучаемого языка. И наконец, вопросы о религии Великобритании.

Контрольной группе (СДО-13 (3/4), 23 человека) также был выдан тест, на вопросы которого они отвечали на первом уроке экспериментального месяца, однако в этой группе вопросы теста не обсуждались и не разбирались, песни не прослушивались. На последнем уроке месяца учащиеся этой группы так же получили тест и ответили на вопросы.

Так как эксперименту отводилось лишь половина времени от урока, ниже представлен анализ фрагментов уроков, на которых проводился эксперимент.

На первом уроке учащимся обеих групп было предложено ответить на вопросы теста, содержащие сведения о культуре страны изучаемого языка, представленные выше. Ребята с энтузиазмом отнеслись к тесту, однако при его выполнении выказали небольшие трудности. Учащимся объяснили, если они не знают ответа на вопрос, пусть переходят к следующему, так как отметки за данный тест не выставляются. Наибольшие трудности вызвали вопросы, касающиеся религии Великобритании, и у учащихся обеих групп ответы на некоторые из вопросов этого блока отсутствовали. Самыми легкими вопросами в тесте учащимися были признаны вопросы №7 «What is

the main holiday in Great Britain?» и №12 «What do British men say in Christmas». Считается, что Рождество самый популярный праздник в Великобритании и о нем знает каждый житель Земли. Поэтому ребята признали эти вопросы самыми легкими и ответили все без исключения.

По окончании урока листы с ответами были собраны и проверены.

В течение следующего фрагмента урока в экспериментальной группе были разобраны вопросы о приветствиях, обращении и праздниках в Великобритании и прослушаны песни Robbie Williams – Hello Sir, The Beatles – Please Mister Postman, Take That – Babe, Elton John – Original Sin, Wham! – Last Christmas. Учащиеся были воодушевлены прослушиванием песен, а так же были рады тому, что их ответ на вопрос оказался правильным.

На первый вопрос из блока приветствий (When British men meet each other, what do they say?) ответили больше половины студентов из группы, что говорит о владении знаниями в сфере общения представителей страны изучаемого языка.

Далее ребятам было предложено ответить на вопрос №6 «What do British men say in the beginning of the phone call?». Ребята предлагали множество версий, включая «They say nothing». Однако после прослушивания песни Take That – Babe (и отдельного фрагмента песни для более точного понимания) и изучения текста песни ребята смогли ответить на вопрос (Hello).

Следующим блоком для изучения культуры Великобритании был посвящен праздникам. На этом этапе учащиеся должны были ответить на 3 вопроса: «What is the favorite holiday in Great Britain?», «What do people do before the holiday?», «What do British men say in Christmas?». В целом данные вопросы не вызвали у ребят особых трудностей, так как Рождество достаточно известный праздник.

На вопрос «What is the favorite holiday in Great Britain?» ответили все учащиеся без исключения. Ребята признались, что знают и любят этот праздник, даже смогли назвать главные символы Рождества, когда он празднуется и другую информацию, касающуюся этого праздника. Так же трудности у учащихся вызвал вопрос №8 «What do people do before the holiday». При первом проведении теста ответы ребят оказались совершенно разными. Открыть глаза ребятам помогла песня Elton John – Original Sin, в которой известный певец поет о том, как британцы «stringing the lights around you, Hanging paper angels, Painting little devils on the roof». Так как этот вопрос содержит полезную для их профессии лексику, ребята записали новые слова и выучили их.

Что же касается вопроса Name the main characters of the famous Shakespeare's play, то он не относится ни к одному блоку вопросов, однако изучение данного вопроса способствует развитию социокультурной компетенции так же, как и остальные вопросы из других блоков. Здесь учащимся пришлось задуматься, так как они не часто встречаются с вопросами подобного содержания. Ответ на него ребята смогли прослушать в песне Elton John – Original Sin, и после непродолжительного разбора текста

песни, учащиеся смогли выделить, что героями знаменитой пьесы Уильяма Шекспира являются Romeo and Juliette.

На следующем уроке были разобраны вопросы, касающиеся религии Великобритании, так же прослушаны песни, связанные с этой темой. Данные вопросы вызвали у учащихся затруднения, так как изучение религии и всего, что с ней связано, на иностранном языке не так просто. Однако разбор текстов песен позволил разрушить барьер в изучении вопросов, касавшихся религии страны изучаемого языка. Были прослушаны песни Sting – When We Dance, The Bee Gees — Stay In The Light.

Самыми легкими вопросами, на которые учащиеся без труда смогли ответить, являются вопросы №2 «What is the name of God?» и №10 «Who defends humans from the heaven? Describe it.». Ребята не только смогли правильно ответить на вопрос кто защитник человека, но и предельно точно описать ангела.

После непродолжительных разъяснений, учащиеся смогли так же ответить на вопросы Who is the God?(2), Who is the worker in church?(3), Where do God and angels live?(14), Name the antagonist of Jesus Christ(15). После так называемого «мозгового штурма» и наведения обучаемых на нужный путь размышления, удалось добиться правильного ответа на русском языке (*Иисус Христос, священник*). Следующим этапом было найти эквивалент этого слова в английском языке (*Jesus Christ, priest*) с помощью песни Sting и Bee Gees.. Ребята были очень расстроены тем, что не знали ответа, но следующие вопросы смогли вернуть им энтузиазм.

Вопрос №14 «Name the antagonist of Jesus Christ?» заставил ребята задуматься. Им было непонятно, кто такой антагонист. После разъяснений, перевода слова на русский язык (противник, соперник), ребята стали размышлять над тем, кто есть антагонист Иисуса Христа, и искать эквиваленты на английском языке. Были замечены такие ответы как «Demon» или даже «King of hell», кто-то делал верные попытки, но произносил слово Satan так, как бы это было написано по-русски английскими буквами (Satana). Ошибка в произношении этого студента была исправлена, а правильность ответа проверена текстом песни The Bee Gees — Stay In The Light и самой песней соответственно.

Что же касается первого вопроса в этом блоке «What is the main religion of Great Britain?», то этот вопрос специально был вынесен на обсуждение в конец урока после всех изученных вопросов, чтобы поставить точку в изучении данного блока вопросов. Учащиеся смогли точно ответить на данный вопрос (*Christianity*)и, таким образом, подвести итог пройденному на уроке.

По окончании урока ребята высказали свое мнение об изученном ими материале. Им было сложно найти ответ на некоторые вопросы, иногда это сказывалось на их отношении к вопросу, они отказывались на него отвечать, опускали руки, но благодаря песням, разряжающим обстановку, они смогли вернуть себе желание работать дальше.

