



Минпросвещения России
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«АМУРСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Вестник научного общества
студентов, аспирантов и молодых ученых

Выпуск 3

2022

Вестник научного общества студентов, аспирантов и молодых ученых. – 2022. – № 3.
– 104 с. – Текст : электронный.

eISSN 2782-411X

Периодический электронный сборник научных работ выходит 4 раза в год. Издается с 2006 г. Сборник содержит статьи по естественным, психолого-педагогическим, социальным и гуманитарным наукам.

Адресован преподавателям, аспирантам, магистрантам и студентам вузов.

Главный редактор – Сафонова Екатерина Валерьевна, к.б.н., начальник Управления научных исследований АмГПГУ

Ответственный секретарь редакции – Прошукало Валентина Владимировна, главный редактор РИО АмГПГУ

Редакционная коллегия:

Научное направление «Психолого-педагогические науки»:

к.п.н., доц. Анкудинова Е.В.

к.п.с.н., доц. Липунова О.В.

к.б.н., доц. Попова И.А.

к.п.с.н., доц. Шмакова В.А.

Научное направление «Филологические науки»:

к.филол.н., доц. Авдеенко И.А.

к.филол.н., доц. Жарикова Е.Е.

к.филол.н., доц. Красноперова Ю.В.

к.филол.н., доц. Косицына И.Б.

Научное направление «Естественные науки»:

к.б.н., доц. Чернявская Н.М.

Научное направление «Социальные науки»:

д.э.н., доц. Ершова Т.Б.

к.и.н., доц. Иванова Е.Ю.

Научное направление «Физико-математические и технические науки»:

к.ф.-м.н., доц. Анисимов А.Н.

к.п.н., доц. Асланова Е.С.

к.т.н., доц. Логинов В.Н.

Научное издание

Дата публикации: 04.10.2022

Издательство: АмГПГУ

681000, Хабаровский кр., г. Комсомольск-на-Амуре, ул. Кирова, д.17, корп. 2.

e-mail: izdat@amgpgu.ru

тел.: +7(4217)244441 доб. 86

© Коллектив авторов, 2022.

© АмГПГУ, 2022.

Содержание

Баранова А.И., Французова Н.Н. ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В РАЗВИТИИ РЕЧЕВЫХ НАВЫКОВ УЧАЩИХСЯ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ШКОЛЕ	4
Береснев Н.П. ПЕРЕВОД КВАЗИРЕАЛИЙ В НАУЧНОЙ ФАНТАСТИКЕ.....	11
Губанов А.А. ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КИНОДИАЛОГА (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕЛЕСЕРИАЛА “THE WALKING DEAD”).....	22
Доденко А.А. ОСНОВНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ФЕДЕРАЛЬНОМ ЗАКОНЕ № 63 «ОБ ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСИ» В 2022 ГОДУ	27
Жилкина Д.Э. ОСОБЕННОСТИ ФРАНЦУЗСКОГО ЮМОРА	31
Иванов А.С., Бабичева Е.Г., Анисимов А.Н. ФОРМИРОВАНИЕ РАСТРОВЫХ ИЗОБРАЖЕНИЙ В ЭВМ.....	37
Ким М.Ю., Амосова Л.Н. АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ ЕГО БАНКРОТСТВА	44
Краснокутская Н.В. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИЗМА В ХАБАРОВСКОМ КРАЕ	51
Лазовская Я.Е. ПРЕДСТАВЛЕНИЯ И ОТНОШЕНИЕ К ПОЛОВОМУ ПРОСВЕЩЕНИЮ БУДУЩИХ ПЕДАГОГОВ	58
Лосева А.С. ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЁЖИ К ОГНЕСТРЕЛЬНОМУ ОРУЖИЮ	64
Панарина М.С., Амосова Л.Н. БИЗНЕС-ПЛАН И ЕГО РОЛЬ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ.....	69
Свинкина К.А. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ КОФЕЙНИ «COFFEE LIKE».....	74
Сулова Д.И., Амосова Л.Н. РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ.....	83
Федоренко Е.С. К ПРОБЛЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ НАВЫКОВ БЕЗОПАСНОГО ПОВЕДЕНИЯ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА.....	92
Шишлова С.С. Французова Н.Н. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ДИСКУССИИ С ЦЕЛЮ РАЗВИТИЯ РЕЧЕВЫХ УМЕНИЙ ШКОЛЬНИКОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ	97

Научная статья
УДК 37.02

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В РАЗВИТИИ РЕЧЕВЫХ НАВЫКОВ УЧАЩИХСЯ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ШКОЛЕ

Анна Игоревна Баранова, Наталья Николаевна Французова

Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия, fnn-2011@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена роли инновационных подходов в развитии речевых навыков учащихся при обучении иностранному языку в общеобразовательной школе. Автор раскрывает понятие инновационных технологий, рассматривает классификацию средств ИКТ, изучает учебные интернет-ресурсы. В статье представлен анализ результатов опытно-экспериментальной работы автора, доказывающий убедительность сделанных выводов.

Ключевые слова: инновационные технологии, интернет-ресурсы, презентации, игровые технологии, речевые навыки

Стремительное развитие компьютерных технологий за последние несколько лет, а также их интенсивное использование в учебном процессе повлекли за собой значительные изменения в системе образования.

Переход от традиционной методики преподавания иностранных языков к обучению с применением инновационных технологий обучения на сегодняшний день объективно обусловлен.

В настоящее время необходимо привести методику преподавания иностранного языка в школе в соответствие с развитием современных информационных технологий.

Что же такое «инновационная образовательная технология»? О.В. Бондаренко определяет инновационные образовательные технологии как комплекс, включающий в себя три взаимосвязанных составляющих:

1. Современное содержание обучения, которое передается учащимся, предполагает не столько освоение предметных знаний, сколько развитие компетенций. Это содержание должно быть хорошо структурированным и представленным в виде мультимедийных учебных материалов, которые передаются с помощью современных средств коммуникации.

2. Современные методы обучения – активные методы формирования компетенций, основывающиеся на взаимодействии учащихся и их вовлечении в учебный процесс, а не только на пассивном восприятии материала.

3. Современная инфраструктура обучения, которая включает информационную, технологическую, организационную и коммуникационную составляющие, позволяющие эффективно использовать преимущества дистанционных форм обучения [1].

В настоящий момент в школьном образовании применяют самые различные инновационные технологии. Среди них можно выделить следующие:

- 1) презентации/мультимедиа,
- 2) интерактивные шаблоны для тетради,
- 3) учебные игры,
- 4) интернет-ресурсы,
- 5) технология сотрудничества.

Очень важно так организовать процесс обучения, чтобы учащийся мог с интересом и увлечением работать на уроке, самостоятельно мог оценить свой труд, видеть результат своей работы. В решении этой задачи помочь учителю может сочетание традиционных методов обучения с современными информационными технологиями.

В нашем исследовании мы изучаем особенности использования инновационных технологий с целью развития иноязычных речевых навыков учащихся. Что же такое речевой навык?

Согласно определению Е.И. Пассова, «навык является относительно самостоятельным действием в системе сознательной деятельности, ставшим благодаря полной совокупности качеств одним из условий выполнения этой деятельности» [2].

К речевым навыкам в методике обучения иностранным языкам, относятся слухо-произносительные, лексические и грамматические навыки. Различают рептивные и продуктивные навыки: Рецептивные навыки – навыки в аудировании, чтении. Продуктивные навыки – навыки в говорении, письме.

Согласно определению И.Ф. Мусаелян, лексико-грамматический навык, – это автоматизированное узнавание и понимание лексико-грамматических единиц языка в письменном и устном тексте, а также автоматизированный выбор лексико-грамматических единиц языка, адекватных коммуникативной задаче и их правильное использование в соответствии с нормами данного языка [4].

Навык обладает следующими качествами:

- автоматизированность (скорость воспроизведения лексико-грамматической единицы);
- устойчивость (прочность усвоения речевых структур);
- гибкость (возможность применения, «перенос» на новые ситуации).

Условия формирования речевых навыков:

- предварительное слушание, то есть внимание учащегося требуется направить на восприятие какой-либо структуры;

- имитация в речи, то есть воспроизведение структур в речи, оно должно быть связано с определенной речевой задачей – повторить, чтобы согласить или не согласиться;
- однотипность фраз, построенных на основе речевого образца;
- использование в упражнениях действий по аналогии, образцов действий;
- профилактика ошибок в речи;
- разнообразие способов автоматизации, что порождает способность учащегося использовать навыки в различных ситуациях;

Для практического применения иностранного языка обучающимся необходимо усвоить новые лексические единицы и грамматические формы, без которых не может состояться коммуникация на иностранном языке.

Повысить эффективность усвоения учебного материала учащимися позволяет прежде всего применение компьютерных презентаций. Визуальная насыщенность учебного материала, в особенности использование презентаций и слайдов, делает его ярким и интересным, что в свою очередь повышает мотивацию у учащихся к изучению материала.

Кроме того, существует большое количество видов игр (ролевые, развивающие, фонетические, грамматические, лексические) которые погружат учащихся в увлекательный и познавательный процесс обучения, и будут способствовать эффективному развитию речевых умений учащихся.

При использовании интернет-ресурсов в процессе работы над лексико-грамматической стороной речи целесообразно использовать такие сайты как Quizlet, Kahoot, Wordwall [3]. Они не только способствуют эффективному усвоению лексико-грамматического материала, но и повышают у учащихся мотивацию к изучению английского языка, а также расширяют кругозор обучающихся, помогают налаживать и поддерживать деловые связи и контакты со своими сверстниками в англоязычных странах.

Повысить интерес учащихся к работе над лексикой и грамматикой на уроке могут также интерактивные шаблоны для тетрадей, которые внесут немного творчества на уроках иностранного языка. Внедрение инновационных технологий способствует развитию речевых навыков и учащиеся с большим интересом воспринимают лексико-грамматический материал.

Изучив теоретические основы применения инновационных технологий в развитии речевых навыков учащихся при обучении иностранному языку в общеобразовательной школе в рамках опытно-экспериментальной работы, мы провели методический эксперимент на базе 10 классов. Мы применили методы анкетного опроса, тестирования, наблюдения с целью изучения состояния проблемы на практике. Учащимся было предложено ответить на

вопросы разработанной нами анкеты. Проанализировав результаты, полученные в ходе констатирующего эксперимента, мы получили следующие данные.

На вопрос «Легко ли Вы понимаете грамматический/лексический материал, данный вам на уроке?» в ходе констатирующего эксперимента выбрали ответ «да» 25% опрошенных экспериментальной группы, 19% контрольной группы; выбрали ответ «нет» 47% опрошенных экспериментальной группы, 60% контрольной группы; выбрали ответ «затрудняюсь ответить» 28% опрошенных экспериментальной группы, 21% контрольной группы.

Среди респондентов экспериментальной группы на вопрос «Что облегчает Вам восприятие нового материала (слов, грамматики) на англ. яз?» выбрали ответ «наглядный материал (презентации, картинки, распечатанные допматериалы, онлайн-материалы)» 51%, 70% респондентов контрольной группы; выбрали ответ «восприятие на слух» – 10% респондентов экспериментальной группы, 14% – контрольной группы; выбрали ответ «перевод на русский язык» 20% респондентов экспериментальной группы, 16% контрольной группы; выбрали ответ «игры» 19% респондентов экспериментальной группы, никто из контрольной группы не выбрал этот ответ. Это позволяет сделать вывод о том, что ученикам намного интереснее и полезнее работать с наглядным материалом и играми, а также что перевод на русский язык снижает уровень стресса у детей и они лучше понимают материал.

Отвечая на вопрос «Используются ли у вас на уроках при работе с лексическим/грамматическим материалом, следующие инновационные подходы» в ходе констатирующего эксперимента выбрали ответ «презентации» 80% участников экспериментальной группы, 80% из контрольной группы; выбрали ответ «интерактивные шаблоны в тетради» 6% респондентов экспериментальной группы, 5% – контрольной группы; выбрали ответ «игры на уроке» 14% учеников в экспериментальной группе, 15% в контрольной группе.

Анализируя ответы на вопрос «Что для Вас является наиболее интересным на уроке среди инновационных подходов при работе с лексико-грамматической стороной речи?», мы получили следующие данные: 20% учеников экспериментальной группы и 70% в контрольной группе выбрали ответ «презентации»; выбрали ответ «интерактивные шаблоны в тетради» 9% учащихся экспериментальной группы; выбрали ответ «игры на уроке» 20% в экспериментальной группе, 10% в контрольной группе; ответ «онлайн материалы (Kahoot, Wordwall, Quizlet)» – 51% в экспериментальной группе, 20% в контрольной группе.

На вопрос «Интересно ли Вам посещать уроки, когда учитель активно использует инновационные подходы (презентации, онлайн платформы (Kahoot, Wordwall, Quizlet), игры на уроке, интерактивные шаблоны) для развития речевых навыков?» в ходе

констатирующего эксперимента все 100% учащихся обеих групп выбрали ответ «да». Это позволяет сделать вывод о том, что когда учителя активно используют инновационные технологии на своих уроках, это вызывает интерес у учащихся.

Проведя анализ ответов на вопрос «Часто ли в обучении лексико-грамматической стороне речи учитель использует инновационные подходы?» мы выяснили, что ответ «да, часто» выбрали 28% опрошенных экспериментальной группы, 7% – контрольной группы; выбрали ответ «нет, не часто» 32% респондентов экспериментальной группы, 65% респондентов контрольной группы; выбрали ответ «редко» 40% учеников в экспериментальной группе, 28% в контрольной группе; ответы «не использует вообще» и «затрудняюсь ответить» не выбрал никто в обеих группах. Это позволяет сделать вывод о том, что учителя не часто используют инновационные технологии в условиях современного урока для обучения лексико-грамматической стороне речи.

Почти все учащиеся обеих групп выбрали ответ «да», отвечая на вопрос «Хотелось бы Вам, чтобы учитель больше использовал на уроках инновационные подходы?», а именно 98% опрошенных экспериментальной группы и 100% контрольной группы; ответ «нет» не выбрал никто; ответ «затрудняюсь ответить» выбрали 2% респондентов экспериментальной группы. В контрольной группе этот ответ не был выбран. Это позволяет нам предположить, что ученикам хочется видеть на своих уроках современные средства обучения.

На вопрос «Помогают ли инновационные подходы в дальнейшем чувствовать себя увереннее на уроках английского языка?» выбрали ответ «да» 84% респондентов экспериментальной группы, 77% в контрольной группе; выбрали ответ «нет» 2% в экспериментальной группе, 2% в контрольной группе; ответ «затрудняюсь ответить» выбрали 14% опрошенных экспериментальной группы, 21% в контрольной группе. Это позволяет сделать вывод о том, использование инновационных подходов помогает ученикам справиться со стрессом, следовательно, увереннее чувствовать себя на уроках иностранного языка.

На вопрос «Помогают ли инновационные формы работы в изучении лексического и грамматического материалов?» в ходе констатирующего эксперимента выбрали ответ «да» 100% учеников из экспериментальной группы, 91% учеников из контрольной группы; выбрали ответ «затрудняюсь ответить» 0% в экспериментальной группе, 9% в контрольной группе. Ответ «нет» никто не выбрал. Это позволяет сделать вывод о том, при помощи инновационных подходов ученики воспринимают материал намного лучше. Ученики проявляют большой интерес к онлайн-материалам, что обусловлено их современной жизнью. Гаджеты – это неотъемлемая часть их жизни, поэтому ими учащимся хочется пользоваться постоянно.

Для подтверждения проведенной экспериментальной работы нами были разработаны и проведены уроки английского языка с использованием инновационных технологий.

На этапе формирующего эксперимента мы провели повторный анкетный опрос учащихся экспериментальной и контрольной групп. Результаты, полученные нами представлены ниже. Почти все учащиеся при ответе на вопрос «Используются ли у вас на уроках при работе с лексическим/грамматическим материалом, следующие инновационные подходы» выбрали ответ «презентации» – 89% в экспериментальной группе, 91% в контрольной группе; ответ «интерактивные шаблоны в тетради» выбрали 32% опрошенных экспериментальной группы, 14% в контрольной группе; предпочли ответ «игры на уроке» 14% экспериментальной группы, никто из контрольной группы не выбрал этот ответ; ответ «онлайн материалы (Kahoot, Wordwall, Quizlet)» выбрали 15% учеников экспериментальной группы, 14% в контрольной группе. Это позволяет сделать вывод о том, что в школе активно используются такие инновационные технологии как презентации и интерактивные шаблоны в тетради, что позволяет детям лучше освоить материал, а также то, что учитель начал внедрять новые онлайн-технологии.

Все учащиеся при ответе на вопрос «Интересно ли Вам посещать уроки, когда учитель активно использует инновационные подходы (презентации, онлайн-платформы (Kahoot, Wordwall, Quizlet), игры на уроке, интерактивные шаблоны) для развития речевых навыков?» выбрали ответ «да» 100% опрошенных экспериментальной группы, 100% в контрольной группе; ответ «нет» и «затрудняюсь ответить» не выбрал никто. Это позволяет сделать вывод о том, что когда учителя активно используют инновационные технологии на своих уроках, это вызывает интерес у учащихся.

Большинство участников анкеты, при ответе на вопрос «Помогают ли инновационные формы работы в изучении лексического и грамматического материалов?» выбрали ответ «да» (100% в экспериментальной группе, 94% в контрольной группе), ответ «нет» никто из опрашиваемых не выбрал, ответ «затрудняюсь ответить» участники экспериментальной группы предпочли не выбирать, однако 5% в контрольной группе выбрали этот ответ. Это позволяет сделать вывод о том, что при помощи инновационных подходов ученики воспринимают материал намного лучше

Мы также видим увеличение процентных показателей по следующему вопросу анкеты «Какие видам деятельности вы больше отдадите предпочтение?» Здесь выбрали ответ «онлайн материалам (Kahoot, Wordwall, Quizlet)» 70% учащихся экспериментальной группы, 87% – контрольной группы; выбрали ответ «интерактивным материалам (шаблоны, распечатки, картинки)» 37% в экспериментальной группе, 63% в контрольной группе; ответ «играм на уроке» 51% в экспериментальной группе, 14% в контрольной группе;

«презентациям» 14% в экспериментальной группе, 42% в контрольной группе. Это позволяет сделать вывод о том, что ученики проявляют больший интерес к онлайн-материалам, что обусловлено их современной жизнью.

Итак, подводя итог нашей опытно-экспериментальной работе, мы пришли к выводу о том, что процесс усвоения нового лексического и грамматического материала будет более эффективным при условии систематического использования различных инновационных технологий. Об этом свидетельствуют сравнительные данные, полученные нами в ходе методического эксперимента.

Использование инновационных технологий на уроке позволило:

- повысить мотивацию учащихся;
- повысить познавательный интерес учащихся;
- использовать большое количество иллюстративного материала;
- вовлечь учащихся в самостоятельный процесс обучения.

Таким образом, использование инновационных технологий на уроках иностранного языка является эффективным помощником учителя, а также в значительной степени позволяет развить речевые навыки учащихся.

Список источников

1. Браун, Д.Р. Модель решения проблем для развития информационной грамотности: комплексный подход / Д.Р. Браун. – М.: Издательство Народное образование, 2006. – 119 с.

Текст : непосредственный

2. Пассов, Е.И. Содержание иноязычного образования как методическая категория / Е.И. Пассов. – Текст: непосредственный // Иностранные языки в школе. – 2007. – №6.- С. 13.

3. Щеголева, А.В. Формирование лексико-грамматических навыков при подготовке к международной Всероссийской олимпиаде по ин.языку / А.В.Щеголева, Л.В.Воробец. – Текст : непосредственный // Обучение иностранным языкам – современные проблемы и решения : Сборник материалов II Международной научно-практической конференции имени Е.Н.Солововой (Москва, 06.11.2020 г.) / под ред. А.Е. Казеичевой, И.В. Хитровой [и др.]. – Обнинск: Закрытое акционерное общество «Издательство «Титул», 2021. – С.157-162.

4. Мусаелян, И.Ф. Формирование и контроль лексикограмматического компонента языковой компетенции у студентов неязыкового ВУЗа : специальность 13.00.02 «Теория и методика обучения и воспитания» : диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Мусаелян Инесса Феликсовна. – Москва, 2011. – С. 15.

Статья поступила в редакцию 27.05.2022;
одобрена после рецензирования 10.06.2022;
принята к публикации 21.06.2022.

Научная статья
УДК 81

ПЕРЕВОД КВАЗИРЕАЛИЙ В НАУЧНОЙ ФАНТАСТИКЕ

Никита Павлович Береснев

Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия, n.ber2017@gmail.com

Аннотация. Рассматриваются подходы к определению понятия «научная фантастика», а также общая теория перевода безэквивалентной лексики. Проанализирован текст романа Хитори Нодзимы «Death Stranding», составлен глоссарий квазиреалий, встречающихся в произведении, проведён его анализ, составлена статистика проанализированных квазиреалий, распределённых по способу их передачи с английского языка на русский. Делается вывод о том, что при переводе научно-фантастических произведений для выполнения адекватного перевода и передачи коммуникационной задачи оригинального текста переводчики прибегают к использованию стратегии форенизации (отчуждающего перевода), а доминирующим способом передачи квазиреалий является создание нового сложного слова (включая различные трансформации, как калька, полукалька, создание семантического неологизма).

Ключевые слова: безэквивалентная лексика, эквивалентная лексика, реалия, квазиреалия, научная фантастика

Научная фантастика представляет собой актуальный и широко распространённый жанр, предоставляющий для рассмотрения уникальный материал – квазиреалии, реалии, актуальные для мира конкретного произведения. Этим обуславливается сложность перевода научной фантастики, поскольку передача квазиреалий представляет для переводчика уникальную комплексную задачу, требующую индивидуального подхода. Задачу перевода научной фантастики усложняет и то, что общие тенденции перевода с течением времени тоже меняются, в связи с чем появляются обновлённые переводы уже успевших стать классическими произведений.

Произведения научной фантастики, как и другие произведения художественной литературы, требуют особого подбора стратегии перевода, и это особенно актуально для передачи реалий с одного языка на другой. Перевод реалий – задача, требующая особого подхода к её осуществлению, так как переводчику необходимо учитывать культурный фон автора оригинального произведения и читателя, целевую аудиторию текста перевода, и в соответствии с этим подобрать подходящую стратегию – доместикацию или форенизацию.

Определение жанра «научная фантастика» и его границ для исследователей в области литературы остаётся нерешённой и актуальной задачей по сей день. Жанры в литературе представляют собой группы произведений внутри литературного рода, которые обладают каким-либо комплексом свойственных им черт, но при всем этом они не поддаются должной классификации и систематизации, ведь жанры еще и «отягощаются» историческим и

культурным фоном. Б.В. Томашевский обозначил эту проблему следующим образом: «Признаки многообразны, они скрещиваются и не дают возможности логической классификации жанров по одному какому-нибудь основанию» [10]. Говоря о проблеме определения границ жанра научной фантастики, Е.Н. Ковтун предполагает, что «окончательный ответ на вопрос о сущности фантастики и границах понятия «фантастическая литература» едва ли когда-нибудь будет дан» [10].

Одним из первых похожий термин «фантастические научные путешествия» употребил А.И. Куприн, однако конкретно термин «научная фантастика», «science fiction», был употреблен впервые в первом в мире массовом журнале, посвященном произведениям в этом жанре – журнале «Amazing Stories», основанном под руководством американского изобретателя и писателя Хьюго Гернсбека в 1926 году. Тогда Хьюго Гернсбек описал научную фантастику следующим образом: «Под научной фантастикой я понимаю литературу в духе Жюль Верна и Герберта Уэллса – романтические истории, переплетающиеся с научными фактами и пророческим видением» [11].

В данном исследовании под научной фантастикой мы будем понимать литературу, основанную на определенных допущениях в областях науки и социологии: появлении неизвестных ранее изобретений, построении новых моделей человеческого общества, открытии новых законов природы.

Язык, как явление, связанное с культурой напрямую, играет важную роль в жизни общества, отражая в себе культуру, историю своих носителей и передает определённый культурный код. Пополняется язык благодаря интралингвистическим факторам, заложенным внутри языка, и экстралингвистическим факторам – историческим, социальным и прочим событиям. Лексические единицы, отражающие особенности, свойственные конкретной культуре, называют «безэквивалентной лексикой», так, Л.С. Бархударов писал, что безэквивалентная лексика представляет собой «полное отсутствие соответствия той или иной лексической единицы одного языка в словарном составе другого языка» [2].

Поскольку история и быт представителей разных культур отличается, этим обосновывается возникновение в разных языках реалий – лексем, входящих в состав безэквивалентной лексики, которые обозначают предметы или явления материальной культуры, не имеющие полных лексических эквивалентов в других языках.

Само по себе понятие «реалия» неоднозначно, так, Г.Д. Томахин утверждает, что «ни в лингвистике, ни в методике, ни в переводоведении нет достаточно четких критериев определения реалий и совершенно не изучена специфика языковых единиц, которые обозначают эти реалии» [9], в связи с чем лингвисты дают этому термину разное определение: «предметы материальной культуры» [8]; «предмет, понятие, явление,

характерное для теории культуры, быта, уклада народа, страны и не встречающееся у других народов» [5]; «разнообразные факторы, изучаемые внешней лингвистикой, такие как государственное устройство данной страны, история и культура данного народа, языковые контакты носителей данного языка и т.п. с точки зрения их отражения в данном языке» [1].

В данном исследовании мы будем придерживаться определения понятия «реалия», предложенного Е.М. Верещагиным и В.Г. Костомаровым: «слова, служащие для выражения понятий, отсутствующих в иной культуре и в ином языке, слова, относящиеся к частным культурным элементам, а также слова, не имеющие эквивалентов за пределами языка, к которому они принадлежат» [3]. Отличительными чертами реалии являются характер её содержания (связь обозначаемого предмета с определенной страной, народностью, социальной общностью) и принадлежность ее к определённому периоду времени.

Научная фантастика является одним из жанров, в которых возникают не только реалии, актуальные для нашего мира, но и те, которые актуальны и существуют только в контексте произведения автора и используются для описания несуществующего мира, его природы, законов, культур и т.д. Эти реалии называют «квазиреалиями», их не следует путать с «псевдореалиями», в которых приставка «псевдо-» обозначает «ложный» [6], «квази-» же обозначает «ненастоящий, мнимый» [6], ведь квазиреалии не являются заведомо ложными, они существуют, но лишь в мире, созданном автором.

Функция квазиреалий в научной фантастике – наименование определенных предметов, явлений, актуальных для конкретного произведения. Наличие таких реалий позволяет читателю погрузиться в мир произведения и ощутить различие между своей культурой и реалиями и вымышленными, именно поэтому адекватная их передача является важной задачей переводчика, занимающегося переводом научно-фантастического произведения.

В научно-фантастической литературе новые слова могут появляться двумя способами:

1. путем использования готовых элементов в языке (аффиксация, аббревиация);
2. произвольное изобретение слов, ранее не встречавшихся в языке [7].

Квазиреалии от реалий обычных отличает лишь их принадлежность к определённому контексту – фантастическому миру произведения, поэтому они передаются в переводе аналогично обычным реалиям, следующими способами:

- 1) транскрипцией,
- 2) транслитерацией,
- 3) созданием нового или сложного слова (что включает в себя калькирование, освоение и создание семантического неологизма),

4) используя уподобляющий перевод, уточняемый в условиях контекста (примером может послужить роман Айвенго, в котором Holy Land в русском переводе была передана как Палестина, поскольку крестовых походов в истории Руси не было, а значит и ассоциации Палестины со «священной землёй», как в языке оригинала, английском, у нас нет),

5) используя гипонимический перевод.

Отдельно стоит выделить такой способ, как адаптация – прием для создания соответствий путем изменения описываемой ситуации с целью достижения одинакового воздействия на читателя [4]. Многие переводчики выступают против применения адаптации, поскольку этот прием, по факту, предполагает не только перевод, но и его обработку, языковое посредничество. В ходе адаптации переводчик приспособливает текст к уровню общей эрудированности и культурной толерантности конечного читателя, изменяет описываемую ситуацию, чтобы оказать одинаковое воздействие на читателя перевода. Переводчик создает новый текст, который читатель будет способен понять, не прибегая к посторонней помощи.

