

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ»
Оренбургский институт путей сообщения – филиал СамГУПС**

**МОЛОДЕЖНАЯ НАУКА В XXI ВЕКЕ:
ТРАДИЦИИ, ИННОВАЦИИ,
ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ**

*Материалы
Международной научно-исследовательской конференции
молодых ученых, аспирантов, студентов
и старшеклассников*

5 апреля 2017 г.

Часть 2

Самара – Оренбург
2017

УДК 001.8+374.2+656.2
ББК 74+72+39.2
М 75

Редакционная коллегия

Председатель редакционной коллегии

Попов А.Н. – и.о. директора ОрИПС – филиала СамГУПС

Заместитель председателя:

Маланчева С.Н. – и.о. декана ФВО – структурное
подразделение ОрИПС – филиала СамГУПС

Программный комитет

Попов А.Н.	- и.о. директора ОрИПС – филиала СамГУПС
Никищенков С.А.	- проректор по науке и инновациям СамГУПС;
Тарасов Е.М.	- проректор по связям с производством СамГУПС;
Лабузов В.А.	- министр образования Оренбургской области;
Гордеева Н.А.	- начальник Управления образования администрации г. Оренбурга
Новичкова Н.М.	- и.о. начальника Управления молодежной политики г. Оренбурга.

Организационный комитет

Егорова Ю.Н.	- зав. кафедрой ОД ФВО – структурное подразделение ОрИПС – филиала СамГУПС;
Тяпухин А.П.	- зав. кафедрой ЛТТ ФВО – структурное подразделение ОрИПС – филиала СамГУПС;
Вольнов С.В.	- руководитель структурного подразделения СПО (ОМК) ОрИПС – филиала СамГУПС;
Грачев П.А.	- руководитель структурного подразделения СПО (ОТЖТ) ОрИПС – филиала СамГУПС;
Волошин Е.В.	- научный сотрудник ОрИПС – филиала СамГУПС;
Малахова О.Ю.	- доцент кафедры ОД ФВО – структурное подразделение ОрИПС – филиала СамГУПС.

Конференция состоялась 05 апреля 2017 г. в Оренбургском институте путей сообщения – филиале СамГУПС по адресу: г. Оренбург, проезд Коммунаров, № 16-18.

М 75 Молодежная наука в XXI веке: традиции, инновации, векторы развития: междунауч.-исслед. конф. 05 апр. 2017 г., Самара-Оренбург: материалы: в 3 ч. / редкол.: А.Н. Попов [и др.]. – Самара-Оренбург: СамГУПС, ОрИПС, 2017. – Ч. 2. – 311 с.

В работе конференции приняли участие старшеклассники, студенты, магистранты, аспиранты, молодые ученые под руководством преподавателей, докторов, кандидатов наук из Оренбурга, Гомеля, Бреста (Беларусь), Астаны, Актобе, Алма-Аты (Казахстан), Уфы, Ставрополя, Хакассии, Саратова, Астрахани, Казани, Санкт-Петербурга, Краснодар, Самары, Новосибирска, Перми, Брянска, Кургана и др.

В материалах конференции рассмотрены проблемы организации процесса железнодорожных грузовых и пассажирских перевозок; отражены научные исследования в области безопасности движения и охраны труда в транспортной сфере; представлены информационные и естественнонаучные исследования; обозначены роль и место технических наук в развитии современных технологий.

В рамках конференции исследованы состояние, проблемы и перспективы развития отечественной и мировой экономики, место России во внешнеэкономическом пространстве; вопросы функционирования предприятий в РФ. Рассмотрены вопросы формирования эффективного менеджмента в меняющихся социально-исторических и геополитических реалиях.

Молодыми учеными исследованы проблемы сохранения и трансляции культурного наследия; обсуждены теоретические и практические вопросы филологии и межкультурной коммуникации; обозначены современные векторы социокультурного развития России и мира.

Конференция направлена на развитие научной и творческой активности молодежи, расширение ее кругозора в различных областях науки и техники, а также формирование гражданско-патриотической, духовно-нравственной, экологической культуры молодого поколения.

УДК 001.8+374.2+656.2
ББК 74+72+39.2

© СамГУПС, 2017
© ОрИПС – филиал СамГУПС, 2017

ков, отлично владеющих иностранной речью. А использование материалов обучения в современной мультимедийной форме положительно скажется на заинтересованности в изучении языков. Выбор иностранного языка в качестве вариативного урока обеспечит коммуникативность в характере обучения, т.е. школьник будет овладевать языком, как средством общения. Контроль знаний обучающихся должен проходить в том же плане, что и обучение, поэтому для проверки навыков и умений устной речи, следует ввести устные зачеты, чтобы единый государственный экзамен по иностранному языку не стал для детей первым подобным экзаменом.

