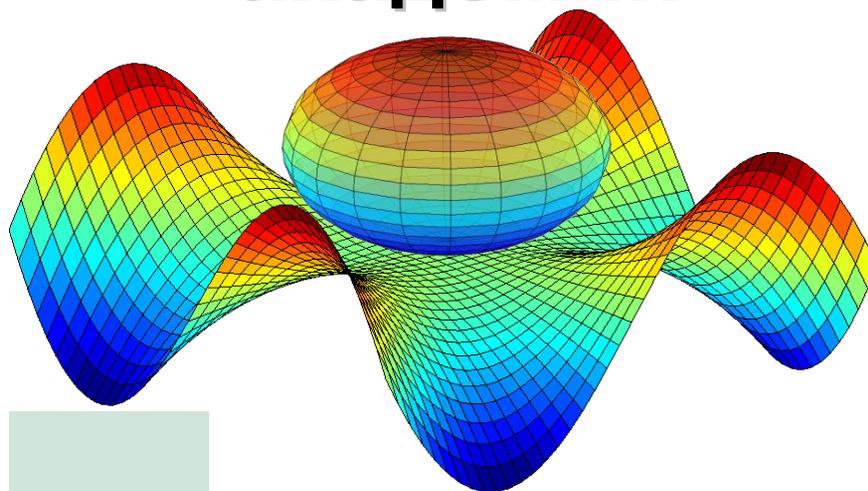


Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации

# ИЗВЕСТИЯ

# ИЗВЕСТИЯ

## Северо-Кавказской государственной академии



2019

№ 2

## **РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ**

Главный редактор Джендубаев А.-З.Р.

### ***Секция гуманитарных и экологических наук***

Айбазова М.Ю. – председатель секции, Дармилова Э.Н., Даурова А.Б.,  
Нагорная Г.Ю., Напсо М.Д.

### ***Секция математики, физики и информационных технологий***

Эдиев Д.М. – председатель секции, Борлаков Х.Ш., Кочкаров А.М., Тамбиева Д.А.,  
Хапаева Л.Х.

### ***Секция медицинских наук***

Хапаев Б.А.– председатель секции, Гюсан А.О., Котелевец С.М.,  
Смеянов, В.В., Темрезев М.Б., Чаушев И.Н.

### ***Секция сельскохозяйственных наук***

Смакуев Д.Р. – председатель секции, Джашеев А.-М.С., Гедиев К.Т., Гочияев Х.Н.,  
Гочияева З.У.

### ***Секция технических наук***

Боташев А.Ю. – председатель секции, Алиев И.И., Байрамуков С.Х., Бисилов Н.У.,  
Мамбетов А.Д.

### ***Секция экономики***

Канцеров Р.А.– председатель секции, Семенова Ф.З., Токова Л.Д., Тоторкулов Ш.М.,  
Узденова Ф.М., Шордан С.К.

### ***Секция юриспруденции***

Кочкаров Р.М. – председатель секции, Клименко Т.М., Напсо М.Б.,  
Одегнал Е.А., Чочуева З.А.

### ***Секция изобразительного искусства и прикладных видов искусств***

Атаева Л.М. – председатель секции, Урусова Н.П., Урусова М.Ю., Хапчаева З.А.

---

Адрес редакции и издателя: 369000, Россия, КЧР, г. Черкесск, ул. Ставропольская,  
36, Северо-Кавказская государственная академия.  
Телефон: 8(8782)293648; 8(8782)293560. E-mail: [izvest\\_akad@mail.ru](mailto:izvest_akad@mail.ru).  
<http://ncshta.ru/page/content/nauchno-prakticheskii-i-uchebno-metodicheskii-zhurnal-izvestija-sevkavgta.html>

---

---

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

# ИЗВЕСТИЯ

Северо-Кавказской государственной академии

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

ИЗДАЕТСЯ С 2010 ГОДА

Учредитель и издатель –  
Северо-Кавказская государственная академия

№ 2, 2019

---

<b>СО Д Е Р Ж А Н И Е</b>		
<i><b>ГУМАНИТАРНЫЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ</b></i>		
<b>Напсо М. Д.</b> Некоторые аспекты проблематики толерантности.....	2	
<b>Калабекова С.В.</b> К вопросу о рекламе.....	7	
<i><b>ЭКОНОМИКА</b></i>		
<b>Шаханова Л.Ш., Борлакова Т.М.</b> Сравнительный анализ российских положений по бухгалтерскому учету и международных стандартов финансовой отчетности.....	13	
<i><b>ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ</b></i>		
<b>Кяттов Н.Х.</b> Влияния геометрических размеров стенового блока на теплотехнические свойства наружной стены.....	18	
<i><b>СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ НАУКИ</b></i>		
<b>Арова О.З., Охтова А.Р.</b> Влияние различных агроприемов выращивания озимой пшеницы сорта Адель на режим питания почвы в условиях степной зоны Карачаево-Черкесской республики.....	25	
CONTENTS .....	29	

**ГУМАНИТАРНЫЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ**

УДК 304.5

**НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМАТИКИ ТОЛЕРАНТНОСТИ**

Напсо М. Д.

Северо-Кавказская государственная академия

*В статье рассматриваются некоторые аспекты проблематики толерантности. Дается научное и быденное понимание толерантности, исследуется ее социальная природа. Раскрывается сущность понятия «границы толерантности», показывается взаимосвязь социальных различий и принципа толерантности. Анализируется роль исторического, социального и культурного контекста в формировании толерантных установок. Исследуется востребованность феномена толерантности реалиями глобализации.*

*Ключевые слова: толерантность, интолерантность, глобализация, социальные различия, индифферентность, дискриминация.*

Проблематика толерантности относится к числу актуальных тем, разрабатываемых социальным и гуманитарным знанием. В современных условиях, которые характеризуются противоречивостью социальных взаимодействий, тема толерантности приобретает особое значение. Толерантность является одним из онтологических принципов человеческого бытия, и это с объективной необходимостью требует рассмотрения ее социальной природы и определения границ ее существования. Тема толерантности является сложной и противоречивой, что усложняет проблему ее исчерпывающего научного определения, – свидетельством этого является эволюция социально-философских представлений о данном феномене. Размышления о природе толерантности всегда основывались и основываются на реалиях современной жизни. С одной стороны, процессы расширяющейся глобализации требуют необходимости сосуществования в едином пространстве, взаимодействия разных культур и традиций; с другой стороны, глобализация обостряет процессы, связанные с активизацией национального и религиозного факторов, с усилением интереса к национальным идентификаторам и этнической самобытности. Отсюда стремления к сохранению индивидуальности во всех ее проявлениях, к поиску аутентичности, сочетаемые с проявлениями терпимости к инаковости.

Несмотря на то, что основу толерантности составляет оппозиция «мы-они», ее социальное содержание обусловлено спецификой исторического и социокультурного контекста, его ценностными установками и приоритетами. Социальные – и в первую очередь ценностные – различия определяют природу толерантности, что особенно актуально в эпоху утверждения и распространения идеологии мультикультурализма и мультикультурных практик. Поэтому толерантность, с одной стороны, является условием и предпосылкой взаимодействия различных групп – социальных, территориальных, религиозных, этнических и т. д., а с другой стороны, она позволяет обеспечить межкультурный и межэтнический диалог. Установка не только на обнаружение и понимание различий, но и их принятие в качестве собственной парадигмы мышления и действия, означает принятие принципа толерантности как основы индивидуального и

социального бытия. Поэтому под понятием «толерантность» понимают явление терпимости к иному: образу жизни, системе ценностных и мировоззренческих установок, культуре, традициям. Один из первых исследователей социальной природы толерантности М. Уолцер писал, что «терпимость делает возможным существование различий; различия же обуславливают необходимость терпимости» [1].

Понимание толерантности неоднозначно – как в научном знании, так и в общественном сознании. В общественном мнении толерантность отождествляется по-разному – и как принятие устоявшегося мнения, и как некая ирреальность, и как равнодушие к происходящему, и как индифферентность. В самом понятии как бы присутствует некая необязательность, поскольку терпимость не всегда является позитивным действием. Многие считают, что в современном мире, в котором господствуют принципы политкорректности, названные противниками толерантности псевдопринципами, толерантность не обладает позитивным качеством, поскольку она затушевывает, микширует реальное положение дел, не позволяет называть вещи своими именами. Противники толерантности (с точки зрения общественного мнения) отождествляют ее «с индифферентностью... ее основание – незнание Другого, безразличие к нему. Это добродетель разобщенного мира, где люди не понимают друг друга и не стремятся понять» [2]. В таком контексте толерантность ассоциируется с апатией, бездушием, хотя в реальной жизни она означает и предполагает заинтересованное отношение к другому человеку, и прежде всего по причине его непохожести на «мы». Сводить толерантность к равнодушию – значит значительно сужать социальное содержание этого явления и отрицать существование множества его оттенков.

Очевидно, что можно по-разному интерпретировать понятие толерантности, что и имеет место быть: исследователи отмечают, что при определении понятия толерантности нет единого его понимания и присущих ему черт, и это в значительной степени затрудняет возможность его всеобъемлющей трактовки. (Хотя всем понятен смысл в него вложенный). Понятием «толерантность» могут охватываться различные явления, в том числе и равнодушие, безразличие, приукрашивание ситуации и поступков, поэтому представляется важным и необходимым его четкое обоснование. В противном случае велики риски смешения «добра и зла, красоты и безобразия. Толерантность к злу как фактическое неразличение добра и зла, толерантность к безобразию как неразличение прекрасного и безобразного делают мир по-новому неструктурированным, как бы бескачественным, содержательно размытым, следовательно, *по-новому непознаваемым*» [3, с. 163-164].

Сложность определения понятия толерантности состоит и в том, что существует множество ее типов, которые имеют как сходные, так и отличительные черты. Это религиозная толерантность, которая исходит из признания религиозных различий, чуждых религиозных верований, к которым следует относиться с пониманием, уважением, терпимостью. В таких условиях снижаются риски религиозной предубежденности, религиозного экстремизма, фундаментализма и т. д. Прошлая и современная история изобилует примерами противостояний на религиозной почве, проявлений религиозного фанатизма, которые имеют своим следствием разрушение самой религии и девальвацию содержащегося в ней позитивного потенциала. Религиозная терпимость основывается на признании и сосуществовании религиозных различий, свободы вероисповедания – при условии, если это не нарушает религиозных предпочтений Других.