На последнем уроке обеим группам вновь был предложен настоящий тест. В отличие от экспериментальной группы, которая с радостью ответила

на вопросы теста и даже прокомментировала их, контрольная группа отнеслась к этому нейтрально, даже немного негативно. Причиной такому отношению к тесту может послужить тот факт, что с этой группой не прослушивались песни, а повторное проведение того же тестирования в одной и той же группе сказалось на отношении учащихся к данному тесту.

Так же эксперименту отвелась лишь половина времени от урока.

Ребятам из Экспериментальной группы очень понравилось работать в такой необычной обстановке, им никогда прежде не доводилось учить английский язык и изучать культуру Великобритании с помощью песен. По их словам, самый интересный блок вопросов – о праздниках Великобритании, потому что, во-первых, они могли с легкостью ответить на вопросы этого блока, а во-вторых, были прослушаны их любимые и знакомые песни. Что же касается «религиозного» блока вопросов, то тут учащиеся хотели бы продолжить изучение информации и религии страны изучаемого языка, но с условием – вопросы должны быть такими, чтобы на них было легко ответить.

В конце урока листы с ответами студентов были собраны и проверены, а результаты эксперимента проанализированы.

Здесь прослушивание песен является очень важной частью эксперимента, так как у обеих групп конечные результаты оказались разными. Чтобы сравнить результаты обеих групп, возьмем количество вопросов $14 = 100\%$. Исходя из этого, первичные результаты теста не являются действительными ввиду того, что ответы у обеих групп были похожи (40%).

Если сравнивать результаты начального и конечного проведения теста в экспериментальной группе, то результаты конечного проведения теста оказались значительно лучше (90%), чем результаты при начальном проведении теста. Это объясняется тем, что при разборе вопросов и прослушивании песен учащиеся лучше усваивают и запоминают информацию, кроме того, благодаря достоинствам песен.

Что касается сравнения результатов начального и конечного проведения теста в контрольной группе, то результаты в целом не изменились, однако немного ухудшились (30%). Это касается вопросов, касающихся религии. Это связано, прежде всего, с тем, что изучение религии на иностранном языке непросто. В первую очередь это требует базовые знания о религии собственной страны на родном языке.

В итоге результаты экспериментальной группы оказались лучше после прослушивания песен результатов контрольной группы, в которой песни не прослушивались и вопросы не разбирались. В процентном соотношении результаты обеих групп можно представить как 93% (ЭГ) против 31,4% (КГ).

Так же в ходе исследования были выявлены основные уровни сформированности социокультурной компетенции учащихся – высокий, средний, низкий – которые отражают происходящие изменения в развитии данной компетенции.

Если у экспериментальной группы в целом в начале эксперимента наблюдался низкий уровень сформированности социокультурной

компетенции, невладение знаниями о стране изучаемого языка, то по окончании эксперимента уровень социокультурной компетенции у данной группы поднялся до среднего. Можно предположить, что дальнейшая работа с учащимися послужит эффективному и прогрессивному развитию социокультурной компетенции.

Контрольная группа же не показала таких высоких результатов, и у нее выявился низкий уровень сформированности социокультурной компетенции как в начале эксперимента, так и по окончании.

*Кочетков Владислав Витальевич
Новокузнецкий институт (филиал) Кемеровского
Государственного университета, г.Новокузнецка.*

Изучение динамики реальной мотивации школьников с учетом возрастных особенностей

Учиться – это значит учить себя, где учитель только помогает прокладывать ученику маршрут его траектории. Но в жизни часто приходится встречаться с ситуацией, когда необходимо обучать ребенка, который не имеет потребности в обучении или даже может активно противодействовать обучению.

Успешность обучения зависит не только от методов обучения, но в первую очередь, от мотивации учащихся, т. е. от тех мотивов, ради которых *учится* человек, но и от того значения, которое имеет для него учение.

Цель исследования – изучение динамики реальной мотивации учащихся 5-8-х классов с учетом возрастных особенностей.

Психологи выделяют две большие группы мотивов:

- 1) познавательные мотивы, связанные с содержанием учебной деятельности и процессом ее выполнения;
- 2) социальные мотивы, в основе которых лежит взаимодействие-общение и сотрудничество школьника с другими людьми.

Объект изучения: Исследование мотивации школьников к обучению.

Предмет изучения: Исследование процесса мотивации школьников к обучению.

Методы изучения: наблюдение, анкетирование, тестирование, беседы, игры, тренинги.

Исследование проводилось на базе общеобразовательной школы. Всего в исследовании приняло участие 149 школьников (52 мальчика, 97 девочек).

Каждый человек развивается в результате того, что он включается в общественные отношения и в различные виды деятельности. Активность человека в процессе взаимодействия с окружающим миром основывается на его потребностях. Потребности являются источником активности человека и лежат в основе мотивов его поведения.

Подростковый возраст осложнен не только проблемами, трудностями и противоречия, но и богат своими преимуществами. Эти достоинства заключаются в избирательной готовности, в повышенной восприимчивости

или как говорят психологи, в сензитивности детей данного возраста к тем или иным сторонам обучения. Но все эти особенности носят неустойчивый характер, находятся в процессе формирования и становления, это требует разных методов обучения и воспитания в подростковом возрасте.

Итак, в подростковом возрасте имеются благоприятные условия для формирования саморегуляции в учебной деятельности, которые не всегда встречают ответных стимулов со стороны педагога, направленных на формирование самостоятельной познавательной деятельности каждого ученика. Это является одной из причин снижения интереса к обучению в школе

Выделяют следующие уровни развития учебной деятельности у подростков:

1-ый уровень: характеризуется малочисленностью положительных мотивов. Положительные мотивы учения ситуативны, кратковременны.

2-ой уровень: характеризуется появлением интереса, чувства ответственности, долга.

3-ий уровень: характерен усилением долга и познавательного интереса.

Кроме этого, в этот период происходит целый ряд кардинальных сдвигов в организме, таких как половое созревание, что явно не способствует устойчивому психоэмоциональному состоянию. Можно с уверенностью сказать, что в период полового созревания подросток не только труден для нас, взрослых, но и подростку трудно разобраться в самом себе, в правилах и нормах окружающего мира. Но в то же время подростковый возраст - это пора достижений, стремительного наращивания знаний, умений, становления собственного «Я», обретение индивидуальной социальной позиции.

В начале 2015 года нами было проведено исследование мотивационной сферы школьников 5-8 классов с использованием методики М.В. Матюхиной. Исследования проводились в компьютерной обработке.