Использование приема адаптации наиболее характерно для стратегии перевода с использованием доместикации, в то время как сама суть жанра научной фантастики заключается в погружении читателя в другую, искусственно созданную автором культурную среду.

Для изучения тенденций в современной практике перевода, нами было решено провести анализ научно-фантастического романа 2019 года автора Хитори Нодзимы «Death Stranding» в переводе Дарьи Шепотовой и Кирилла Яновского, издательство «Питер».

Для выполнения этой задачи нами были отобраны более 50 квазиреалий из текста произведения (табл. 1) для последующего проведения их анализа и составления статистики, на основе которого был создан иллюстративный материал в виде таблиц и диаграмм.

Составив на основе имеющихся данных статистику и графики, мы обнаружили, что нам не встретилось ни единого случая использования уподобляющего перевода или перевода с помощью аналога (рис. 1).

Таблица 1 – Пример отобранных квазиреалий

Квазиреалия из текста оригинала	Квазиреалия из текста перевода
DOOM	ДУМ
Q-Pid	Кьюпид
Bridges	Бриджес
Homo Demens	Гомо деменс
Still Mother	Некроматерь
Beach Thing	Тварь

Timefall	Темпоральный дождь
Chirallium	Хиралий
Knot	Узел
Death Stranding	Выход смерти

Составив на основе имеющихся данных статистику и графики, мы обнаружили, что нам не встретилось ни единого случая использования уподобляющего перевода или перевода с помощью аналога (рис. 1).

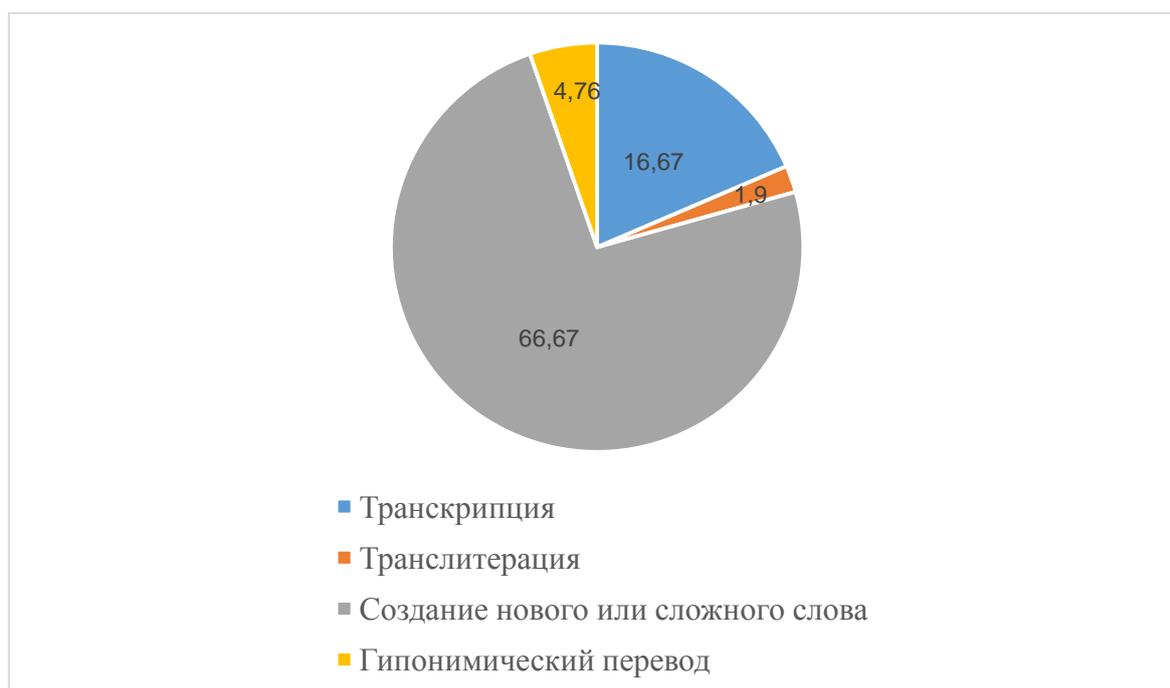


Рисунок 1 – Процентное соотношение квазиреалий по способу передачи при переводе

Рассмотрим несколько примеров квазиреалий из каждой приведённой группы, проанализируем, с какими трудностями столкнулись переводчики.

1) Квазиреалии, переданные с помощью транскрипции.

1. Bridge Baby – Бридж Бэби

Устройство-сканер, позволяющее людям из мира живых узнавать местоположение монстров из мира мертвых (Тварей), невидимых для живых существ. Представляет собой капсулу, имитирующую условия материнской утробы, в которую помещается младенец, чья мать погибла, не успев его родить. По законам вселенной романа, такой ребенок не считается ни живым (его мать не успела его родить), ни мертвым (биологически он продолжает функционировать), поэтому он может помогать курьерам, указывая, где в данный момент находятся твари.

Употребление в контексте:

– «That was the job of the delivery troops, who used equipment called “Bridge Babies” to avoid the VTs»;

– «Их [грузы] доставляли курьеры, которые использовали приборы Бридж-Бэби, чтобы избежать столкновения с Тварями».

Использование транскрипции для передачи реалии обусловлено необходимостью, а главное – возможностью сохранения оригинальной аббревиатуры.

Однако можно выделить трудность, с которой столкнулись переводчики: невозможность сохранить оригинальную игру слов: bridge baby, по факту – «мост» между миром живых и миром мертвых. Эту игру слов сможет понять подготовленный читатель, способный на определенном уровне говорить на английском языке, однако какая-то часть читателей её не заметит.

2. Bridges – Бриджес

Компания, которая стоит во главе СГА – Соединенны Городов Америки, единичных городов, не отделившихся от централизованной власти после того, как случился выход смерти. Возглавляет компанию бывший президент США – Бриджет Стренд.

– If we all just sit and do nothing, then the ties between people and cities will disintegrate altogether and we really will be done for. That’s why you need to join us now. That was the usual Bridges spiel told to people to convince them to join the UCA.

– «Если остаться в стороне, то связи людей и городов снова разорвутся, что приведет к вымиранию. Следовательно, необходимо срочно объединиться», – так утверждал отряд «Бриджес», призывая к сотрудничеству.

Здесь переводчики вновь столкнулись с необходимостью сохранить игру слов: переведя «Bridges» как «Бриджес», они сохранили игру слов с именем главы организации, Бриджет. Однако они вновь потеряли другую игру слов с «мостом», поскольку «Бриджес» призывают людей к тому, чтобы не отдаляться друг от друга, а «строить мосты между городами», т.е. объединяться.

2) Квазиреалии, переданные с помощью транслитерации.

1. ВВ – ББ

Аббревиатура от реалии Бридж-Бэби, в отличие от полного названия прибора, была передана с помощью транслитерации.

– “Partners? Sam, a ВВ is a tool, not a human being. Bridge? Yes. Baby? No.”

– – Мы? Сэм, перестань. ББ, что ни говори, просто прибор. Бридж-Бэби – он в первую очередь мост, а не младенец.

2. Odradek – Одрадек

Специальный модуль, присоединяемый к капсуле ББ. По факту – механическая рука, которой управляет сам младенец, чтобы показывать курьеру направление и как-либо с ним взаимодействовать.

– Igor looked at Sam with a faint sense of relief when he noticed that Sam’s focus was toward his left shoulder. The tip of the Odradek sensor mounted on his shoulder had opened up like a splayed hand.

– Немного успокоившись, он глянул на Сэма и увидел, что тот смотрит на его левое плечо. Датчик под названием «одрадек», закрепленный на этом плече, раскрылся, как ладонь.

Никак иначе данную квазиреалию перевести нельзя, поскольку само название «Одрадек» – аллюзия на одноименного персонажа из очерка Франца Кафки «Исправительная колония», на описание внешнего вида которого и опирался автор.

3) Квазиреалии, переданные путём создания нового или сложного слова (окказионализма)

1. Timefall – Темпоральный дождь

Одна из аномалий, вызванных выходом смерти. Представляет собой дождь, идентичный обычному, за тем исключением, что он в несколько раз ускоряет процессы старения материи, на которую попадает. Человек старится на глазах, металл мгновенно ржавеет, дерево – гниет.

– His ha began to develop exponentially, its ageing and growth accelerated almost as if being struck by the timefall. Eyes, a mouth, ears and a nose burst forth as it took human form and sprouted both arms and legs.

– Тело начало внезапно расти, будто попало под темпоральный дождь. Появились глаза, рот, уши и нос, затем ноги и руки – так он стал человеком.

Для передачи реалии был выбран способ создания окказионализма. Для передачи семы «воздействующий на время», переводчики использовали прилагательное «темпоральный», понимание которого не вызовет трудностей у подготовленного читателя.

2. Chiralium – Хиралий

Загадочное вещество, существующее в различных состояниях и формах, которое стало появляться на поверхности земли после выхода смерти. Повсеместно используется в качестве источника энергии, однако ему есть и другие применения, например, в кулинарии. Однако контакт с хиралием может иметь и серьезные побочные эффекты, среди которых хиральная аллергия, вызывающая слезоотделение у людей, и в самых неблагоприятных случаях возможность заболевания ДУМом.

– “And put all that chiralium into the air so close to town? Can’t do it.”

– – Нельзя. Представляешь, какой вред хиралий может нанести городу?

В данном случае для передачи квазиреалии был выбран способ освоения, иначе говоря – ассимиляции слова в языке перевода.

4) Квазиреалии, переданные с помощью гипонимического перевода.

1. Cuff Links – Браслеты

Многофункциональные устройства, которые носят жители Соединённых Городов Америки, места действия романа. Устройства представляют собой наручники, оба конца которых крепятся на одном запястье. Выполняют самые различные функции, среди которых карта, навигатор, возможность общаться с другими людьми и т.д.

– “That just means your body’s got a good connection to the cuff link. Look, look! The cuffs will watch over you twenty-four hours a day. That is to say, we will. We’re here to help.”

– – Расслабься, браслет установил связь с твоим телом. Я с его помощью буду круглосуточно наблюдать за тобой. Мы будем наблюдать, чтобы помочь.

Технически, наручники являются одной из разновидностей браслетов, поэтому однозначно назвать этот перевод неправильным нельзя, однако, учитывая специфику устройства, возможно, переводчикам следовало прибегнуть к созданию семантического неологизма.

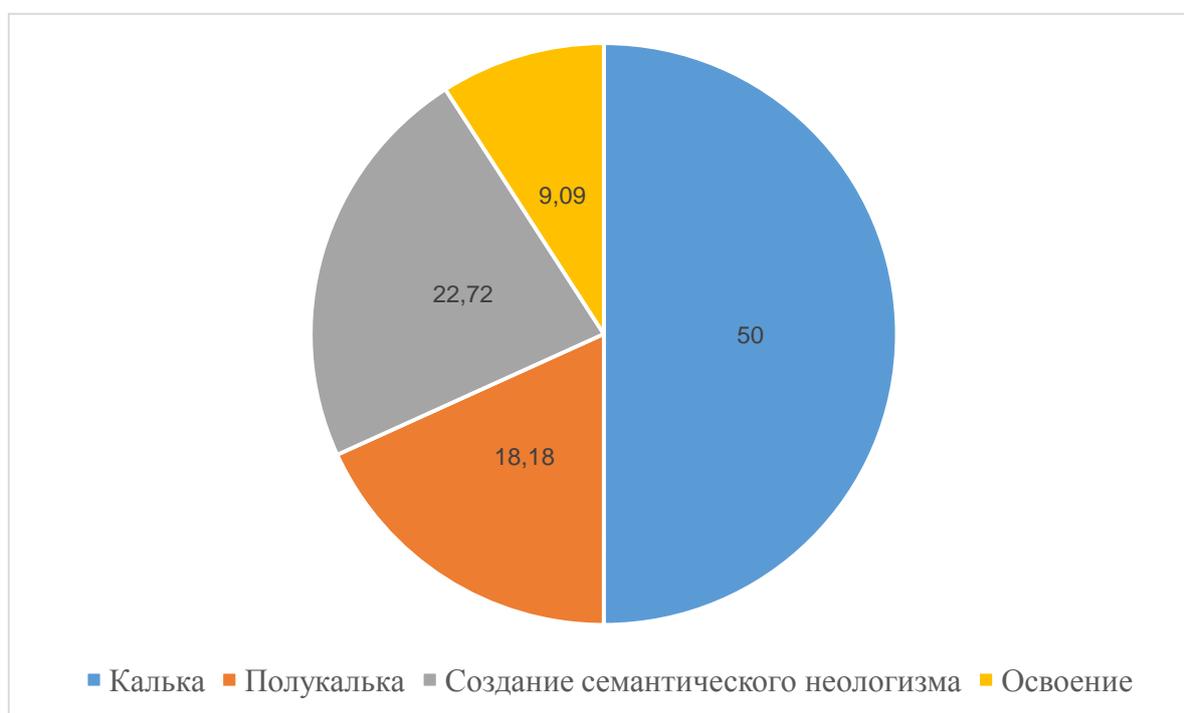


Рисунок 2 – Процентное соотношение способов передачи среди тех квазиреалий, что были переданы путём создания нового или сложного слова (окказионализма)

Отсутствие случаев использования уподобляющего перевода можно связать с тем фактом, что в отличие от реалий обычных, квазиреалии функционируют лишь в искусственно созданном писателем мире, а значит для любого читателя, впервые видящего

текст произведения, вне зависимости от его культурного фона реалия быть знакомой не может. Отсутствие же случаев адаптации напрямую говорит о выбранной стратегии перевода – форенизации, в пользу этого говорит и перевод имен собственных, что будет упомянуто далее.

Примечательным также можно назвать тот факт, что среди квазиреалий отсутствуют случаи использования «нулевого» перевода, т.е. сохранения иноязычного вкрапления. Вместо него предпочтение было отдано использованию транскрипции и транслитерации. Связать это можно с поставленной переводческой задачей сохранения единства формы и содержания текста.

В пользу этого говорит и тот факт, что даже говорящие имена персонажей, в большинстве своём, в переводе были переданы с помощью транскрипции (табл.2; рис.3).

Таблица 2 – Говорящие имена персонажей в произведении

Имена персонажей из текста оригинала	Имена из текста перевода
Diehardman	Дайхардмэн
Deadman	Дедмэн
Mama	Мама
Heartman	Хартмэн
Fragile	Фрэджайл

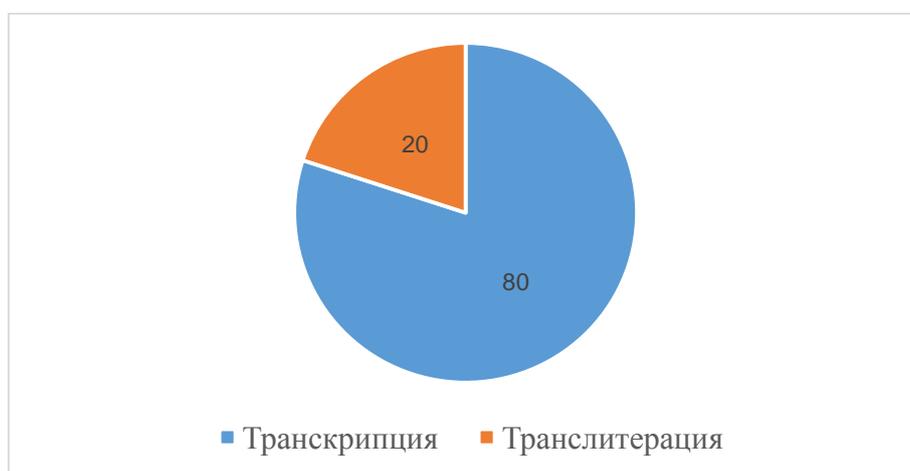


Рисунок 3 – Процентное соотношение приведенных говорящих имен по способу их передачи в тексте перевода

Рассмотрим один из примеров в тексте:

– Deadman reached forward with the probing manner of a doctor, but Sam withdrew his arm as soon as he sensed the life emanating from Deadman’s fingertips. It was an animal reflex, the instinctive behavior of a creature trying to evade capture. “I see...” Deadman nodded, neither angry

nor surprised. “Aphenphosmophobia? No wonder you were out there alone. Where no one could touch you.”

– Дедмэн протянул было руку, чтобы пальпировать своего пациента. Но ощутив приближение чужой плоти, Сэм инстинктивно отпрянул, словно зверь, убегающий от опасности.

– Понятно, – кивнул Дедмэн без гнева или удивления. – У тебя гаптофобия, да? Поэтому ты сам по себе?

Дедмэн – человек, созданный искусственным путём, из-за чего он не имеет души, которая в контексте произведения является реальным, материально существующим явлением, именно поэтому назвать «живым» человеком его нельзя. Имя «Дедмэн» можно дословно перевести как «мертвец», однако переводчики, чтобы сохранить единство формы и содержания, предпочли перевести его имя, используя транскрипцию.

Благодаря собранной и проанализированной нами информации, мы можем сделать следующие выводы о переводе научной фантастики в настоящее время.

Во-первых, современная научная фантастика выбирает своей аудиторией подготовленных читателей. Так, даже создавая неологизм на русском языке, переводчики могут выбрать морфемы, пришедшие из латинского языка, что подразумевает, что целевая аудитория должна быть способна их понять.

Во-вторых, приоритетной стратегией перевода выбирается форенизация для сохранения коммуникативной задачи оригинала и погружения читателя в созданную писателем среду.

В-третьих, доминирующим способом передачи квазиреалий в научной фантастике является создание семантических неологизмов.

В-четвертых, перевод научной фантастики – трудоёмкая, комплексная задача, каждый раз требующая индивидуального подхода от переводчика для осуществления им адекватного перевода.

Список источников

1. Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. – 4-е изд., стер. – М.: Ком Книга, 2007. – С. 571. – Текст : непосредственный
2. Бархударов, Л.С. Язык и перевод / Л.С. Бархударов. – М.: Международные отношения, 1975. – С. 320. – Текст : непосредственный
3. Верещагин, Е.М. Лингвострановедческая теория слова / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. – М.: Русский язык, 1980. – С. 320. – Текст : непосредственный
4. Влахов, С.И. Непереводимое в переводе / С.И. Влахов, С.П. Флорин. – М.: Международные отношения, 1980. – С. 96-105. – Текст : непосредственный.

5. Ковтун, Е.Н. Фантастика как объект научного исследования: проблемы и перспективы отечественного фантаствоведения / Е.Н. Ковтун. – Текст : электронный // Русская фантастика на перекрестье эпох и культур: Материалы Международной научной конференции 21-23 марта 2006 года (2007 г.). – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2007. – С. 20-38. – URL: <https://fantlab.ru/edition22722>

6. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка : 80000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – Текст : непосредственный // Азбуковник. – 2003. – С. 943.

7. Особенности перевода на английский язык русскоязычных реалий в текстах фантастических романов. – Текст : электронный // Studbooks : [сайт]. – URL: https://studbooks.net/2414389/literatura/osobennosti_perevoda_na_angliyskiy_yazyk_russkoyazychnyh_realiy_v_tekstah_fantasticheskikh_romanov (Дата обращения: 07.01.2022).

8. Сурков, А.А. Краткая литературная энциклопедия / А.А. Сурков. – М.: Сов. Энцикл., 1971. – Т. 6. Присказка – «Советская Россия». – 1040 с. – Текст : непосредственный.

9. Томахин, Г.Д. Реалии – Американизмы / Г.Д. Томахин. – М.: Высш. шк., 1988. – С. 238. – Текст : непосредственный.

10. Томашевский, Б.В. Теория литературы. Поэтика / Б.В. Томашевский. – М., 1999. – С. 206-210. – Текст : непосредственный

11. Amazing Stories: Vol 1. – 1926. – 182 p. – Текст : непосредственный.

Статья поступила в редакцию 27.05.2022;
одобрена после рецензирования 06.06.2022;
принята к публикации 08.06.2022.

Научная статья
УДК 811.111.8:81'373

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КИНОДИАЛОГА (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕЛЕСЕРИАЛА “THE WALKING DEAD”)

Андрей Андреевич Губанов

Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия, gubanov10022000@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена актуальному вопросу анализа лингвистических особенностей англоязычного кинодиалога на основе постапокалиптического сериала “The Walking Dead”. Проанализировано использование дискурсных маркеров, сокращений и сленговых, разговорных слов.

Ключевые слова: лексикология, кинодиалог, маркеры устного дискурса, сокращения, английский язык

В настоящее время кино является одним из самых успешных видов искусства и имеет высокий финансовый потенциал среди зрителей. По официальной статистике лишь Голливуд выпускает по 140 фильмов в год. Рассчитывая количество произведённых фильмов в других странах, можно выявить, что каждый день в году происходит премьера нового фильма. Каждый созданный кинофильм содержит в себе идею, которую режиссёр старается передать зрителям различными способами. Передача смысла и основной идеи происходит как вербальными, так и невербальными средствами. Использование разговорной лексики, художественных средств выразительности и других средств в кино побудили интерес к анализу лингвистической стороны кинодиалога.

Огромный интерес к диалогу возникает с 40-х -50-х годов прошлого столетия. С тех пор вопросы диалога интенсивно разрабатываются на материале разных языков. Диалогу посвящено большое количество исследовательского материала, что в свою очередь свидетельствует о сложности и многоаспектности этого явления.

Основной формой коммуникативного взаимодействия является диалог. Именно при диалогическом общении оппоненты выстраивают цепочку своих коммуникативных поступков. От качества этих поступков и их целесообразности, зависит перспектива коммуникации. Говоря об определении диалога, все исследователи затрагивают следующие характеристики: наличие минимум двух собеседников, между которыми происходит непосредственный обмен высказываниями; непринуждённый характер речевой обстановки; попеременная адресация речи, обязательная смена говорящих; одновременность восприятия речи на слух, подготовки и реализации собственных высказываний; большое значение внеязыковых коммуникативных средств (мимика, жестикация); постоянное изменение языковой ситуации.

Д.Э. Розенталь определяет диалог как «форму речи, при которой происходит непосредственный обмен высказываниями между двумя или несколькими лицами» [2].

О.С. Ахманова трактует понятие диалог следующим образом: «Диалог – одна из форм речи, при которой каждое высказывание прямо адресуется собеседнику и оказывается ограниченным непосредственной тематикой разговора» [2].

Особенностями диалогической речи являются быстрое чередование реплик, композиционная простота; наличие эллиптических оборотов для усиления выразительности речи; употребление различных речевых штампов, обращений, междометий, восклицаний для придания речи эмоциональности и экспрессивной окраски; наличие соответствующей интонации, мимики, жестов и др.

Диалогическая речь выполняет следующие коммуникативные функции:

- 1) запрос информации – сообщение информации;
- 2) предложения (в форме просьбы, приказа, совета) – принятие/ непринятие предложенного;
- 3) обмена суждениями / мыслями / впечатлениями;
- 4) обоснования своей точки зрения.

Каждая из этих функций имеет свои специфические языковые средства и является доминантной в соответствующем типе диалога [3].

Как мы можем отметить, диалогической речи присущи опора на ситуацию, неподготовленность речевого акта, она может поддерживаться компрессированными репликами, эллипсисами, словами устного дискурса, междометиями, а также неязыковыми средствами.

Диалог в кино – это не просто общение, это развитие сюжета и конфликта. Через разговор новую информацию может узнать и герой фильма, и зритель кинофильма.

Кинофильм является многозначным и многоплановым объектом для исследования и подвергается анализу со сторон различных наук, таких как лингвистика, переводоведение, литературоведение ведение и т.д.

Изначально в эпоху немого кино существовало *литературное либретто*, которое являлось предисловием к фильму, описывая основные события, лаконично излагало фабулу. В ходе развития технологий в сфере кинематографа повысилась и значимость слова и его вербальной составляющей. Слово в кино развивается по сей день по мере расширения технологических возможностей, однако теоретическое осмысление этой формы существования языка начала получать только в последнее десятилетие.

Кинодиалог – вербальный компонент лингвистической системы фильма, выраженный устно или письменно. Кинодиалог также является основной единицей перевода.

Понятие «кинодиалог» использовалось многими исследователями в ходе изучения лингвистической стороны слова в кино. Например, В.Е. Горшкова отмечает, что кинодиалог является жанровой разновидностью художественного диалога (текста), сопоставимого с драматическим диалогом, специфика которого определяется особыми условиями порождения» [2]. Е.А. Колодина определяет кинодиалог как «вербальный компонент художественного фильма, смысловая завершенность которого обеспечивается аудиовизуальным (звукоразительным) рядом в общем дискурсе фильма» [2].

Лексическая сторона кинодиалога содержит множество особенностей. В данной статье мы рассмотрим использование коллоквиализмов, сокращений и аллюзий в рамках кинодиалога.

Коллоквиализмы довольно часто проявляется в речи персонажей, в подтверждение этого мы рассмотрим примеры их использования в кинодиалоге.

Spear-chucker – уничижительная фраза, в основном для человека с темным цветом кожи, использовавшаяся в отношении его примитивных способностей охотиться на животных с помощью длинного заостренного предмета. Данная фраза также подмечает социальный статус говорящего, оставляя характеристику персонажу.

(1) *Mm, T-Dog. Yeah, big ol' spear-chucker, the one I was pleading with.*

Bolted (to bolt) в переводе означает «отходить от своих принципов», является сугубо разговорным в данном контексте. В словарях отмечается частое использование в американском английском.

(2) *And when things got worse, when the military cordon got overrun, the rest bolted.*

Одним из ярких коллоквиализмов в тексте является изменение имени Daryl в **Darylina**. Суффикс –ina своими корнями уходит в испанский, португальский и итальянский язык, является уменьшительным для женского рода.

(3) *What's the matter, Darylina?*

Queen bee – женщина, которая ведет себя так, как будто она самый важный человек в группе.

(4) *Andrea: Playing house, acting like the queen bee, laying down rules but yourself. You know what? Go ahead.*

Использование **сокращений** является одной из явных особенностей кинодиалога, позволяющей передавать большее количество информации, используя более короткие и ёмкие фразы. Рассмотрим сокращения, используемые в кинодиалоге «Ходячие Мертвецы».

Разбор сокращений в кинодиалоге можно начать с фразы **y'all**, которая в свою очередь является сокращением от фразы **you all**.

(5) *Merle: What y'all did, leaving me up there.*

Ol' – является сокращением от слова old.

(6) *Mm, T-Dog. Yeah, big ol' spear-chucker, the one I was pleading with.*

Doc является сокращением полной формы слова doctor. Также слово doc характерной формой для разговорного английского.

(7) *Rick: Here's to you, doc.*

Одним из интересных разговорных сокращений в сценарии является слово **shrooms** – часть от слова mushrooms.

(8) *Merle: And I'm sure the shrooms you ate had nothing to do with it, right?*

Ещё одним сокращением является **'cause**, разговорный вариант слова because.

(9) *If I were you I'd take a pause for the cause, brother, 'cause I just don't think you're gonna make it to the top.*

Sketti rings – сокращение Sketti берет своё начало от полной формы слова spaghetti.

(10) *Tara: Lucky for us, the old man's truck was pretty much stocked floor to ceiling with sketti rings.*

Отсылки к разным историческим событиям, персонажам – является часто используемым приёмом в кинодискурсе. **Аллюзия** позволяет глубже раскрыть персонажей и погрузить зрителя в происходящие на экране действия с учетом времени, о котором повествует фильм.

Слово **chupacabra** – является аллюзией на неизвестное науке существо, персонажа городских легенд.

(11) *Merle: Well, I'll tell you what – I'm as real as your chupacabra.*

Mother of a Year – аллюзия на знаменитые в Америке номинации у работодателей – Employee of a Year (Лучший работник года). Данную фразу можно перевести как «Мать года».

(12) *Lori: Look, I know that I'm a shitty wife and I'm not winning any Mother of the Year awards, but I need you to know that... not for one second do I think there is malice in your heart.*

The Good book – одно из альтернативных названий Библии.