Среди различных форм толерантности особое место принадлежит межнациональной, которая исходит из признания существования этнических различий, непредвзятого отношения к представителям других национальностей как к равным себе, их культуре, образу жизни, менталитету. В противном случае возникают условия, которые ведут к появлению интолерантности в формах ксенофобии, этноцентризма, национализма, шовинизма, расизма. Идентичность, культура, ценности национальной жизни первостепенны для человека любой национальности, но в преувеличенной и гипертрофированной форме они создают преграды на пути межнационального согласия. Толерантный человек – это тот, кто открыт миру, а значит, он готов принять и понять Другого (в предельно широком понимании), иными словами, он является не оппонентом этнических (и не только) различий, а их сторонником, ибо именно различия позволяют познать Другого. Толерантность и есть принятие различий, которые предстают как условие совместного существования, как механизм, позволяющий совместить собственную традицию и чужую. Главное предназначение толерантности, таким образом, состоит «в готовности человека выйти за пределы ограниченного круга «своих» (отличных от «других» по любому признаку – по национальности, вере, социальному происхождению, возрасту и т.д.) навстречу «Миру миров» – равнозначных, «равноразных» человеческих миров... В этом измерении главное... это понимание естественности и неизбежности различий между людьми и готовность и способность к Диалогу» [4, с. 35].

Близкой к межнациональной терпимости является расовая толерантность, основывающаяся на признании расовых различий, на отказе от любых проявлений расовой дискриминации. Расовая толерантность позволяет избежать угрозы, связанной с практикой расизма – дискриминации индивидов или групп индивидов по расовому принципу. В современном мире немало проявлений расовой нетерпимости – и не только в экономически отсталых государствах. Так, в США во время церемоний вручения премии «Оскар» нередко звучат обвинения в адрес жюри, которое, при определении номинантов, проявляет признаки расовой дискриминации. Любой человек отличен от другого, в том числе и по принципу расовой принадлежности, но это различие не должно стать основой расовых предрассудков, более того – формирования дискриминационных установок, утверждения идеологии и практики расизма. Расовая неприязнь и расовая предубежденность приводят, как известно, к разрушительным последствиям для индивида, группы, народа, государства.

Толерантность относится к числу поведенческих характеристик и установок, которыми руководствуется индивид. Но внешние формы проявления толерантности должны сочетаться с внутренними убеждениями, которые формируются в ходе социальной практики и общения, только в таком случае толерантность становится важнейшей характеристикой индивида как деятельностного субъекта. Еще К. Поппер назвал терпимость принципом («принцип терпимости»), согласно которому индивид действует как существо толерантное, а значит, является тем, кто проявляет толерантное к другим отношение. Толерантность относят к числу явлений скорее неформальных, но как принцип он приобретает формальные черты, и этот синтез позволяет вести речь о толерантности как об условии, которое обеспечивает целостность и устойчивость социума и входящих в него структур. Таким образом, можно говорить о толерантности как о желаемом, а не о «принудительном» правиле, которому необходимо следовать. Ценность явления толерантности заключается в проявлении терпимости по отношению к Другим, и такая ее ориентация свидетельствует об аксиологическом содержании данного феномена.

На сложную природу толерантности указал в свое время В.А. Лекторский, представивший анализ четырех типов толерантности, которые могут служить теоретико-методологической основой исследований по этой теме. Первый тип ассоциируется с безразличием, равнодушием («толерантность как безразличие»), индифферентностью ко всему тому, что не является существенным, что не противоречит общепризнанным нормам и истинам, не требующим никаких доказательств. (О «милостивом безразличии» к различиям писал и М. Уолцер, выразив это лозунгом «Пусть расцветают все цветы» [1]). Второй тип определяется им как «невозможность взаимопонимания». Ученый отмечает, что «метафизические взгляды, специфические ценности той или иной культуры не являются чем-то второстепенным для деятельности человека и для развития общества, а определяют сам характер этой деятельности и способ развития той или иной культуры. Плюрализм этих взглядов, ценностей и способов поведения неустраним, так как связан с природой человека и его отношениями с реальным миром» [5]. Толерантность является следствием того, что индивид не видит для себя и не понимает рационального смысла в действиях Другого, в силу чего ограничивает с ним взаимодействия, поэтому сторонится его, избегает общения с ним. Что касается третьего типа – "толерантность как снисхождение", индивид по тем или иным причинам не считает необходимым снисходить до уровня Другого, поскольку воспринимает себя в качестве привилегированного существа, обладающего более высоким социальным или иным статусом. И, наконец, четвертый тип толерантности, названный В. А. Лекторским «терпимость как расширение собственного опыта и критический диалог», основывается на процессе формирования собственного опыта через взаимодействие и диалог, которые позволяют совместить свою культуру и традицию с культурой других: «в многообразии различных культурных, ценностных и интеллектуальных систем существует привилегированная система отсчета. Это традиции и ценности моей культуры, и это мои личные взгляды в рамках этой культуры. Нормы и традиции, не согласующиеся с теми, которые я принимаю, рассматриваются мною в качестве бесспорно уступающих моим» [5].

Одной из проблем толерантности является необходимость определения ее границ, поскольку она связана со своей противоположностью – интолерантностью. Грань между этими явлениями настолько подвижна, что порой трудно их различить, поскольку понимание их содержания зависит от специфики социального контекста и системы разделяемых ценностей. Не последнюю роль играет то, что представления о толерантном и интолерантном разнятся: то, что у одного индивида или социальной группы то или иное явление является проявлением толерантности, у других – наоборот. Кроме того, различают внешнюю и внутреннюю толерантность. В первом случае индивид, следуя общепринятым правилам, воспринимается в качестве толерантного человека. Во втором случае действия индивида определяются собственной системой ценностей и установок, которым он следует, и они не всегда могут соответствовать предписываемым социальным требованиям. Но если это становится преградой на пути социальных взаимодействий, то такое поведение считается интолерантным. Следовательно, толерантность заканчивается там, где возникает интолерантность, угрожающая бытию индивида и общества в целом. Толерантности учатся, поскольку она не является свойством, данным человеку от рождения, она конструируется в процессах социализации и личностного самоопределения. Поэтому толерантность является, с одной стороны, важнейшим нравственно-этическим принципом, которым руководствуются, а с другой – эффективным способом преодоления нетерпимости и конфликтов разного рода.

**Napso M.D. Some aspects of a problematics of tolerance<sup>1</sup>**

*The summary: In the clause some aspects of a problematics of tolerance are considered. The scientific and ordinary understanding of tolerance is given, its social nature is researched. The essence of concept of "tolerance border» reveals, the interrelation of social distinctions and a tolerance principle is shown. The role of a historical, social and cultural context in forming of tolerant installations is analyzed. The demand of a phenomenon of tolerance is researched by globalisation realities.*

**Key words:** *tolerance, intolerance, globalisation, social distinctions, indifference, discrimination.*

**Список использованных источников и литературы:**

1. Уолцер М. О терпимости. – Доступ:[https:// О-терпимости. Уолцер-Майкл. \[1\]. pdf-Adobe Reader](https://www.wolcott.com/terpimosti) (дата посещения: 12. 08. 2019).
2. Валитова Р. Р. Толерантность: порок или добродетель? – Доступ: <https://www.jwforum.eu/viewtopic.php?t=8093> (дата посещения: 14. 08. 2019).
3. Самохвалова В. И. О содержании понятия «толерантность» в современном культурном контексте. – Доступ:[https:// 13\[1\].pdf](https://13[1].pdf) – Adobe-Reader (дата посещения: 18. 08. 2019).
4. Толерантность в современном обществе: опыт междисциплинарных исследований: сборник научных статей. – Ярославль, 2011. – 357 с.
5. Лекторский В.А. О толерантности, плюрализме и критицизме. – Доступ: <https://culture.wikireading.ru/70301> (дата посещения: 18. 08. 2019).

**Напсо Марианна Давлетовна** – д.соц.н., профессор, профессор кафедры философии и гуманитарных дисциплин Северо-Кавказской государственной академии. Тел. 8-(8782) -29-35-65. E-mail: [napso.marianna@mail.ru](mailto:napso.marianna@mail.ru)

---

<sup>1</sup> Текст на английском языке публикуется в авторской редакции.

УДК 304.5

## К ВОПРОСУ О РЕКЛАМЕ

КАЛАБЕКОВА С.В.

Северо-Кавказская государственная академия

*Объектом рассмотрения статьи является феномен рекламы, а предметом – исследование социальной природы и функций рекламы. Реклама представлена в трактовке ряда западных исследователей. Раскрываются востребованность рекламы современным обществом потребления, роль средств массовой информации в развитии рекламной деятельности, показаны многофункциональность рекламы, ее воздействие на индивидуальное и массовое сознание. Исследуются принципы, лежащие в основе рекламы. Анализируются позитивные и негативные аспекты влияния рекламы на социум, способность рекламы оперировать образами и знаками. В качестве методологической основы выступили онтологические и гносеологические принципы диалектики, позволившие исследовать социальную природу рекламы. Научная новизна состоит в постулировании ряда положений: 1) реклама является социальным фактом, оказывающим на сознание и поведение индивидов принудительное воздействие; 2) полифункциональность и присутствие рекламы во всех сегментах общества придают ей черты всеобщности; 3) реклама обладает свойством манипуляции, создавая мир образов-желаний.*

*Ключевые слова: реклама, рекламная деятельность, потребности, потребительская аудитория, потребительское поведение, функциональность, социальный контроль, социальная мотивация, образ, иллюзия.*

Современное общество немыслимо без рекламы, поскольку реклама является одним из важнейших инструментов реализации потребностей (в том числе и консьюмеристских) социальных групп и индивидов. Все многообразие человеческих потребностей – как материальных, так и духовных – создается и внедряется в массовое сознание с помощью различных механизмов, в том числе и через социальный институт рекламы, которая, с одной стороны, является визитной карточкой общества потребления, а с другой – фактором социальной мотивации. Развитие современных информационных технологий придало особый импульс рекламе и рекламной деятельности, влияние которых, как на реальную, так и на виртуальную жизнь, трудно переоценить. Многообразие существующих дефиниций понятия рекламы свидетельствует о сложности ее социальной природы, что придает исследуемой проблематике особую актуальность. Различные аспекты рекламы исследуются психологами, социологами, экономистами, специалистами по маркетингу и менеджменту и т. д., и это позволяет представить явление рекламы во всей полноте.