Оказалось, что самым значимым для всех учеников является мотив самоопределения и самосовершенствования (хочу учиться дальше, знания нужны для будущего). Самыми исключаемыми оказались престижная мотивация и мотивация процесса познания (кроме 7 класса). Из данных исследований можно сделать вывод, что в 5 и 6 классах ведущие места в структуре мотиваций занимают широкие социальные мотивы, мотивы самосовершенствования. В 6 классе мотив содержанием выше, чем в 5 классе. В 7 классе ведущие места занимают мотив самоопределения и самосовершенствования и мотив долга и ответственности, но престижная мотивация является самой низкой. В 8 классе значимы мотивация самоопределения и самосовершенствования, а престижная мотивация и мотивация процессом познания является самой низкой.

Среди многообразных познавательных мотивов учения можно выделить три основные группы — мотив самоопределения и самосовершенствования; мотив долга и ответственности и мотив благополучия.

В дополнение, из анкетных данных - содержательная мотивация по значимости в этих классах представляется следующим образом.

По результатам исследования учебной мотивации при дополнительном анкетировании можно сделать вывод, что у учеников складывается положительное отношение к обучению и мы предполагаем, что это причина личностного характера связана с возрастными особенностями школьников и особенностями их семейного воспитания.

Нами отмечено, что наиболее активно у учеников идет формирование и развитие познавательных интересов, в кругу других мотивов, взаимодействуя и переплетаясь с ними. Ученик в школе не только учится, он входит в коллектив сверстников, участвует в общественной жизни, у него складываются определенные отношения с товарищами.

Используя данные исследования состояния мотивов учения, можно своевременно подсказать школьнику, над устранением каких именно недостатков следует настойчиво работать. Ведь многие учащиеся вообще не задумываются над тем, что побуждает их учиться и иногда, бывает достаточно обратить их внимание на эту сторону учения, как они с охотой начинают заниматься самовоспитанием хотя бы в самых ее элементарных формах.

Далеко не каждое дело бывает занимательным, увлекательным и от того, как бы автоматически вызывает отрицательную мотивацию учения. Как же тогда развивать мотивы активной деятельности? В таком случае в действие вводится формирование педагогом и родителями волевая мотивация — самоприказ, самоактивизация, самовнушение. В качестве источников такого самостимулирования выступают уже сформированные чувство долга, ответственности и сознательной дисциплины.

Только зная познавательные мотивы ученика, педагог может оценивать его поведение, судить о том, что случаен или закономерен поступок, предотвращать возникновение негативных и поощрять формирование позитивных черт личности.

Как же это происходит на практике?

С учениками, у которых выявилась низкая мотивация нами были проведены дополнительные исследования для более глубокого выявления проблемы.

Нами был проведен тест «Ценностные ориентации». Из десяти: книги, еда, одежда, деньги, человек, природа, спорт, искусство, учеба, самыми значимыми оказались развлечения.

Во всех классах исключениями оказались развлечения, искусство, спорт, книги. Эти результаты говорят о том, что ученики не имеют сформированных родителями и педагогами интересов к обучению и с ними необходимо проводить коррекционные действия через участие их в социально-психологических тренингах, беседах, встречах с успешными людьми, активных играх на выявление победителя и другое.

В завершение своего выступления хочется сказать, что формирование мотивов учебной деятельности не должно происходить стихийно. Этим процессом необходимо управлять с самого первого дня пребывания ребенка в

школе. От класса к классу меняются дети, меняются и мотивы их учебной деятельности.

В пятых классах, учитывая адаптационный период при переходе из начального звена в среднее, большое внимание необходимо уделять организации учебной деятельности, развитию внимания, памяти, мышления.

В шестых классах, учитывая физиологию, повышенный интерес, любознательность следует уделять внимание: развитию логического мышления именно в этом возрасте выше мотивация содержания, общению при помощи игр, именно в этом возрасте подростки начинают заботиться о своей внешности и интересоваться представителями противоположного пола, порой не понимая и не давая отчета своим действиям и поступкам.

В седьмых классах, существенной чертой этого возраста — обращение внутрь себя. Бурное развитие сознания и самосознания обуславливает интерес к себе, подросток склонен к уходу в себя, самокритичен и чувствителен к критике. В этих классах предлагается программа изучения личностных методик и уроки ведутся по типу «Я — человек, но какой?»

В восьмых классах интроверсия сменяется экстраверсией. У подростков растет интерес к другим людям и их внутреннему миру и появляется склонность сравнивать себя с другими. В этих классах можно применять методики межличностных отношений. Уроки ведутся по типу «Я и другие» и это сверстники, родители, учителя, взрослые и т. д.

Подростковый период — это удивительная пора человеческой жизни. Раздвигаются горизонты знаний, чувствования человеческих отношений, нарастающие личные возможности, способности, развитие интеллекта, формирование определенных убеждений, помогающих воспринимать жизнь многомерно, в ее сложности. И здесь очень важно помнить, что формирование положительной мотивации обучения — чрезвычайно сложный и важный процесс, который нуждается в терпеливой и мудрой помощи взрослых и на основе которого и формируется личность целеустремленного человека.

Филимонова Ольга Борисовна

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайнера» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Современный подход к организации уроков

Внедрение ФГОС в профессиональных образовательных учреждениях доказало необходимость реализации компетентностного подхода и стало основой изменения результата подготовки специалиста. Новые образовательные результаты — это сформированные у студентов общие и профессиональные компетенции, предусмотренные ФГОС, в соответствии со специальностью (профессией).

Под компетенцией в ФГОС понимается способность применять знания, умения, личностные качества и практический опыт для успешной деятельности в определенной области. В законе «Об образовании»

компетенция рассматривается как «готовность действовать на основе имеющихся знаний, умений, навыков при решении задач общих для многих видов деятельности».

Общие компетенции означают совокупность социально – личностных качеств студента, обеспечивающих осуществление деятельности на определенном квалификационном уровне. Основное назначение общих компетенций – обеспечить успешную социализацию выпускника.

В настоящее время все выучить невозможно, так как поток информации очень быстро увеличивается, поэтому особенно важно не только то, что студент знает, но и то, как он воспринимает, понимает информацию, как к ней относится, может ее объяснить и применить на практике. Таким образом, быть компетентным, значит уметь применить знания, умения, опыт, проявить личные качества в конкретной ситуации, в том числе и нестандартной.

Как организовать педагогический процесс, направленный на формирование общих и профессиональных компетенций, каковы условия их формирования?

Основная задача педагогического коллектива - организация условий, инициирующих освоение студентами общих и профессиональных компетенций, обеспечивающих соответствующую квалификацию и уровень образования.

Встает правомерный вопрос: как учить? Отвечая на этот вопрос, с уверенностью можно говорить о необходимости использования дистанционных технологий (пересылка студенту образовательных контентов электронных и бумажных учебников, лекционных видео-курсов, видео-семинаров и др. посредством электронной почты), в которых студент выступает субъектом деятельности, обучение происходит через открытие и моделирование жизненно важных профессиональных задач, поиск путей их решения. Необходима смена позиции педагога во взаимодействии со студентами.