(13) *Hershel: I found this in one of the cells. Lost more than the Good book there for a while. Lost my way. "And if your right hand offends you, cut it off, cast it from you. For it is profitable that one of your members should perish..."*

Проанализировав лексическую сторону кинодиалога, можно выявить частое использование различных лексических приёмов, характерных для диалога. Использование коллоквиализмов и сокращений позволяло поддерживать стиль произведения и придавать присущий для кинодиалога вид. Использование аллюзий в свою очередь создавало характеристику персонажей, благодаря чему читатель может углубиться в истории

персонажа, увидеть принадлежность персонажа к тому или иному социальному сословию, понять характер персонажей.

Список источников

1. Баякенова, Ж.С. Кинодискурс и его структурные составляющие / Ж.С. Баякенова. – Текст : электронный // Национальный исследовательский Томский государственный университет, 2018. – URL: <https://core.ac.uk/reader/287399920> (Дата обращения 27.04.2021г.)

2. Шпомтер, Е.А. Диалог как основная форма речевой коммуникации: системное описание специфических черт диалогической речи / Е.А. Шпомтер. – Текст : электронный // Вестник Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова, 2014. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dialog-kak-osnovnaya-forma-rechevoy-kommunikatsii-sistemnoe-opisanie-spetsificheskikh-chert-dialogicheskoy-rechi/viewer> (Дата обращения 02.05.2021г.)

3. Crible, L. Discourse markers in speech: Characteristics and challenges for corpus annotation / Crible Ludivine, Josep Cuenca Maria. – doi: 10.5087/dad.2017.207. – Текст : электронный // Dialogue and Discourse. – 2017. – № 8(2). – Pp. 149-166. – URL: <https://www.researchgate.net/publication/321315385> (Дата обращения 01.05.2021г.)

4. Qasim, S. The Discourse Markers in Spoken Language / Sawsan Qasim. – Текст : электронный // Pragmatic Discourse in English and Arabic. – 2009. – Pp. 49-59. – URL: <https://www.researchgate.net/publication/336838605> (Дата обращения 01.05.2021г.)

Статья поступила в редакцию 23.05.2022;
одобрена после рецензирования 07.06.2022;
принята к публикации 11.06.2022.

Научная статья
УДК 004.056

ОСНОВНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ФЕДЕРАЛЬНОМ ЗАКОНЕ № 63 «ОБ ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСИ» В 2022 ГОДУ

Анатолий Андреевич Доденко

Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия, teenkode@mail.ru

Аннотация. Электронная подпись (ЭП) получает все большее распространение в самых разных сферах – от государственных учреждений до коммерческих предприятий. В Федеральный закон «Об электронной подписи» от 06.04.2011 N 63-ФЗ были внесены поправки, вступающие в силу с 2022 года. Они вводят новые правила получения и использования электронной цифровой подписи. В статье рассмотрены основные изменения в федеральном законе на начало 2022 года.

Ключевые слова: электронная цифровая подпись, закон, информация, идентификация

Электронная подпись, электронная цифровая подпись (ЭЦП), цифровая подпись (ЦП) позволяет подтвердить авторство электронного документа. Подпись связана как с автором, так и с самим документом с помощью криптографических методов, позволяет идентифицировать владельца сертификата ключа подписи, установить отсутствие искажения информации в электронном документе, и не может быть подделана с помощью обычного копирования.

В 1976 году Уитфилдом Диффи и Мартином Хеллманом было впервые предложено понятие «электронная цифровая подпись», хотя они всего лишь предполагали, что схемы ЭЦП могут существовать.

В 1977 году Рональд Ривест, Ади Шамир и Леонард Адлеман разработали криптографический алгоритм RSA, который без дополнительных модификаций можно использовать для создания примитивных цифровых подписей.

Вскоре после RSA были разработаны другие ЭЦП, такие, как алгоритмы цифровой подписи Рабина, Меркле.

В 1984 году Шафи Гольдвассер, Сильвио Микали и Рональд Ривест первыми строго определили требования безопасности к алгоритмам цифровой подписи. Ими были описаны модели атак на алгоритмы ЭЦП, а также предложена схема GMR, отвечающая описанным требованиям (Криптосистема Гольдвассер-Микали).

В России начало взаимодействия с электронной подписью обозначается 1992 г., ФАПСИ (федеральное агентство правительственной связи и информации) внесло предложение по разработке проекта электронной цифровой подписи. Основной целью была

защита электронного документооборота, а также наделение электронного документооборота большей юридической силой.

В начале 2000-х началась разработка первого закона на федеральном уровне «Об электронной подписи в РФ». Этот закон должен был закрепить основы использования ЭП в России. В 2002 году данный закон вступил в силу, и впоследствии стал основным правовым актом, регулирующим взаимодействие с электронной подписью в РФ.

Широко применяемая в настоящее время технология электронной подписи основана на асимметричном шифровании с открытым ключом и опирается на следующие принципы:

Можно сгенерировать пару очень больших чисел (открытый ключ и закрытый ключ) так, чтобы, зная открытый ключ, нельзя было вычислить закрытый ключ за разумный срок. Механизм генерации ключей строго определён и является общеизвестным. При этом каждому открытому ключу соответствует определённый закрытый ключ. Если пользователь публикует свой открытый ключ, то можно быть уверенным, что соответствующий закрытый ключ есть только у него.

Имеются надёжные методы шифрования, позволяющие зашифровать сообщение закрытым ключом так, чтобы расшифровать его можно было только открытым ключом. Механизм шифрования является общеизвестным.

Если электронный документ поддается расшифровке с помощью открытого ключа, то можно быть уверенным, что он был зашифрован с помощью уникального закрытого ключа. Если документ расшифрован с помощью открытого ключа пользователя, то это подтверждает его авторство: зашифровать данный документ мог только этот пользователь, т.к. он является единственным обладателем закрытого ключа.

Однако шифровать весь документ было бы неудобно, поэтому шифруется только его хеш – небольшой объём данных, жёстко привязанный к документу с помощью математических преобразований и идентифицирующий его. Шифрованный хеш и является электронной подписью.

Существует три вида электронной подписи:

простая,

усиленная квалифицированная,

усиленная неквалифицированная.

Простая подпись создается с помощью пароля, кода и других инструментов, позволяющих определить авторство документа, но не проверить на предмет его редактирования после подписания.

Усиленная неквалифицированная подпись создается с помощью криптографических средств. Она позволяет не только идентифицировать автора документа, но и определить

наличие изменений в документе после его подписания. Такую подпись может выдать неаккредитованный удостоверяющий центр.

Усиленная квалифицированная подпись создается с помощью подтвержденных Федеральной службой безопасности (ФСБ) средств и имеет сертификат от аккредитованного удостоверяющего центра.

Выдаются электронные подписи аккредитованными государством удостоверяющими центрами (УЦ). Выдавая ЭЦП, они проверяют личность обратившегося к ним лица, а также его полномочия, если ЭЦП выдается на юридическое лицо.

В 2021 году в Федеральный закон «Об электронной подписи» от 06.04.2011 N 63-ФЗ были внесены существенные изменения.

С 1 июля 2021 года Федеральная налоговая служба (ФНС) выдает электронные подписи руководителям коммерческих организаций и индивидуальным предпринимателям (ИП).

После 1 июля 2021 года многие УЦ не смогут выдавать электронные подписи любым лицам и организациям, поскольку не прошли аккредитацию по обновленным требованиям 63-ФЗ.

Если до 31 декабря 2021 года УЦ, аккредитованный по новым требованиям 63-ФЗ, выдал электронную подпись, то такая подпись продолжит действовать до 31 декабря 2022 года, если не закончится раньше. После этого ее нужно будет заменить по новым правилам (о них в следующих пунктах).

До конца 2021 года и ИП, и первым лицам организаций (указаны в ЕГРЮЛ) можно было получать электронные подписи в УЦ. Главное, чтобы этот УЦ был аккредитован по требованиям 63-ФЗ.

С 1 января 2022 года руководители организаций и ИП при смене или обновлении электронной подписи должны будут обращаться в ФНС и к ее доверенным лицам.

До 1 января 2023 года сотрудники могут получать электронные подписи по прежним правилам в аккредитованных УЦ. Такие подписи будут работать весь свой срок, но не дольше, чем до 31 декабря 2022 года. Использовать их можно без электронной доверенности.

С 1 марта 2022 года сотрудники могут по своему желанию или по желанию своей информационной системы переходить на новые правила: использовать для подписания документов электронную подпись физического лица и электронную доверенность. В ней данные организации не указываются. Такую электронную подпись можно получить в аккредитованных УЦ.

С 1 января 2023 года сотрудникам обязательно нужно перейти на работу по новым правилам: заменить свою подпись на подпись физлица и прикладывать к ней электронную доверенность.

В 2022 году сценарий получения изменился. Куда именно обращаться за новой ЭП, зависит от того, кто получает подпись – первое лицо компании или работник организации.

Руководители организаций, ИП и частные нотариусы могут получить подписи ФНС – непосредственно в отделении инспекции или в офисе доверенного лица налоговой.

Работники, обслуживающая бухгалтерия, другие уполномоченные лица – все, кто подписывает документы компании – могут работать с прежними подписями и получать их по старым правилам в УЦ до 31 декабря 2022 года. Действовать такие подписи будут до 31 декабря 2022 года.

Также, было принято решение выдавать только один неэкспортируемый сертификат ЭП на руководителя. Сделано это для пресечения передачи сертификата руководителя организации третьим лицам.

Согласно поправкам в закон, с 2022 года, сотрудники организаций могут использовать личные электронные подписи, и подтверждать свои полномочия специализированной машиночитаемой доверенностью (МЧД). МЧД это новый тип документа, нюансы работы с которым до конца не ясны. Поэтому было решено отложить обязательное применение МЧД до 2023 года, так как бизнес оказался не готов к полному переходу на новый формат ЭП.

Список источников

1. Виды электронной подписи. – Текст: электронный // Контур: [сайт]. – URL: <https://ca.kontur.ru/articles/vidy-ehlektronnoj-podpisi-ecp> (Дата обращения 27.04.2022).

2. Электронная подпись. – Текст: электронный // Wikipedia: [сайт]. – URL: https://ca.kontur.ru/articles/20993-novye_pravila_raboty_s_ep_2022 (Дата обращения 24.04.2022).

3. Электронная подпись с 2022 года / Алина Маргутова. – Текст: электронный // Астрал: [сайт]. – URL: <https://astral.ru/articles/otchetnost/27528/> (Дата обращения 26.04.2022).

4. Электронная подпись с 2022 года: изменения. – Текст: электронный // Контур: [сайт]. – URL: https://ca.kontur.ru/articles/20993-novye_pravila_raboty_s_ep_2022 (Дата обращения 26.04.2022).

Статья поступила в редакцию 30.04.2022;
одобрена после рецензирования 13.05.2022;
принята к публикации 13.05.2022.

Научная статья
УДК 811.133.1

ОСОБЕННОСТИ ФРАНЦУЗСКОГО ЮМОРА

Дарья Эдуардовна Жилкина

Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия, solovi61550@gmail.com

Аннотация. В данной статье рассматривается французский юмор в различных проявлениях и аспектах. Целью данной статьи является изучение особенностей юмора, присущего французам. Также были проанализированы различные французские анекдоты и приведены наблюдения представителей англоязычной и франкоязычной культур. В конце был сделан вывод о многогранности французского юмора.

Ключевые слова: юмор, Франция, особенности юмора, страноведение, лингвострановедение, менталитет, особенности менталитета, юмористическая культура

Юмор – это практически что угодно, что способно вызвать у нас улыбку или смех. Чувство юмора у каждого конкретного человека свое, индивидуальное, субъективное: что смешно одному, другому покажется скучным или обидным. У каждой нации тоже есть особенности своего юмора, которые зачастую становятся частью стереотипов. В данной статье мы рассмотрим французский юмор и его особенности, в том числе через призму восприятия других культур. Поскольку в нашу эпоху межкультурные коммуникации – вещь обыденная и требующая постоянно изучения ввиду быстрого темпа развития общества, это исследование будет иметь определенную актуальность.

Если мы обратим внимание на особенности французского менталитета, то сразу же заметим невероятное чувство патриотизма и гордости по отношению к своей нации вкупе с дерзостью и чувством собственного достоинства. Из этой гордости также можно отметить вытекающее высокомерие по отношению к другим нациям, что особенно проявляется в любви к своему языку и демонстративному нежеланию говорить с иностранцами на иных языках, кроме французского [4]. Можно сделать вывод, что отражения всех этих черт мы обнаружим во французском юморе.

Если мы продолжим изучать страноведческие материалы, то обнаружим, что французы не высмеивают себя и тем более не позволяют другим этого, их юмор направлен на едкое и одновременно вежливое обсуждение недостатков других людей. Подчеркивается, что шутки эти не со зла, все происходит исключительно в правдивом ключе. Однако если объект шутки находится в компании, то ему дают возможность достойно ответить на все колкости и выпады [5].

Следовательно, опираясь на данную информацию, можно сказать, что во французском юморе можно встретить такой стилистический прием, как иронию. В литературном

энциклопедическом словаре В.М. Кожевникова ирония определяется как «стилистическое средство, которое выражает либо насмешку, либо лукавство» [2, с. 536]. Этот прием достаточно распространен во французских СМИ, позволяющих привлечь внимание к заголовку или какой-либо проблеме, что доказывается ведущимися исследованиями в данной области. Так, Ю.В. Винник в своей работе отметила следующее: «Ирония в современной политической коммуникации французской прессы реализуется на синтаксическом и лексическом уровнях языка... Также ирония в прессе реализуется за счет игры слов – стилистического приема, требующего от реципиента знания языка на хорошем уровне и наличие эрудированности. Сообразительный читатель сразу обратит внимание на данный прием и отреагирует на него смехом» [1, с. 40]. Также она выделяет еще одну функцию иронии во французских СМИ: «Неагрессивная функция иронии предполагает укрепление собственной позиции говорящего через использование юмора. Юмор в данном случае располагает к говорящему, поскольку он становится интересен аудитории благодаря чувству юмора, остроумию, характеризующим его как высоко интеллектуального политика... Если политику свойственна самоирония, то избирательская аудитория высоко оценит данное качество» [1, с. 40-41]. Согласно этим данным, подтверждается качество французов позволять насмехаться над собой, а также в правдивом ключе высмеивать свои недостатки. Также это доказывает еще большую важность юмора в жизни французов.

Следует отметить еще одну выразительную черту в юморе французов. Ему практически всегда присуща игра слов. Именно на каламбуре или остроумной реплике базируется вся суть шутки. Иногда важен даже не смысл высказывания, а сама великолепная острота слова. В качестве примера давайте ознакомимся с этим анекдотом [5]:

«Nous sommes fin décembre et le juge du tribunal correctionnel est de bonne humeur. Il demande au prisonnier :

- Quelles sont les faits qui vous sont reprochés ?*
- On me reproche d'avoir fait mes achats de Noël trop tôt!*
- Mais ce n'est pas un crime ça. Et comment ça, trop tôt !*
- Ben, avant que le magasin n'ouvre...»*

В переводе он будет звучать следующим образом:

«Конец декабря, и судья по уголовным делам находится в хорошем расположении духа. Он спрашивает заключенного:

- В чем Вас обвиняют?
- Меня обвиняют в том, что я сделал свои рождественские покупки слишком рано!
- Но это не преступление. И как это может быть слишком рано!
- Ну, до того, как магазин открылся...»

Здесь мы можем пронаблюдать сохранившуюся в переводе суть шутки, заключающуюся в игре с лексическим значением слова «*tôt*» («рано»). И подобных шуток с личностно-социальной подоплекой существует огромное множество. Существует также легенда о французском короле, который попросил одного из своих придворных представить короля в качестве объекта насмешки (остроты). Несмотря на затруднительное положение и угрозу неудачной шуткой впасть в немилость своему правителю, придворный нашел решение и сказал: «*Le roi n'est pas us sujet*» [3, с. 137]. Чтобы понять каламбур, следует обратить внимание на слово «*sujet*», которое в данном контексте может значить как объект, так и подданного. Соответственно, ответ можно перевести как «Король – это не подданный», так и «Король – это не объект (остроты)».

Существует мнение, что французы крайне логичны, и ко всему бездоказательному они склонны проявлять скептицизм. Следовательно, эта черта не могла не проявиться в шутках. Скептицизм рядового француза проявляется достаточно ярко во многих вещах. Данный анекдот тому доказательство:

«Мишель приходит на работу, раскрывает газету и читает в ней сообщение о своей смерти. Он тут же снимает трубку телефона, набирает номер и кричит жене:

– Нет, ты читала?! А жена в ответ:

– Конечно, читала. Но скажи лучше... откуда ты звонишь?» [3, с. 138].

Любопытно также взглянуть на забавные моменты во французском языке со стороны представителя англоязычной культуры. Например, учитель французского языка, Эрика Вимс (Erica Weems), в своем блоге поделилась наблюдениями касательно слов и выражений, которые у нее вызывают улыбку [6]. В большинстве своем, они ее забавляли написанием, способом или местом употребления или семантикой. Давайте рассмотрим некоторые из них:

1) *abracadabrantésque*

Это слово является прилагательным. Если мы обратимся к Интернет-ресурсу Larousse [9], который выполняет функции франкоязычного толкового словаря, то в качестве определения получим следующее: «*Qui suscite l'incrédulité par son caractère improbable ou incohérent*». То есть, данное слово означает нечто вызывающее недоверие ввиду своей невероятности или бессмысленности – нечто «абсурдное».

2) *vachement*

Во французском языке слово «*vache*» обозначает корову. Однако это наречие не имеет ничего общего с коровами. По смыслу это слово является усилителем. Например: «*Le TGV est vachement rapide!*» – «Этот скоростной поезд чертовски быстро ездит!»

3) Выражение «*l'esprit de l'escalier*»

Данную идиому невозможно перевести буквально «дух лестницы», не утратив ее лексический смысл. Единственная возможность передать значение – использовать объяснительный перевод «запоздалое придумывание подходящего остроумного ответа». Следует отметить, что в английском языке этот термин может обозначаться идентично французскому («staircase wit» или «escalator wit») [10] или аналогичным термином «afterwit» [7].

Теперь проанализируем, что говорит сам француз, сравнивая французский и американский юмор, отвечая на заданный ему вопрос в социальной сети Tumblr [8]. По порядку пронумеруем важные составляющие его ответа:

1) «The French often think American humour is stupid because of that, because it doesn't make you think about the joke. It has to be funny right away, while French prefer the jokes to make them brainstorm a bit.» («Французы часто считают, что именно из-за этого американский юмор глупый, потому что он не заставляет думать о своей сути. Шутка смешная сама по себе, в то время как французы предпочитают те шутки, где нужно немного пораскинуть мозгами.»);

2) «We're closer to British humour. However, we don't hesitate to be even harder, that's why we call French humour "Black humour". It means that for the Americans, we'd sound like huge racists, xenophobes or whatever...» («Наш юмор больше похож на английский. Впрочем, мы не стесняемся шутить еще жестче, поэтому французский юмор мы также называем "черным юмором". То есть, для того же американца мы будем звучать как полные расисты, ксенофобы или еще кто-то...»);

3) «To give you an example, we can laugh about everything anytime, just like British do. Consequently, on my dad's funerals, I made a joke to ease the atmosphere a bit. It was a sunny day and I said "What a wonderful sunny day! Dad needs it though, he's a little pale lately... He definitely could use some sunbathing."» («Например, мы можем смеяться над чем угодно и где угодно, прямо как англичане. Следовательно, я, будучи на похоронах своего отца, решил разрядить немного атмосферу. Погода была хорошая, солнечная, и я сказал: "Какой замечательный солнечный день! Папе как раз полезно, а то он в последнее время бледноват... Ему бы не помешало немного загореть."»).

Проанализировав эти выдержки из его размышлений, мы не только в лишний раз убедились в приведенных ранее доводах касательно менталитета французов и его выражения через шутки, но и смогли сделать новые выводы. Так, мы узнали, что английский (British) и американский (American) юмор – отнюдь не одно и то же. Затем мы выяснили, что в некоторых аспектах французский и английский юмор схож ввиду обилия сарказма и способности едко, но метко высказаться по поводу какой-либо ситуации. И, в конце концов, мы поняли, что для французов не существует границ, и их шутки могут задеть, обидеть или

озадачить не привыкшего человека. Отметим, что данный пользователь в самом конце добавил: «I'm honestly very shy about making some humour with Americans... the jokes I write are very funny in France, but Americans just don't get how it's supposed to be funny.» («Честно говоря, я стесняюсь шутить с американцами... шутки, которые я пишу, считаются очень смешными во Франции, но сами американцы попросту не понимают, почему над ними надо смеяться.») Следовательно, с проблемами межкультурного контакта сталкиваются даже сами французы.

Подводя итог всему вышесказанному, можно сделать вывод, что французский юмор очень разносторонен и многогранен, а также отражает многие аспекты французского менталитета и французской культуры. Через знакомство с французским юмором мы способны не столько познакомиться с культурой и менталитетом, сколько «подготовиться» к встрече с людьми из Франции, понять, какую реакцию от нас, русскоязычных людей, будут ждать и, самое главное, как предположительно отреагируют сами французы на нас. Таким образом, межкультурное общение с большей вероятностью пройдет удачно, и контакт между двумя мирами, русским и французским, наладится.

Список источников

1. Винник, Ю.В. Специфика иронии в политической коммуникации / Ю.В. Винник. – Текст : непосредственный // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2019. – №4. – С. 38-41.
2. Кожевников, В.М. Литературный энциклопедический словарь / В.М. Кожевников. – Москва: Советская энциклопедия, 1987. – 752 с. – Текст : непосредственный.
3. Сычев, А.А. Природа смеха или Философия комического / А.А. Сычев. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2003. – 176 с. – Текст : непосредственный.
4. Французы : французский менталитет. Что мы знаем о французах. – Текст: электронный // French world. – URL: <http://french-world.info/francuzskiy-mentalitet/> (Дата обращения: 31.03.2022)
5. Французский юмор. – Текст : электронный // Французский язык : онлайн-уроки. – URL: <https://french-online.ru/французский-юмор/> (Дата обращения: 31.03.2022)
6. 16 Funny French Words and Phrases that Will Make You Laugh. – Text: electronic // Glossika: online language courses. – URL: <https://ai.glossika.com/blog/funny-french-phrases> (Date of treatment: 09.04.2022)
7. Afterwit. – Text: electronic // Wiktionary: the free dictionary. – URL: <https://en.wiktionary.org/wiki/afterwit> (Date of treatment: 10.04.2022)

8. Awesome French. – Text: electronic // Tumblr. – URL: <https://awesomefrench.tumblr.com/post/28198030752/what-is-the-difference-between-french-humor-and> (date of treatment: 10.04.2022)

9. Définitions : abracadabrantésque. – Text: electronic. // Larousse.fr : encyclopédie et dictionnaires gratuits en ligne. – URL: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/abracadabrantésque/186143> (Date of treatment: 09.04.2022)

10. Zeitgeist & More: Words for Ideas Worth Thinking About. – Text: electronic. // Dictionary by Merriam-Webster. – URL: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/top-10-words-for-intriguing-concepts/zeitgeist> (Date of treatment: 10.04.2022)

Статья поступила в редакцию 05.05.2022;
одобрена после рецензирования 06.06.2022;
принята к публикации 08.06.2022.

Научная статья
УДК 004.932

ФОРМИРОВАНИЕ РАСТРОВЫХ ИЗОБРАЖЕНИЙ В ЭВМ

Александр Сергеевич Иванов, Елена Григорьевна Бабичева, Антон Николаевич Анисимов

Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия, twliexx1337@gmail.com

Аннотация. Визуализация является естественной, исходной основой развития человека, начиная с раннего детства. Поэтому пространственное воображение является элементом профессиональной деятельности не только в архитектуре, науке, но и в технике, банковском деле и бизнесе. Существует специальная область информатики, изучающая средства создания обработки изображений с помощью программно-аппаратных вычислительных комплексов, – компьютерная графика. В статье рассмотрено как формируется растровые изображения в программе Adobe Photoshop в различных цветовых пространствах RGB, LAB и CMYK.

Ключевые слова: растровое изображение, цветовая модель, графический редактор.

Прежде чем приступить к разбору растровых фотографий в Adobe Photoshop, рассмотрим один из основных элементов внешних компьютерных устройств «Монитор».

Монитор – это пользовательское устройство визуальной коммуникации, которое отображает данные, передаваемые от центрального процессора, клавиатуры или мыши. От него зависит, как мы будем воспринимать информацию графически. Для рассмотрения растрового фото будем использовать Adobe Photoshop.

Adobe Photoshop – это многофункциональный графический редактор, разработанный Adobe Systems для профессиональной обработки цифровых изображений. В отличие от большинства бесплатных программ, Adobe Photoshop имеет хорошо продуманный интерфейс на русском языке и богатый набор инструментов, позволяющих с высокой точностью редактировать любую фотографию. Поэтому нам и понадобится данный редактор. Мы будем разбирать изображение на цветовые пространства и посмотрим их различия.

Цветовое пространство – модель представления цвета, основанная на использовании цветовых координат. В цветовом пространстве любой цвет представлен точкой, имеющей свои определённые координаты.

Цветовое пространство – модель представления цвета, основанная на использовании цветовых координат. В цветовом пространстве любой цвет представлен точкой, имеющей свои определённые координаты.

Для разбора растрового изображения на его компоненты запустим программу Photoshop и откроем наше фото через функцию “Открыть как” (рис. 1).

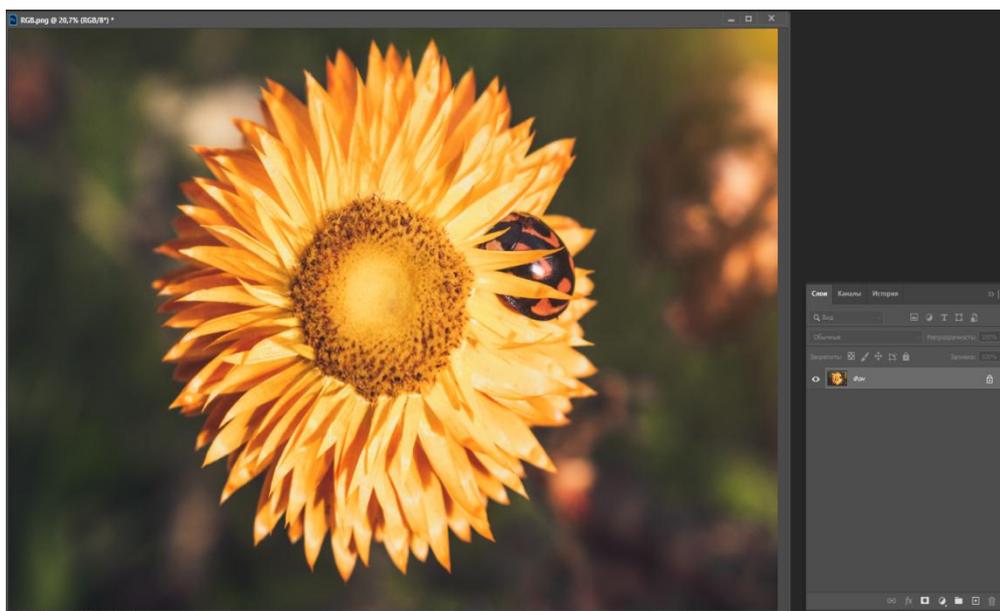


Рисунок 1 – Окно просмотра с фотографией

Чтобы приступить к разбору фотоснимка, поменяем цветовую модель с RGB на CMYK и LAB (рис. 2).