Феномен рекламы получил всестороннее обоснование в трудах ряда зарубежных исследователей. По мнению У.Уэллса, Дж. Бернета, С. Мориарти, реклама – это одна из форм массовой коммуникации, востребованная обществом потребления; это «оплаченная не персонализированная коммуникация, осуществляемая идентифицированным спонсором и использующая средства массовой информации с целью склонить к чему-то аудиторию или повлиять на нее» [1]. Поскольку реклама сопряжена с деятельностью индивидов или же социальных групп, то она скорее носит персонализированный

характер, хотя, с точки зрения ее всеохватного воздействия, она, безусловно, принадлежит к массовым явлениям. Исследователи обратили внимание на сложный характер социальной природы рекламы, ее зависимости от специфики национального контекста, показали различия между различными типами рекламы – политической, торгово-розничной, корпоративной, институциональной, общественной и т. д. Реклама формирует соответствующие времени стандарты, образ жизни и действия, во многом определяет современные тренды. Она не только следует за современными веяниями, но одновременно является инструментом социального контроля: «реклама обладает могуществом диктовать людям, как себя вести. Они уверены, что даже если какая-то индивидуальная реклама не в состоянии контролировать наше поведение, суммарный эффект безостановочной рекламы по телевидению, радио, в печати и повсюду... может оказывать подавляющее воздействие» [1].

В этой связи У.Уэллс, Дж. Бернет, С. Мориарти подчеркивают противоречивое воздействие рекламы на различные слои населения, в чем не последнюю роль играют экономические, политические, культурные, демографические факторы, принадлежность к социальному слою, система веры, образование, групповые нормы (формальные и неформальные), а также ориентация на референтные группы, являющиеся эталоном для сравнения или подражания. Реклама выполняет разнообразные функции – коммерческие и некоммерческие, что зависит от целей, которые не везде одинаковы. Многофункциональность рекламы нередко имеет своим следствием появление не согласующихся друг с другом поведенческих и ролевых требований.

Согласно мнению У.Уэллса, Дж. Бернета, С. Мориарти, реклама осуществляет как прямое, так и косвенное воздействие: первая ориентирована на «получение быстрой ответной реакции» [1], а вторая основывается на «стремлении стимулировать спрос в течение более длительного периода» [1]. Поэтому реклама, считают они, должна исходить из ряда обязательных для исполнения принципов: правдивости, доказательности, сравнимости, рекламной приманки, гарантии и предостережения, подтверждения, вкуса и благопристойности. Основной акцент делается на функциональности рекламы, следовании этическим нормам, в противном случае велики риски – что наблюдается повсеместно – возникновения рекламы, вводящей общество в заблуждение.

Реклама, с одной стороны, формирует общественное мнение, с другой – является отражением происходящих в обществе процессов, что придает ей противоречивый характер, проявляющийся в ее неоднозначном воздействии на социум. У.Уэллс, Дж. Бернет, С. Мориарти исследовали поведение индивидов и их реакции на роль рекламы в их жизни. Они выделили различные типы потребительской аудитории [1]. Во-первых, это актуализаторы (или потребители с «высоким ресурсом»), которым, с одной стороны, присуща высокая восприимчивость к нововведениям и технологиям; с другой стороны – они, будучи достаточно свободными от воздействия рекламы, скептически относятся к ней, тем обнаруживая самостоятельность мышления, противостоя манипуляциям разного рода. Как показывает современная практика, таких людей не так уж и много, в основном это индивиды с высоким интеллектом, которым присуща способность адекватно воспринимать и рационально оценивать реалии мира, в том числе и роль рекламы в жизни людей.

Во-вторых, это индивиды, «ориентированные на принцип», проявляющие незначительный интерес к престижу и успеху, которые пропагандируются рекламой. Собственная жизнь, ее содержание являются для данной категории лиц главными, автономными и независимыми от тиражируемых ценностей и установок успеха. В

качестве первостепенных выступают принципы, которым они следуют, тем обнаруживая самостоятельность в поведении и мышлении. Численность «ориентированных на принцип» незначительна, они, скорее, исключение.

В-третьих, это «ориентированные на статус» (или достигающие): реклама для них является источником самореализации; они находятся под ее воздействием, но проявляют при этом критическое к ней отношение. Противостоять императивам рекламы непросто, а тем более – критически воспринимать ее. Поэтому доля тех, кто видит в рекламе инструмент, благодаря которому можно преуспеть, имеет тенденцию к возрастанию.

В-четвертых, это индивиды, «ориентированные на действия» (или экспериментаторы): они обращают много внимания на рекламу, которая является для них источником информации о моде, модных трендах. Эти люди значительную часть времени отдают шопингу, тратят большое количество денег на рекламируемые товары, нередко делая это импульсивно, под влиянием чувств.

В-пятых, это «доверчивые»: реклама оказывает на них инструментальное воздействие. Эта категория людей приобретает товары, находясь под постоянным воздействием рекламы, и своим привычкам не изменяет. В силу этого товары приобретаются не из необходимости, а по причине того, что эти предметы олицетворяют знаки – успеха, престижа, финансовой состоятельности.

В-шестых, это «стремящиеся»: к ним относят тех, кто обеспокоен собственным имиджем: преуспеть, обладать материальным достатком, достичь максимально большего в жизни составляют ценности данной группы людей, которые ради достижения этих и иных целей жертвуют многим.

В-седьмых, это «деятели»: они мало подвержены воздействию рекламы, приобретают исключительно необходимые вещи, для них знаки вещей, иллюстрирующие успех в его широком понимании, не столь важны. Роскошь их не впечатляет, смыслом жизни является комфортное и спокойное существование.

В-восьмых, это потребители с низким ресурсом: они доверяют рекламе и всему тому, что она предлагает, стремятся придерживаться хорошо известных брендов, не верят в существование т. н. ловушек рекламы. Для них вещи, становясь знаками и символами, выступают в качестве социальных ориентиров. В продолжение темы следует заметить, что в современной социологии рекламы потребители подразделяются на: 1) негативистов, отрицательно относящихся к рекламе, видя в ней исключительно отрицательные моменты; 2) рационалистов, трезво оценивающих роль и значение рекламы для современного мира; 3) пожирателей, для которых реклама является своеобразным путеводителем в мире огромного и разнообразного ассортимента товаров и услуг.

Интересен взгляд на феномен рекламы А. Менегетти. Согласно его точке зрения, реклама сопровождает человечество на протяжении всей его истории, начиная с религии и заканчивая обществом потребления, чему в значительной степени способствовало развитие средств массовой информации и коммуникации. Говоря о природе рекламы, ученый задается вопросом относительно: а) сущности факта рекламы; б) происхождения рекламы и в) силы ее воздействия на социум [2]. Реклама является социальным фактом, она присутствует повсюду, поэтому оказывает на индивидов не только всеохватное, но и принудительное воздействие. Она привлекает в первую очередь не столько своим содержанием, сколько воплощенными ею образами и символами. Исследователь отмечает, что «некоторые произведения рекламы выступают в роли прямо-таки инквизиторов по отношению к нашим психическим и даже эмоциональным реакциям. Отсюда уже становятся яснее корни этой особенности рекламы. Ее образы способны «уловить» наше чувство, нашу мысль. Реклама эффективна в той мере, в какой ей удается

овладеть нашей интенциональностью – чем большего успеха она в этом добивается, тем сильнее господство над нами интенциональности образа, навязанного нам» [2]. Так реклама «обкрадывает» человека, опустошает его духовный мир, создает пространство иллюзий, поскольку содержание приносится в угоду образам, которые оказываются лишенными глубинного смысла. Будучи «системной идеологией», реклама обслуживает интересы и требования рынка. И в таком качестве она является инструментом создания консьюмеристского бытия, предлагая не только вполне определенные товары для приобретения, используя механизмы внушения и манипулирования, но и соответствующий ему образ жизни, дающий индивиду ощущения радости и наслаждений. С одной стороны, реклама поддерживает желания и стремления, а с другой – создает пространство новых потребностей, призванных придать бытию гедонистическую направленность.

К одному из свойств рекламы А. Менегетти относит ее способность устранять комплекс социальной неполноценности, присущий лицам, принадлежащим к низшим и средним низшим социальным слоям. Благодаря приобретению рекламируемых, а значит, модных вещей, индивид причисляет себя к группе успешных и состоятельных. Так реклама формирует пространство мотиваций, побуждающих к рациональным действиям, внося, таким образом, «свою лепту в развитие... индивидуализации, пусть с внешней, а не с внутренней стороны» [2]. Обладая универсальным языком, реклама охватывает собой все структуры общества – от политики до сферы частной жизни, она воздействует на разум, чувства, инстинкты, потребности. Реклама может и направляет деятельность людей в позитивное русло, вырывая их «из трясины лени и бездействия, заставляя иногда даже работать, чтобы позволить себе приобрести какую-то вещь» [2]. Это позволяет говорить о том, что реклама имеет как негативное, так и положительное воздействие на индивидуальное и массовое сознание. Образы, формируемые рекламой, зависят от реального социального контекста – социально-экономического, политического, идеологического, культурного, и эти образы постоянно изменяются, отвечая требованиям исторического времени.