Именно сейчас на передний план выходит информационно-образовательная среда образовательного учреждения.

Под информационно-образовательной средой (или ИОС) понимается открытая педагогическая система, сформированная на основе разнообразных информационных образовательных ресурсов: современных информационно-телекоммуникационных средств и педагогических технологий, направленных на формирование творческой, социально активной личности, а также компетентность участников образовательного процесса в решении учебно-познавательных и профессиональных задач с применением информационно-коммуникационных технологий (ИКТ-компетентность), наличие служб поддержки применения ИКТ.

Создаваемая в образовательном учреждении ИОС строится в соответствии со следующей иерархией:

- ✓ единая информационно-образовательная среда страны;
- ✓ единая информационно-образовательная среда региона;

- ✓ информационно-образовательная среда образовательного учреждения;
- ✓ предметная информационно-образовательная среда;
- ✓ информационно-образовательная среда УМК;
- ✓ информационно-образовательная среда компонентов УМК;
- ✓ информационно-образовательная среда элементов УМК.

Основными элементами ИОС являются:

- ✓ информационно-образовательные ресурсы в виде печатной продукции;
- ✓ информационно-образовательные ресурсы на сменных оптических носителях;
- ✓ информационно-образовательные ресурсы Интернета;
- ✓ вычислительная и информационно-телекоммуникационная инфраструктура;
- ✓ прикладные программы, в том числе поддерживающие администрирование и финансово-хозяйственную деятельность образовательного учреждения (бухгалтерский учёт, делопроизводство, кадры и т. д.).

Общая особенность всех типов электронных изданий, составляющих ИОС УМК (ЭУМК и проч.), в том, что они предлагают преподавателю и студенту дополнительный материал, расширяющий содержание печатных изданий. При этом избыточность материала позволяет формировать индивидуальную траекторию прохождения материала, выбирать уровень изучения той или иной темы.

Важной характерной чертой электронных изданий УМК является мультимедийность (контент, или содержимое, в котором одновременно представлена информация в различных формах — звук, анимированная компьютерная графика, видеоряд. Например, в одном объекте-контейнере может содержаться текстовая, аудиальная, графическая и видеоинформация, а также, возможно, способ интерактивного взаимодействия с ней. Это достигается использованием определённого набора аппаратных и программных средств.). Однако речь должна идти не столько о переходе на новые мультимедийные средства обучения, сколько о грамотном, эффективном и методически оправданном использовании мультимедийных технологий в процессе обучения.

Информационно-образовательная среда (ИОС) учебного заведения - это среда информационного взаимодействия, которое имеет своей целью удовлетворение образовательных потребностей студентов, преподавателей и обеспечивается специальными аппаратными и программными средствами. Это информационное взаимодействие включает в себя средства коммуникаций между людьми (электронная почта, телефонная связь, чаты, форумы, видеоконференции и т.п.), средства доступа к информационным ресурсам: внешним и внутренним, а также сами информационные ресурсы, доступные обучаемым.

ИОС представляет собой отражение образовательного пространства. Являясь одновременно рабочей средой ученика и учителя, она позволяет нацелить студента на сотрудничество, развить такие качества личности, как организованность, дисциплинированность, умение планировать свою деятельность.

Возможности информационной среды обеспечивают реализацию необходимых условий для формирования самостоятельности и потребности в постоянном самообразовании. Именно эти качества в настоящее время являются залогом успешности и востребованности выпускников на рынке труда.

Экспоненциальный рост информации практически во всех отраслях знаний требуют применения новых подходов к обеспечению педагогического процесса. Основными информационными ресурсами ИОС учебного заведения становятся электронные учебно-методические комплексы (ЭУМК) по различным дисциплинам.

Электронные учебно-методические комплексы – представляют собой объединение учебно-методических, программно-технических и организационных средств, обеспечивающих полную совокупность образовательных услуг (организационных, методических, теоретических, практических, экспериментальных, консультационных и других), которые необходимы и достаточны для изучения конкретной учебной дисциплины.

ЭУМК должен полностью обеспечивать все виды занятий по дисциплине и включать в себя: средства изучения теоретических основ дисциплины (информационная составляющая); средства поддержки практических занятий; лабораторный практикум, позволяющий проводить занятия при всех поддерживаемых учебным заведением формах обучения; средства контроля знаний при изучении дисциплины; методические рекомендации по изучению как всей дисциплины, так и отдельных объектов в ее составе; средства управления процессом изучения дисциплины.

ЭУМК позволяют собрать в единый комплекс практически все информационные материалы, требуемые для изучения той или иной дисциплины. При этом они обеспечивают необходимые сегодня интерактивность, наглядность, мобильность, компактность и низкую стоимость тиражирования, многовариантность, многоуровневость и разнообразие проверочных заданий и тестов.

К достоинствам современных ЭУМК, прежде всего, относятся возможность эффективной организации самостоятельной работы и активизация роли обучаемого в процессе обучения.

Внедрение ЭУМК в образовательный процесс способствует осознанию студентами целостной картины изучаемой дисциплины, позволяет обеспечить самостоятельное усвоение материала, индивидуализировать обучение, совершенствовать контроль и самоконтроль, повысить результативность учебного процесса.

В настоящее время ЭУМК разрабатываются во многих учебных заведениях страны. Как правило, такие ЭУМК привязаны к конкретным типовым и даже рабочим программам дисциплин той или иной

специальности, конкретным программным платформам. При этом ЭУМК, как правило, имеют индивидуальную структуру и интерфейс. Это приводит к дублированию разработок по одноименным или близким дисциплинам учебных планов различных специальностей, затрудняет обмен и тиражирование ЭУМК в масштабах страны, затрудняет их использование студентами.

В то же время, за последние годы, в процессе разработки современных ЭУМК были выработаны общие принципы их построения. На основе этих принципов были разработаны ЭУМК по программированию, высшей математике, основам психологии, экономической теории и др. Данные принципы сформулированы ниже в виде требований, которым, должны удовлетворять современные ЭУМК.

ТРЕБОВАНИЯ К ЭЛЕКТРОННЫМ УМК: Полнота. Электронный УМК должен содержать все информационные компоненты, необходимые для изучения той или иной дисциплины.

Структура ЭУМК должна выглядеть следующим образом:

1. Вводная часть.
2. Методические указания для студентов и для преподавателей по использованию ЭУМК.
3. Типовые программы дисциплины (дисциплин), которую обеспечивает ЭУМК (возможно, по нескольким различным специальностям).
4. Теоретический материал (конспект лекций, электронная хрестоматия, справочные материалы и т.п.)
5. Иллюстративный материал (презентации, анимации, аудио- и видеоиллюстрации и т.п.)
6. Тесты для самоконтроля.
7. Практикум (сборник заданий и задач, методические указания и задания лабораторного практикума, примеры решения задач и т.п.)
8. Рекомендуемая литература.
9. Сведения об авторах.