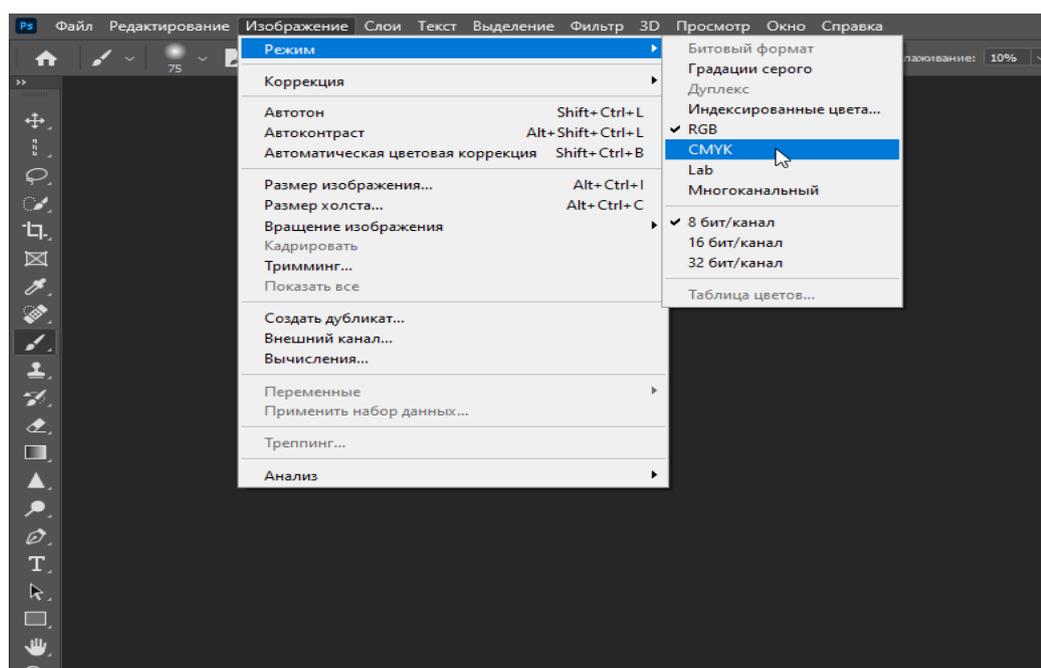


Рисунок 2 – Преобразование в другое цветовое пространство

Цветовая модель – математическое описание представления кортежей чисел в цветовой форме, называемых цветовыми компонентами или цветовыми координатами.

Цветовая модель задаёт соответствие между воспринимаемыми цветами, генерируемыми на устройствах вывода или хранящимися в памяти.

Теперь изучим фото, которые получились в новых вкладках, и подпишем каждую картинку, в соответствии с их цветовой моделью (рис. 3).



Рисунок 3 – Цветовые модели RGB, LAB и CMYK

Как видим на фотографии, первое отличие, которое можно заметить, это тон фотографии или насыщенность. В цветовой модели LAB цвета более насыщенные, чем в CMYK и RGB. С другой стороны, цвета в модели CMYK блеклые по сравнению с другими типами фотографий.

Теперь более подробно изучим цветовые модели, чтобы понять, от чего зависит цвет на фотографии, и почему он отличается.

RGB – это аддитивная цветовая модель, описывающая способ кодирования цветов для цветопередачи с использованием трех цветов, которые обычно называют основными цветами.

Выбор главных цветов обусловлен особенностями восприятия сетчаткой человеческого глаза.

Модель RGB является аддитивной, в ней цвета получаются путём добавления к чёрному цвету. При максимальном смешивании получаем белый цвет при полном отсутствии добавления красок – черный. Изображение в этой модели состоит из трех каналов (рис. 4).

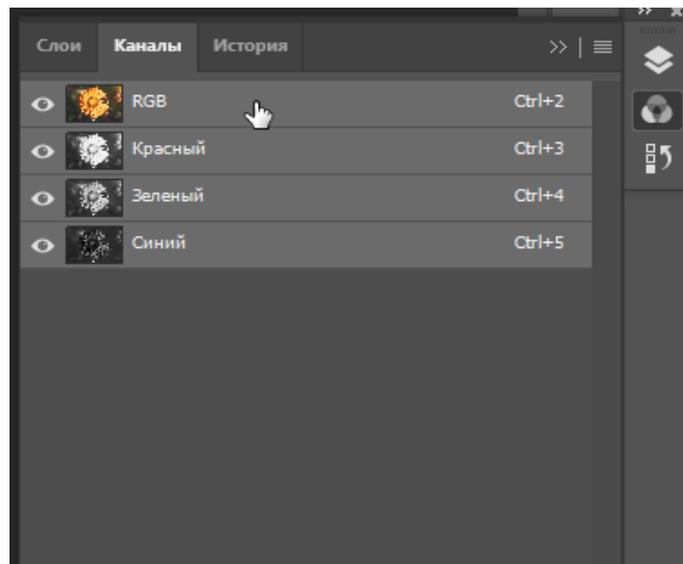


Рисунок 4 – Каналы RGB.

При смешении основных цветов, синего и зелёного – циановый (С, cyan), красного и синего, получается пурпурный (М, magenta), красного и зелёного – жёлтый (Y, yellow). При смешении всех основных цветов получается белый (рис. 5).



Рисунок 5 – Смешение разных каналов с получением пурпурного, жёлтого и цианового.

В цветовом пространстве Lab значение светлоты отделено от значения хроматической составляющей цвета (оттенок, насыщенность). Яркость задается координатой L (меняется от 0 до 100, от самого темного к самому светлому), хроматическая составляющая задается

двумя декартовыми координатами a и b . Первый указывает на расположение цвета в диапазоне от зеленого до пурпурного, второй – от желтого до синего (рис. 6).

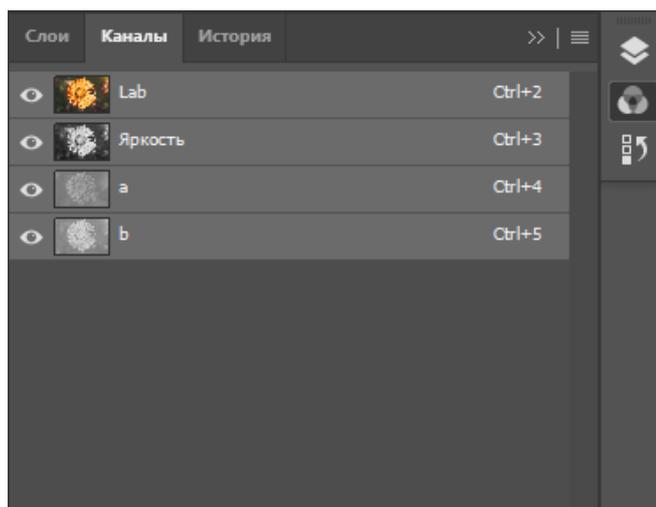


Рисунок 6 – Каналы LAB

В отличие от CMYK и RGB, которые представляют собой набор аппаратных данных для воспроизведения цвета на экране монитора или на бумаге, Lab прекрасно определяет цвет. Во многих случаях это позволяет ускорить обработку изображений, например, при подготовке к печати.

Благодаря характеру определения цвета в Lab появляется возможность отдельно воздействовать на яркость изображения и его контраст (рис. 7).



Рисунок 7 – Влияние на фотографию при изменении каналов

CMYK – Cyan, Magenta, Yellow, Key color – субтрактивная схема формирования цвета, используемая для стандартной триадной печати в полиграфии (рис. 8).

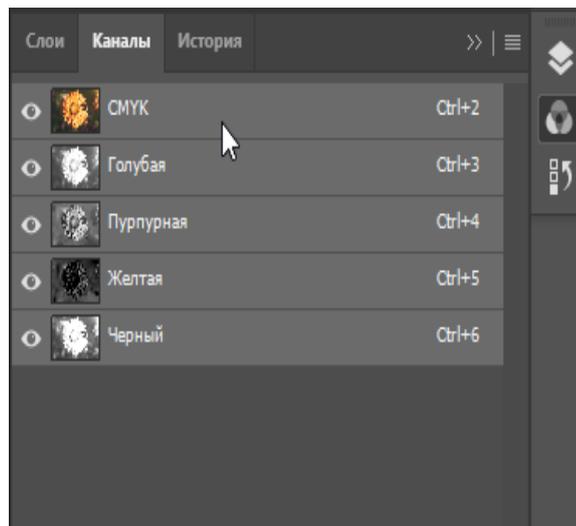


Рисунок 8 – Каналы СМУК

СМУК называется субтрактивной моделью, потому что бумага и другие печатные материалы представляют собой поверхности, отражающие свет. Удобнее рассчитывать, сколько света отражается от поверхности, а не сколько поглощается. Таким образом, если мы вычтем из белого три основных цвета, мы получим тройку дополнительных цветов СМУ.

Key Color (черный) используется в качестве замены для смешивания в равных пропорциях красок триады СМУ. Дело в том, что только в идеальном варианте смесей триады получается чистый черный цвет. На практике получится ближе к грязно-коричневому – в результате внешних условий. Ниже представлены фотографии с разным смешением каналов с исключением одного цвета (рис. 9).



Рисунок 9 – Влияние на фотографию при изменении каналов

Хотя разница между изображением в цветовых режимах RGB, LAB и CMYK на мониторе может быть незаметна, все фотографии отличаются друг от друга. При одинаковом размере файл изображения RGB меньше, чем CMYK и LAB, а в цветовом пространстве LAB можно отобразить больше цветов. Поэтому изображения, предназначенные для использования в Интернете, где требуется точная цветопередача, обычно создаются в режиме LAB и RGB. Когда требуется точное воспроизведение цвета изображения на бумаге, например в печатных принтерах, фото преобразуется в режим CMYK.

Список источников

1. Антропов, В.А. Растровые и векторные графические изображения / В.А. Антропова. – Текст: непосредственный // Информатика и образование. – 2006. – №5. – С. 46-78.
2. Белинов, С.В. Современные информационные технологии / С.В. Белинов, А.Г. Зайцев. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 729 с. – Текст: непосредственный
3. Каратыгин, С.Н. Базы данных в ЭВМ: простейшие средства обработки информации; системы управления базами данных / С.Н. Каратыгин. – М.: АБФ, 2013. – 239 с. – Текст: непосредственный
4. Компьютерная графика / Под ред. А.С. Летин, И.Э. Пашковский, О.С. Сетина. – М.: «Форум», 2007. – 212 с. – Текст: непосредственный
5. Симонович, П.В. Специальная информатика: учебное пособие / М.В. Симонович. – М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2007. – 485 с. – Текст: непосредственный
6. Шафрин, Ю.К. Основы компьютерной технологии / Ю.К. Шафрин. – М.: АБФ, 2005. – 523 с. – Текст: непосредственный

Статья поступила в редакцию 28.04.2022;
одобрена после рецензирования 16.05.2022;
принята к публикации 16.05.2022.

Научная статья
УДК 004

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ ЕГО БАНКРОТСТВА

Марина Юрьевна Ким¹, Людмила Николаевна Амосова²

^{1,2}Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия

¹marrka112@mail.ru

²amosln@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается анализ финансового состояния компании ООО «Системы безопасности» и предлагается ряд мероприятий для предотвращения ее банкротства.

Ключевые слова: финансовое состояние, финансовый анализ, платежеспособность, ликвидность, рентабельность, банкротство, пассивы, активы

Современные тенденции развития систем управления финансовой деятельностью в значительной степени актуализируют вопросы совершенствования техники и методологии анализа финансового состояния в целях минимизации финансовых рисков, своевременного предупреждения угроз банкротства и обеспечения стабильности оптимальной структуры капитала. Следует подробно рассмотреть различные аспекты данной актуализации в практической деятельности предприятий.

Объектом исследования является финансовое состояние предприятия.

Предметом исследования является процесс предотвращения банкротства предприятия.

Целью работы является разработка путей предотвращения банкротства предприятия.

Цель требует постановки определенных задач. Данные задачи включают в себя:

- изучение основных методик анализа финансового состояния предприятия;
- анализ роли финансового анализа в выборе направлений обеспечения предотвращения банкротства;
- разработка путей предотвращения банкротства предприятия.

Финансовый анализ является важнейшей составляющей подсистемы аналитической деятельности в составе функции управленческого контроля. Объектами финансового анализа являются элементы финансовых ресурсов и капитала, а также главные процессы финансовой деятельности, формирующие суть финансовой политики и обеспечивающие определенное «финансовое состояние». Элементы финансовых ресурсов рассматриваются в совокупности всех типов источников финансирования и всех видах элементов имущества. К основным источникам информации для финансового анализа относятся следующие формы

бухгалтерской отчетности: бухгалтерский баланс организаций, отчет о финансовых результатах, отчет об изменениях капитала, а также отчет о движении денежных средств организации. Факторный анализ в системе финансово-экономического анализа играет особое место, поскольку на его основе можно получить основные данные о положительном и отрицательном воздействии факторов. Его специфика определяет то, что само проведение анализа в целом является весьма трудоемким процессом, что требует особых профессиональных навыков, аналитических способностей и временных затрат. Далее будет проведен анализ финансового состояния на примере выбранного объекта исследования.

ООО «Системы безопасности» является молодой и успешно развивающейся компанией, действующей на рынке продаж систем безопасности г. Комсомольск-на-Амуре. Компания специализируется на выполнении проектов интегрированных комплексов безопасности, систем телекоммуникаций и жизнеобеспечения зданий, в том числе: охранной сигнализации; охранного и технологического телевидения; управления доступом; пожарной сигнализации; систем оповещения; компьютерных сетей; автоматики зданий; поставке оборудования, а также их обслуживанием.

Анализ основных параметров функционирования и развития компании позволяет говорить о невысокой эффективности использования ресурсов, т.к. функционирование на активно развивающемся рынке и рост рыночной доли сопровождаются снижением показателей доходов, прибыли и производительности труда, что оценивается отрицательно.

Таблица 1 – Анализ ликвидности баланса, тыс. руб.

Актив	2019	2020	2021	Пассив	2019	2020	2021	Платежный излишек или недостаток, (+,-)		
								2018	2019	2020
A1	1237	560	311	П1	5321	18500	21596	-4084	-17940	-21285
A2	2657	3201	1620	П2	0	0	0	2657	3201	1620
A3	3192	4749	4763	П3	1500	1500	1500	1692	3249	3263
A4	34296	37830	41872	П4	34561	26340	25470	-265	11490	16402
Валюта баланса	41382	46340	48566	Валюта баланса	41382	46340	48566	-	-	-

Таблица 2 – Показатели-индикаторы платежеспособности

Показатель	Нормативное значение	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Отклонение, (+,-)	
					2020 г. к 2019 г.	2021 г. к 2020 г.
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	>0,2	0,037	-1,35	-2,45	-1,387	-1,100
Коэффициент обеспеченности запасов собственными средствами	0,8 – 1,0	0,089	-2,467	-3,486	-2,556	-1,019
Коэффициент покрытия	2,0 – 2,5	1,332	0,46	0,31	-0,872	-0,150
Коэффициент быстрой ликвидности	0,8 – 1,0	0,732	0,203	0,089	-0,529	-0,114
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,2	0,232	0,03	0,014	-0,202	-0,016

За весь период исследования в динамике показателей платежеспособности и ликвидности обнаруживаются тенденции снижения, чему следует дать отрицательную оценку. Все рассматриваемые показатели не соответствуют рекомендуемым финансовым нормативам, что позволяет сделать вывод о низком уровне платежеспособности.

Таблица 3 – Динамика рентабельности собственных средств

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Отклонения, (+,-)	
				2020 г. к 2019 г.	2021 г. к 2020 г.
Чистая прибыль, тыс. руб.	3583	3168	2894	-415	-274
Среднегодовая стоимость активов, тыс. руб.	41386	43861	47453	2475	3592
Среднегодовая стоимость внеоборотных активов, тыс. руб.	34076	36063	39851	1987	3788
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	28681	32069	35560	3388	3491
Среднегодовая стоимость текущих активов, тыс. руб.	7310	7798	7602	488	-196
Рентабельность активов, %	8,66	7,22	6,09	-1,44	-1,13
Рентабельность внеоборотного капитала, %	10,51	8,78	7,26	-1,73	-1,52
Рентабельность основных средств, тыс. руб.	12,49	9,88	8,13	-2,61	-1,75
Рентабельность текущих активов, тыс. руб.	49,01	40,63	38,07	-8,38	-2,56

Далее обратим внимание на постепенное ежегодное снижение всех показателей рентабельности имущества и его составных элементов. Это является следствием снижения размера чистой прибыли. Расчеты позволяют обнаружить замедление оборачиваемости активов и его составных элементов, что следует отнести к негативным фактам финансово-хозяйственной деятельности.

Таким образом, можно сделать вывод о недостаточно устойчивом финансовом состоянии ООО «Системы безопасности». Анализ различных аспектов, отражающие его уровень позволяет говорить о том, что в настоящее время у компании сформировались две главные области финансовых проблем. Одна область связана с недостатком в области оптимального финансирования деятельности, а именно затрат и структурных элементов реального капитала. Другая область затрат связана со снижением рентабельности деятельности, которое в свою очередь возникло в результате весьма активного роста доли затрат. На текущем этапе времени необходима антикризисная программа, основной целью которой является оптимизация структуры капитала. Как было выявлено в результате произведенных расчетов, сформировавшийся недостаточный уровень платежеспособности

подрывает общую устойчивость. Затем произведем обоснование, диагностику проблем и разработку программы укрепления финансового состояния исследуемой компании.

Для того, чтобы разработать максимально эффективную программу мероприятий по укреплению финансового состояния, необходимо составить декомпозицию ключевых проблем компании в целом, которые приводят к проблеме нерациональной структуры средств и проблеме высокой доли затрат.

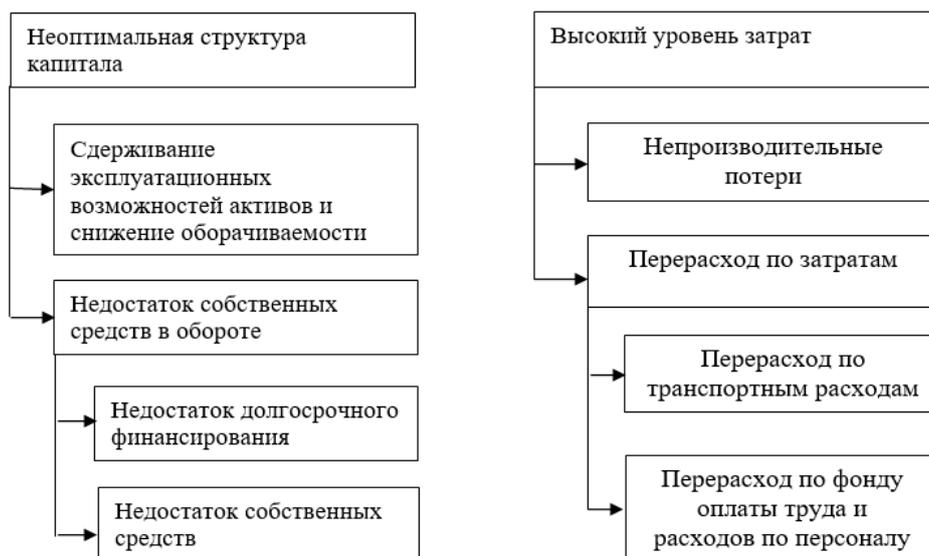


Рисунок 1 – Динамика оборачиваемости запасов и дебиторской задолженности ООО «Системы безопасности»

Рассмотрим рисунок 1. Как видно, достижение цели оптимальной структуры капитала возможно при решении проблемы снижения удельного веса затрат в структуре доходов компании. Проблема высокого уровня затрат имеет прямое влияние на недостаточный уровень собственных средств, т.к. их величина не прирастает в необходимой интенсивности за счет собственной прибыли компании.

Задачи антикризисной программы укрепления финансового состояния:

Первая задача – ликвидировать недостаток оборотных средств за счет увеличения стоимости собственного капитала.

Вторая задача – расширить границы эксплуатационных возможностей активов.

Третья задача – ликвидировать возникшие непроизводительные потери, которые сложились в результате неоптимальной работы склада.

Четвертая задача – ликвидировать перерасход по фонду оплаты труда.

Рассмотрим первое мероприятие. Сутью мероприятия является повышение уровня автоматизации складских работ, организация новой систематизации складирования товарных

запасов, узлов, полуфабрикатов. Цель мероприятия – снижение затрат по фонду оплаты труда в части выплат работникам складского производства.

Второе мероприятие касается ликвидации непроизводительных потерь в условиях нарушений оптимального режима температуры и влажности. Причиной возникновения дефектов явилось нарушение температурного режима и режима влажности на складах. Для указанных материальных ценностей необходим более точный контроль за внешними условиями хранения и содержания. Ликвидировать непроизводительные потери можно благодаря покупке складских боксов на подставках с автоматическим и ручным регуляторами влажности, воздухообмена и температурного режима.

Третье мероприятие по снижению затрат предприятия – сокращение затрат по ремонту охлаждающих, вентиляционных и воздухообогащающих систем. Одной из причин возникающего перерасхода по затратам является рост расходов по ремонту логистического оборудования. Для избегания в будущем поломок установок, необходимо произвести закупку четырех систем бесперебойного электропитания.

В результате внедрения мероприятий возникает не только сокращение непроизводительных потерь, но и происходит снижение затрат на упаковку.

Таблица 4 – Сводный подсчет резервов роста прибыли, тыс. руб.

Наименование резерва	Сумма
1. Сокращение затрат на оплату труда работников на основе реорганизации деятельности склада	1417,3
2. Сокращение непроизводительных затрат (прямых финансовых потерь)	2400,0
3. Снижение расходов на упаковку и подсортировку продукции	112,4
4. Сокращение затрат по ремонту основных средств торговой деятельности	34,4
Итого	3964,1

Как видно, предлагаемые мероприятия по сокращению затрат обеспечивают экономию на сумму 3964,1 тыс. руб. На рисунке 2 представлен совокупный эффект в виде прироста прибыли с учетом предполагаемых проектов консультирования.



Рисунок 2 – Экономический эффект по программе укрепления финансового состояния, тыс. руб.

В заключение следует сказать о необходимости совершенствования участка аналитических работ в отношении проведения анализа финансового состояния за счет возможной автоматизации аналитических процедур. Это предполагает расширение поля автоматизированных программ финансового анализа, в составе которых особое место занимают факторные модели оценки различных аспектов финансового состояния.

Для рассматриваемой компании ООО «Системы безопасности» рекомендуется два ключевых направления антикризисной программы. Первое направление связано с повышением доходности и прибыли за счет внедрения на рынок проектов управленческого консультирования и обучения по вопросам систем безопасности. Для компании в данном случае обеспечивается прирост прибыли от продаж на сумму 1094,4 тыс. руб. Второе направление связано исключительно с мероприятиями, обеспечивающими экономию затрат по текущей деятельности. Для второго направления разработаны три мероприятия, которые в общей сумме обеспечивают сокращение затрат на производство и реализацию продукции на сумму 3964,1 тыс. руб. Положительный эффект указывает на целесообразность и необходимость скорейшего внедрения мероприятий в практическую деятельность ООО «Системы безопасности».

Список источников

1. Методологические рекомендации по проведению анализа финансово-хозяйственной деятельности организаций (утв. Госкомстатом России 28.11.2002). – Текст: электронный // КонсультантПлюс: сайт. – URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=142116&dst=100001#bU5Ny0SAO7nSmbnt>

2. Алексунин, И.Л. Финансовая безопасность, рыночная стоимость капитала и финансовая устойчивость: взаимосвязь и оценка / И.Л. Алексунин. – Текст: непосредственный // Финансовый менеджмент. – 2018. – № 11. – С. 20-28.

3. Балина, Т.И. Основы финансового менеджмента / Т.И. Балина. – М.: Финансы и статистика, 2018. – 561 с. – Текст: непосредственный

4. Бескровный, Ю.А. Процедуры банкротства предприятия и методов диагностики вероятности банкротства предприятий / Ю.А. Бескровный, А.Ф. Баташова. – Текст: непосредственный // Научные достижения: теория, методология, практика. Сборник научных трудов по материалам V Международной научно-практической конференции и (г.-к. Анапа, 28 февраля 2019 г.). – Анапа: ООО «НИЦ ЭСП» в ЮФО (Научно-исследовательский центр «Иннова»), 2019. – С. 5-8.

Статья поступила в редакцию 30.05.2022;
одобрена после рецензирования 08.06.2022;
принята к публикации 08.06.2022.

Научная статья
УДК 338.485

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИЗМА В ХАБАРОВСКОМ КРАЕ

Нина Владимировна Краснокутская

Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия, ninaflame@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается современное состояние туристической отрасли края. Прослеживается динамика основных показателей туристической отрасли за последние десять лет. Дается анализ основных показателей туризма. Рассматривается влияние пандемии коронавирусной инфекции на туризм в крае.

Ключевые слова: туристическая отрасль, внутренний туризм, въездной туризм, риски туристической отрасли

Хабаровский край является одним из крупнейших регионов Российской Федерации, занимая четвертое место по площади территории. Площадь края составляет 788,6 тыс. км². Особенности географического положения, историко-экономического освоения, богатейший природный и культурно-исторический потенциалы позволяют говорить о Хабаровском крае как туристическом центре Дальнего Востока России.

Туризм – это одна из важнейших сфер деятельности современной экономики, нацеленная на удовлетворение потребностей людей в отдыхе, рекреации и повышение качества жизни населения. Туризм относится к несырьевой сфере – сфере услуг, и имеет большое значение для социально-экономического развития субъектов Российской Федерации.

Туризм стимулирует рост экономики, развитие малого и среднего бизнеса, занятость и самозанятость населения, сглаживание диспропорций территориального развития, повышение качества жизни населения, увеличение объемов экспорта, увеличение налоговых поступлений в бюджеты всех уровней. По мнению отечественных и зарубежных учёных, туризм является третьей по доходности отраслью народного хозяйства.

Преобразование среды проживания населения, в том числе за счет развития инфраструктуры туризма и отдыха, приобретает особую актуальность в условиях сокращающейся численности населения края.

Выгодное географическое и геополитическое положение края, наличие развитой транспортной инфраструктуры, непосредственная близость государственной границы позволяют активно развивать многие виды туризма. Особое значение для края приобретает круизный, этнографический, приключенческий (охота, рыбалка, сплавы по горным рекам), событийный, научный и деловой туризм, а также обслуживание потока зарубежных гостей,

въезжающих в Хабаровский край и следующих транзитом в европейскую часть РФ и регионы Дальнего Востока. Основными странами-поставщиками туристов в край являются: КНР, Япония и Республика Корея.

«Туризм – это один из драйверов социально-экономического будущего региона. Таких природных данных и артефактов, самобытной культуры и гостеприимства, как в Хабаровском крае, нет нигде» [2].

Основными составляющими эффективного развития туризма являются выгодное географическое положение, природный и культурно-исторический потенциалы, стабильная экономическая ситуация, сформированная система туристской и транспортной инфраструктур.

Хабаровский край расположен в центре Дальнего Востока, на востоке омывается Охотским и Японским морями. На территории края развиты все виды транспорта (железнодорожный, воздушный, автомобильный, морской и речной), связывающие его с другими регионами России и с зарубежными странами.

Туризму отводится важнейшая роль в обеспечении опережающего развития Хабаровского края. Он вошёл в пятёрку приоритетных (флагманских) направлений развития Хабаровского края на период до 2026 года и на перспективу до 2030 года – «Край притяжения. Туризм в удовольствие» [1]. В настоящее время туризм является одним из перспективных и динамично развивающихся секторов экономики Хабаровского края, нацеленным на формирование комфортной среды проживания и закрепление на этой основе населения в регионе.

Проведение государственной политики в сфере туризма осуществляется в крае в рамках отраслевой программы развития внутреннего и въездного туризма, принятой в 2012 году [3]. В 2021 году потребителям предлагалось около 100 маршрутов по территории края различной туристской направленности, среди которых преобладали: культурно-познавательный, деловой, эколого-этнографический, детский, активный, горнолыжный туризм и рекреационная рыбалка.

В 2020 году в крае было зарегистрировано 237 предприятий, осуществляющих туристическую деятельность, 71 из которых являются туроператорами. За период с 2012 по 2020 годы количество туристических предприятий снизилось на 7,1%, а количество туроператоров сократилось практически в два раза (рис. 1). Резкое снижение количества туроператоров в 2020 году связано с принятием мер по недопущению распространения новой коронавирусной инфекции (закрытие государственных границ, ограничения по размещению и питанию туристов, запрет на посещение объектов туристского показа

группами школьников и прочее). В результате многие предприятия отрасли оказались в крайне сложной экономической ситуации, которая носила общероссийский характер.