Исследованию рекламы с точки зрения маркетинга посвятил одну из своих работ Ф. Котляр. По его мнению, реклама «представляет собой неличные формы коммуникации» [3], охватившие собой все пространство социума. Причину того, что общество потребления придало новый импульс развитию рекламы (хотя, как считает ученый, реклама имеет долгую историю), Ф. Котляр видит в том, что потребление стало явлением социальным, а не исключительно экономическим. Процесс потребления стал ассоциироваться с приобретением брендов, символов, в чем велика роль рекламы и рекламной деятельности. Поэтому целью рекламы является не столько и не только информирование общества о товарах, сколько об изобилии образов, символов, которые создают мир вымышленной реальности. Человек все более становится зависимым от навязываемых идей, представлений, его сознание находится в процессе постоянных трансформаций. В итоге возникает разрыв между реальным, предметным миром и миром виртуальным, вследствие чего возникают угрозы различного характера для индивида, поскольку следование конкретным образам, основанным на социальных мифах, отрывает его от реальных проблем, погружая его в мир симулякров.

В условиях всеохватного воздействия медиа-технологий, формирующих определенный стиль жизни и соответствующее ему мировоззрение, конкретные формы социальных взаимодействий, определенное отношение к внешнему миру, человеку трудно противостоять напору навязчивой рекламы, она становится своеобразной ловушкой, сети которой умело расставлены. Общество демонстрирует недовольство

содержанием рекламы, которая напичкана сюжетами, далекими от гуманности и нравственных принципов. Находясь в состоянии постоянной критики со стороны общества, реклама вынуждена использовать более изощренные способы воздействия на сознание и поведение людей.

Следует отметить, что специалисты в области рекламы нередко используют скрытые формы влияния на аудиторию, призванные не только предлагать реальную информацию, но и вводить в заблуждение. То, как осуществляются процессы манипулирования, не всегда понятны рядовому человеку. Но рекламистам известно, что «знаки, символы и архетипы способны намного эффективнее воздействовать на сознание и подсознание потребителя, поэтому в теории рекламных манипуляций, наряду с психоанализом, активно используются методы герменевтики, семиотики... Подобные методы фактически приводят к переструктуризации внутреннего смыслового пространства человека, связывая скрытые в его сознании (и подсознании) образы ценностей с конкретными внешними товарными предложениями» [4].

Полифункциональность рекламы придает ей, с одной стороны, черты всеобщности, а с другой – формирует противоречивое к ней отношение и неоднозначное восприятие индивидуальным и массовым сознанием. Этому способствует и то, что реклама является и деятельностью, и творчеством, и инструментом манипулирования, и формой социального взаимодействия, востребованной обществом потребления, и социальной практикой, связанной с потребительским выбором. Нельзя не признать того факта, что реклама является фактором культуры, призванным сохранять и приумножать духовные ценности и традиции. Реклама обладает свойством гибкости, что позволяет ей адекватно реагировать на происходящие изменения. Эта гибкость проявляется в механизме ее функционирования и специфике воздействия на социум. Эти процессы зависят от множества факторов, в том числе и от взаимодействия рекламы как социального института (и в этом качестве она отвечает институциональным требованиям) со всеми социальными институтами общества.

#### **Kalabekova S.V. To the question of advertising<sup>2</sup>**

**Summary:** The object of the article is the phenomenon of advertising, and the subject – the study of the social nature and functions of advertising. Advertising is presented in the interpretation of a number of Western researchers. The article reveals the demand for advertising by modern consumer society, the role of the media in the development of advertising, shows the versatility of advertising, its impact on individual and mass consciousness. We examine the principles that underlie advertising. The positive and negative aspects of the influence of advertising on society, the ability of advertising to operate with images and signs are analyzed. As a methodological basis, ontological and epistemological principles of dialectics made it possible to study the social nature of advertising. Scientific novelty consists in the postulation of a number of provisions: 1) advertising is a social fact that has a forced impact on the consciousness and behavior of individuals; 2) multifunctional and the presence of advertising in all segments of society give it the features of universality; 3) advertising has the property of manipulation, creating a world of images-desires.

**Key words:** *advertising, advertising activities, needs, consumer audience, consumer behavior, functionality, social control, social motivation, image, illusion.*

---

<sup>2</sup> Текст на английском языке публикуется в авторской редакции.

**Список использованных источников и литературы**

1. Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. – Реклама: принципы и практика. – СПб.: – 1999. – 736 с. – Доступ: URL:<http://studfiles.net/preview/5850739/page:4/> (проверено 22. 05. 2019).
2. Менегетти А. – Реклама: факт, корни и власть. – Доступ: URL: <http://textfighter.org/text14/88.php>. (проверено 09. 05. 2019).
3. Котляр Ф. – Основы маркетинга. Краткий курс. – М., СПб., Киев. – 2007. – 656 с. – Доступ: URL:[http://Kotler\\_kratkiy\\_2007\[1\].pdf](http://Kotler_kratkiy_2007[1].pdf) – Adobe-reader (проверено 22. 05. 2019).
4. Кошетарова Л.Н. – Манипуляции в рекламе как объект гуманитарной экспертизы // Национальные приоритеты России. – 2014. – № 1(11). – С. 35-39.

**Калабекова Светлана Владимировна** – кандидат философских наук, доцент кафедры философии и гуманитарных дисциплин Северо-Кавказской государственной академии, e-mail: [svmel70@mail.ru](mailto:svmel70@mail.ru).

**ЭКОНОМИКА**

УДК 657

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РОССИЙСКИХ ПОЛОЖЕНИЙ ПО  
БУХГАЛТЕРСКОМУ УЧЕТУ И МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ  
ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ**

ШАХАНОВА Л.Ш., БОРЛАКОВА Т.М.

Северо-Кавказская государственная академия

*В статье раскрываются основополагающие различия в методических подходах формирования отчетности по российским и международным стандартам бухгалтерского учета и отчетности. Рассмотрены принципы существенности, сопоставимости информации, составления первичных учетных документов, расчет выручки, осуществления оценки имущества организации.*

*Ключевые слова: бухгалтерский баланс, валюта, бухгалтерская отчетность, учетная политика, основные средства.*

В соответствии с Федеральным законом от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 31.12.2017) стандарты бухгалтерского учета делятся на международные, федеральные, отраслевые, стандарты экономического субъекта.

Основные различия между международными стандартами финансовой отчетности (МСФО) и российскими положениями по бухгалтерскому учету (РПБУ) определены исторически сложившимися целями. Конечными пользователями финансовой отчетности, составленной по МСФО, в первую очередь, являются собственники организации, а также потенциальные инвесторы и финансовые институты [1].

Наиболее принципиальным отличием российских положений по бухгалтерскому учету от МСФО является жесткая регламентация действий бухгалтера.

Российская финансовая отчетность, в первую очередь, нацелена на фискальные цели. Информация, содержащаяся в российской финансовой отчетности, необходима, прежде всего, налоговым органам и органам государственного управления и статистики для понятности всех процессов деятельности фирмы (компании).

Пользователями информации, составленной по принципам МСФО, являются инвесторы, потенциальные инвесторы, сами владельцы, финансовые институты и т.д.

Российская система бухгалтерского учета (РСБУ) включает в себя следующие формы отчетности:

- бухгалтерский баланс;
- отчет о финансовых результатах;
- приложения к формам, предусмотренные законодательством;
- аудиторское заключение, подтверждающее правильность ведения бухучета (для компаний с обязательным аудитом);
- пояснительная записка.

Большинство крупных компаний применяют МСФО и сдают отчетность по международным стандартам финансовой отчетности.

Можно выделить три основных подхода к формированию бухгалтерского баланса и бухгалтерской отчетности в целом по МСФО и РСБУ:

- 1) подход к определению отчетной даты и отчетного периода;
- 2) подход к единому формату бухгалтерского баланса;
- 3) профессиональное суждение.

Дата составления финансовой отчетности, согласно МСФО, не привязана к календарному году. Особое значение в финансовой отчетности, согласно МСФО, имеет только сопоставимость информации, то есть в показателях отчетных периодов соблюдается последовательность.

В российском учете отчетный год всегда совпадает с календарным годом, оканчивающимся 31 декабря (исключение предусмотрено для вновь созданных организаций). Такой порядок установлен законом, поэтому все организации обязаны его соблюдать.

МСФО используют более гибкий подход к определению отчетного периода. Организация может самостоятельно выбрать дату окончания финансового года. Например, отчетный год некоторых зарубежных компаний начинается 1 октября и заканчивается 30 сентября. Более того, компаниям разрешено составлять отчетность за период продолжительностью 52 недели (то есть 364 дня). Календарный год содержит нецелое число недель (примерно 52,14 недели), и составлять отчетность за этот период некоторым компаниям неудобно. Таким образом, МСФО предполагают более гибкий подход к формату представления финансовой отчетности.

К названиям форм отчетности в МСФО нет жестких требований, главное их назначение – понятность пользователям отчетности.

Баланс в МСФО может быть составлен двумя способами:

- с разделением на краткосрочные и долгосрочные активы и обязательства, то есть, как и в российской системе бухгалтерского учета;
- без такого разделения, но в порядке уменьшения или увеличения ликвидности.

Форма представления должна обеспечивать надежную и уместную информацию. К примеру, банки, как правило, используют группировку активов по степени убывания их ликвидности, а производственные компании – делят их на долгосрочные и краткосрочные.

В отчете о финансовых результатах расходы, связанные с основной деятельностью, можно также представить двумя способами (по выбору организации):

- по функции расходов (себестоимость, коммерческие расходы, управленческие расходы и т. д.), то есть как в российской системе бухгалтерского учета;
- по характеру расходов (расходы на амортизацию, расходы на вознаграждения работникам и т. д.).

Данные российской финансовой отчетности должны основываться на первичной документации. Она является фундаментом для отражения записи в учете. Первичный документ представляет собой более высокую ценность по сравнению с профессиональным суждением бухгалтера. Это является одним из наиболее понятных значений того, что юридическая форма при отражении операций в бухгалтерском учете преобладает над экономической сущностью.

В МСФО наоборот, больше ценится профессиональное суждение, так как оно становится определяющим во многих ситуациях. Так же, как и по многим другим элементам, МСФО проявляют здесь большую гибкость.

В отличие от РСБУ, в МСФО отсутствует жесткое закрепление валюты представления отчетности. Организация может представлять финансовую отчетность в любой валюте.

МСФО выделяют:

- функциональную валюту;
- валюту представления отчетности.