Таким образом, мы считаем, что введение в программу общеобразовательной организации обязательных устных занятий в лингвфонных кабинетах приведёт к повышению уровня владения иностранным языком и повысит качество результатов единого государственного экзамена.

Библиографический список:

1. Александров К. В. Технологические разработки электронного контента для развития лексических и грамматических знаний/ К.В. Александров, К.Г. Голубева, А.В. Александрова. // ИЯШ, 2014. – № 7. – С. 20-29.
2. Александров К. В. Технологические разработки электронного контента для развития лексических и грамматических знаний/ К. В.Александров, К. Г. Голубева, А. В. Александрова// ИЯШ, 2014. – № 8. – С. 29-38.
3. Федеральный государственный образовательный стандарт среднего (полного) общего образования. URL: Минобрнауки.рф/документы/2365 (дата обращения: 26.03.2017)
4. Федеральный базисный учебный план для образовательных учреждений Российской Федерации URL: <http://window.edu.ru/resource/309/39309/files/bup.pdf>
5. СанПиН 2.4.2.2821-10 "Санитарно-эпидемиологические требования к условиям и организации обучения в общеобразовательных учреждениях" URL: <https://rg.ru/2011/03/16/sanpin-dok.html>

PR-ИНСТРУМЕНТАРИЙ В ПРОДВИЖЕНИИ КУЛЬТУРНОГО ПРОДУКТА

Белова Д.С., Галимуллина Н.М.

Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева

Сфера культуры одна из отраслей, которая влияет на состояние морали и нравственности в обществе, способствует формированию мировоззрения, развитию и социализации граждан. Можно смело сказать, что для современного этапа характерно включение учреждений искусства и культуры в целом в экономические процессы. Таким образом эти организации не просто создают культурный продукт, но и вынуждены продвигать его на рынок, применяя при этом весь арсенал коммуникативных технологий.

Культурный продукт – это собирательное понятие, которым обозначаются как непосредственные результаты культурной деятельности субъектов сферы культуры и искусств, так и в более широком смысле – как нечто, имеющее определенный набор свойств, создающих культурную или эстетическую ценность.[2, с.62] Данное понятие может включать в себя как определенный товар(произведение искусства), определенную культурную ценность (музыкальное произведение, направление в живописи), так и культурную ценность в нематериальной форме, в виде услуги создаваемой субъектом сферы культуры и искусств в целях удовлетворения определённых потребностей зрителей, посетителей (концертное выступление). Сегодня мало создавать качественный культурный продукт, важно его верно позиционировать.

Стоит отметить, что аудитория учреждений культуры значительно преобразовалась, во многом за счет диверсификации запросов населения, изменения потребностей в сфере досуга. Говоря на языке маркетинговых терминов, учреждения культуры прибегают к методам конкурентной борьбы за посетителя и зрителя, который «голосует рублем», за их время и внимание. При этом конкурентами становятся торгово-развлекательный центр и музей, кинотеатр и центр современного искусства. Эффективность реализации культурного продукта зависит от того, насколько субъект сферы культуры сумел превратить культурный продукт в коммерческий товар.

Если говорить и конкретных инструментах PR, используемых для продвижения культурного продукта, необходимо сделать акцент на текстовом сопровождении. Действительно, работа с PR-текстами является важнейшим направлением содержательной части профессиональной деятельности PR-специалиста и рекламиста [2]. В отличие от специальных мероприятий, которые составляют порой саму суть культурного продукта, умение грамотно рассказать о сфере культуры (пресс-релизы, факт-листы) и выбрать каналы размещения – это новая задача для организаций культурной сферы.

Отдельную нишу занимают культурные учреждения, носящие статус автономных. Ансамбль «Ровесник» под руководством А.П. Белова существует уже 40 лет. Ансамбль «Ровесник» два раза в год организывает концертную программу с последующим обсуждением. Регулярно участвует на концертах, посвященных Дню Победы, дню Знаний, новогодним праздникам. Организуются мастер-классы для желающих попасть в ансамбль. Необходимо подчеркнуть основную функцию ансамбля – культурную. Так как история хореографии насчитывает уже 1000 лет, современному, молодому зрителю тяжело самостоятельно планомерно и организованно входить в поток истории хореографии. Ансамбль помогает зрителю расширить свой кругозор и высказать свою точку зрения заинтересованным в хореографии людям, узнать у профессионалов ответы на интересующие вопросы. Для первичного знакомства с деятельностью ансамбля публикуются пресс-релизы, целью которых является ознакомление с программой ансамбля и организуемых мероприятиях, информация о новых проектах, привлечении новых профессионалов в области хореографии, новым постановкам.