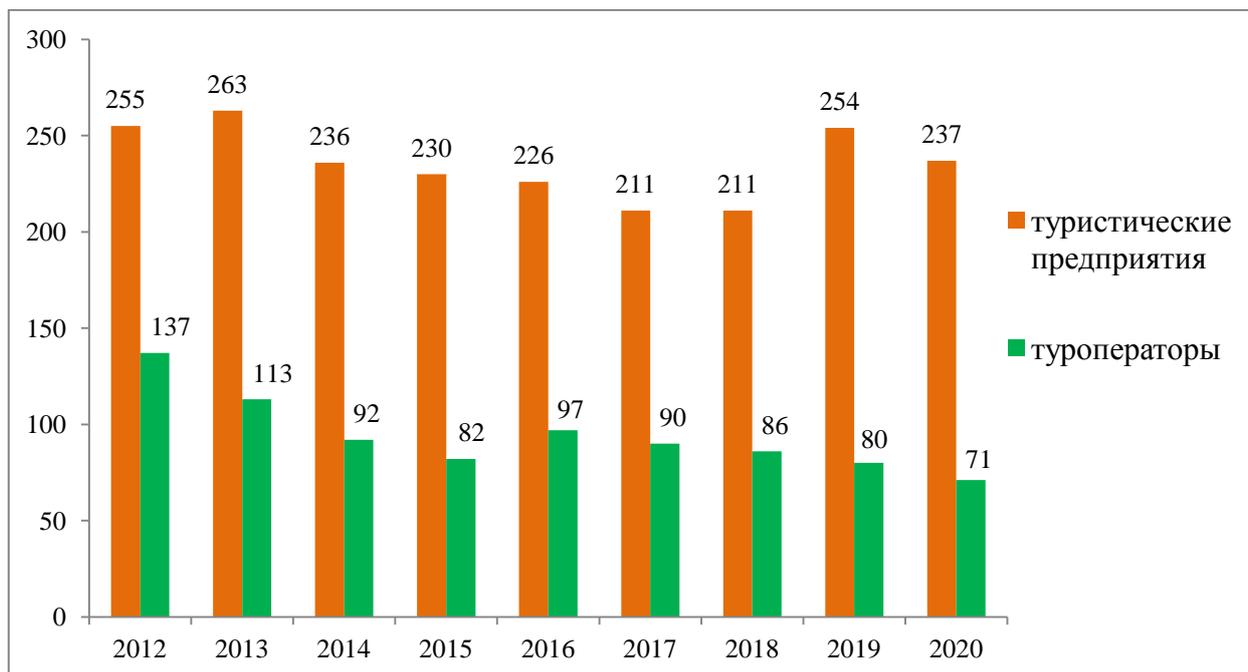


Рисунок 1 – Количество туристических предприятий и туроператоров, действующих на территории края, единиц [4]

Общее число работающих в туристических организациях неуклонно росло с 2012 года и достигло максимума 6100 человек в 2016 году. В 2020 году по отношению к 2019 году произошло сокращение числа работающих в отрасли на 18% (рис. 2). По итогам 2021 года на

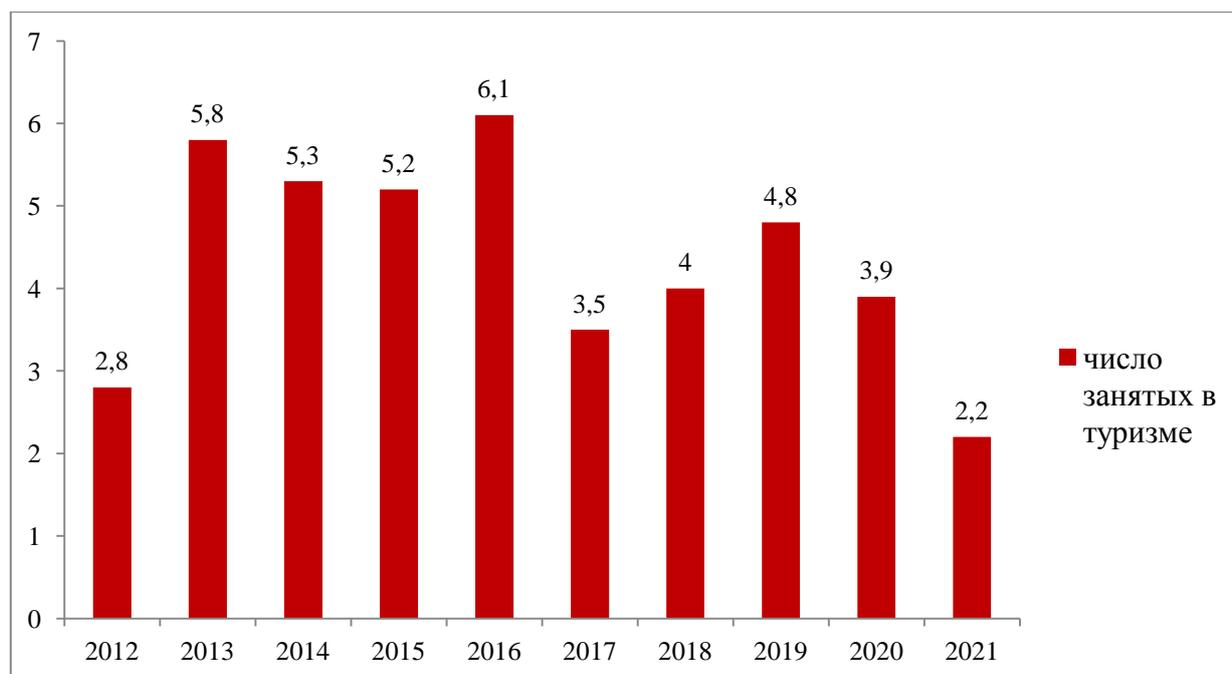


Рисунок 2 – Число занятых в туризме, тыс. человек [4]

рынке туристических и гостиничных услуг было занято 2,2 тыс. человек. Это более чем в 1,7 раз меньше по сравнению с 2020 годом. Таким образом, ограничения, связанные с пандемией коронавирусной инфекции сильно ударили по туристической отрасли. Произошло резкое сокращение и числа туроператоров, и числа работающих в туристической отрасли.

Общий объём платных туристических услуг, оказанных в крае, показан на рисунке 3.

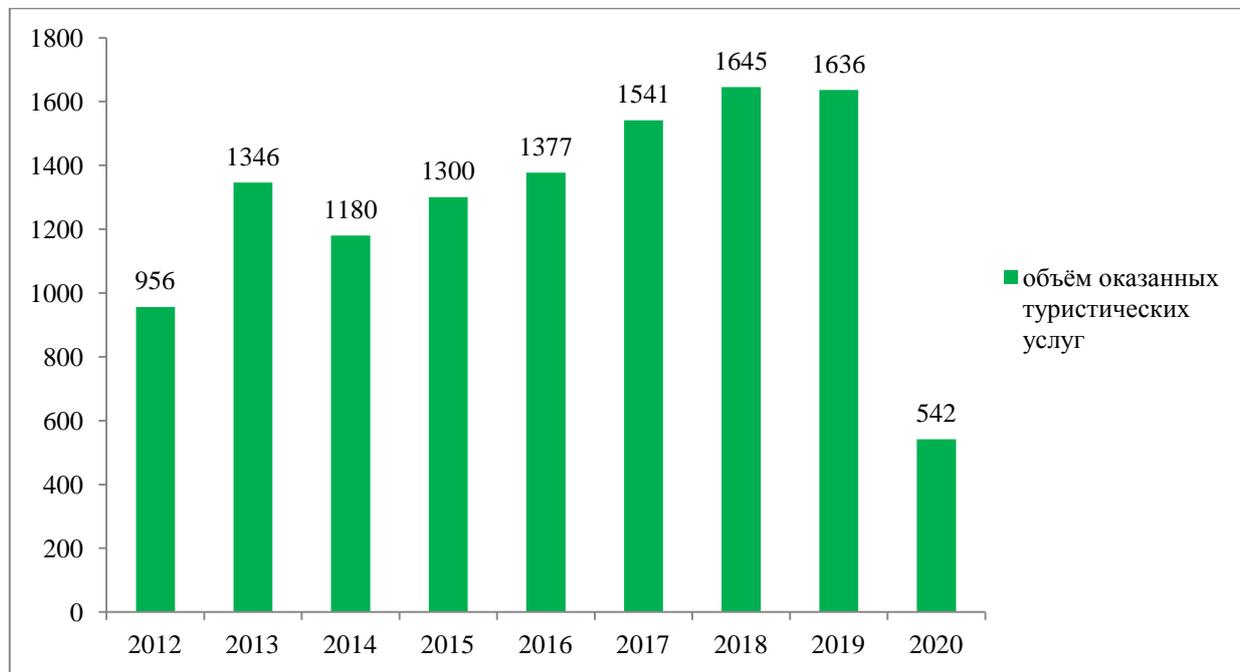


Рисунок 3 – Объём оказанных туристических услуг, млн. рублей [4]

До 2018 года туристическая отрасль края активно развивалась, о чём свидетельствует неуклонный рост объёмов оказанных услуг почти в 2 раза по отношению к 2012 году. В 2020 году отрасль претерпела катастрофический спад. Объём туристических услуг сократился в три раза по отношению к 2019 году и составил всего 542,4 млн. рублей.

Въездной туризм с экономической точки зрения является наиболее выгодным для любого региона. В принимающем регионе развивается инфраструктура, материально-техническая база, что в свою очередь, стимулирует развитие малого бизнеса, привлечение инвестиций и создание обслуживающих отраслей (отели, рестораны, кафе, логистика, аэропорты и др.). Район становится привлекательным для инвесторов. Туристы платят налоги как косвенные, так и прямые, при этом растёт доход региона. Растущий туристический рынок создаёт новые рабочие места, уровень безработицы снижается, что ведёт к улучшению социально-экономической ситуации в регионе, закреплению населения.

В крае активно развивался въездной иностранный туризм (рис. 4). Количество иностранных туристов, въехавших в край в 2019 году, составил 75 тыс. человек. По сравнению с 2012 годом число иностранных туристов въехавших в край увеличилось более

чем в 4 раза. В пандемийном 2020 году из-за введенных ограничений произошло сокращение в 11,7 раз по отношению к 2019 году количества иностранных туристов, посетивших край. Регион посетило только 6,4 тыс. человек. В 2021 году ситуация с иностранным туризмом не улучшилась. По сравнению с 2020 годом число иностранных туристов сократилось на 43,4%, а по сравнению с 2019 годом сокращение произошло на 95,2%. В 2022 году с учетом продолжающейся пандемии коронавирусной инфекции, с закрытием границ и с современной политической обстановкой увеличения числа иностранных туристов не произойдет.

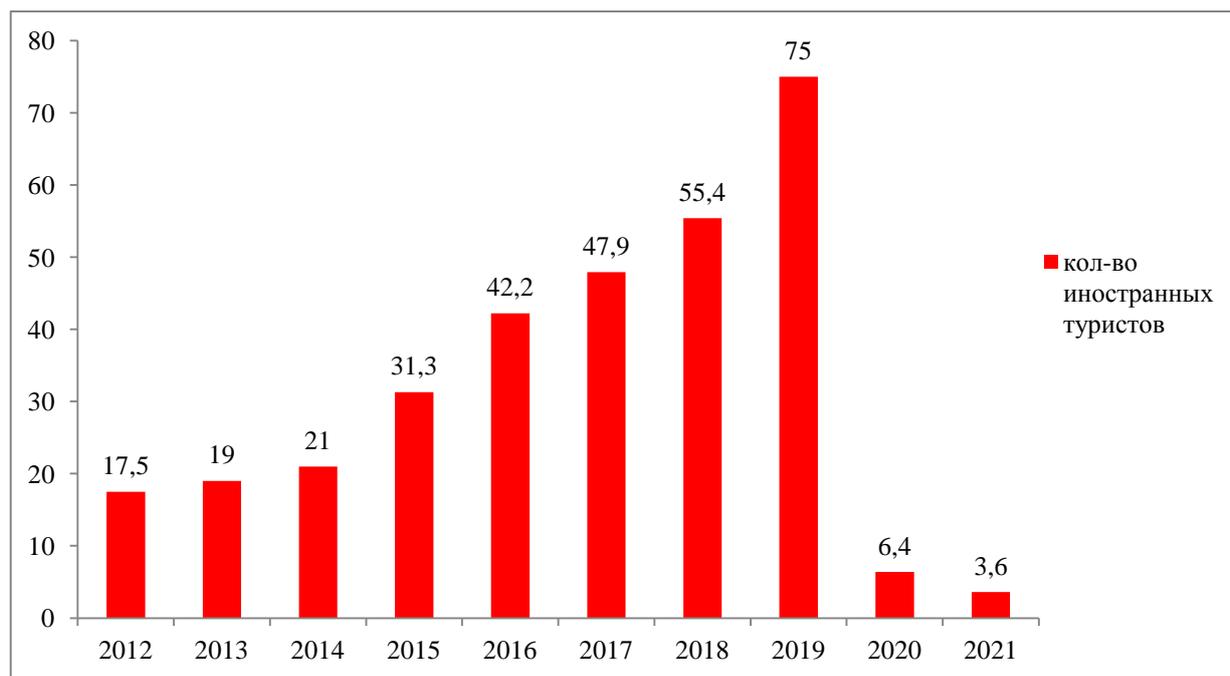


Рисунок 4 – Количество иностранных туристов, въехавших на территорию края, тыс. человек [4]

В наш край приезжают граждане из 94 стран мира, но основной поток туристов (более 80%) приходится на Китайскую Народную Республику, Республику Корея и Японию. Иностранцев привлекают научно-познавательные, этнографические, экологические и событийные туры.

В крае активно развивается и внутренний туристический поток, т.е. въезд туристов из других регионов страны (рис. 5). За восемь лет 2012-2019 годы въезд российских туристов на территорию края увеличился более чем на 30%. В 2019 году наш край посетило 571 тыс. российских туристов. За пандемийный год произошло сокращение внутреннего туристического потока более чем на 25%. В 2020 году в край приехало только 426,1 тыс. человек. В настоящее время туроператоры края развернулись на развитие внутреннего туризма. В результате этого в 2021 году произошел рост внутреннего туризма на 0,9% по сравнению с 2020 годом, но, тем не менее, показателей допандемийного года не достигнуто.

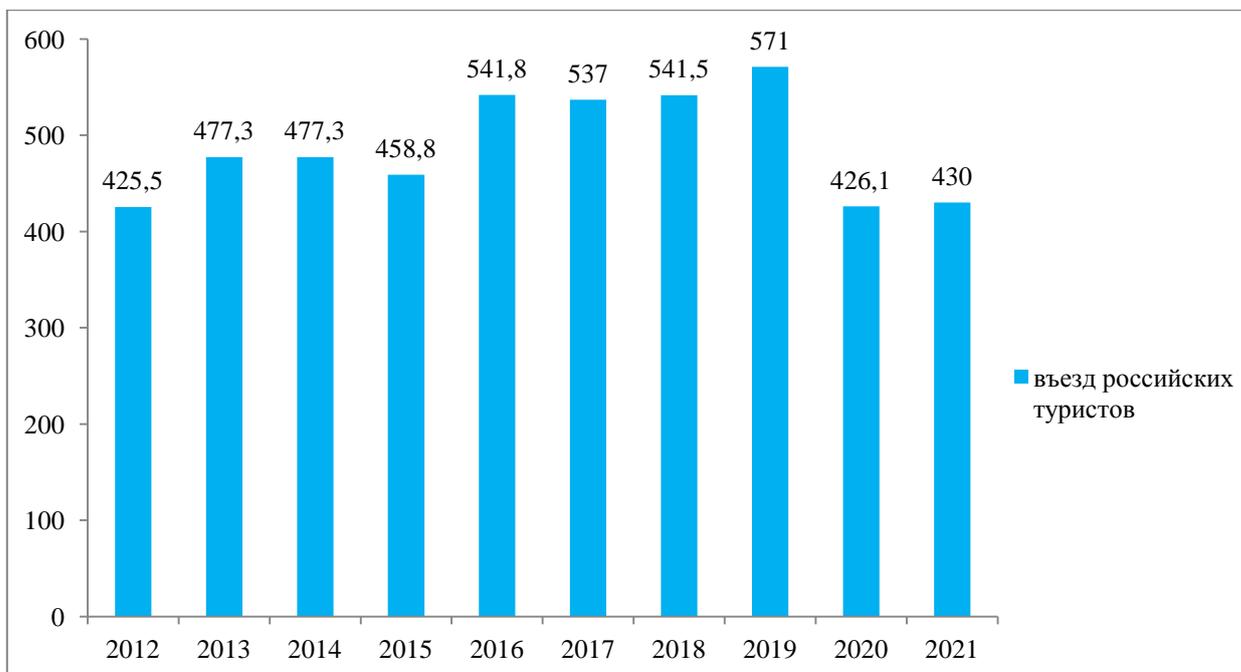


Рисунок 5 – Внутренний туристический поток (въезд российских туристов на территорию края), тыс. человек [4]

Туризм является важнейшей доходной статьёй бюджета всех уровней. Рост туристического потока, увеличение объёмов туристических услуг дают значительные финансовые поступления в краевой бюджет.

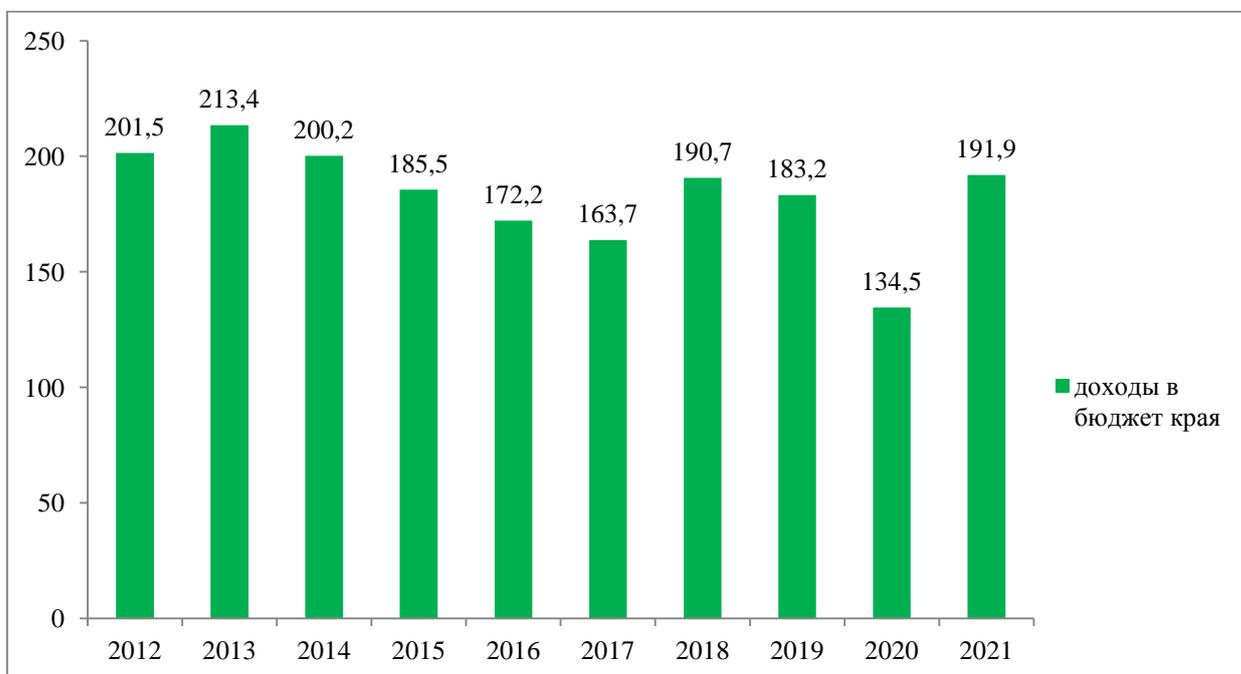


Рисунок 6 – Доходы в бюджет Хабаровского края от организаций туристического сектора, млн. рублей [4]

Ежегодно туристическая отрасль отчисляет в краевой бюджет порядка 160-210 млн. рублей. В 2020 году в связи со спадом туристической деятельности доходы в бюджет края снизились более чем на 25% и составили всего 134,5 млн. рублей (рис. 6). В 2021 году темпы роста налоговых поступлений в бюджет края от организаций, отнесённых к виду экономической деятельности «Туризм», составил 130,7%.

Доля туризма в ВРП (валовой региональный продукт) Хабаровского края невелика 0,6-0,5%. С учётом смежных отраслей доля туризма увеличивалась до 6,0-6,7%. В 2020 году доля туризма в ВРП упала до 0,1%.

В 2021 году Хабаровский край занял 42 место (в 2019 году – 37 место) в национальном туристическом рейтинге (проводится журналом "Отдых в России") и третье место среди 11 субъектов Российской Федерации, входящих в состав Дальневосточного федерального округа.

Таким образом, Хабаровский край обладает огромным туристским потенциалом, использование которого позволит удовлетворить потребность в отдыхе населения, как самого края, так и других территорий Дальнего Востока и России. Туризм может стать высокодоходной статьёй бюджета, в связи с чем, в крае создаётся туристско-рекреационный комплекс как один из перспективных секторов развития экономики края. В результате пандемии наиболее сильно пострадала туристическая отрасль. Результатом «локдауна» стало резкое падение основных показателей туристской деятельности в регионе, динамика которых до настоящего времени продолжает оставаться в зоне отрицательных значений.

Список источников

1. О направлениях и задачах развития Хабаровского края на период до 2026 года и на перспективу до 2030 года. Правительство Хабаровского края. Распоряжение № 1215-рп от 8 декабря 2021г. – Текст: электронный // Официальный сайт Правительства Хабаровского края. – URL: <https://khabkrai.ru/?menu=getfile&id=111423&view=1>

2. Перезагрузка туристической отрасли вошла в число флагманских инициатив Стратегии развития края на 2022-2026 годы. 09 декабря 2021 г. – Текст: электронный // Официальный сайт Правительства Хабаровского края. – URL: <https://www.khabkrai.ru/events/news/187592>

3. Программа развития внутреннего и въездного туризма в Хабаровском крае. – Текст: электронный // Хабаровский край. Территория открытий: сайт. – URL: <http://travel.khv.ru/pages/14>

4. Цифры и факты. Итоги 2012-2021. – Текст: электронный // Хабаровский край. Территория открытий: сайт. – URL: <http://www.travel.khv.ru/sections/11>

Статья поступила в редакцию 30.04.2022;
одобрена после рецензирования 12.05.2022;
принята к публикации 08.06.2022.

Научная статья
УДК 613.88

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ И ОТНОШЕНИЕ К ПОЛОВОМУ ПРОСВЕЩЕНИЮ БУДУЩИХ ПЕДАГОГОВ

Яна Евгеньевна Лазовская

Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, Комсомольск-на-Амуре, Lazovskaya-Yana@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена исследованию, направленному на выявление представлений и отношение к половому просвещению будущих педагогов. Исследование проводилось на базе ФГБОУ ВО «АмГПУ», испытуемые – 18-24 лет, студенты 1-3 курсов, всего приняло участие в исследовании 42 человека. Результаты исследования говорят о том, что у студентов преимущественно положительное отношение к половому просвещению. Представления будущих педагогов о половом просвещении на осознаваемом уровне сфокусированы на здоровье подростков, профилактике заболеваний и борьбе с ними, а на слабо осознаваемом уровне не связаны со здоровьем.

Ключевые слова: половое просвещение, половое воспитание, программы полового воспитания, подростки, студенты, будущие педагоги, отношение, представления

С давних времен проблемы полового воспитания относились к числу наименее изученных в связи со свойственной нашему обществу традицией табуировать обсуждение вопросов, связанных с половой жизнью.

В настоящее время снижается возраст полового созревания подростков (13 – 15 лет), что приводит к росту добрачных сексуальных отношений. Сегодняшние 16-17-летние в смысле полового поведения мало отличаются от 19-20-летних юношей и девушек, живших в 60-е годы прошлого века. В наши дни сексуальная зрелость наступает на 2-3 года раньше, а эмоциональное созревание отстает от физиологического. Чтобы помочь молодежи сформировать здоровое отношение к вопросам пола, создаются программы полового просвещения для учащихся подросткового возраста.

Теоретический анализ статей о половом просвещении [1-4] позволяет сделать вывод, что главная цель сексуального просвещения подростков – сохранение репродуктивного здоровья и достижения равновесия свободы и ответственности в сексуальном поведении. По мере взросления ребенок должен последовательно получать информацию из области сексологии, в которой не следует ограничиваться только физиологической и медицинской стороной вопроса. На этапе романтических отношений сексуальная активность подростков возрастает. Постепенное обучение способам общения в новых условиях близости помогает каждому партнеру обрести чувство уверенности. Поскольку, как было указано выше, в настоящее время половая зрелость и сексуальная активность отмечаются во все более раннем возрасте. Данный факт накладывает особую ответственность на всех участников процесса воспитания и социализации подростка.

Целью исследования было выявить представления и отношение к половому просвещению будущих педагогов. Исследование включало 2 этапа. Первый этап заключался в теоретическом анализе документов о половом просвещении (проанализированы 4 программы полового воспитания и 7 методических рекомендаций по половому воспитанию учащихся подросткового возраста). По результатам анализа программ была разработана анкета, которая использовалась на втором этапе для изучения представлений студентов о половом просвещении. Кроме этого, на втором этапе использовался модифицированный психометрический тест С. Деллингер, который позволил обнаружить слабо осознаваемый пласт представлений студентов и их отношение к половому просвещению. База исследования: ФГБОУ ВО «АмГПУ», испытуемые: 18-24 лет, студенты 1-3 курсов, всего приняло участие в исследовании 42 человека.

По результатам анализа анкеты были выделены ответы студентов, отражающие их типичные представления о половом просвещении.

Студенты считают, что половым воспитанием должна заниматься школа, совместно с другими субъектами, участвующими в воспитании и обучении детей (78,6%), при этом заботиться о здоровье подростков, их половом воспитании должна семья (88,1%). Большинство будущих педагогов (64,3%) считают, что вопросы профилактики заболевания и полового воспитания могут реализовываться совместно с семьёй.

Основной целью полового воспитания школьников студенты считают воспитание уважения к вопросам пола, умение владеть своими чувствами, воображением, возникающими желаниями и инстинктами (59,5%). Основной функцией полового воспитания студенты считают формирование здорового образа жизни через разъяснение зависимости сексуальности, супружества, родительства от венерических заболеваний, СПИДа, наркомании (71,4%). По мнению будущих педагогов в рамках реализации программы полового воспитания нужно уделять большее внимание предоставлению информации подросткам по вопросам здоровья (61,9%). Профилактика заболеваний, передающихся половым путем, и борьба с ними рассматривается студентами, как основное направление реализации программы полового воспитания (69,0%). В качестве основной темы, которая может быть включена в программу полового воспитания, они выделяют профилактику заболеваний и борьбу с ними (83,3%).

Большинство студентов (73,8%) считают, что программу полового воспитания необходимо реализовать со средних классов. В качестве трудностей, которые могут сопровождать работу по программе полового воспитания в школе, студенты выделяют недостаточную квалификацию и нехватку знаний педагога (54,8%). Студенты считают

наличие четких рекомендаций по проведению подобных занятий, учебников и методичек необходимым условием реализации программы полового просвещения (52,4%).

Одна третья часть студентов готова взять на себя функцию полового воспитания школьников (38,1%), большинство будущих педагогов считают, что для полового просвещения школьников у них достаточно знаний, но им могут быть необходимы дополнительные знания (59,5%). Одна третья часть студентов может свободно общаться с подростком на интересующие их темы (связанные с полом и сексуальностью), но возможны ситуации, когда придется привлекать других людей, специалистов (38,1%). Для регламентации полового воспитания будущие педагоги считают необходимым наличие программы полового воспитания и профилактики ранней беременности среди детей и подростков (61,9%).

Также для изучения представлений будущих педагогов о половом просвещении использовался психометрический тест, в котором понятие «половое просвещение» надо было сопоставить с геометрической фигурой. Половое просвещение ассоциируется у респондентов с разными геометрическими фигурами (таблица 1), но большая часть студентов ассоциирует его с треугольником, неосознанно приписывая половому просвещению такие характеристики как принятие ответственности, решительность, сконцентрированность на цели момента, ориентированность на суть проблемы, дела.