Функциональная валюта – это валюта, которая используется в экономической среде функционирования предприятия и определяется исходя из особенностей деятельности компании.

Валюта представления – валюта, используемая при составлении финансовой отчетности, она определяется исходя из нужд пользователей отчетности.

Аналогичная ситуация с языком представления финансовой отчетности, в РСБУ применение русского языка закреплено в п.15 ПБУ 4/99, по МСФО компании могут выбирать наиболее приемлемый для нее язык для отчетности.

Большинство статей отчетности, рекомендованных МСФО совпадают с российскими, однако имеются и некоторые отличия, а именно: в МСФО существует два вида подхода к группировкам статей отчетности, а в отечественной практике бухгалтерского учета только один. Подходы к содержанию статей и в МСФО и в РСБУ отличаются тем, что в положениях по бухгалтерскому учету дается более развернутая информация, чем в МСФО.

Также существуют отличия в РСБУ и МСФО в преобладании сущности и формы операций:

- в РСБУ юридическая форма операции преобладает над ее экономической сущностью;
- в МСФО наоборот экономическая сущность операции имеет большее значение, чем ее юридическое оформление [2].

Вследствие данного положения, часто возникают различия в учетах при отражении активов и обязательств, доходов и расходов.

В учете основных средств, согласно МСФО, используется понятие дисконта при покупке основных средств с отсрочкой платежа.

В учете материально-производственных запасов существуют различные подходы к оценке запасов, в МСФО формируется наиболее реальная стоимость материально-производственных запасов с учетом понятий чистой прибыли от реализации запасов и их возможного обесценивания.

При учете выручки по РСБУ не оперируют таким понятием как «программа лояльности клиентов», то есть системы бонусов, скидок и накопительных баллов.

В МСФО программы лояльности учитываются как отдельный компонент реализации.

Стандарты МСФО больше нацелены на то, чтобы сделать организацию более прибыльной, вывести на конкурентоспособный рынок. В МСФО отсутствует термин «расходы будущих периодов», применяющийся в российском бухучете, такие расходы включаются в состав нематериальных активов или принимаются в том периоде, когда они произведены.

В МСФО при оценке стоимости активов и обязательств в настоящее время применяется справедливая стоимость, поскольку, главным пользователям отчетности МСФО, то есть инвесторам и кредиторам, требуется оценка всей компании в целом. Именно эта информация помогает принять верное инвестиционное решение, так как

справедливая стоимость выдает более объективное основание для оценки экономических выгод для компании. Таким образом, справедливая стоимость является решающим звеном для того, чтобы кредиторы захотели инвестировать данную организацию. В РСБУ главным инструментом оценки для большинства объектов учета служит учет по исторической стоимости.

В связи с существующими различиями в методологии учета по МСФО и РСБУ, организации ведут учет по российским стандартам, а затем трансформируют его в МСФО, или осуществляют двойной учет по разным стандартам. Все это значительно увеличивает расходы на ведение учета и трансформацию отчетности в формат МСФО.

В международных стандартах финансовой отчетности отсутствует утвержденный или рекомендованный план счетов. Каждая компания самостоятельно разрабатывает свой план счетов, исходя из специфики своей деятельности и необходимой детализации финансовой информации.

Для целей МСФО компания может использовать план счетов российского бухучета, если она составляет международную отчетность методом трансформации.

Требования РСБУ в отношении финансовой отчетности меняются в направлении гармонизации с требованиями согласно положениям МСФО. Однако несостыковок остается множество. Более того, даже принятые в российской системе требования зачастую не выполняются.

Сходство РСБУ и МСФО состоит в основных понятиях и определениях их учетной политики, в подходах к формированию учетной политики и ее изменении, а также в раскрытии информации в финансовой отчетности.

Определение учетной политики, представленное в международных стандартах финансовой отчетности, соответствует определению, данному в российских стандартах бухгалтерского учета. Отличие заключается в том, что учетная политика по МСФО ориентирована на подготовку финансовой отчетности, в то время как по РСБУ предназначение учетной политики в большей степени относится к ведению бухгалтерского учета.

Подводя итоги, можно выделить главные отличия МСФО от ПБУ. В первую очередь, стоит отметить, что в нашей отечественной практике ведения учета большее внимание уделяется соответствию отчетности правовым и документальным требованиям, а в МСФО наоборот, экономические обоснования выносятся на первый план; в МСФО существует большее количество стандартов, аналогов которых не имеется в РСБУ; МСФО ориентированы на интересы пользователей финансовой отчетности.

Для составления отчетности, соответствующей международным стандартам финансовой отчетности, необходимо использовать два способа:

1. метод трансформации данных отчетности;
2. метод параллельного учета хозяйственно-финансовых операций в соответствии с требованиями международных стандартов.

Первый метод является более распространенным, поскольку его использование является более удобным в применении и менее затратным. Если представить полный переход российских компаний на МСФО, в первую очередь необходимо согласование терминологии и более тщательного подхода к отдельным вопросам, связанным с ведением учета и составлением финансовой отчетности. В данном случае должна быть разработана программа, которая будет готовить грамотных специалистов в области бухгалтерского учета. Таким образом, необходимо помнить, что внесение изменений в российскую экономику, связанную с полным переходом на международные стандарты

финансовой отчетности, должно повлечь за собой изменения в нормативных документах и делового менталитета в подходах к составлению отчетности по МСФО.

**Shakhanova L.Sh., Borlakova T.M.** Comparative analysis of Russian regulations on accounting and international financial reporting standards<sup>3</sup>

***Summary:** The article reveals the fundamental differences in the methodological approaches of reporting according to Russian and international accounting and reporting standards. The principles of materiality, comparability of information, preparation of primary accounting documents, calculation of revenue, assessment of the organization's property are considered.*

***Keywords:** balance sheet, currency, financial statements, accounting policy, fixed assets.*

#### **Список использованных источников и литературы**

1. Агеева, О. А., Ребизова, А. Л. Международные стандарты финансовой отчетности [Текст]: Учебник для бакалавров. Люберцы: Юрайт, 2016. – 447 с.
2. Лабынцев, Н., Смертина, Е., Калайда, О. МСФО: теория, методика и практика их применения в России / под ред. Н. Т. Лабынцева. Palmarium Academic Publishing, 2014. – 568с.

**Шаханова Лейла Шамилевна** – студентка 4 курса, группы ЭБ-151, направление подготовки 38.03.01 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит». Северо-Кавказская Государственная Академия (СКГА), г.Черкесск. Тел. 8(988)615-97-71 E-mail: le.shakhanova@mail.ru

**Борлакова Тамара Мухтаровна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Бухгалтерский учет». СКГА, г. Черкесск. Тел. 8(928) 387-65-36 E-mail: borlakovatm@gmail.com

---

<sup>3</sup> Текст на английском языке публикуется в авторской редакции.

**ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ**

УДК 692.232.12

**ВЛИЯНИЯ ГЕОМЕТРИЧЕСКИХ РАЗМЕРОВ СТЕНОВОГО БЛОКА НА  
ТЕПЛОТЕХНИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА НАРУЖНОЙ СТЕНЫ**

КЯТОВ Н.Х.

Северо-Кавказская государственная академия

*В работе рассмотрено влияние высоты стенового блока на величину сопротивления теплопередаче. Установлено, что термическое сопротивление существенно зависит от высоты стенового блока. Получен оптимальный размер высоты трехслойного блока, при котором сопротивление теплопередаче наружной стены максимально.*

*Ключевые слова: мостик холода, стена, теплопроводность, теплозащита, раствор, высота трехслойного блока.*

В настоящее время для возведения наружных стен малоэтажных зданий рынок в разных регионах страны предлагает широкий ассортимент трехслойных мелкоштучных стеновых блоков с различными технологическими и конструктивными решениями. Наиболее распространенные размеры трехслойных блоков с несущим слоем из мелкозернистого бетона: длина 390 мм, высота 190 мм, ширина зависит от климатических условий района строительства и может изменяться от 200 и более мм. В основном размеры блока для малоэтажного строительства установлены, исходя из удобств их ручной кладки на клей, цементно-песчаном или ином растворе. Вместе с тем, различие в термическом сопротивлении сплошной трехслойной стены и стены из существующих конструкций трехслойных блоков на цементно-песчаном растворе толщиной до 10 мм, свидетельствует о необходимости совершенствовании конструктивного решения трехслойных стеновых блоков. Проблема исследования оптимизации высоты блока с точки зрения теплотехнических свойств наружной стены практически не разработана ни в одной работе.

Сопротивление теплопередаче стены складывается из сопротивления тепловосприятию, термического сопротивления и сопротивления теплоотдаче [1, 2]. Два сопротивления тепловосприятию и теплоотдаче зависят в основном от внешних факторов и в незначительной степени от материала поверхности стены. Термическое же сопротивление стены зависит только от теплопроводности материала, из которого изготовлены блоки, на чем и как они укладываются в стене, и от структуры самой стены.

Если в условиях г. Черкесска при требуемом сопротивлении теплопередаче  $R_o^{mp} = 2,07 \text{ м}^2 \cdot \text{°C} / \text{Вт}$ , наружная стена состоит из трехслойных блоков (рис. 1) толщиной 35 см: лицевой слой 1 – 5 см, слоя утеплителя 2 – 10 см и несущий слой 4 – 20 см, на цементно-песчаном растворе 3 толщиной до  $\delta = 10$  мм, то немаловажное значение должна иметь высота блока. Термическое сопротивление сплошной трехслойной наружной стены толщиной 35 см без кладочного раствора составляет  $R = 2,16 \text{ м}^2 \cdot \text{°C} / \text{Вт}$ , а стены из мелкозернистого бетона той же толщины –  $R = 0,23 \text{ м}^2 \cdot \text{°C} / \text{Вт}$ . Отсюда

следует, что термическое сопротивление стены из трехслойных блоков на цементно-песчаном растворе толщиной до 10 мм в зависимости от высоты блока  $h$  должно изменяться в указанных выше пределах. Диапазон возможного изменения термического сопротивления стены довольно высок. Поэтому определение оптимальной высоты блока, при которой термическое сопротивление стены из трехслойных блоков близко к наибольшему значению  $R = 2,16 \text{ м}^2 \cdot \text{°C} / \text{Вт}$  и удобства их ручной кладки сохраняется, является актуальной задачей.