Основными интерактивными возможностями, которые должен иметь ЭУМК являются: оглавление с возможностью перехода к избранному разделу, система гиперссылок, навигация с помощью кнопок перехода, система полнотекстового поиска, система контроля тестовых заданий. В зависимости от содержания дисциплины должна обеспечиваться возможность встраивания интерактивных моделей изучаемых процессов. Используемые среды разработки и использования ЭУМК должны поддерживать мультимедийные возможности: проигрывание флэш-анимаций, видеофрагментов, аудиозаписей.

В состав ЭУМК целесообразно включить презентационные материалы для чтения лекционного курса. Формат презентаций должен позволять их модификацию преподавателем, читающим лекционный курс и использующим данный ЭУМК.

Независимость контента от аппаратно-программных средств. Срок жизни образовательного контента и средств его организации (программных и аппаратных) существенно различается. Даже в наше время значительная

часть образовательного ресурса остается действительной на протяжении 10-20 лет. В то же время, программные и аппаратные средства, обеспечивающие организацию этого контента и доступ к нему, устаревают на протяжении 3-4 лет. Используемые средства разработки ЭУМК должны быть отделены от средств его представления и должны поддерживать хранение контента в одном из общеупотребительных форматов, которые используются и, вероятно будут использоваться на протяжении длительного времени.

Вариативность траекторий обучения. Начнем с того, что знания инвариантны относительно учебных планов и программ обучения.

Таким образом, ЭУМК целесообразно создавать не по отдельным курсам для конкретных учебных программ и планов, а по дисциплинам, общим для ряда специальностей «программирование», «экономическая теория», «высшая математика», «философия», «теоретическая физика» и т.д.

Для этого ЭУМК должны включать в себя учебные программы дисциплин, которые будут изучаться на основе содержащегося в электронных средствах обучения (ЭСО) контента.

Моисеенко Антон Андреевич

*Государственное профессиональное образовательное учреждение
«Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. г.Новокузнецка.*

Разработка учебного курса «Дистанционные системы обучения» для учителей организаций, осуществляющих образовательную деятельность (на примере СДО Moodle)

В Федеральной целевой программе развития образования 2011-2015 гг. обозначены задачи внедрения и эффективного использования новых информационных сервисов, систем и технологий обучения, электронных образовательных ресурсов нового поколения; предоставления в электронном виде гражданам и организациям значительной части государственных услуг в сфере образования [7].

Процессы информатизации современного общества характеризуются процессами совершенствования и массового распространения современных информационных и коммуникационных технологий (ИКТ). Данные технологии активно применяются для обмена информацией и обеспечения взаимодействия учителя и ученика в современных системах образования. Современный учитель обязан быть специалистом в области ИКТ, и соответственно, обладать профессиональными знаниями в данной области.

В настоящее время, развитие информационных технологий и современных методов общения и обмена информацией, позволяет разрабатывать, внедрять и применять в обучении новые способы обучения, такие как электронные конспекты, энциклопедии, тесты, анкеты, виртуальные лаборатории и т.д. Часто используемым примером применения таких методов и технологий является модульная объектно-ориентированная динамическая учебная среда Moodle. Система ориентирована на организацию взаимоотношений между учителем и учеником, а также подходит для поддержки очного обучения и организации традиционных дистанционных

курсов. Данный дистанционный курс позволяет ученикам ознакомиться с новым видом обучения. После овладения определенными знаниями, ученики смогут следовать программе обучения без посещения уроков. Для учителей использование Moodle способствует профессиональному развитию, оптимизации образовательного процесса (в том числе, незапланированных потерь уроков) [2].

Вместе с тем, возникло противоречие между требованиями к учителю, владеющему информационно-коммуникационными технологиями и современными методиками обучения, и недостаточной разработанностью программно-методического обеспечения процесса повышения квалификации учителей в аспекте исследуемой проблемы.

Указанное противоречие определило проблему: каковы содержание и структура учебных курсов для учителей по дистанционному образованию?

Для разработки учебного курса для учителей «Дистанционные системы обучения» необходимы: использование СДО Moodle, конкретизация содержания учебного курса с учетом актуальных затруднений учителей, определение оптимальной структуры и инструментов дистанционного обучения педагогов.

Понятие дистанционного обучения, трактуется как - совокупность технологий, которые обеспечивают интерактивное взаимодействие между преподавателем и обучающимся, а также предоставляют обучающимся возможность самостоятельно осваивать основной объем материала в процессе обучения [2].

Для организации дистанционного обучения необходимо использование следующих элементов: среды передачи информации; методов, зависящих от технической среды обмена информацией. В настоящее время, взаимодействие с учащимися, посредством информационных коммуникационных сетей, является перспективным.

Все необходимые требования к организации учебного процесса и всей системы дистанционного обучения содержит - стандарт дистанционного интерактивного обучения Sharable Content Object Reference Model, позволяющий обеспечивать совместимость компонентов и возможность их частого использования.

Введение данных стандартов способствует углублению требований к составу дистанционного обучения, а также требований к программному обеспечению. В настоящее время существуют системы управления обучением, которые достаточно широко применяются в отечественных и зарубежных организациях, предоставляющих услуги по дистанционному обучению.

Система управления обучением - основа системы управления учебной деятельностью, которая используется для разработки, управления и распространения учебных онлайн-материалов, а так же обеспечивает совместный доступ преподавателя и обучающегося. Данные материалы создаются в визуальной учебной среде. В состав системы входят различные индивидуальные задания, проекты для работы в малых группах и учебные

элементы для всех студентов, основанные на содержательном и коммуникативном компонентах [6].

Для дистанционного обучения педагогических работников в региональной системе повышения квалификации (КРИПКиПРО, МАОУ ДПО ИПК) используется система дистанционного обучения Moodle (модульная объектно-ориентированная динамическая учебная среда), которая комбинирует в себе несколько классов систем: система управления сайтом (CMS), система управления обучением (LMS), виртуальная среда обучения (VLE).

Система дистанционного обучения Moodle - это инструментальная среда для разработки различных образовательных сайтов и Интернет-курсов. Для поддержки полноценного образовательного процесса – СДО Moodle предлагает широкий спектр возможностей. Например, разнообразные способы представления учебного материала, проверка знаний и контроль успеваемости.