Таблица 1 – Фигуры, ассоциирующиеся у будущих педагогов с понятием «половое просвещение»

Фигуры	Кол-во, %	Приписываемые фигуре характеристики
Треугольник	35,71	Лидерство, принятие ответственность. Решительность. Сконцентрированность на цели момента. Ориентированность на суть проблемы, дела. Конкурентность, нацеленная на победу. Уверенность. Честолюбие. Энергичность.
Квадрат	19,05	Организованность. Внимательность к деталям. Трудолюбие. Аналитичность. Рациональность, благоразумие. Эрудированность. Упорство, настойчивость. Твердость в решениях. Терпеливость. Бережливость.
Круг	19,05	Дружелюбность, доброжелательность, добродушие. Заботливость, преданность. Великодушие. Способность убеждать и мотивировать. Рефлексивность. Бесконфликтность, стабильность.
Прямоугольник	14,29	Возбужденность. Любознательность. Быстрое усваивание нового. Чувствительность. Неамбициозность. Смелость.
Зигзаг	7,14	Креативность, творческий подход. Концептуальность, теоретическая установка. Мечтательность, устремленность в будущее. Интуитивность. Остроумие. Экспрессивность, прямота. Стремление к новизне. Восторженность, воодушевление.

В психогеометрическом тесте испытуемым также были предложены 10 понятий, которые прокоррелированы друг с другом, в результате чего было выявлено 4 корреляционные связи (рисунок 1).

Представления о половом просвещении в сознании будущих педагогов противопоставляются представлением о подростках. При этом образ подростков связывается с образом растления. Образ полового просвещения у будущих педагогов не связан с образами растления и опасности, но не связан также со здоровьем и пользой. Для будущих педагогов половое просвещение и подростки существуют как два отдельных понятия, сопоставить воедино студенты их не могут. Половое просвещение не приравнивается к растлению, опасности, здоровью и пользе. В будущем такие представления могут негативно сказываться при реализации программ просвещения.



Рисунок 1 – Представления о половом просвещении в системе других представлений (прямыми линиями обозначены положительные связи, пунктиром – отрицательные)

Психогеометрический тест также использовался нами, чтобы определить отношение студентов к половому просвещению (таблица 2).

Таблица 2 – Отношение к половому просвещению будущих педагогов

Ранг в ряду предпочтений	Процент	Отношение к половому просвещению
1	19,05	Положительное отношение
2	19,05	Положительное отношение
38,10%		
3	35,71	Нейтральное отношение
35,71%		
4	19,05	Негативное, конфликтное отношение
5	2,38	Негативное, конфликтное отношение
21,43%		

Положительное отношение к понятию определяется, если в ассоциациях к половому просвещению респонденты выбирают фигуру, которая занимает 1й, 2й ранг в ряду предпочтений. У более чем трети студентов (38,10%) наблюдается положительное отношение к половому просвещению. Нейтральное отношение определяется, если к

половому просвещению выбирают фигуру, которая занимает 3й ранг в ряду предпочтений. Нейтральное отношение к половому просвещению у студентов составляет 35,71%. Негативное, конфликтное отношение определяется, если к половому просвещению выбирают фигуру, которая занимает 4й, 5й ранг в ряду предпочтений. 21,43% будущих педагогов имеют негативное, конфликтное отношение к половому просвещению, что может сказаться на реализации программ.

Отношение к половому просвещению в психометрическом тесте так же было прокоррелировано с 10 понятиями, в результате чего, было выявлено 11 корреляционных связей (рисунок 2).

Из рисунка 2 видно, что чем лучше отношение будущих педагогов к половому просвещению, тем хуже их отношение к подросткам. Будущие педагоги положительно относятся к половому просвещению, но при этом оно в их представлении отрицательно связывается с подростками. У студентов отношение к распущенности, опасности, растлению, сексуальности и подросткам, такое же, как к вреду. Для студентов распущенность, опасность, растление, сексуальность, подростки и вред стоят на одном уровне. При этом, как и на рисунке 1 отношение к половому просвещению не связано со здоровьем.



Рисунок 2 – Отношение к половому просвещению в системе других отношений (прямыми линиями обозначены положительные связи, пунктиром – отрицательные)

Подводя итоги всему вышесказанному, можно сделать следующие выводы.

У студентов наблюдается преимущественно положительное отношение к половому просвещению. Треть студентов готова взять на себя функцию полового воспитания школьников, треть может свободно общаться с подростками на интересующие их темы (связанные с полом и сексуальностью). При этом студентам необходимы четкие программы, рекомендации для организации полового просвещения школьников. У студентов сформировано представление о возрасте начала полового просвещения и о группах, с которыми нужно проводить работу.

Представления будущих педагогов о половом просвещении на осознаваемом уровне сфокусированы на здоровье подростков, профилактике заболеваний и борьбе с ними. Представления о половом просвещении будущих педагогов на слабо осознаваемом уровне не связаны со здоровьем. При этом будущие педагоги противопоставляют половое просвещение подросткам.

Половое просвещение ассоциируется у студентов с принятием ответственности, решительностью, сконцентрированностью на цели момента, ориентированностью на суть проблемы, дела.

Список источников

1. Абраменкова, В.В. Половая дифференциация и сексуализация детства: горький вкус запретного плода / В.В. Абраменкова. – Текст: непосредственный // Вопросы психологии. – 2003. – №5. – С. 103-120.

2. Багоцкий, С.В. Половое воспитание школьников: стратегия, тактика, решения в культуре профессиональной подготовки будущего педагога / С.В. Багоцкий, Г.Ю. Беляев, А.В. Беляева. – Текст: непосредственный // Образование личности. – 2017. – №2. – С. 88-95.

3. Исаев, Д.Н. Половое воспитание детей: Медико-психологические аспекты / Д.Н. Исаев, В.Е. Каган. – Л.: Медицина, 1988. – 162 с. – Текст: непосредственный

4. Суменко, Л.В. Сексуальное просвещение и половое воспитание подростков как средство профилактики раннего (девиантного) родительства / Л.В. Суменко. – Текст: непосредственный // Педагогика и психология родительства и семейного воспитания / под ред. С.В. Бобрышева. – Москва: "Знание-М", 2020. – С. 257-265.

Статья поступила в редакцию 24.05.2022;
одобрена после рецензирования 08.06.2022;
принята к публикации 08.06.2022.

Научная статья
УДК 316.4

ОТНОШЕНИЕ МОЛОДЁЖИ К ОГНЕСТРЕЛЬНОМУ ОРУЖИЮ

Алиса Сергеевна Лосева

Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия, loseva.alise.28@gmail.com

Аннотация. Представлены результаты исследования отношения студентов ФГБОУ ВО к огнестрельному оружию. Установлено, что в целом студенты относятся к наличию оружия у населения отрицательно. Желание приобрести оружие для самозащиты продемонстрировало небольшое число студентов, а научиться стрелять – более половины опрошенных.

Ключевые слова: огнестрельное оружие, молодежь, студенты, отношение к оружию

Количество зарегистрированного стрелкового оружия во всем мире превысило миллиард единиц. При этом львиная его доля находится в руках гражданского населения (857 млн единиц, или 85%), в арсеналах военных хранятся 133 млн (13%), у сотрудников правоохранительных органов – 23 млн (2%). По общему количеству единиц огнестрельного оружия наша страна, по данным экспертов, находится на пятом месте, после США, Индии, Китая и Пакистана, однако по числу единиц оружия в расчете на 100 человек населения картина совсем иная, как это показано на диаграмме. Уровень вооруженности населения в странах Европы, Северной и Латинской Америки и Ближнего Востока гораздо выше, чем в России. Больше всего оружия и в абсолютных, и относительных цифрах в США. На 100 человек в России в 10 раз меньше оружия, чем в США [3].

Оружие внушает обладателю уверенность в своей непобедимости, придает уверенности в себе и чувство защищенности. Может быть, именно поэтому оружие обладает притягательной силой для многих людей, а особенно молодёжи. И в этом может скрываться огромная опасность для общества.

Согласно официальным данным Росгвардии за 2019 год, владельцами оружия в России являются почти четыре миллиона человек. У них на руках – более шести с половиной миллионов (6 619 861) единиц гражданского оружия. За пять лет количество преступлений с применением огнестрельного оружия в России выросло на 30 %. Ежегодный прирост гражданского оружия в России составляет 5 %. Каждый год россияне приобретают около 30 тысяч стреляющих единиц [1, 2].

До недавнего времени россияне только в средствах массовой информации с ужасом слушали сообщения о случаях стрельбы и убийств в образовательных учреждениях других стран, главным образом в США. Однако в последние годы подобные события стали реальностью и в России. Всего с начала 2016 года по настоящее сообщалось как минимум о

16 случаях стрельбы из различных видов оружия в средних и высших учебных заведениях, в результате которых погибли или пострадали люди. Последние, наиболее громкие события обусловили выбор темы данной работы.

Целью нашего исследования стало изучение отношения молодёжи к огнестрельному оружию. Исследование проводилось на базе ФГБОУ ВО «АмГПУ». В исследовании приняло участие 48 человек – студентов вуза в возрасте от 18 до 22 лет. Для проведения исследования было использовано анонимное анкетирование.

Прежде всего испытуемым был задан вопрос «Должен ли человек в современных условиях иметь право на защиту жизни и имущества с помощью оружия?», распределение ответов на который представлено на рисунке 1.

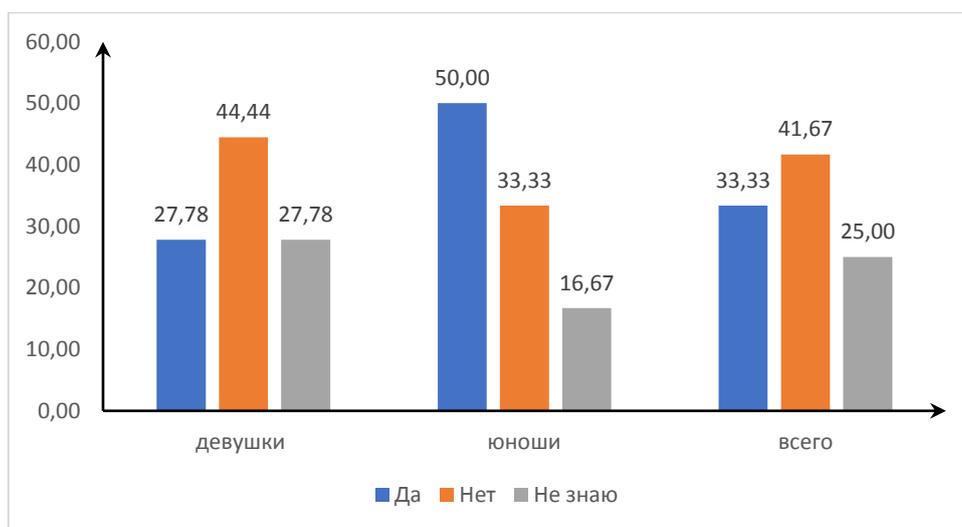


Рисунок 1 – Распределение ответов испытуемых на вопрос «Должен ли человек в современных условиях иметь право на защиту жизни и имущества с помощью оружия?» (%)

Из рисунка 1 следует, что 41,67 % общего числа опрошенных студентов ответило на этот вопрос отрицательно. Видимо, многие молодые люди, ответившие на данный вопрос отрицательно, опасаются того, что оружие, предназначенное для самозащиты, может быть использовано и в других случаях. Тем не менее, треть испытуемых, в том числе 50 % юношей, согласно с утверждением, что человек в современном обществе должен иметь право на защиту с помощью оружия.

Это подтверждается ответами на вопрос «Как вы относитесь к тому, что у гражданского населения есть огнестрельное оружие?» (рисунок 2).

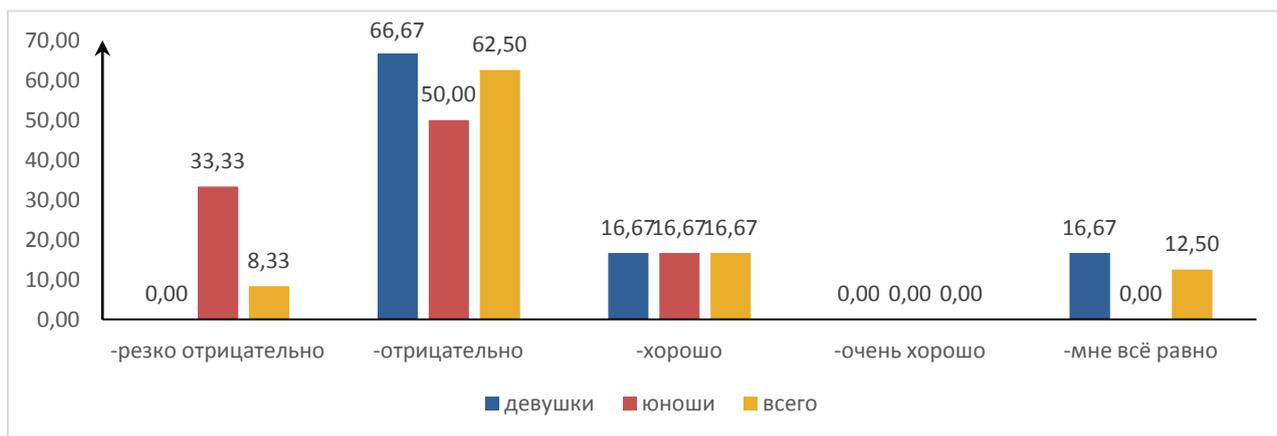


Рисунок 2 – Распределение ответов испытуемых на вопрос «Как вы относитесь к тому, что у гражданского населения есть огнестрельное оружие?» (%)

Как показано на рисунке 2, почти 71% респондентов относятся к наличию огнестрельного оружия у населения отрицательно. Вместе с тем нужно отметить, что небольшое число опрошенных студентов (16,67 %), напротив, относятся к этому положительно.

На рисунке 3 представлено распределение ответов студентов на вопрос «Хотели бы вы приобрести огнестрельное оружие для самозащиты от преступников?».

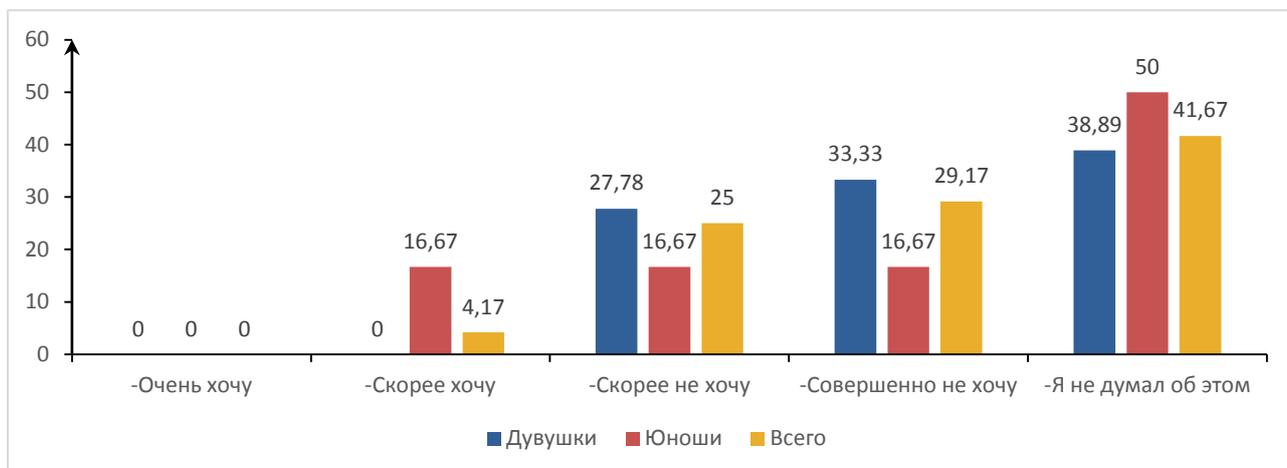


Рисунок 3 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Хотели бы вы приобрести огнестрельное оружие для самозащиты от преступников?» (%)

Около 42% общего числа студентов не задумывалось над вопросом о приобретении огнестрельного оружия в личное пользование. Более 54% высказало отсутствие такого желания. Лишь небольшая доля испытуемых, в которую вошли только 16,67 % юношей, осторожно выказала желание приобрести оружие.

Большинство студентов – в целом по выборке 87,5% – не хотело бы, чтобы в России приняли закон о свободной торговле оружием. Однако несколько человек, в число которых вошли девушки, напротив, выступают за принятие такого закона.

Несмотря на отрицательное отношение обследованной выборки к принятию закона о свободной торговле оружием в России, в случае, если бы такой закон приняли, скорее купили бы его 58% студентов, в том числе 61 % девушек, а обязательно сделали бы это 4%, в том числе 5,6% девушек. Можно предположить, что в ситуации, когда оружие может быть у любого прохожего на улице, студенты так же хотели бы быть вооружены.

Кроме того, студентам были заданы вопросы об умении стрелять из огнестрельного оружия и желании научиться этому.

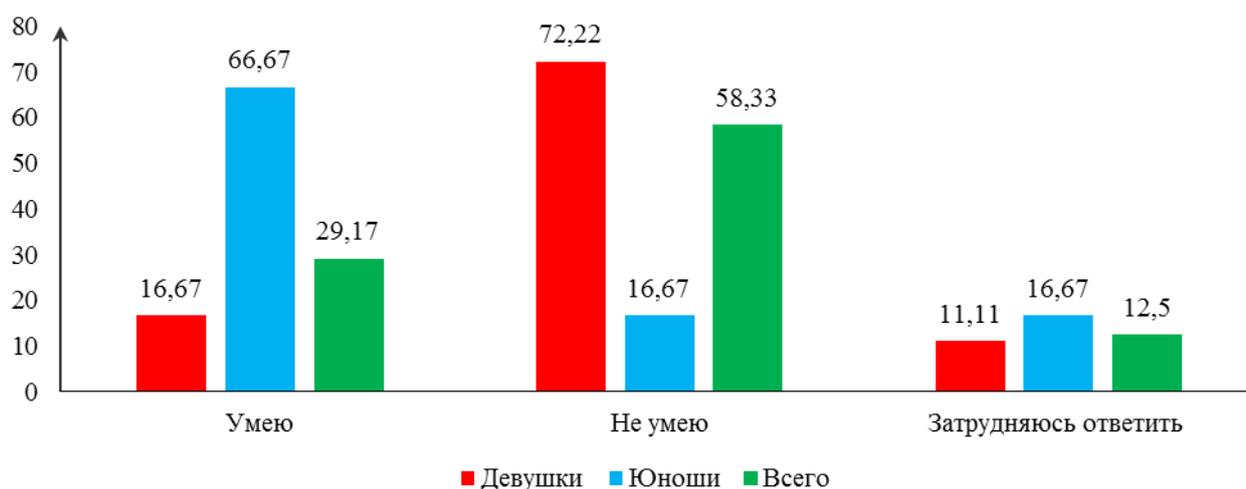


Рисунок 4 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Умеете ли вы пользоваться огнестрельным оружием?» (%)

Как показали ответы испытуемых на вопрос «Умеете ли вы пользоваться огнестрельным оружием?» (рисунок 4), умеет обращаться с огнестрельным оружием около трети испытуемых, в том числе 66,67% юношей и 16,67 % девушек. Вероятно, данные навыки были у студентов сформированы на уроках ОБЖ, в спортивных секциях или военно-патриотических клубах.

Выразили желание научиться стрелять той или иной степени уверенности 54,17 % студентов, в том числе 33,33 % юношей и 61,11 % девушек. Очевидно, такое распределение ответов обусловлено ощущением незащищенности, которое часто испытывают девушки, и желанием обрести уверенность в своей безопасности.

Таким образом, проведенное исследование показало в целом отрицательное отношение студентов педагогического вуза к огнестрельному оружию.

Анализ случаев применения оружия в образовательных учреждениях показывает, что данная проблема является весьма актуальной для общеобразовательных школ. Следовательно, необходимо проведение мероприятий, направленных на предотвращение подобных происшествий.

Такая работа должна включать проведение профилактических бесед не только со школьниками, но и с их родителями, т.к. во многих случаях дети приносят в школу оружие, принадлежащее взрослым. Это становится возможным в тех случаях, когда оружие дома хранится в открытом доступе.

Необходимо разъяснять обучающимся, что не только огнестрельное, но и пневматическое оружие опасно для жизни и здоровья людей. Еще большую роль должна играть работа по формированию у учащихся навыков самоконтроля, коммуникативных умений, способности разрешать конфликты мирным путем. Большое значение имеет своевременное выявление негативных эмоциональных состояний у подростков и молодых людей и их коррекция.

Список источников

1. Колотушкин, С.М. К вопросу о концепции оборота гражданского оружия / С.М. Колотушкин, С.Н. Лосева. – Текст : непосредственный // Пробелы в российском законодательстве. – 2018. – №2. – С. 195-201.

2. Колотушкин, С.М. К вопросу о легализации гражданского короткоствольного оружия в России / С.М. Колотушкин, А.С. Цуканов. – Текст : электронный // Известия Саратовского ун-та Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. – 2018. – №2. – С. 195-201. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-legalizatsii-grazhdanskogo-korotkostvolnogo-oruzhiya-v-rossii>

3. Макарычев, М. Мир вооружается. Какое место Россия занимает по количеству оружия на душу населения / М. Макарычев, М. Фалалеев. – Текст : электронный // Российская газета – 2019. – № 2(7760). – URL: <https://rg.ru/2019/01/09/kakoe-mesto-zanimaet-rossiia-po-kolichestvu-oruzhiia-na-dushu-naseleniia.html> (дата обращения 29.05.2022)

Статья поступила в редакцию 30.05.2022;
одобрена после рецензирования 14.06.2022;
принята к публикации 14.06.2022.

Научная статья
УДК 004

БИЗНЕС-ПЛАН И ЕГО РОЛЬ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

Мария Сергеевна Панарина¹, Людмила Николаевна Амосова²

^{1,2} Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия

¹ mari.panarina.00@mail.ru

² amosln@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается роль и значения бизнес-плана в наши дни, понятие, классификация, цели и задачи, а также структура и порядок составления бизнес-плана.

Ключевые слова: бизнес-план, планирование, экономическая ситуация, инвесторы

В нынешней экономической ситуации разработка бизнес-плана является насущной задачей. Сложившаяся в последние годы экономическая ситуация вынуждает предпринимателей искать и использовать прогрессивные формы, модели и инструменты, которые способствуют эффективной организации бизнеса и облегчают его внедрение в поток рыночных отношений. Одним из таких инструментов является бизнес-планирование.

Планирование производственной и деловой деятельности не только возможно, но и имеет решающее значение для всех организационных и правовых форм бизнеса [5]. Известно, что компании получают более высокие экономические результаты при планировании своей деятельности, чем без систематического планирования. Поэтому необходимо иметь хорошо продуманный и всесторонне обоснованный бизнес-план, определяющий стратегию, тактику, выбор цели, оборудования, технологий, организацию производства и реализации продукции. Бизнес-план позволяет определить пути и средства достижения поставленных целей, максимизировать конкурентные преимущества компании и оправдать надежность и осуществимость проекта.

Разработка бизнес-плана является важным условием для открытия и ведения бизнеса. В идеале каждая компания должна разработать набор целей и задач для разработки стратегии преобразования целей в действия. В маркетинге считается, что бизнес-план является одним из инструментов для повышения прибыльности компании и защиты от ненужных рисков [3].

Для увеличения прибыли и рентабельности своей работы компания должна бизнес постоянно разрабатывать проекты, которые включают финансовые средства в создание новых технологий, организацию новых производственных мощностей, реконструкцию производственных мощностей и оборудования для производства конкурентоспособных товаров на внутреннем и внешнем рынках, строительство магазинов вблизи источников сырья и рынков сбыта. Каждый из этих проектов должен основываться на инвесторов бизнес-плане, от идеи до расчета конкретной суммы прибыли, полученной от его реализации [2].

Бизнес-среде план помогает крупным предпринимателям и фирмам, которые хотят расширить свой бизнес, купив долю в существующей компании или организовав новую организационную и производственную должен.

Таким образом, бизнес-план – это программа, описывающая экономическую и организационную структуру проекта, реализация которого должна приносить прибыль инвестору [4].

Одним из важнейших вопросов является методика составления бизнес-планов, необходимых для решения вопросов, связанных с обоснованием перспектив развития предприятий и организаций, возможностью получения банковских кредитов, осуществлением реструктуризации производства, созданием условий для организации более эффективной работы. Бизнес-план позволяет наметить круг проблем, с которыми предприниматель столкнется при достижении своих целей в нестабильной, неопределенной, конкурентной среде, чтобы сформировать и предусмотреть пути решения этих проблем [4].

Продуманный бизнес-план помогает бизнесу расти, формировать новые позиции на рынке, на котором он работает, формировать долгосрочные планы его развития, концепции производства новых продуктов и услуг.

Описывая все важные аспекты будущего компании, анализируя проблемы и определяя пути их решения, бизнес-план должен ответить на вопрос: "Стоит ли вообще инвестировать в этот проект и будет ли он приносить доход, который окупит все затраты?".

Основная цель бизнес-планирования – спланировать деятельность компании на ближайшие и отдаленные периоды в соответствии с потребностями рынка и способами получения необходимых ресурсов [2].

Бизнес-планирование помогает предпринимателю решить следующие основные задачи [5]:

- определение конкретных областей деятельности компании, целевых рынков и местоположение компании на этих рынках;
- формулирование долгосрочных и краткосрочных целей компании, стратегий и тактику их достижения. Определение лиц, ответственных за реализацию стратегии;
- выбор состава и определение показателей товаров и услуг, предлагаемых компанией потребителям. Оценка производственных и торговых затрат на их создание и внедрение;
- оценка соответствия существующего персонала компании, условий мотивации их работы требованиям для достижения поставленных целей;
- определение состава маркетинговой деятельности компании по исследованию рынка, рекламе, продвижению продаж, ценообразованию, каналам продаж и т. д.;

- оценка финансового положения предприятия и соответствие имеющихся финансовых и материальных ресурсов возможностям достижения поставленных целей;
- предвидение трудностей, «подводных камней», которые могут помешать практической реализации бизнес-плана.

Бизнес-планирование определяет цели и задачи, которые компания должна решить в ближайшем будущем.

Ценность бизнес-планирования определяется тем фактом, что оно:

- позволяет определить жизнеспособность проекта в конкурентной среде;
- содержит руководство о том, как должен развиваться проект (компания);
- служит важным инструментом для получения финансовой поддержки от внешних инвесторов.

Классификация бизнес-планов осуществляется по следующим критериям:

1. По целям разработки бизнес-планы бывают:

1.1. инвестиционные – направлены на внедрение инноваций в виде новых технологий, продуктов или выход на рынок с традиционным продуктом. Осуществляется это через новое строительство или расширение действующего предприятия либо проведения реконструкции, модернизации, технического перевооружения;

1.2. для выработки стратегии развития организации;

1.3. для планирования деятельности организации;

1.4. для финансового оздоровления действующего предприятия.

2. По объекту планирования. В бизнес-плане может планироваться деятельность следующих субъектов:

2.1. предприятия в целом (нового или действующего);

2.2. объединений (группы) предприятий;

2.3. инвестиционного проекта (направления бизнеса).

3. По конечным технология. Бизнес-планы могут быть предназначены:

3.1. для внутреннего пользования самого предпринимателя или руководства фирмы (как средство самоорганизации);

3.2. банкам, инвесторам, акционерам;

3.3. региональной администрации;

3.4. бизнес-партнерам (покупателям, спонсорам, лизингодателям и др.).

4. По продолжительности решаемых задач (горизонту планирования) выделяют следующие виды бизнес-планов:

4.1. стратегические (долгосрочные), представляющие совокупность основных целей предприятия и способов их достижения на протяжении длительного периода времени;

4.2. тактические (среднесрочные), охватывающие более короткий период (3-5 лет), используются для поддержки стратегических планов, содержат более точные определения действий, больше деталей и спецификаций;

4.3. оперативные (краткосрочные), представляющие собой систему бюджетирования деятельности предприятия в целом и его подразделений на ближайший финансовый год с выделением плановых заданий по обеспечению всех направлений финансово-хозяйственной деятельности организации.

5. По сложности проекта различают проекты простые, сложные и очень сложные.