При кладке наружных стен из трехслойных блоков на цементно-песчаном растворе нарушается однородность материала в перпендикулярном и параллельном тепловому потоку направлении. По методике, предложенной Фокиным К.Ф. [2], такие ограждения можно рассматривать состоящим из нескольких слоев, расположенных перпендикулярно тепловому потоку, но с нарушением однородности материала в одном или в нескольких слоях [3]. Так как структура стены в продольном направлении не меняется можно взять в качестве расчетной площади по поверхности наружной стены высоту блока с толщиной кладочного раствора длиной 1 метр.

Разрезая стену плоскостями, параллельными направлению тепловому потоку на два участка (I и II, рис. 1), и, рассчитывая для каждого участка термическое сопротивление, можно в этом случае определить термическое сопротивление стены со сложной структурой по формуле

$$R_1 = \frac{(h + \delta) b_{cm} \bar{b}_{cm}}{b_{cm} \delta \lambda_p + b_{cm} h \lambda_{\sigma} \lambda_{ym}}, \quad (1)$$

где  $b_{cm} = b_{лиц} + b_{ум} + b_{нес}$  – толщина стены;

$\bar{b}_{cm} = b_{лиц} \lambda_{ум} + b_{ум} \lambda_{\sigma} + b_{нес} \lambda_{ум}$  – приведенная толщина стены;

$b_{лиц}$  – толщина лицевого слоя;  $b_{ум}$  – толщина слоя утеплителя;  $b_{нес}$  – толщина несущего слоя;  $\lambda_{ум}$

Разрезая также стену плоскостями, перпендикулярными направлению тепловому потоку на три участка (а, б и с, рис. 1), и, рассчитывая для каждого участка термическое сопротивление, можно определить среднее термическое сопротивление стены по формуле

$$R_2 = (h + \delta) \left( \frac{b_{лиц} + b_{нес}}{\delta \lambda_p + h \lambda_{\sigma}} + \frac{b_{ум}}{\delta \lambda_p + h \lambda_{ум}} \right). \quad (2)$$

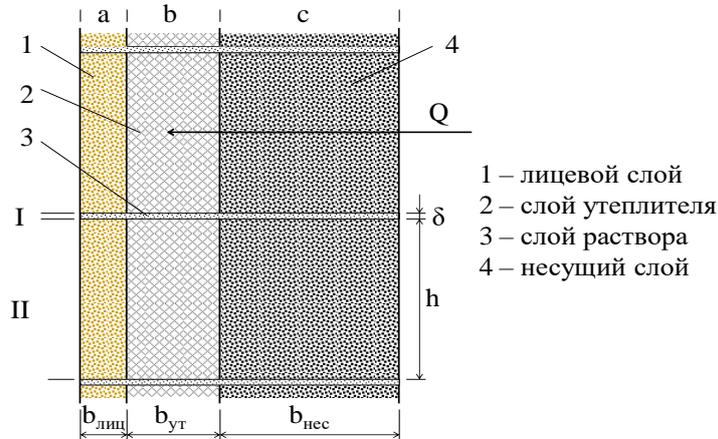


Рис. 1. Расчетная схема наружной стены из трехслойных блоков

График зависимости термического сопротивления от высоты блока  $R = f(h)$  приведен на рис. 2. Очевидно, что с увеличением высоты блока график  $R_1$  будет постепенно приближаться к возможной максимальной величине  $R = 2,16 \text{ м}^2 \cdot \text{°C} / \text{Вт}$  при данной структуре стены.

Вначале с увеличением высоты блока резко возрастает термическое сопротивление стены. Затем темп возрастания термического сопротивления постепенно снижается. После достижения высоты блока 20-25 см существенного прироста термического сопротивления не наблюдается. А при высоте блока 60 см график практически приближается к максимально возможной величине. Такое развитие зависимости термического сопротивления от высоты трехслойного блока связано с тем, что с увеличением высоты блока степень влияния кладочного раствора – источника «мостика холода» снижается по логарифмическому закону.

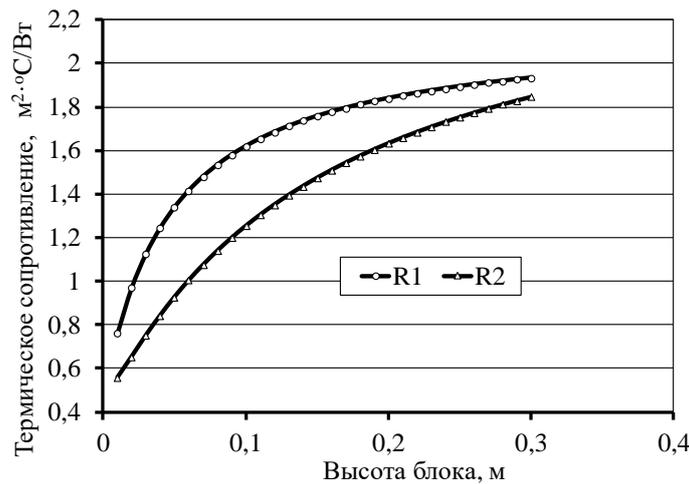


Рис. 2. График зависимости термического сопротивления от высоты блока

Немаловажное значение при ручной кладке стен из трехслойных блоков на цементно-песчаном растворе имеет вес самого блока. На рис. 3 представлена зависимость термического сопротивления стены от веса блока длиной 39 см  $R = f(G)$  при постепенном увеличении его высоты. Здесь также после достижения веса блока 30-40 кг существенного прироста термического сопротивления не наблюдается.

Если для удобства ручной кладки принять вес блока до 30 кг, то этому значению будет соответствовать высота блока 20 см. Термическое сопротивление стены из трехслойных блоков на цементно-песчаном растворе при данной высоте блока составляет  $R = 1,85 \text{ м}^2 \cdot \text{°C} / \text{Вт}$ , что на 14% меньше, чем термическое сопротивление сплошной трехслойной стены.

Таким образом, в результате исследования влияния высоты трехслойного блока на теплотехнические свойства наружной стены установлено, что наиболее оптимальной высотой, как по термическому сопротивлению, так и по соблюдению удобства ручной кладки стены является высота блока 20 см.

Процент снижения термического сопротивления в зависимости от высоты блоков при их укладке на цементно-песчаном растворе толщиной до 10 мм колеблется от 25 до 11%. При оптимальной высоте блока 20 см процент снижения термического сопротивления составляет 14,8%. Следовательно, разработка новой конструкции трехслойного блока, с целью снижению теплопотерь, является актуальной задачей.

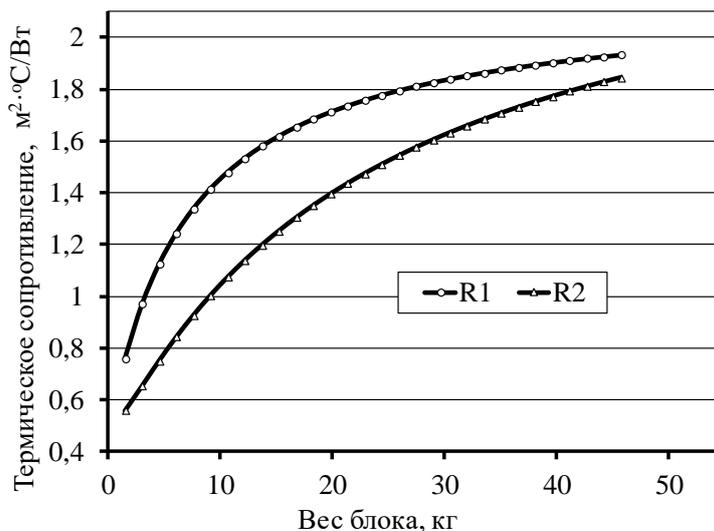


Рис. 3. Зависимость термического сопротивления стены от веса блока

Повышение термического сопротивления стены из трехслойных блоков возможно путем регулирования места расположения кладочного раствора в поперечном направлении стены. В разработанной новой конструкции трехслойного блока такое регулирование осуществляется путем смещения несущего слоя относительно слоя утеплителя и лицевого слоя на толщину кладочного раствора (рис. 4). В отличие от способа, применяемого в настоящее время для кладки стен, в предложенном конструктивном решении блока толщина кладочного раствора существенного влияния на теплотехнические свойства стены не оказывает.

При кладке стен из разработанных трехслойных блоков, раствор укладывается только в пределах несущего слоя (рис. 4). Термическое сопротивление такой стены с нарушением однородности материала в перпендикулярном и параллельном тепловому потоку направлении можно также определить по методике, предложенной Фокиным К.Ф. Можно ожидать, что термическое сопротивление стены будет практически равно сопротивлению сплошной трехслойной стены  $R = 2,16 \text{ м}^2 \cdot \text{°C} / \text{Вт}$ , так как между лицевыми слоями и слоями утеплителя нет кладочного раствора, нет «мостика холода».