СДО Moodle предусматривает 15 типов интерактивных учебных материалов, в каждом из которых множество настроек и представлений: вики, анкеты, различные базы данных, опросы, лекции, пояснения, ресурс, форум, чат, тесты, рабочая тетрадь, семинар, задания, импортированные стандартные пакеты (например, SCORM или AICC), глоссарий. Одни типы материалов нацелены на взаимодействие между учителем и учеником, другие обеспечивают взаимодействие обучающихся между собой. В настоящий момент, систему Moodle используют для обучения крупнейшие образовательные учреждения мира, также данная система популярна в системе дополнительного образования взрослых.

Сформулированы характеристики образовательного процесса в СДО Moodle:

- Подробное планирование деятельности педагога и обучающегося.
- Интерактивность.
- Мотивация.
- Модульность в структуре [4].

Данный процесс разработки дистанционного учебного курса включает два этапа: разработка учебно-методического наполнения и проектирование курса.

На этапе разработки учебного курса, важна гипертекстовая структура курса (системы ссылок и переходов между понятиями). Далее необходимо создать и разместить необходимые материалы в электронном виде, сформировать систему переходов и ссылок, коммуникационные мероприятия и т.д.

Учебно-методический комплект материалов для дистанционного курса, должен быть разработан в соответствии со следующими принципами:

1. В программе должны содержаться цели и задачи курса. Для успешного изучения курса, необходимо быть мотивированным.

2. Учебные материалы в цифровой форме с использованием гипертекста должны быть упрощены, для того, чтобы обучающиеся могли свободно переходить по ссылкам. Также, в предисловии к учебным

материалам, необходимо объяснить условные обозначения ссылок и дать советы для рациональных приемов навигации.

3. Дистанционный курс должен предусматривать общение учеников с преподавателем и между собой.

4. Учебный курс не является электронной копией печатных учебных пособий. Для достижения целей обучения, в образовательном процессе должны эффективно использоваться информационно-коммуникационные технологии [5].

Процесс создания учебного курса для обучающихся, требует от преподавателей соответствующих знаний в предметной области, для которой создается курс, а также в области информационно-коммуникационных технологий. Как правило, на практике это чаще всего сотрудничество двух специалистов: преподавателя, ответственного за содержание курса (автор курса), и преподавателя, который владеет информационными технологиями.

В настоящее время, на шести известных моделях базируется сеть открытого заочного и дистанционного обучения, где используются различные традиционные средства и информационные технологии, такие как телевидение, печатные пособия, видеозапись, компьютерные телекоммуникации [6].

Выделяют следующие компоненты дистанционного учебного курса: система администрирования; средства общения; система тестирования; информационные ресурсы.

Одним из самых важных компонентов дистанционного курса являются информационные ресурсы. Контент (содержательная часть информационного ресурса) включает в себя:

- учебный материал (лекции, семинары, наглядные материалы и т. п.);
- дополнительные цифровые материалы (комментарии преподавателя, часто задаваемые вопросы и т. п.);
- библиотеку ресурсов (рекомендованный список литературы, списки Интернет-ресурсов по теме курса и т. п.);
- предметный и/или тематический словарь;
- программу обучения; и т. д.[3]

Процесс взаимодействия обучающегося с преподавателем, а также с другими обучающимися осуществляется с помощью таких средств общения, как электронная почта, доски объявлений, виртуальные конференции, видео- и аудио-трансляции, вебинары, чат и обсуждения.

Для того, чтобы дать объективную оценку обучаемого используют систему тестирования. Данная система обеспечивает текущий контроль знаний и включает в себя следующие компоненты: интерактивные тесты; средства для обработки результатов тестирования; графики прохождения тестов. На основании тестирования, обучающимся выдается соответствующий документ (диплом, сертификат и пр.).

Преподаватель использует систему администрирования для того, чтобы получить доступ к личным делам, интерактивным анкетам, доске объявлений и пр.

Содержание учебного курса для преподавателей определено на основе затруднений в организации дистанционного образовательного процесса и включает следующие модули: «Основы дистанционного обучения», «Основные функциональные возможности СДО Moodle» (темы «Начало работы», «Курс», «Главная страница курса», « Ресурсы», «Модули»), «Создание авторского курса» (темы «Установки курса», «Редактирование личного профиля», «Управление курсом», «Добавление ресурсов», «Создание банка вопросов»), «Создание модулей курса» (темы «Анкета», «Глоссарий», «Задание», «Опрос», «Тест», «Лекция», «Форум», «Чат»).

Домашняя страница дистанционного курса включает: описание курса и расписание.

К персональным данным, относятся: указания для обучающегося; статистика учебных занятий; персональные страницы.

Выделяют следующие материалы дистанционного курса: гипертекстовое оглавление курса; программа курса; терминологический словарь; поиск по материалам учебника; сводные материалы; печать материалов.

К средствам взаимодействия, относятся: объявления; персональный почтовый ящик; чат; доска для рисования; проверка знаний; задания; предварительное тестирование; тестирование знаний.

Данный курс позволит педагогам узнать возможности СДО Moodle и организовывать образовательный процесс, с помощью элементов электронного обучения и дистанционных образовательных.

Литература:

1. Moodle [Электронный ресурс]; ВГУ. – Режим доступа: <http://www.vsu.moodle.ru/>.
2. Глайсснер, О. Ю. Дистанционное образование в России и в мире [Текст] / О. Ю. Глайсснер // Alma mater: Вестн. высш. шк. - 2009. – № 7. - С. 26-34.
3. Дистанционные образовательные технологии: проектирование и реализация учебных курсов / М. Б. Лебедева [и др.] / под общ. ред. М.Б. Лебедевой. - Санкт-Петербург: БХВ-Петербург, 2010. - 336 с.: ил. + CD-ROM - (ИиИКТ).
4. Мазничевская, Л. И. Деятельность педагога-куратора в системе дистанционного обучения [Текст] / Л. И. Мазничевская // Информатика и образование. - 2008. - № 9. - С. 59-60.
5. Методические рекомендации по использованию электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации дополнительных профессиональных образовательных программ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fgosvo.ru/uploadfiles/pdspo/pismo06-381.pdf>.
6. Сергиенко, Е. А. Создание электронных информационно-образовательных ресурсов для системы дистанционного обучения [Электронный ресурс] / Е. А. Сергиенко, А. А. Раевская, Л. А. Саакян// БИ . 2012. № 7. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti->

sozdaniya-elektronnyh-informatsionno-obrazovatelnyh-resursov-dlya-sistem-distantionnogo-obucheniya.

7. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» [Текст]. - Новосибирск: Норматика, 2013. – 128 с. – (Кодексы. Законы. Нормы).

8. Ширококов, С. М. Нормативное и правовое обеспечение системы дистанционного образования - актуальная задача развития системы образования России [Электронный ресурс] / С. М. Ширококов. – Режим доступа : http://ispu.ru/files/Vestnik_2.pdf.