К проблемам ансамбля относятся: недостаточная известность среди потенциальных зрителей; отсутствие хорошо налаженного партнерства с администрацией Казани; низкий уровень привлечения потенциальных зрителей и участников фестивальных программ.

PR-технологии могут стать успешным путем продвижения ансамбля в культурном пространстве Казани.

Цель: используя возможности и ресурсы PR-деятельности продвигать выступления ансамбля «Ровесник» как культурный продукт.

Целевые адресаты:

1. потенциальные посетители (любого возраста);
2. педагоги и студенты Казанских вузов;
3. потенциальные спонсоры (продюсерские центры, культурные фонды, магазины электронной техники, способные предоставлять оборудование);
4. администрация города.

Сроки осуществления PR-кампании: проведение PR-кампании планируется в течение 9 месяцев, с сентября по май. **Ведущие формы PR-кампании:** публикации пресс релизов; брошюр; авторские статьи; репортаж о деятельности ансамбля; участие в выставках образовательных программ; проведение пресс-конференций; тематические встречи; мастер-классы; круглые столы; усовершенствование сайта;

Для обеспечения благоприятного функционирования ансамбля «Ровесник» необходима постоянная работа со средствами массовой информации, реагирование на спрос общественности и мониторинг собственной деятельности. В первую очередь необходима работа с печатными СМИ: газетами; журналами (например, «Инде», «Сююмбике»); в корпоративном издании Казанского государственного университета культуры и искусств; распространять рекламные брошюры в центрах дополнительного образования.

Существуют проблемы и с продвижением организации в сети Интернет. Основной проблемой можно назвать недостаточно широкий охват потенциальной аудитории зрителей с помощью Интернет-ресурсов. Корпоративного сайта у ансамбля нет. Его функции замещает аккаунт в социальной сети «В контакте». При этом страница в социальной сети постоянно обновляется: администраторы своевременно вывешивают объявления и анонсы; разместить аудиозаписи имеет право любой посетитель ансамбля; после каждой встречи создается альбом с фотоотчетом; открыты обсуждения после концертов и репетиций ансамбля – таким об-

разом открыта интерактивная обратная связь. Указаны контактные телефоны и электронная почта руководителя.

Планируется работа по созданию Интернет-сайта ансамбля. Первые публикации могут быть посвящены истории ансамбля «Ровесник» направлениями его работы, с упоминанием о партнерах, достижениях, гастролях. В последующих пресс-релизах будет публиковаться информация о проектах, в которых принимает участие ансамбль «Ровесник», фестивалях; особое место будут занимать отчеты о мастер-классах известных артистов. Необходимо помнить о создании обратной связи, возможностях обсуждения репетиций, новых постановок, предстоящих концертах и о публикации отчетов с последних встречах, показов и мероприятий. Проведение различных мероприятий в области PR призвано привлечь внимание общественности к ансамблю «Ровесник», его деятельности.

Основными мероприятиями могут стать:

- презентации; - конференции; - круглые столы; -выставки; -тематические вечера.

Сегодня организации культуры, как и вся экономика страны, выходит на новый уровень рынка. Их работа, хотя и не имеет целью получение прибыли, связана преимущественно с некоммерческими, но социально значимыми видами деятельности и поэтому в большой степени зависит от репутации учреждения, его связей с общественностью, благоприятным общественным мнением. Сама их работа - суть PR для банков, промышленного и торгового капитала и поэтому от успеха PR учреждения или организации культуры зачастую зависит успешность их фандрайзинга - привлечения и аккумуляирования средств спонсоров и других доноров. Поэтому отдельные проекты и программы в сфере культуры всегда сопровождаются активными PR-мероприятиями.

Библиографический список:

5. Галимуллина Н.М. О методах обучения бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью» работе с PR-текстами. //Мир науки. -2015. -№ 3. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/o-metodah-obucheniya-bakalavrov-napravleniya-reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu-rabote-s-pr-tekstami> (дата обращения: 28.03.2017)

6. Платонов М.Ю. Арт-менеджмент: предмет и границы дисциплины // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2015. № 6 (96). С. 61-68.

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ТРАДИЦИЙ В ВОСПИТАНИИ МОЛОДОЙ СЕМЬИ

Белянкина И.Н., Челпаченко Т.В.

Оренбургский государственный педагогический университет

Реформы произошедшие в нашей стране – социально-экономические, политические, образовательные, привели к развитию кризисных явлений в жизнедеятельности российской семьи. Традиционные семьи распадаются, меняется характер супружеских отношений, теряется связь между родственниками. Это приводит к снижению воспитательных возможностей семьи.