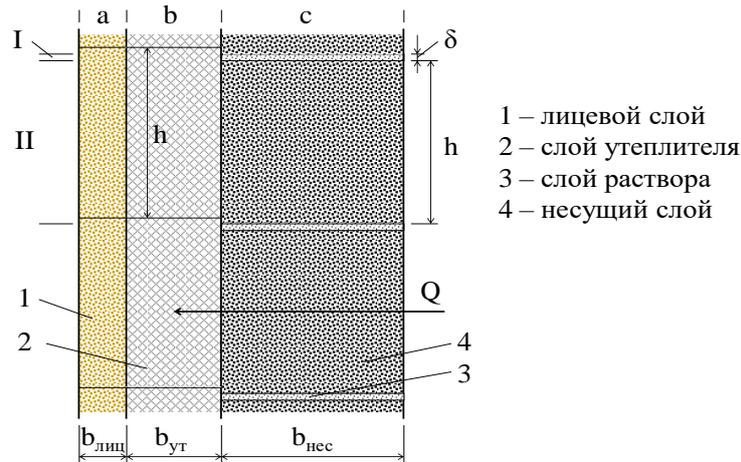


Рис. 4. Расчетная схема наружной стены из трехслойных блоков новой конструкции

Здесь структура стены в продольном направлении не меняется и по методике, предложенной Фокиным К.Ф., можно стену разрезать плоскостями, параллельными направлению тепловому потоку на два участка (I и II, рис. 4). Определяя для каждого участка термическое сопротивление, можно также в этом случае определить среднее термическое сопротивление стены со сложной структурой по формуле

$$R_1 = \frac{(h + \delta) \hat{b}_{cm} \bar{b}_{cm}}{\lambda_{\sigma} \lambda_{ym} (\delta b_{cm} \lambda_p + h \hat{b}_{cm})}, \quad (3)$$

где  $\bar{b}_{cm} = b_{лиц} \lambda_{ym} + b_{ут} \lambda_{\sigma} + b_{нес} \lambda_{ym}$ ;

$$\hat{b}_{cm} = b_{лиц} \lambda_{ym} \lambda_p + b_{ут} \lambda_{\sigma} \lambda_p + b_{нес} \lambda_{ym} \lambda_{\sigma}.$$

При разрезании стены плоскостями, перпендикулярными направлению тепловому потоку (a, b и c, рис. 4), получаем формулу среднего термического сопротивления стены

$$R_2 = \frac{b_{лиц}}{\lambda_{\sigma}} + \frac{b_{ут}}{\lambda_{ym}} + \frac{b_{нес} (h + \delta)}{\delta \lambda_p + h \lambda_{\sigma}}. \quad (4)$$

График зависимости термического сопротивления от высоты блока  $R = f(h)$  постепенно приближаться к возможной максимальной величине, равной  $R = 2,16 \text{ м}^2 \cdot \text{°C} / \text{Вт}$ , при данной структуре стены. При увеличении высоты блока с 10 до 20 см термическое сопротивление изменяется только на 0,3%. Это связано с незначительными различиями в величинах коэффициентов теплопроводности мелкозернистого бетона и кладочного раствора. Незначительное снижение термического

сопротивления с увеличением высоты блока вызвано тем, что коэффициент теплопроводности кладочного раствора меньше чем у мелкозернистого бетона.

Эффективность новой конструкции трехслойного блока наглядно иллюстрирует график, приведенный на рис. 5, где при увеличении высоты блока с 10 до 20 см термическое сопротивление для существующих конструкций изменяется на 12%, что в 40 раз больше чем для новой конструкции.

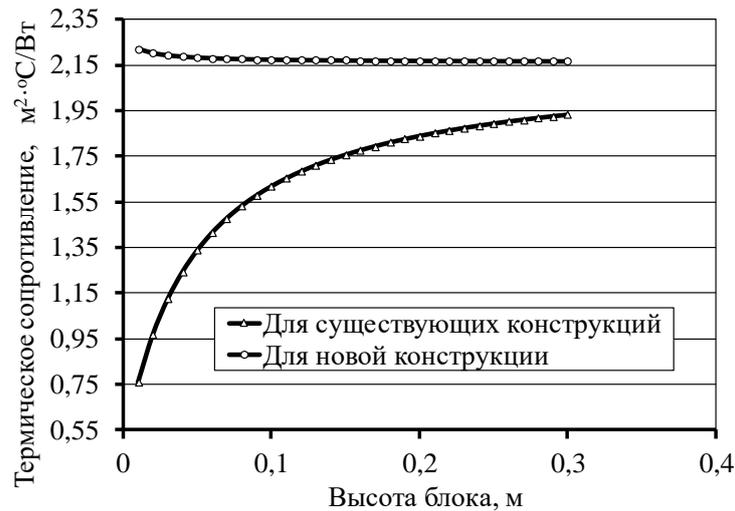


Рис. 5. Сравнительные графики зависимости термического сопротивления от высоты блока

Таким образом, проведенные исследования влияния высоты трехслойного блока на теплотехнические свойства наружной стены показали, что наиболее оптимальной высотой, как по сопротивлению теплопередаче, так и по соблюдению удобств ручной кладки, является высота блока 20 см. Высота новой конструкции трехслойного блока практически не оказывает существенного влияния на термическое сопротивление стены. При этом термическое сопротивление стены, сложенной из новых конструкций трехслойных блоков высотой 20 см повышается до 15%.

**Kyatov N.H.** Influence of geometric dimensions of the wall unit on the thermal properties of the outer wall<sup>4</sup>

**Summary:** In work influence of a thickness of a cement-sandy solution on size of resistance to a heat transfer is considered. It is established that the thickness of a solution depends on heat conductivity of a material of a wall and a solution. The optimum size of a thickness of a solution is received, at which resistance to a heat transfer of an external wall minimum.

**Key words:** the cold bridge, wall, heat conductivity, heat-shielding, solution, thickness, bricklaying.

<sup>4</sup> Текст на английском языке публикуется в авторской редакции.

**Список использованных источников и литературы**

1. СП 23-101-2004 «Проектирование теплозащиты зданий». М.: 2004, 139 с.
2. Фокин К.Ф. Строительная теплотехника ограждающих частей зданий / Под ред. Ю.А. Табунщикова, В.Г. Гагарина. – 5-е изд., пересмотр. – М.: АВОК-ПРЕСС, 2006. – 256 с.
3. Кятов Н.Х. Исследование влияния толщины цементно-песчаного раствора на сопротивление теплопередаче кирпичной стены // Изв. Северо-Кавк. госуд. гуман.-технол. академии, 2011, №1(2), с. 124-127.

**Кятов Нурби Хусинович** – канд. техн. наук, доцент кафедры строительства и управления недвижимостью Северо-Кавказской государственной академии. E-mail: [kyatov@mail.ru](mailto:kyatov@mail.ru)

**СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ НАУКИ**

УДК 631.81

**ВЛИЯНИЕ РАЗЛИЧНЫХ АГРОПРИЕМОМ ВЫРАЩИВАНИЯ ОЗИМОЙ ПШЕНИЦЫ СОРТА АДЕЛЬ НА РЕЖИМ ПИТАНИЯ ПОЧВЫ В УСЛОВИЯХ СТЕПНОЙ ЗОНЫ КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

АРОВА О.З., ОХТОВА А.Р.

Северо-Кавказская государственная академия

*Опытным путем устанавливалось влияние обработок почвы на накопление основных элементов питания. Выбирается механизм, обеспечивающий при обработке почвы максимальное накопление минерального азота подвижного фосфора и калия.*

*Ключевые слова: озимая пшеница, технология обработки почвы, минеральные удобрения, минеральный азот, подвижный фосфор, обменный калий.*

Озимая пшеница является одной из основных зерновых культур, выращиваемых во многих хозяйствах Карачаево-Черкесской Республики. Несмотря на то, что площадь ее посевов составляет более 14,2% всех посевных площадей республики [4], отношение к ней у хлеборобов остается особенной. Они стремятся всегда получить качественную продукцию с высокими урожаями.

Такое отношение к работе требует творческого подхода к организации всего цикла сельскохозяйственных работ, который начинается с проведения анализа состояния почв, оптимизации технологических процессов на основе глубокого и всестороннего изучения факторов и условий, влияющих на урожайность, качество зерна и плодородие почвы [1, 2, 4, 6].

Поэтому целью нашего исследования явилось изучение влияния различных доз вносимого удобрения (минерального и органического) и системы обработки почвы на плодородие. В качестве посевного материала был использован сорт Адель озимой пшеницы, районированной в регионе в соответствии с государственным реестром селекционных достижений допущенных к использованию в качестве посевного материала на Северном Кавказе [7].

Опыты проводились на полях учхоза аграрного института СКГА в 2017, 2018 годах.

Изучение состояния почвы проводилось отбором образцов почвы в пахотном слое по деланкам и составлением среднего образца.

Закладка опыта осуществлялась с использованием латинского квадрата. Предшественник – кукуруза на зерно. Полученные результаты обрабатывались с использованием дисперсионного анализа. Образцы подвергались анализу в условиях агрохимлаборатории СКГА.

Сведения о технологии проведения многофакторного опыта представлены в таблице 1.

Таблица 1

## Факторы и параметры закладки опыта

Факторы	Органическое удобрение			
	А <sub>0</sub>	А <sub>1</sub>	А <sub>2</sub>	А <sub>3</sub>
Обозначение	А <sub>0</sub>	А <sub>1</sub>	А <sub>2</sub>	А <sub>3</sub>
Дозы внесенного органического удобрения (т/га)	б/у	100	200	300
P <sub>2</sub> O <sub>5</sub> (кг д.в./га)	б/у	25	50	45
Минеральные удобрения				
Обозначение	В <sub>0</sub>	В <sub>1</sub>	В <sub>2</sub>	В <sub>3</sub>
Дозы внесенного минерального удобрения (кг д.в./га)	б/у	N <sub>60</sub> P <sub>30</sub> K <sub>20</sub>	N <sub>90</sub> P <sub>40</sub> K <sub>40</sub>	N <sub>120</sub> P <sub>50</sub> K <sub>40</sub>
Методы обработки почвы				
Обозначение		Н <sub>1</sub>	Н <sub>2</sub>	Н <sub>3</sub>
Методы обработки		Отвальный, принятый в хозяйстве	Безотвальный	Отвальный (с периодическим рыхлением почвы перед посевом)

Система защиты растений в опыте осуществлялась по принятой в большинстве хозяйств КЧР для озимой пшеницы. Внесение удобрений под почву выполнялось в три этапа: основная, предпосевная и подкормка, согласно разработанной технологической карте. Содержание минерального азота в почве перед посевом с использованием экстенсивной технологии и безотвальной обработки в пахотном слое (вариант А<sub>0</sub>В<sub>0</sub>Н<sub>1</sub>) составило 35 – 42 мг/кг. По мере интенсификации технологии возделывания содержание азота увеличивалось, и уже на варианте с интенсивной технологией возделывания его было 68,6 мг/кг (А<sub>3</sub>В<sub>3</sub>Н<sub>3</sub>). На принятом в хозяйстве методе обработки почвы с использованием интенсивных технологий (А<sub>1</sub>В<sub>1</sub>Н<sub>1</sub>) содержание минерального азота почти соответствовало его уровню на безотвальной технологии (А<sub>2</sub>В<sub>2</sub>Н<sub>2</sub>), и в пахотном слое почвы его содержание колебалось от 39,1 до 45,7 мг/кг.