**Результаты работы Всероссийской научно-практической
конференции «Проблемы и перспективы современного общества»
2016 года**

25 марта в Государственном профессиональном образовательном учреждении «Кузнецком техникуме сервиса и дизайна» им. Волкова В.А. прошла **Всероссийская научно-практическая конференция** обучающейся молодежи с очно-заочным участием **«Проблемы и перспективы современного общества»**.

Цель конференции: повышение значимости и качества научно-исследовательской деятельности обучающихся.

В очной работе конференции приняли участие студенты СПО и ВПО, обучающиеся на отделении НПО, преподаватели ООД и спецдисциплин, учащаяся среднего образования.

В рамках конференции работали 5 секций: *«Актуальные проблемы современности»*, *«Актуальные вопросы профессиональной направленности»*, *«Здоровый образ жизни, как фактор личностно-профессионального становления выпускника»*, *«Модные тенденции современности»*, *«Актуальные проблемы педагогической деятельности в условиях реализации современных стандартов»*. Были представлены учебные исследования, выпускные квалификационные работы студентов, творческие проекты. С докладами выступили: 1 студент ВПО (Новокузнецкий институт (филиал) Кемеровского Государственного университета, г.Новокузнецка); 38 студентов отделения СПО (Государственное профессиональное образовательное учреждение «Кузнецкий техникум сервиса и дизайна» им. Волкова В.А., Государственное профессиональное образовательное учреждение «Новокузнецкий торгово-экономический техникум», Осинниковский горнотехнический колледж); 1 учащаяся среднего образования (МБНОУ Гимназия №17 им. В.П. Чкалова, г. Новокузнецк.); 8 преподавателей общеобразовательных и спецдисциплин.

Заочно в НПК приняли участие 10 студентов, из них 2 – СПО (Государственное профессиональное образовательное учреждение «Новокузнецкий техникум пищевой промышленности», Государственное автономное профессиональное образовательное Новосибирской области учреждение «Новосибирское государственное художественное училище(колледж)»); 8 студентов – ВПО (Российский государственный гидрометеорологический университет. г.Санкт-Петербург, Московский государственный машиностроительный университет (МАМИ), Петербургский государственный университет путей сообщения императора Александра I, Томский политехнический университет, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна (РИНПО).

Результаты НПК очного участия

Секция 1 «Актуальные проблемы современности»:

1. Почетная грамота ДОиН КО за I место: **Заподойникова Екатерина** (гр. СР-14, ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.), «Влияние рекламы на мировоззрение общества или нам не дано предугадать, как наше слово отзовется...», Руководитель: *Теплякова Светлана Юрьевна*;

2. Почетная грамота ДОиН Кемеровской области за II место: **Сорока Анна** (гр. СР-15^{3/4}, ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.), «Сравнительный анализ систем образования в России и в США», Руководитель: *Пучеглазова Ольга Олеговна*;

3. Почетная грамота ДОиН КО за III место: **Бокарева Арина** (МБНОУ «Гимназия №17 им. В.П. Чкалова»), «Демографическая ситуация в Новокузнецке», Руководитель: *Асланова Светлана Ивановна*;

4. Почетная грамота ДОиН КО за лучший доклад: **Гаденова Олеся** (*Осинниковский горнотехнический колледж*), «Актуальность проблемы воспитания нравственности и патриотизма в профессиональных образовательных учреждениях», Руководитель: *Саттарова Зульфира Минулловна*;

5. Почетная грамота ДОиН КО за лучшую презентацию исследовательской работы: **Сорокина Ксения** (гр. СР-15^{1/2}, ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.), «Живу на сайте Я», Руководитель: *Ужан Ольга Юрьевна*;

6. Почетная грамота ДОиН КО за лучшее выступление и актуальность исследовательской работы: **Кушнер Алена** (гр. СПИ-15^{5/6}, ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.), «Национальный колорит – черта характера целого народа», Руководитель: *Сальникова Татьяна Валерьевна*.

Секция 2 «Актуальные вопросы профессиональной направленности»:

1. Почетная грамота ДОиН КО за I место: **Вотякова Анна** (гр. СР-13, ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.), ВТЛ – мероприятия как инструмент продвижения торговой марки, «Руководитель: *Бишлер Надежда Михайловна*;

2. Почетная грамота ДОиН КО за II место: **Редько Александра** (гр. СДО-14^{1/2}, ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.), «Комбинирование техники росписи по ткани как инновационный подход к оформлению одежды и интерьера», Руководитель: *Бондарь Ольга Юрьевна*;

3. Почетная грамота ДОиН КО за III место: **Фаюстова Ирина** (гр. СПИ-14^{5/6}, ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.), «Инновации в мужских стрижках», Руководитель: *Балакина Марина Валентиновна*;

4. Почетная грамота ДОиН КО за лучший доклад: **Скрябина Анастасия** (гр. СИБ-15 $\frac{1}{2}$ ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.), «Антивирусные средства защиты», Руководитель: *Валишевская Евгения Ивановна*;

5. Почетная грамота ДОиН КО за лучшую презентацию исследовательской работы: **Красавина Александра, Казанцева Мария** (гр. СПИ-15^{3/4} ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.), «История возникновения моды в оформлении причесок», Руководитель: *Бубнова Елена Степановна*;

6. Почетная грамота ДОиН КО за лучшее выступление и актуальность исследовательской работы: **Шкляева Екатерина** (гр. ПР-14, ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.), «Взаимовлияние тенденций парикмахерского искусства и культурного развития России», Руководитель: *Косолапова Елена Анатольевна*.

Секция 3 «Здоровый образ жизни, как фактор личностно-профессионального становления выпускника»:

1. Почетная грамота ДОиН КО за **I место**: **Ромашков Игорь** (гр. СР-14, ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.), «Студенческая телестудия как эффективное средство формирования и творческого выражения социальных ценностей студентов техникума», Руководитель: *Колпаченко Людмила Яковлевна*;

2. Почетная грамота ДОиН КО за **II место**: **Сорока Анна** (гр. СР-15 $\frac{3}{4}$, ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.), «Психологическое влияние рекламы на человека», Руководитель: *Ужан Ольга Юрьевна*;

3. Почетная грамота ДОиН КО за **III место**: **Щелова Маргарита** (гр. СДО-13 $\frac{3}{4}$, ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.), «Создание психологического комфорта в интерьере», Руководитель: *Шершинева Антонина Викторовна*;

4. Почетная грамота ДОиН КО за лучший доклад: **Кушнер Алена** (СПИ-15 ^{5/6}, ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.), «Биологическая и социальная структура личности», Руководитель: *Шершинева Ирина Борисовна*;

5. Почетная грамота ДОиН КО за лучшую презентацию исследовательской работы: **Макарова Алина, Батырева Анастасия** (гр. СПИ-15 $\frac{3}{4}$, ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.), «Биологическая сущность дарсонвализации волос», Руководитель: *Доронина Светлана Леонидовна*.