Функция семьи в современном обществе всё в большей степени связывается с созданием исключительных и комфортных условий для саморазвития и самореализации каждого члена семьи. С.К. Бондырева и Д.В. Колесов считают, что традиция – способ накопления жизненно важного общественно значимого опыта. Поскольку категория «традиция» объединяет три взаимосвязанных момента: сохранение, преемственность и развитие, то естественно предположить, что она, переосмысливаясь в изменяющихся общественных условиях, являлась одной из основных носителей и хранителей аксиологических ориентаций культуры родительства, отражающих коллективный опыт русского народа [4].

Самое главное в традиции это полноценность семьи, которая характеризует смысл традиционного, устоявшегося поведения. Вследствие этого в определении традиции не дается детальная регуляция поступка, она не является константой. Каждая отдельная семья подстраивает традиции под себя, видоизменяет.

СЕКЦИЯ 4. СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО РОССИИ: ТРАДИЦИИ И ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОСТИ

Алгайкина Е.С., Воробьева О.Б. ЛЮБОВЬ КАК ФИЛОСОФСКАЯ КАТЕГОРИЯ	115
Артеменков А.С., Малахова О.Ю. ФИЛОСОФИЯ XX ВЕКА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЛИЧНОСТИ И КУЛЬТУРЫ	116
Баева Т.А., Михайлова Н.М. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КЛАССНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ ПО РАЗВИТИЮ СОВРЕМЕННОГО ДЕТСКОГО КОЛЛЕКТИВА	118
Байчурина М.П., Конькина Е.В. ОРГАНИЗАЦИЯ ИНКЛЮЗИВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	120
Басина И. К., Науменко Н.М. К ПРОБЛЕМЕ РЕАЛИЗАЦИИ ТРЕБОВАНИЙ ФГОС ОО В УЧЕБНОМ ПРО- ЦЕССЕ СОВРЕМЕННОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА)	123
Батурина А.А., Науменко Н.М. ИКТ КАК СРЕДСТВО ОПТИМИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ОБЩЕОБРА- ЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛИНГАФОННОГО КАБИНЕТА В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ)	125
Белова Д.С., Галимуллина Н.М. PR-ИНСТРУМЕНТАРИЙ В ПРОДВИЖЕНИИ КУЛЬТУРНОГО ПРОДУКТА	127
Белянкина И.Н., Челпаченко Т.В. ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ТРАДИЦИЙ В ВОСПИТАНИИ МОЛОДОЙ СЕМЬИ	129
Богомолова Е.И., Науменко Н.М. О ПРОБЛЕМЕ ВОСПИТАНИЯ ТОЛЕРАНТНЫХ ОТНОШЕНИЙ У ОБУЧАЮЩИХСЯ В УЧЕБНО-ВОСПИТАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	131
Бурушев Н., Егорова Ю.Н. ВОСТРЕБОВАННОСТЬ КРЕАТИВНОЙ ЛИЧНОСТИ СОВРЕМЕННЫМ СОЦИУМОМ	133
Валеева О.Н., Палагина Л.В. РЕАЛИЗАЦИЯ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ В ОРЕНБУРГСКОМ МЕДИЦИНСКОМ КОЛЛЕДЖЕ	134
Ванчугов Н., Егорова Ю.Н. ИЗУЧЕНИЕ ТИПОВ ТЕМПЕРАМЕНТА ЛИЧНОСТИ В СТУДЕНЧЕСКОЙ ГРУППЕ	137
Вдовиченко Е., Попова В.И. ВОСПИТАНИЕ ОТВЕТСТВЕННОСТИ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНИКА В ОТНОШЕНИИ К ЛЮДЯМ И САМОМУ СЕБЕ	139
Вдовкина Е., Егорова Ю.Н. ИЗУЧЕНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ТИПОВ В СТУДЕНЧЕСКОЙ ГРУППЕ	141
Герасимов Р.С., Воробьева О.Б. РЕКЛАМА: ИСТОРИКО-КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ	144
Годовова А.С., Шаврыгина О.С. ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ИНТЕРЕСА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ	145

Научное издание

**МОЛОДЕЖНАЯ НАУКА В XXI ВЕКЕ: ТРАДИЦИИ, ИННОВАЦИИ,
ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ**

05 апреля 2017 года

*Материалы Международной научно-исследовательской конференции
молодых ученых, аспирантов, студентов и старшеклассников*

Часть 2

Материалы опубликованы в авторской редакции

Подписано в печать 25.04.2017. Формат 60x84 1/16.

Усл. печ. л. 19,4. Тираж 100 экз.