При отвальной обработке почвы с применением технологии периодического глубокого рыхления (А<sub>3</sub>В<sub>3</sub>Н<sub>3</sub>) перед посевом содержание минерального азота было выше, чем на безотвальной (существующей в хозяйстве) обработке почвы на 17,2 мг/кг.

Как известно, в фазу кушения содержание минерального азота снижается, что связано с расходом питательных веществ растениями озимой пшеницы. При этом и на безотвальной обработке с применением экстенсивной технологии возделывания в пахотном слое почвы (А<sub>0</sub>В<sub>0</sub>Н<sub>2</sub>) было 12,3 мг/кг, даже при применении высоких норм минеральных удобрений (N<sub>120</sub>P<sub>50</sub>K<sub>40</sub>) (А<sub>3</sub>В<sub>3</sub>Н<sub>2</sub>) его значение соответствовало 24,3 мг/кг. Было установлено, что при использовании отвального метода обработки почвы (существующей технологии) содержание минерального азота было ниже и на варианте с экстенсивной технологией соответствовало значению в 11,9 мг/кг (А<sub>0</sub>В<sub>0</sub>Н<sub>1</sub>). На отвальной обработке почвы с периодическим глубоким рыхлением (А<sub>3</sub>В<sub>3</sub>Н<sub>3</sub>) содержание минерального азота было почти на таком же уровне, как и при отвальной обработке (А<sub>2</sub>В<sub>2</sub>Н<sub>2</sub>) соответственно 34,2 и 22,4 мг/кг.

В фазе колошения были установлены существенные изменения в накоплении минерального азота за счет внесения подкормки в дозе  $N_{30}$ . На безотвальной обработке почвы с использованием интенсивных технологий ( $A_3B_2H_3$ ) содержание минерального азота составило: в пахотном слое – 42,4 мг/кг, а на существующей ( $A_3B_1H_1$ ) и отвальной обработке ( $A_3B_1H_2$ ) – 34,7 мг/кг.

В период уборки озимой пшеницы содержание минерального азота в пахотном слое на варианте интенсивной технологии возделывания соответствовало значениям ( $A_3B_3H_3$ ) 40,1 – 42,2 мг/кг.

Содержание подвижного фосфора перед посевом озимой пшеницы на безотвальной обработке почвы в среднем за исследуемый период (2 года) составило в варианте  $A_0B_0H_1$  в пахотном слое почвы 22,0 мг/кг, а уже при применении высоких норм удобрения в этом же слое было 25,0 мг/кг ( $A_3B_3H_1$ ). При использовании отвальной обработки почвы, подвижного фосфора в пахотном слое по представленным вариантам опыта колебалось от 20,7–28 мг/кг ( $A_1B_1H_2$ ,  $A_2B_2H_2$ ,  $A_3B_3H_2$ ).

В фазу кущения содержание подвижного фосфора в почве уменьшается. При использовании экстенсивных технологий возделывания в пахотном слое почвы значение его колеблется от 19,0 – 22,0 мг/кг ( $A_0B_0H_1$  и  $A_0B_0H_2$ ), а уже на варианте интенсивного возделывания  $A_3B_3H_3$  в том же слое почвы оно составило от 25,0 мг/кг.

В фазу колошения подвижного фосфора в пахотном слое почвы по сравнению с фазой кущения снижается на 5,0 – 6,0 мг/кг во всех вариантах.

Перед уборкой содержание подвижного фосфора в почве увеличивается, восполняясь им из озимой пшеницы. На отвальной обработке почвы, на варианте  $A_3B_3H_3$  в пахотном слое почвы его было 28,0 мг/кг, наименьшее накопление данного элемента было на безотвальной обработке почвы ( $A_1B_1H_2$ ) – 20,0 мг/кг.

Содержание обменного калия в почве перед посевом озимой пшеницы на безотвальной обработке почвы на вар.  $A_0B_0H_1$  в пахотном слое почвы составило 222,0 мг/кг, по мере интенсификации технологии его накопление увеличивалось и уже на вар.  $A_3B_3C_3$  его было 345,0 мг/кг, при существующей ( $A_1B_1H_1$ ) и отвальной обработке почвы ( $A_2B_2H_2$ ) его содержание примерно на 23,0 мг/кг было меньше, чем на варианте  $A_3B_3C_3$ .

В фазу кущения и колошения содержание обменного калия особо не менялось, так как растениями обменный калий используется незначительно. В фазе колошения при безотвальной обработке почвы содержание в пахотном слое почвы 234,0 мг/кг на вар.  $A_0B_0H_1$ , на отвальной обработке  $A_2B_2H_2$  и интенсивной обработке почвы ( $A_3B_3H_3$ ) его было больше в том же пахотном слое на 20,0 – 25,0 мг/кг.

Перед уборкой культуры наблюдается отток питательных веществ в почву из растений. На участке с безотвальной обработкой почвы в пахотном слое на вар.  $A_3B_3H_3$  его значение составило 360,0 мг/кг, а на принятом в хозяйстве ( $A_2B_2H_1$ ) – 342,0 мг/кг.

По результатам проведенного опыта видно, что накопление элементов питания (снижение) происходит по фазам вегетации культуры. Почва опытного участка по минеральному азоту и подвижному фосфору относится к среднеобеспеченной, а по обменному калию – повышено-высокой.

Целесообразно провести предпосевную обработку почвы с использованием безотвальной вспашки с периодически глубоким рыхлением почвы, так как почва здесь наиболее насыщена питательными элементами, что обязательно будет способствовать увеличению урожайности и качества озимой пшеницы.

**Arova O.Z., Oktava A.R.** Influence of different agricultures of growing winter wheat of Adel Variety on soil nutrition regime under the conditions of the steppe zone of the Karachay-Cherkess Republic<sup>5</sup>

*Summary: Empirically established the effect of soil treatments on the accumulation of basic nutrients. The mechanism providing at processing of the soil the maximum accumulation of mineral nitrogen mobile phosphorus and potassium is chosen.*

*Keywords: winter wheat, tillage technology, mineral fertilizers, mineral nitrogen, mobile phosphorus, exchange potassium.*

#### Список использованных источников и литературы

1. Агеев, В.В. Основы программирования урожаев сельскохозяйственных культур / В.В. Агеев, А.Н. Есаулко, Ю.И. Гречишкина и др.: учеб, пособ. – 4 изд., перераб. и доп. Ставрополь, 2011.– 200 с.
2. Горянников, Ю.В. Агрехимия: Методическое пособие по выполнению практических работ обучающимися по направлению подготовки 35.03.04 Агрономия/Ю.В., Горянников, – Черкесск:БИЦ СКГА, 2019.– 80 с.
3. Лавриенко, Е.В. Влияние различных агроприемов выращивания озимой пшеницы сорта Фортуна на пищевой режим почвы в условиях центральной зоны Краснодарского края / Е.В. Лавриенко // Труды Кубанского государственного университета, 2011.–31.–№4.– С. 105–107.
4. КЧР в цифрах. 2019: Стат.сб./ ОП Северо-Кавказстата по КЧР – Черкесск, 2019 – 121с.
5. Мишев, В.Г. Агрехимические основы повышения качества зерна пшеницы / В.Г. Мишев, А.Н. Павлов. – М.: Колос, 1981. – 102 с.
6. Никитишен, В.И. Питание и удобрение озимой пшеницы на черноземе / В.И. Никитишен. – М.: Изд-во наука, 1977.– 102 с.
7. Сорты растений, включенные в Государственный реестр селекционных достижений, допущенных к использованию. Режим доступа:  
[https://rosinformagrotech.ru/index.php?option=com\\_attachments&task=download&id=316](https://rosinformagrotech.ru/index.php?option=com_attachments&task=download&id=316)

**Арова Октябрина Зелемхановна** – к.э.н., доцент кафедры «Агрономия и лесное дело» Северо-Кавказской государственной академии (СКГА). E-mail: [arova\\_65@mail.ru](mailto:arova_65@mail.ru)

**Охтова Арина Радиковна** – обучающаяся 3 курса СКГА. E-mail: [arinaohtova@mail.ru](mailto:arinaohtova@mail.ru)

---

<sup>5</sup> Текст на английском языке публикуется в авторской редакции.

<b>C O N T E N T S</b>	
<i>HUMANITIES AND ENVIRONMENTAL SCIENCES</i>	
<b>Napso M.D.</b> Some aspects of a problematics of tolerance .....	2
<b>Kalabekova S.V.</b> To the question of advertising .....	6
<i>ECONOMICS</i>	
<b>Shakhanova L.Sh., Borlakova T.M</b> Comparative analysis of Russian regulations on accounting and international financial reporting standards .....	13
<i>TECHNICS</i>	
<b>Kyatov N.H.</b> Influence of geometric dimensions of the wall unit on the thermal properties of the outer wall .....	18
<i>AGRICULTURAL SCIENCE</i>	
<b>Arova O.Z., Oktava A.R.</b> Influence of different agricultures of growing winter wheat of Adel Variety on soil nutrition regime under the conditions of the steppe zone of the Karachay-Cherkess Republic.....	25

---

Правила оформления статей в журнал «Известия СевКавГА» и соответствующие шаблоны размещены на сайте академии по адресу:  
<http://ncshta.ru/page/content/nauchno-prakticheskii-i-uchebno-metodicheskii-zhurnal-izvestija-sevkavgta.html>

---



ОСНОВНЫЕ РУБРИКИ ЖУРНАЛА

ГУМАНИТАРНЫЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

ИСКУССТВО

МАТЕМАТИКА, ФИЗИКА И  
ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

МЕДИЦИНА

СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ НАУКИ

ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

ЭКОНОМИКА

ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

КРАТКИЕ СООБЩЕНИЯ

СПРАВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

ЮБИЛЕИ