Секция 4 «Модные тенденции современности»:

1. Почетная грамота ДОиН КО за **I место**: **Магламян Шушан** (гр. СКМ-13, ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.), «Кутюр в современной моде», Руководитель: *Бондарь Ольга Юрьевна*;

2. Почетная грамота ДОиН КО за II место: **Лавринович Яна** (гр. СПИ-13 ³/₄ ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.), «Конкурсные прически и их влияние на моду», Руководитель: *Ильина Мария Витальевна*;

3. Почетная грамота ДОиН КО за III место: **Хохлова Алена** (гр. СКМ-13, ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.), «Русский костюм в современной интерпретации», Руководитель: *Нагайцева Ирина Викторовна*;

4. Почетная грамота ДОиН КО за лучший доклад: **Шуреева Кристина** (гр. СДО-15 ¹/₂ ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.), «Влияние моды на стиль одежды», Руководитель: *Пьянова Елена Ивановна*;

5. Почетная грамота ДОиН КО за лучшую презентацию исследовательской работы: **Вершинина Кристина** (гр. СПИ-13 ³/₄, ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.), «Коллекция подиумных причесок», Руководитель: *Ильина Мария Витальевна*;

6. Почетная грамота ДОиН КО за лучшее выступление и актуальность исследовательской работы: **Терентьева Надежда, Хмелева Дарья** (гр.СКМ-13, ГПОУ КузТСиД им.Волкова В.А.), «Значение декора одежды в мировой моде», Руководитель: *Бондарь Ольга Юрьевна*.

Секция 5 «Актуальные проблемы педагогической деятельности в условиях реализации современных стандартов»:

1. Почетная грамота ДОиН КО за I место: **Филимонова Ольга Борисовна** «Современный подход к организации уроков»;

2. Почетная грамота ДОиН КО за II место: **Кучуркина Евгения Валерьевна** «Формирование социокультурной компетенции студентов с помощью английских песен»;

3. Почетная грамота ДОиН КО за III место: **Кочетков Владислав Витальевич** «Изучение динамики реальной мотивации школьников с учетом возрастных особенностей»;

4. Почетная грамота ДОиН КО за лучший доклад: **Теплякова Светлана Юрьевна** «Студенческий театр моды «Твой стиль» как средство профессионально-творческого и эстетического развития студентов КузТСиД»;

5. Почетная грамота ДОиН КО за лучшую презентацию исследовательской работы: **Голубятникова Марина Валентиновна** «Влияние физических упражнений на здоровье студентов в процессе учебно-тренировочной работы»;

6. Почетная грамота ДОиН КО за лучшее выступление и актуальность исследовательской работы: **Моисеенко Антон Андреевич** «Дистанционные системы обучения».

Результаты НПК заочного участия

Секция 1 «Актуальные проблемы современности»:

1. **Диплом I степени: Мандрова Екатерина** (*Российский государственный гидрометеорологический университет, г.Санкт-Петербург*), «Интерактивное интернет-обучение», Руководитель: *Мандрова Ольга Владимировна* (23 балла);

2. **Диплом II степени: Сафонова Екатерина** (*Государственное профессиональное образовательное учреждение «Новокузнецкий техникум пищевой промышленности», г.Новокузнецк.*), «За красоту родного края», Руководитель: *Иващенко Антон Владимирович* (19 баллов);

Секция 2 «Актуальные вопросы профессиональной направленности»:

1. **Диплом I степени: Шумилова Екатерина** (*Петербургский государственный университет путей сообщения императора Александра I*), «Проект промежуточной станции», Руководитель: *Сугоровский А. В.* (25 баллов);

2. **Диплом II степени: Бубнов Александр** (*Томский политехнический университет*), «Создание приложения на WindowsPhone 7 для просмотра расписания ТПУ», Руководитель: *Цапко И.В.*(19 баллов);

1. **Диплом III степени: Папуга Ксения** (*Московский государственный машиностроительный университет (МАМИ)*), «Основы системы маркетинговых коммуникаций и концепция их проведения на рынке электромобилей», Руководитель: *Шаронов Д.Н.*(15 баллов);

Секция 3 «Здоровый образ жизни, как фактор личностно-профессионального становления выпускника»:

1. **Диплом I степени: Папуга Ксения** (*Московский государственный машиностроительный университет (МАМИ)*), «Использование уникального торгового предложения (УТП) в рекламной продукции», Руководитель: *Воронина Т.Ч.* (24 балла);

Секция 4 «Модные тенденции современности»

1. **Диплом I степени: Загуляева Дарья** (*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна (РИНПО) г.Санкт-Петербург*), «Спрос на индивидуальное изготовление одежды, обусловленный профессиональной деятельностью заказчика», Руководитель: (23 балла);

2. **Диплом II степени: Тепляков Андрей** (*Томский политехнический университет, г.Томск*), «Беспилотные автомобили», Руководитель: *Шеломенцев Е.Е.*(19 баллов);

- 3. Диплом II степени: Папуга Ксения** (*Московский государственный машиностроительный университет (МАМИ)*), «Исследование автомобильной компании TeslaMotors», Руководитель: *Михайлов П. Н.* (19 баллов);
- 4. Диплом III степени: Старикова Анастасия** (*Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Новосибирской области «Новосибирское государственное художественное училище(колледж)» г.Новосибирск*), «Модерн в интерьере», Руководитель: *Кирина Т.В.* (13 баллов).

Выписка из Резолюции НПК от 25.03.2016 года

По итогам работы участники конференции внесли следующие предложения:

1. Продолжить проведение научных исследований, направленных на совершенствования подготовки специалистов;
2. Проводить работу по совершенствованию новых электронных изданий учебного назначения с учетом специфики образовательного процесса;
3. Обеспечить методическое сопровождение внедрения в образовательный процесс инновационных технологий и передовых педагогических методик;
4. Подготовить к публикации научно-исследовательские работы, материалы конференции в научно-методическом электронном сборнике Государственного профессионального образовательного учреждения «Кузнецкого техникума сервиса и дизайна» им. Волкова В.А.



Уважаемые участники конференции!

Выражаем нашу признательность всем нашим коллегам, принявшим участие в подготовке и проведении Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы и перспективы современного общества», не жалеющим ни времени, ни сил для достижения отличного результата!

Особо благодарим докладчиков очного участия, порадовавших высоким уровнем своих выступлений и поделившихся своими научными открытиями. Желаем всему нашему коллективу новых достижений и побед!

Надеемся на дальнейшее сотрудничество.