Каждый бизнес-план имеет свои особенности, и не может быть стандартного плана, приемлемого во всех случаях. Существует проверенный принцип составления бизнес-плана. Бизнес-план всегда должен быть кратким.

Обложку (титульный лист) бизнес-плана лучше сделать на корпоративной бумаге с логотипом компании. На обложке вы должны указать компанию, организацию или человека, которому вы направляете свое предложение, дату представления плана.

Содержание обложки:

- информация о предприятии;
- описание целей, потенциальных возможностей и перспектив;
- размер необходимых инвестиций – текущие и ожидаемые потребности;
- указать поручителей, если таковые имеются.

В наши дни бизнес-план становится все более важным документом для предпринимателя. Ни одна компания не может выразить свои цели существования или получить финансирование без хорошо разработанного бизнес-плана. Если вы не представите компетентный бизнес-план, никто не воспримет вашу идею всерьез.

Инвесторы хотят увидеть бизнес-план, который доказывает, что идея сработает хорошо, и предприниматель тщательно продумал и спланировал все действия, необходимые для реализации идеи и превращения ее в успешно работающую программу.

Тщательно разработанный бизнес-план открывает перспективы возможного развития компании и отвечает на вопрос: стоит ли вкладывать ресурсы в конкретный бизнес, принесет ли он ожидаемую прибыль и окупятся ли все затраты [1].

Структура и содержание плана не регулируются, поэтому вы можете создать индивидуальный проект для каждой организации. Главное, чтобы проект давал результаты и менялся по мере роста компании. Поэтому важно регулярно дополнять его новыми идеями и задачами, ориентированными на будущее.

Список источников

1. Афонасова М.А. Бизнес-планирование: учебное пособие / М.А. Афонасова. –

Томск : Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, Эль Контент, 2015. – 108 с. – Текст: непосредственный

2. Бизнес-планирование: учебник / Под ред. проф. Т.Г. Попадюк, проф. В.Я. Горфинкеля. – М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2017. – 296 с. – Текст: непосредственный

3. Баринов В.А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А. Баринов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 272 с. – Текст: непосредственный

4. Романова М.В. Бизнес-планирование: учебное пособие / М.В. Романова. – М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 240 с. – Текст: непосредственный

Статья поступила в редакцию 30.05.2022;
одобрена после рецензирования 16.06.2022;
принята к публикации 16.06.2022.

Научная статья
УДК 004

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ КОФЕЙНИ «COFFEE LIKE»

Ксения Александровна Свинкина

Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия, kseniasv23@mail.ru

Аннотация. В статье дана организационно-экономическая характеристика кофейни «Coffee Like» ИП Закирова, проведен анализ и оценка ее конкурентоспособности, разработаны рекомендации по повышению конкурентоспособности исследуемой организации.

Ключевые слова: организация, конкурентоспособность, технико-экономические показатели, PEST-анализ, SWOT-анализ, внешняя среда, рентабельность

Анализ деятельности организации в условиях рыночной экономики выступает в качестве одной из наиболее важных функций управления. Своевременное и качественное проведение анализа позволяет выявить проблемы в деятельности предприятия и принять соответствующие управленческие решения по их устранению.

В рыночной экономике решающим фактором коммерческого успеха товара является конкурентоспособность. Конкурентоспособность – соотношение совокупности качественных характеристик товара и затрат на его приобретение и потребление при их соответствии требованиям рынка или его определенного сегмента [1]. Конкурентоспособным считается товар, у которого совокупный полезный эффект на единицу затрат выше, чем у остальных, и при этом величина ни одного из критериев не является неприемлемой для потребителя.

«Coffee Like» («Кофе Лайк») – молодая, но уже весьма популярная сеть мини-кофеен, открытая в 2013 году. Компания сходу начала активно осваивать отечественный рынок, вытесняя имеющихся конкурентов. Во многом ей в этом помогло и развитое с самого начала направление реализации франшиз.

В настоящий момент под брендом компании работает 8 собственных и более 230 франшизных торговых точек, открытых в 79 городах России и ближайших государствах. На этом положительная динамика развития «Кофе Лайк» не заканчивается, планируется, что количество кофе-баров будет увеличиваться каждый месяц на 8 – 10 заведений.

На рисунке 1 представлена следующая организационная структура кофейни «Coffee Like»:

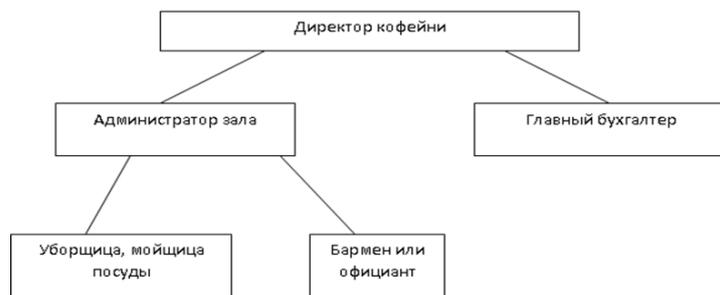


Рисунок 1 – Организационная структура предприятия

ИП Закиров В.И. осуществляет свою деятельность на основе упрощенной системы налогообложения, бухгалтерия передана на аутсорсинг.

Выручка ИП Закиров В.И. имеет стабильную динамику роста – в 2020 году по отношению к предыдущему году она выросла на 9 434,4 тыс. рублей, а в 2021 году – на 4 161,4 тыс. рублей.

Себестоимость продаж увеличилась в 2020 году по отношению к предыдущему году на 6 466,4 тыс. рублей (темп роста составил 179,8%), а в 2021 году – на 4131 тыс. рублей (темп роста составил 71,7%).

Несмотря на рост выручки, прибыль ИП Закиров В.И. в 2020 году относительно 2019 года сократилась на 196,5 тыс. рублей или на 4,6%, а в 2021 году она выросла на 7 625 тыс. рублей или на 288%.

Среднегодовая стоимость основных средств ИП Закиров В.И. сократилась на 223 рублей в 2020 году и выросла на 25,7 тыс. рублей в 2021 году. Данное увеличение можно объяснить активным инвестированием компании в приобретение новых объектов основных средств и развитием производственных мощностей.

Среднегодовая стоимость оборотных средств составила на конец 2021 года 432,2 тыс. рублей, что на 723 рубля ниже, чем в 2020 году. В 2020 году относительно 2019 года наблюдается увеличение стоимости оборотных фондов на 122,7 тыс. рублей.

Расчет показателя фондоотдачи по данным ИП Закиров В.И. показал нестабильную динамику его изменения – увеличение на 2,55 руб. в 2020 году и снижение на 1,22 рубля в 2021 году. Если смотреть в целом за три года наблюдается рост фондоотдачи, что говорит о повышении эффективности использования основных средств компании.

Противоположную тенденцию показывает коэффициент оборачиваемости оборотных средств – сокращение на 0,68 об. в 2020 году и рост на 0,12 об. в 2021 году. В целом за три года данный показатель сократился, что говорит о замедлении оборачиваемости оборотных средств компании.

Как рентабельность продаж, так и рентабельность продукции показывают нестабильную динамику. Рентабельность продаж снизилась на 22,8% в 2020 году и выросла на 28,99% в 2021 году. Рентабельность продукции сократилась в 2020 году – на 24,63%, а в 2021 году увеличилась на 84,03%.

Анализ хозяйственной деятельности организации был начат с оценки изменений в активах ИП Закиров В.И. с использованием методики горизонтального и вертикального анализа. Общая сумма активов ИП Закиров В.И. за последние три года выросла более чем на 27,3 тыс. рублей или на 4,16%. В основном рост активов обусловлен увеличением внеоборотных активов на сумму 28,7 тыс. рублей или 22,79%. Сумма оборотных активов, напротив, сократилась на 1,4 тыс. рублей или на 0,27%. Более наглядно динамика активов ИП Закиров В.И. за 2019-2021 гг. приведена на рисунке 2.

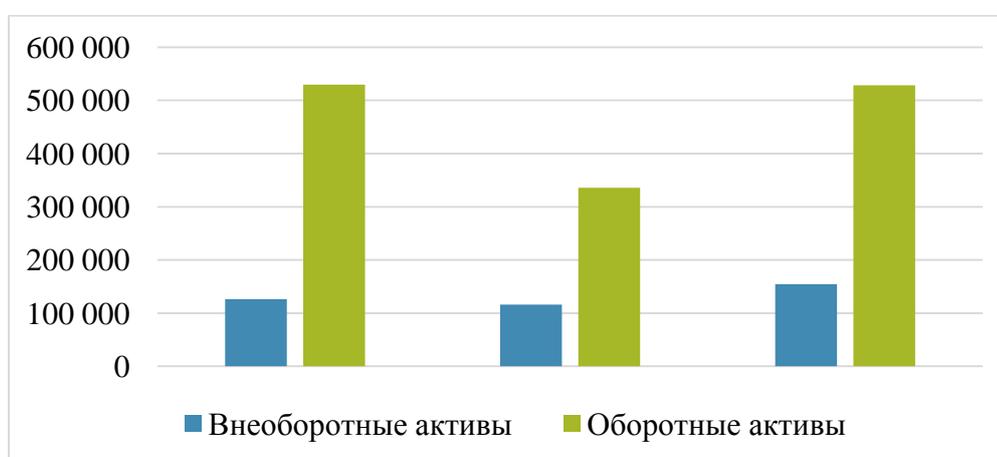


Рисунок 2 – Динамика активов ИП Закиров В.И. за 2019-2021 гг., рублей

В структуре активов ИП Закиров В.И. на конец исследуемого периода наибольший удельный вес занимают оборотные активы (77,34%). Доля внеоборотных активов выросла с 19,22% в 2019 году до 22,66% в 2021 году.

В структуре источников финансирования ИП Закиров В.И. наибольшая доля (81,94%) приходится на краткосрочные обязательства, на протяжении всего исследуемого периода их сумма сократилась на 8,0 тыс. рублей или на 1,4%.

Существенно выросла за исследуемый период сумма целевых поступлений – более чем на 35,3 тыс. рублей или 40,18%.

Рассмотрены показатели платежеспособности и финансовой устойчивости ИП Закиров В.И.). Коэффициент соотношения заёмных и собственных средств, характеризующий обеспеченность заёмных средств собственными средствами, составил на конец 2021 года 4.54, что на 1,92 выше аналогичного показателя за 2019 год. Значение показателя на протяжении всего изучаемого периода не укладывается в норматив.

Коэффициент автономии, характеризующий степень независимости от внешних

источников финансирования, составил на конец 2021 года 0,18, что на 0,05 выше, чем в 2019 году. Значение данного показателя на протяжении всего исследуемого периода принимает значение ниже нормативного, что отрицательно характеризует финансовую устойчивость ИП Закиров В.И. и в основном вызвано низкой долей собственного капитала в источниках финансирования компании.

Коэффициент абсолютной ликвидности, характеризующий, какая часть краткосрочных обязательств может быть погашена на конкретную дату, составил на конец 2021 года 0,62, что на 0,17 ниже, чем в 2019 году. На протяжении всего изучаемого периода значение данного показателя в рамках норматива.

Коэффициент быстрой ликвидности средств, характеризующий, какая часть краткосрочных обязательств может быть погашена за счет денежных средств и ожидаемых поступлений, составил на конец 2021 года 0,62, что на 0,17 меньше, чем в 2019 году. На протяжении всего изучаемого периода значение данного показателя ниже норматива.

Коэффициент текущей ликвидности, характеризующий, в какой степени оборотные активы превышают краткосрочные обязательства, составил на конец 2020 года 0,94, что на 0,01 выше, чем в 2019 году. На протяжении всего изучаемого периода значение данного показателя значительно ниже норматива.

Таким образом, проведенный анализ показал, что у ИП Закиров В.И. наблюдается низкий уровень финансовой устойчивости и ликвидности, что связано с наличием на балансе высокой суммы краткосрочных обязательств и низко суммы ликвидных активов.

Оценка конкурентоспособности товара производится путем сопоставления параметров анализируемой продукции с параметрами базы сравнения. Базой сравнения могут быть следующие параметры: потребность покупателей, конкурирующий товар, гипотетический образец товара, группа аналогичных товаров.

PEST анализ – стратегический анализ социальных (S – social), технологических (T – technological), экономических (E – economic), политических (P – political) факторов внешней среды организации [2].

Проведем PEST анализ ИП Закирова В.И. и представим описание в таблице 1.

Таблица 1 – PEST анализ

Группа факторов	Фактор	Описание
(P) Политическая среда	Будущее и текущее законодательство, регулирующее правила работы в	Чайные магазины непосредственно зависят от нормативных документов местных органов, властей региона и федерального правительства. Это может привести к резким изменениям в данной отрасли, с

	отрасли	плохой или хорошей стороны.
	Государственное регулирование конкуренции	В рассматриваемой отрасли государственное регулирование не осуществляется.
	Налоговая политика (тарифы и льготы)	Изменения, которые произошли в политике налогообложения за 2010 – 2015 год, позволяет считать, что в течение 2016 – 2018 года налоговое законодательство будет подвергнуто ряду доработок и изменений в рамках модели, предложенной в Налоговом Кодексе. На данный момент неизвестно, как это скажется на организации.
(Е) Экономические факторы	Экономический рост	Предположительно, нижнюю точку падения экономика уже прошла. Таким образом, можно прогнозировать поступательный рост спроса чайной продукции в течение ближайших 3-5 лет.
	Уровень располагаемых доходов населения	В данный момент доходы населения сократились, поэтому следует ожидать снижение числа покупателей. Данный фактор будет оказывать на организацию существенное влияние
(S) Социальные факторы	Темпы роста населения	Рост числа людей в Хабаровском крае является существенным для организации, т. к. это приведет к увеличению числа потенциальных клиентов.
	Изменения в стиле и уровне жизни	Изменения в стиле и повышения уровня жизни натолкнёт покупателей выбирать элитные сорта чая, нежели обычный развесной чай или пакетированный чай.
(Т) Технологические факторы	Степень использования, внедрения и передачи технологий	Данные факторы приведут к дополнительным затратам, но и так же к достижению стратегически конкурентных преимуществ в сегодняшних условиях глобального ускорения научно-технического прогресса.

В таблице 2 представим оценку состояния бизнес – среды организации по пятибалльной шкале, используя все условия, в которых функционирует бизнес. Оценка была дана по опросу руководства ИП Закирова.

Таблица 2 – Оценка состояния бизнес – среды организации

Параметры оценки климата бизнес-среды организации	Уровень состояния параметров				
	угрозы		возможности		
Баллы	1	2	3	4	5
1. Оценка дальнего окружения					
1.1 Политическая обстановка в стране				4	
1.2 Экономическая обстановка в отрасли, стране и в мире			3		
1.3 Социально-демографическая ситуация в обществе			3		
1.4 Законодательное обеспечение и правовое регулирование				4	
Итоговая оценка состояния дальнего окружения				4	
2. Оценка ближнего окружения					
2.1 Состояние потребительского рынка услуг организации				4	
2.2 Конкурентная позиция организации			3		
2.3 Региональные, муниципальные социально-экономические условия функционирования				4	
Итоговая оценка состояния ближнего окружения			3		
Итоговая оценка состояния климата внешней среды бизнеса				4	

По результатам анализа в таблице 2 можно сделать вывод о том, что в целом состояние бизнес – среды благоприятно для дальнейшего развития, т.к. организация образовательная она в большей степени зависит от законодательства, которое создало условия для улучшения качества торговли, которое актуально на дальний момент. Но нужно уделить особое внимание позиции среди конкурентов.

Составленная матрица SWOT-анализа позволяет сформулировать перечень первоочередных мероприятий, которые должна провести компания для совершенствования системы управления маркетингом.

Представим в таблице 3 SWOT-анализ среды ИП Закирова В.И.

Таблица 3 – SWOT-анализ среды ИП Закирова.

<p>Сильные стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> - франшиза торговой марки Coffee Like; - высокопрофессиональная система управления кофейней; - надежность организации; - концентрация на определенных услугах; - закупка товара напрямую с аукционов; - использование современных технологий производства; - особый подход к обслуживанию. 	<p>Поставка различных сортов кофе как сырье для приготовления напитков альтернативного способа заваривания или доставка готового чая приведет к увеличению прибыли магазина;</p> <p>Расширение ассортимента предоставляемых услуг – добавить в ассортимент магазина различных сортов кофе.</p>	<p>Отслеживать предпочтения клиентов, постоянный мониторинг рынков – поможет в быстрые сроки подстроится под изменения;</p> <p>Следить за новыми изменениями в законодательстве – следствие быть готовыми материально вложить средства в новые технологические изменения.</p>
<p>Слабые стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> - высокая стоимость элитных сортов кофе; - не отслеживает конкурентов; - не использует новшество рекламы. 	<p>Недостаточные усилия по развитию франшизы могут снизить приток клиентов.</p> <p>Высокая стоимость товара снизит количество потенциальных клиентов.</p>	<p>Появление новых кофеин на рынке Хабаровского края вместе с инновациями бизнеса у конкурентов может повлечь за собой полную потерю клиентов и вынужденное закрытие предприятия.</p> <p>Неиспользование новшеств рекламы – результат неузнаваемости на фоне других кофеин, тем самым потеря потенциальных клиентов.</p>

В результате SWOT-анализа среды ИП Закирова В.И. можно сделать вывод, что потенциал для развития у организации есть, кроющегося в устранении слабых сторон, умелом использовании возможностей и учете всех угроз. Таким образом, для привлечения новых клиентов возможны следующие рекомендации:

– организовать поставку кофе различных сортов в кофейню как сырье для приготовления альтернативных кофейных напитков или доставка дрип-пакетов кофе приведет увеличение прибыли магазина;

– расширить ассортимент готовой продукции и снизить стоимость, что позволит быть более конкурентоспособными;

– увеличить узнаваемость организации с помощью рекламы.

Далее с помощью выбранных параметров конкурентоспособности выявляются позиции различных конкурентов, а также исследуемой организации. На рисунке 3 графически представлена позиция ИП Закирова В.И. среди основных конкурирующих компаний.

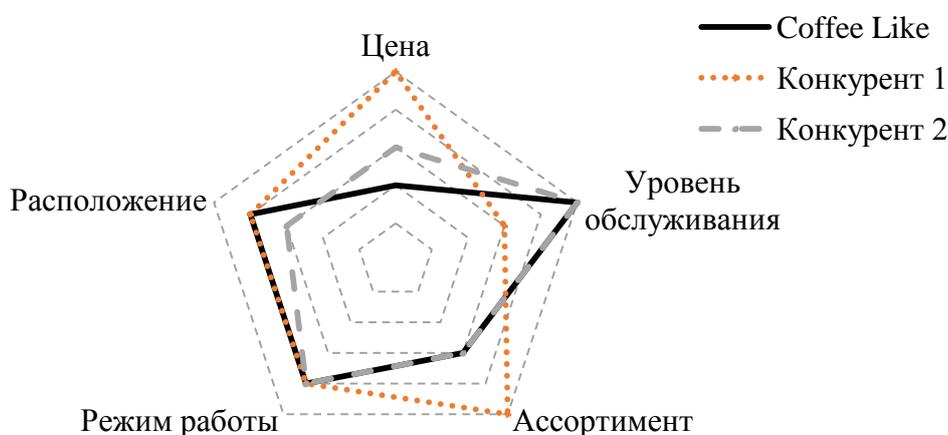


Рисунок 3 – Позиция ИП Закирова В.И. среди конкурентов

Можно сделать вывод о том, что состояние ИП Закирова В.И. хорошее, организация на втором месте среди своих основных конкурентов. Следует расширить ассортимент, уменьшить стоимость товаров и заняться рекламой организации.

Для повышения прибыльности и рентабельности основной деятельности предприятия необходимы мероприятия по повышению эффективности управления предприятием, которое характеризуется отношением величины прибыли от реализации и величины выручки.

Таким образом, реализация предложенных мероприятий, позволит не только увеличить прибыльность и доходность деятельности ИП Закиров В.И., но и повысит эффективность деятельности кофе-баров в целом.

Список источников

1. Звягин Л.С. Системный анализ деятельности предприятий в экономике и финансах: учебное пособие / Л.С. Звягин, А.И. Сатдыков, О.В. Беспалова-Милек. – М.: КноРус. 2020. – 590 с. – ISBN 978-9-4419-3819-1. – Текст: непосредственный

2. Лифиц, И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И.М. Лифиц. – М.: Юрайт – М, 2003. – 224 с. – ISBN 978-2-18054-710-5. – Текст: непосредственный

3. Полюшко, Ю.Н. Анализ экономических показателей для оценки эффективности деятельности предприятия / Ю.Н. Полюшко. – Текст: непосредственный // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2020. – Т. 1. – № 6. – С. 14-22.

4. Сулейманова Д.А. Сущность, проблемы и перспективы финансового анализа деятельности предприятия / Д.А. Сулейманова, К.Э. Омарова. – Текст: непосредственный // Экономика и социум. – 2020. – № 2 (69). – С. 395-398.

6. Что такое Ruby on Rails. – Текст: электронный // Википедия: сайт. – URL.: https://ru.wikipedia.org/wiki/Ruby_on_Rails (дата обращения: 29.05.2018)

Статья поступила в редакцию 31.05.2022;
одобрена после рецензирования 16.06.2022;
принята к публикации 16.06.2022.

Научная статья
УДК 004

РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Дарья Игоревна Суслова¹, Людмила Николаевна Амосова²

^{1,2} Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия

¹ dasha-19-2000@mail.ru

² amosln@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается актуальность фототоваров и услуг в цифровой среде. Особенности и преимущества интернет-продвижения. Основные способы продвижения товаров и услуг. Разработка информационно-аналитической модели бизнес-процессов продвижения товаров и услуг в цифровой среде.

Ключевые слова: модель, моделирование, цифровая среда, интернет, продвижение, товар, услуга, разработка

С давних времен люди искали способы запечатлеть и сохранить прекрасные моменты и явления жизни через материальную форму. Это стало возможным только с изобретением фотоаппарата и развитием фотографии. Ситуация на рынке фотоуслуг и фототоваров во многом зависит от научно-технического прогресса. За последние 10-20 лет данный рынок значительно преобразился, на смену пленочным камерам и проявки снимков в специальных фотолабораториях, пришли цифровые технологий. Они существенно помогли облегчить процесс получения фотографии, который совсем недавно казался невообразимым.

На сегодняшний день самыми распространенными видами фотоуслуг являются фотосъемка и изготовление фотографий, услуги печати, услуги по обработке фотографий и услуги по изготовлению сувенирной продукции.

С помощью Интернета можно как нельзя лучше и дешевле заинтересовать потенциального покупателя, предоставляя познавательную информацию о компании с описаниями реальных товаров, услуг. Все больше людей используют информацию из Интернета в качестве основы для принятия решения о покупке. Потребители фототоваров и фотоуслуг не исключение. Поэтому для успешного функционирования на рынке необходимо использовать возможности цифровой среды [1].

Вся работа в интернете ведется с текущим спросом, что позволяет с минимальными затратами и в кратчайшие сроки привлечь на виртуальное представительство компании большее число целевых покупателей. Это повышает продажи и увеличивает известность компании.

Опубликовать информацию в Интернете значительно проще и дешевле, чем дать рекламу в традиционных средствах массовой информации, таких как телевидение, радио, печати в газетах и журналах.

Особенности и преимущества интернет-продвижения:

- охват огромной аудитории в сравнении с традиционными каналами коммуникаций;
- повышенная скорость распространения информации (намного проще распространить информацию об интернет-магазине, сайте или группе в социальных сетях, чем офлайн точки продажи);
- возможность контроля и оперативного управления всеми процессами;
- непосредственное взаимодействие с аудиторией, простота получения обратной связи;
- низкая стоимость маркетинговых мероприятий и использования интернет-инструментов. Так, затраты на РГ-продвижение сайта, SEO и контекстную рекламу вместе взятые значительно дешевле ТВ-рекламы или радиорекламы [2].

Сеть Интернет является мощнейшим инструментом для привлечения потенциальных покупателей, способствует налаживанию прямых контактов с клиентами, выводя отношения с ними на новый уровень, а также позволяет получать оперативную информацию о конъюнктуре рынка и изменениях в структуре потребительского спроса. Все крупные российские фотофирмы уже давно продвигают свои товары и услуги в сети.

Рассмотрим основные способы продвижения товаров и услуг в цифровой среде:

1) Создание и SEO-продвижение сайта.

Задачи, которые решают сайты, многообразны. Выведение веб-ресурса бренда на первые позиции в поисковые выдачи – это основа повышения продаж и продвижения сайта в поисковых системах [3].

SEO-оптимизация – комплекс мероприятий по внутренней и внешней оптимизации для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определённым запросам пользователей, с целью увеличения сетевого трафика и потенциальных клиентов и последующей монетизации этого трафика [4].

2) Контекстная реклама.

Контекстная реклама представляет собой текстовые или графические объявления, которые показываются пользователям по запросам. Она бывает двух видов – поисковая и тематическая [5].

3) Вирусный маркетинг.

Вирусный маркетинг – особый вид продвижения, при которой основным распространителем информации о компании, товаре или услуге являются сами

представители целевой аудитории. Основные достоинства – затраты на распространение рекламы минимальные, ведь продвижением занимаются сами пользователи [6].

4) Кросс-маркетинг и партнерский-маркетинг.

Данный способ продвижения представляет собой взаимовыгодное сотрудничество, при котором несколько компаний рекламируют товары друг друга. Кросс-маркетинг или плата за действие. Компании платят за число привлеченных потребителей, перешедших по ссылке интернет-площадки на рекламируемый сайт и купивших. Партнерский маркетинг предполагает продвижение бизнеса в сети, в котором партнер получает вознаграждение за каждого привлечённого клиента. Партнерами могут выступать, как специализированные интернет-порталы, так и частные лица [7].

5) Маркетинг в социальных сетях (СММ).

Социальная сеть представляет собой ресурс, в рамках которого все пользователи получают возможность производить обмен. Отличительным свойством социальных сетей является возможность максимально точного таргетинга [8].

Поводя итоги, стоит отметить, что для продвижения фототоваров и фотоуслуг наилучшими инструментами интернет-маркетинга будут создание и SEO-оптимизация сайта, продвижение в социальных сетях и контекстная реклама.

Для разработки информационно-аналитической модели бизнес-процессов продвижения товаров и услуг в цифровой среде воспользуемся инструментарием BPwin. Данный программный продукт поддерживает три методологии моделирования: функциональное моделирование (IDEFO), моделирование потока работ (IDEF3) и потока данных (DFD). Функциональное моделирование дает возможность проанализировать взаимосвязь всех бизнес-процессов, моделирование потока работ позволяет проследить логику выполнения бизнес-процессов, а моделирование потока данных отражает движение и преобразование информации в рамках конкретного бизнес-процесса [8].

Функциональные диаграммы, построенные на основе стандарта IDEFO, представляют изучаемые бизнес-процессы в виде набора взаимосвязанных блоков (функций), а в качестве способа связи используют дуги. Функциональные блоки изображаются на диаграмме в виде прямоугольников, означающих работу, которая имеет определенные цели и приводит к некоторому конечному результату. Название бизнес-процесса должно обозначать действие, для чего используются отглагольные существительные.

Взаимодействие работ показывается в виде стрелок. Среди них выделяют стрелки входа, представляющие собой информацию или материал, используемый и преобразуемый работой. На диаграмме они входят в блок слева. Стрелки выхода – это результат выполнения работы. Они изображаются как стрелки, выходящие из блока справа. Стрелки управления

входят в блок сверху и представляют собой нормативные и регламентирующие данные, которыми руководствуется работа. Стрелки механизмы являются ресурсами, которые осуществляют работу, входят в блок снизу [9].

Построение модели IDEFO начинается с представления всей системы в виде одного блока и стрелок входов, выходов, механизмов и управления. Данная модель получила название контекстной диаграммы и ее предназначение описание основной функции системы.

На рисунке 1 представлена контекстная диаграмма бизнес-процесса «Продвижение товаров и услуг в цифровой среде».

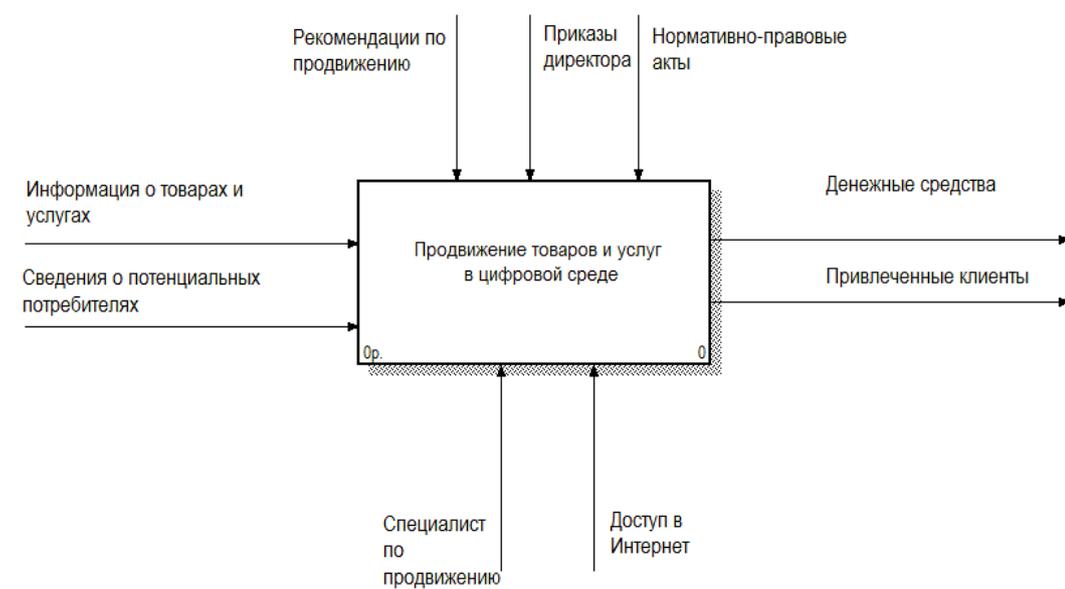


Рисунок 1 – Контекстная диаграмма бизнес-процесса «Продвижение товаров и услуг в цифровой среде»

На вход системы поступает информация о товарах и услугах, сведения о потенциальных потребителях, на выходе привлеченные клиенты, денежные средства от реализации товаров и услуг. Механизмами продвижения являются сотрудники и доступ в Интернет, а управляющими и регулируемыми данными будут выступать – приказы директора, рекомендации по продвижению и нормативно-правовые акты.

Следующим шагом построения модели является декомпозиция основного бизнес процесса. Продвижение товаров и услуг можно разделить на следующие работы:

1. Анализ рынка.

Данный этап позволяет определить особенности рынка и потребности клиентов, собрать информацию о конкурентах, описать возможности и угрозы для компании, а также выделить целевую аудиторию.

2. Выбор маркетинговых методов и средств продвижения.

Выбор наилучших способов продвижения для конкретного вида деятельности, товаров или услуг, позволит обеспечить стабильное и эффективное формирование спроса и продвижение товаров и услуг на рынке.

3. Разработка плана маркетинговых мероприятий для выбранных инструментов продвижения.

На данном этапе формируется стратегия продвижения для каждого выбранного инструмента продвижения, рассчитывается стоимость маркетинговой компании.

4. Реализация запланированных мероприятий.

Воплощение в жизнь всех ранее указанных маркетинговых мероприятий.

5. Оценка эффективности продвижения.

Оценка эффективности продвижения, как завершающий этап, влияет на целесообразность проведения всей маркетинговой компании. На данном этапе происходит анализ результатов и при необходимости вносятся корректировки в план продвижения.

На рисунке 2 представлена декомпозиция основного бизнес-процесса.

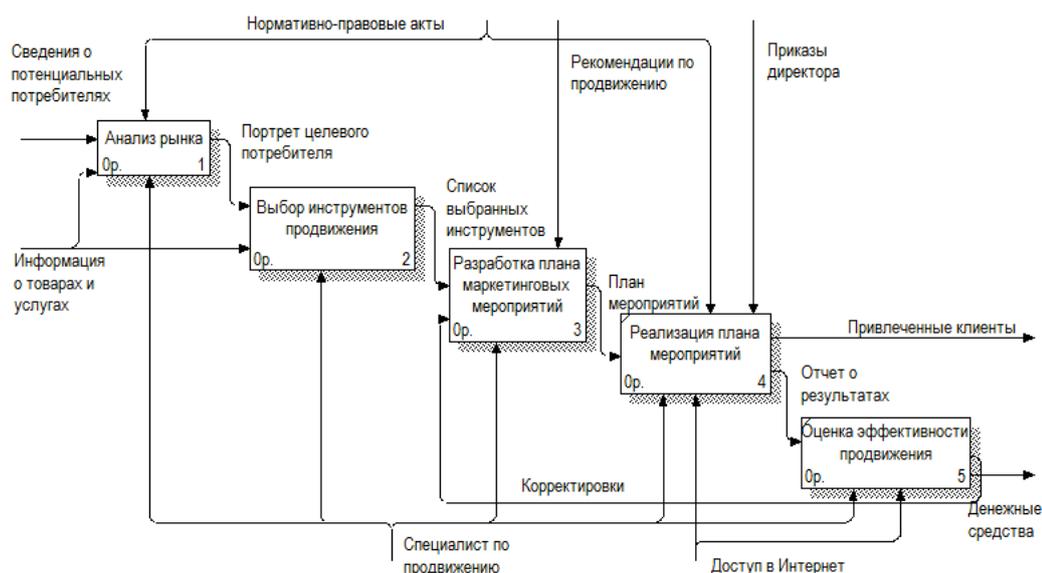


Рисунок 2 – Декомпозиции бизнес-процесса «Продвижение товаров и услуг в цифровой среде»

Анализ рынка включает в себя анализ структуры рынка, тенденций и перспектив развития рынка, анализ деятельности предприятия, особенности товаров и услуг, анализ конкурентов и анализ целевой аудитории. На основании всех полученных данных составляется портрет целевого потребителя и осуществляется выбор инструментов продвижения в цифровой среде.

Для детализации работ применяется стандарт IDEF 3. Основой модели IDEF3 служит сценарий бизнес-процесса, который выделяет последовательность действий или подпроцессов анализируемой системы. Диаграмма IDEF 3 позволяют показать логику

процесса, за счет представления задач в определенной последовательности. В IDEF3 различают три типа стрелок, изображающих взаимоотношения работ (связи): старшая, отношения и потоки объектов.

Старшая (Precedence) стрелка представляет собой сплошную линию, соединяющую единицы работ и означающую, что работа-источник должна закончиться прежде, чем работа-цель начнется. Стрелка отношения (Relational Link) – это пунктирная линия, используемая для изображения связей между единицами работ, а также между единицами работ и объектами ссылок. Стрелка потоки объектов (Object Flow) выглядит как стрелка с двумя наконечниками и используется для описания того факта, что объект используется в двух или более единицах работ.

Для отображения логики взаимодействия стрелок при слиянии и разветвлении или для отображения множества событий, которые могут или должны быть завершены перед началом следующей работы, в стандарте IDEF 3 используются перекрестки. Различают перекрестки для слияния и для разветвления стрелок: "и" (обозначается квадратом с символом "&"), исключаящее "или" (обозначается квадратом с символом "X") и "или" (обозначается квадратом с символом "O") [10].

Представим в виде стандарта IDEF 3, бизнес-процесс по выбору инструментов продвижения (Рисунок 3). На диаграмме используются перекрестки двух типов: асинхронное «И» и асинхронное «ИЛИ». Асинхронное «И» предполагает, что все предшествующие процессы должны быть завершены. Асинхронное «ИЛИ» предполагает, что в случае разветвления стрелок один или несколько следующих процессов должны быть запущены, а в случае слияния стрелок один или несколько предшествующих процессов должны быть завершены.

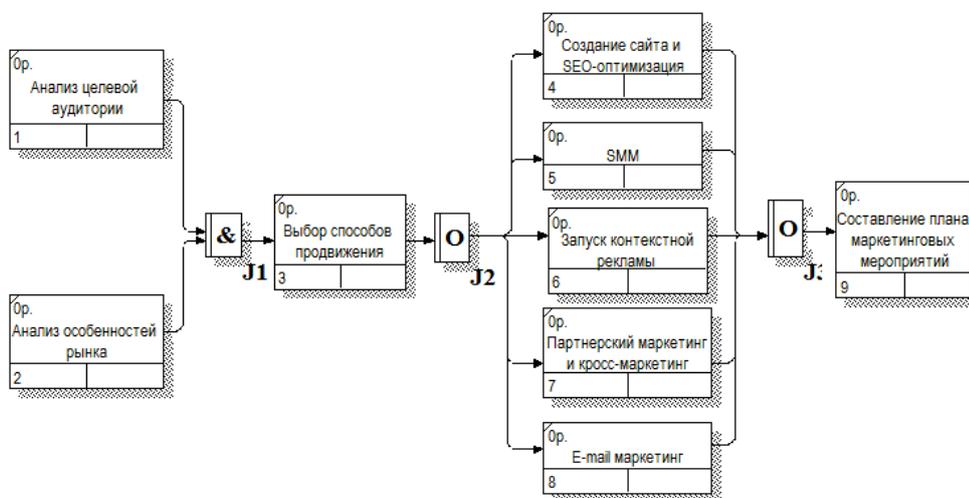


Рисунок 3 – Бизнес-процесс «Выбор инструментов продвижения» в IDEF 3

На основании изученного плана маркетинговых мероприятий, были разработаны декомпозиции бизнес-процессов для каждого выбранного инструмента продвижения в стандарте IDEF 0.

Декомпозиция бизнес-процесса «Разработка и SEO-продвижения сайта» представлена на рисунке 4.

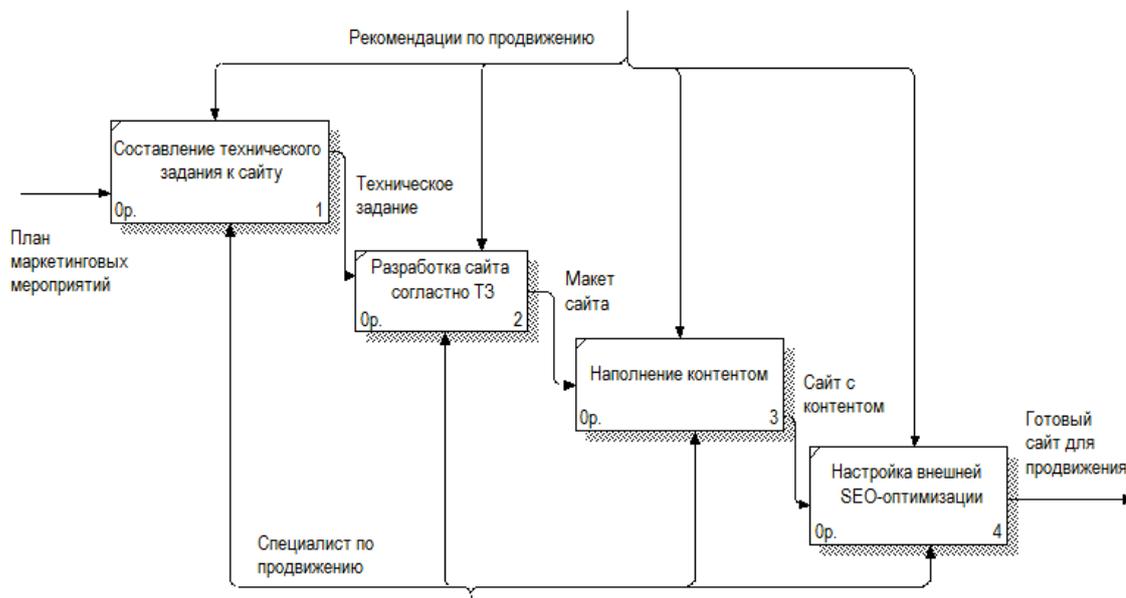


Рисунок 4 – Декомпозиция бизнес-процесса «Разработка и SEO-продвижения сайта»

Декомпозиция бизнес-процесса «Продвижение в Вконтакте» представлена на рисунке 5.

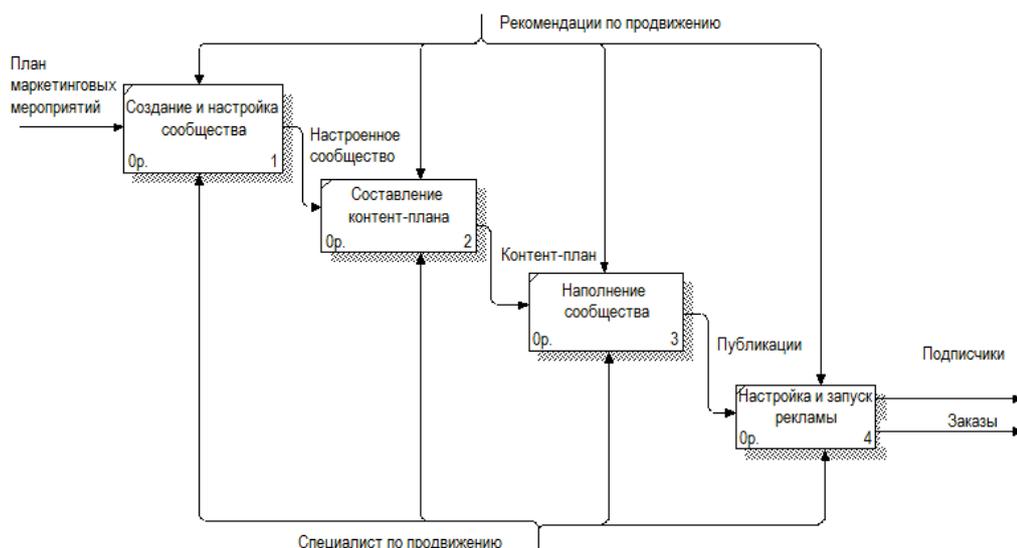


Рисунок 5 – Декомпозиция бизнес-процесса «Продвижение в Вконтакте»

Декомпозиция бизнес-процесса «Запуск контекстной рекламы» представлена на рисунке 6.

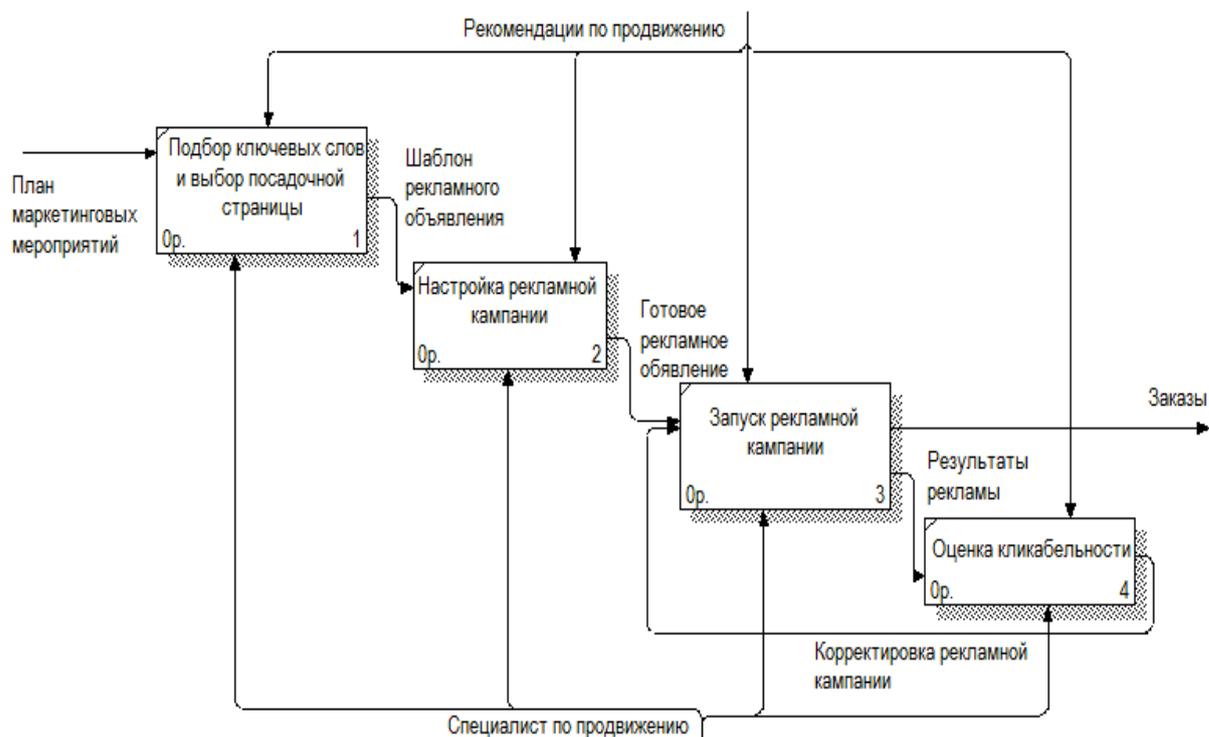


Рисунок 6 – Декомпозиция бизнес-процесса «Запуск контекстной рекламы»

Заключаящим этапом продвижения товаров и услуг является оценка эффективности продвижения. Для того чтобы оценить результаты работы по каждому инструменту продвижения, необходимо выделить ключевые показатели эффективности. В случае продвижения фототоваров и фотоуслуг ключевыми показателями эффективности будут: количество заказов в цифровой среде, количество активных пользователей, повышение узнаваемости фотосалона.

Моделирование бизнес-процессов позволяет представить процесс продвижения товаров и услуг в наглядной графической форме более удобной для восприятия и аналитической обработки. Разработанные модели бизнес-процессов продвижения служат своего рода наглядным пособием по основным этапам продвижения фототоваров и фотоуслуг в цифровой среде.

Список источников

1. Необычные функции библиотеки как способы привлечения пользователей. – Текст: электронный // Интуит Национальный открытый университет: сайт. – URL: <https://www.intuit.ru/studies/courses/3600/842/lecture/22188?page=3>
2. Способы продвижения бизнеса в интернете. – Текст: электронный // TrendLine: сайт. – URL: <https://www.trendline.in.ua/10-sposobov-prodvizheniya-biznesa-v-seti/>
3. Виды сайтов и их классификация по различным признакам. – Текст: электронный // Kviter.ru: сайт. – URL: <https://kviter.ru/vidyi-saytov#i>

4. Сайты: типы, виды, функции и структура. – Текст: электронный // Мир финансов Mir-fin.ru: сайт. – URL: <https://mir-fin.ru/sait.html>

5. Гроховский, Л. SEO: руководство по внутренним факторам / Леонид Гроховский, Михаил Сливинский, Алексей Чекушин, Санислав Ставский. – М.: Центр исследований и образования «ТопЭксперт.РФ», 2011. – 133 с. – Текст: непосредственный

6. Ашманов, И. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах / Игорь Ашманов, Андрей Иванов. – М.: Питер, 2013. – 464 с. – Текст: непосредственный

7. Контекстная реклама: что это такое и как работает для сайта – Текст: электронный // Rookee.ru: сайт. – URL: [https://wiki.rookee.ru/kontekstnaya reklama/](https://wiki.rookee.ru/kontekstnaya_reklama/)

8. BPWIN. – Текст: электронный // Менеджмент качества: сайт. – URL: <http://www.kpms.ru/Automatization/BPwin.htm>

9. Методология IDEF0. – Текст: электронный // Sites.google.com: сайт. – URL: https://www.sites.google.com/site/anisimovkhv/learning/pris/lecture/tem6/tema6_2

10. Моделирование бизнеса. Основные подходы. – Текст: электронный // Блог компании Trinion: сайт. – URL: <https://habr.com/ru/company/trinion/blog/332772/>

Статья поступила в редакцию 25.05.2022;
одобрена после рецензирования 08.06.2022;
принята к публикации 16.06.2022.

Научная статья
УДК 373.2

К ПРОБЛЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ НАВЫКОВ БЕЗОПАСНОГО ПОВЕДЕНИЯ ДЕТЕЙ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Елена Сергеевна Федоренко

ЧОУ «Школа-интернат № 30 среднего общего образования ОАО «РЖД», Комсомольск-на-Амуре, Россия

Аннотация. В статье рассматривается актуальность формирования безопасного поведения дошкольников в условиях растущих угроз в социальном, экологическом и бытовом плане. Рассмотрены конкретные данные исследования, сделаны выводы по результатам исследования, выявленные проблемные зоны в уровне сформированности навыков безопасного поведения старших дошкольников.

Ключевые слова: безопасность, психологическая безопасность, безопасное поведение, навыки безопасного поведения.

Разнообразие чрезвычайных ситуаций в мире, актуализирует проблему безопасности детей. К чрезвычайным ситуациям можно отнести попадание детей в ДТП, выпадение из окон, возможны отравления детей бытовой химией, лекарствами, имеет место неадекватное обращение с электроприборами. Одна из наиболее трагичных ситуаций может случиться с уходом ребёнка с незнакомым человеком. Несмотря на то, что взрослые контролируют детей, необходимо, тем не менее, формировать у них навыки безопасного поведения.

Безопасность жизни ребёнка и охрана здоровья – одна из актуальных задач всей системы отечественного образования и дошкольного образования, в частности. Основным постулатом образования является не только необходимость оберегать детей от опасностей, но и готовить к правильной реакции в потенциально опасной ситуации. Основная задача взрослых сформировать у детей представления об опасных ситуациях и привить им навыки безопасного поведения.

В Федеральном законе РФ «О безопасности» понятие «безопасность» трактуется как «состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внешних и внутренних угроз» [1]. В Федеральном государственном образовательном стандарте дошкольного образования в требованиях к структуре образовательной программы дошкольного образования определены основные задачи образовательной области «Социально-коммуникативное развитие» по формированию основ безопасности у детей дошкольного возраста [1].

Важность дошкольного детства в жизни человека трудно переоценить. Данный период является основой дальнейшего развития человека, именно в дошкольный период закладываются основы здоровья, навыки здорового образа жизни и т.д. Однако, возрастные особенности дошкольников не позволяют ребёнку адекватно оценить степень безопасности

конкретной ситуации и, следовательно, ребёнку не дано в полной мере осознано регулировать свои действия, а свойственное детям любопытство, может стать небезопасным и привести к трагедиям.

Среди отечественных специалистов, занимающихся вопросами безопасности можно выделить Н.Н. Авдееву, Н.В. Гребенкину, А.Н. Каюрову. Именно проблемам формирования навыков безопасного поведения у детей дошкольного возраста посвящали свои исследования данные авторы.

К.Ю. Белая и Т.К. Храмцова [3, 8] рассматривают проблему привития навыков безопасности детям старшего дошкольного возраста. Авторы считают, что подготовка к возможным встречам с небезопасными ситуациями должна проходить на всех этапах жизни человека, но начинать ее необходимо со старшего дошкольного возраста. Старший дошкольный возраст характеризуется увеличением двигательной активности, физических возможностей, которые в совокупности с повышенным стремлением к самостоятельности и любознательностью, могут привести к возникновению травмоопасных ситуаций. В этой связи, важно создать определённые условия, позволяющие дошкольникам формировать основы безопасного поведения.

Экологические катастрофы, террористические акты, военные конфликты, рост преступности, социальные и экономические кризисы, безусловно, негативно сказываются на детях. Возникает необходимость уберечь детей от опасностей. Однако в погоне за безопасностью детей, надо опасаться подавления естественной любознательности, открытости и доверия к миру, активности. Важно не напугать их и подготовить к полноценной жизни. Специалисты утверждают, что формирование ответственного отношения к собственной безопасности должно происходить на всех этапах жизни человека, и начинать его надо с дошкольного детства.

Своё исследование мы проводили на базе ЧОУ «Школа-интернат № 30 среднего общего образования ОАО «РЖД», г. Комсомольск-на-Амуре. В ходе своего исследования мы решили ряд задач: изучили знания детей старшего дошкольного возраста об основах безопасности жизнедеятельности по методике Р.Б. Стеркиной [2], а так же определили уровень безопасности детей дошкольного возраста в условиях нашего образовательного учреждения.

Изучая знания детей старшего дошкольного возраста об основах безопасности жизнедеятельности по методике Р.Б. Стеркиной [2] мы обнаружили, что большинство дошкольников демонстрируют низкий уровень сформированности навыков безопасного поведения. Мы выделили небольшую группу дошкольников, которые показали высокий уровень сформированности навыков безопасного поведения, т.е. эти дети называют свой

адрес, фамилию, имя и отчество своих родителей, адрес нашего учреждения, помнят телефон своих родителей; по каким телефонам нужно звонить при пожаре, запахе газа и т.д. Наше исследование показало, что дела со знанием правил дорожного движения обстоят лучше. Высокий уровень знаний правил дорожного движения показали 30% дошкольников – эти дети придумали оригинальную дорожную историю с использованием таких персонажей как: Смешарик, Копатыч, Лунтик и др. Показали высокие знания дорожных знаков, правил дорожного движения. Подавляющее большинство детей продемонстрировали средний уровень знаний правил дорожного движения (50 %) – эти дети придумали очень простые дорожные истории, показали недостаточные знания правил дорожного движения. И всё же нами выявлены дошкольники (20 %), которые не смогли придумать свою дорожную историю, не знают правил дорожного движения.

Понятие психологическая безопасность раскрывалась нами через понятия психическое здоровье и угроза. При этом психологическая безопасность трактовалось как такое состояние, когда обеспечено успешное психическое развитие ребенка и адекватно отражаются внутренние и внешние угрозы его психическому здоровью.

Используя такие методики как наблюдение и опрос родителей, мы пришли к выводу, что наше учреждение не представляет внешней угрозы для дошкольников. В частности, мы не обнаружили факта ограничения доступа детей к игрушкам, цветовое и световое оформление пространства учреждения продумано; в учреждении созданы необходимые условия для двигательной активности дошкольников; в группе детского сада не действуют необоснованные запреты; гигиенические требования к содержанию помещений, к режиму проветривания соблюдаются; дети не испытывают интеллектуально-физические и психоэмоциональные перегрузки т.к. режим рационально построен, стиль общения с детьми со стороны педагогов демократический, в группе действуют правила понятные детям.

Вместе с тем, мы выявили периодические проявления грубости и в детском коллективе, когда дети отстаивают своё единоличное право играть определённой игрушкой. Для предотвращения данной формы поведения, педагоги группы ведут беседы с детьми о неприемлемости такого поведения и консультирование родителей по вопросам воспитания детей.

Учитывая, что грубость, невнимание к ребенку со стороны родителей, асоциальная семейная микросреда является фактором угрозы для безопасности детей, мы обратили внимание, что в обследуемой группе детского сада данный фактор отсутствует. Родители, приходя за своим ребенком, спрашивают его как дела, чем он занимался, смотрят поделки детей, проявляя, тем самым, интерес к жизнедеятельности ребёнка в детском саду. Тем не

менее, мы смогли обнаружить в ряде случаев раздражительность в детско-родительских отношениях.

Также мы наблюдали внутренние угрозы для психологической безопасности ребёнка. Группу детского сада посещает два ребенка, которые периодически демонстрируют негативное поведение.

Стрессовое состояние у детей, являющееся критерием к оценке психологической безопасности дошкольников, нами не наблюдалось, за исключением эпизодов, когда ребёнка приводит в детский сад и он переживает расставание с мамой. Когда же ребёнок переступает через порог группы, практически, каждый ребёнка попадает под влияние педагога (приобнять, приласкать), и ребенок, чувствуя от воспитателя теплоту и заботу, успокаивается.

В ходе своего исследования мы обнаружили такие моменты, когда мама обещает забрать пораньше ребенка домой. Ребенок помнит данное обещание и в течение дня спрашивает, «а скоро придет мама?». В группе есть девочка, которая очень привязана к своей маме и в течение всего дня она все время спрашивает «а мама бежит за мной?». Она мало играет с детьми, грустит, в сонный час она медленно засыпает, рано просыпается. Бывают моменты, она забывается, вливается к детям в компанию, играет, а потом вспомнит маму и плачет. Но мы считаем, что стрессового состояния не испытывают дети в этой группе, кроме этой девочки. Если говорить про усталость детей, то к вечеру они все устают и хотят домой. Наблюдаются случаи проявления упрямства, непоседливости у детей, но мы не связали это со стрессовым состоянием.

Чтобы определить, является ли наше дошкольное учреждение психологически безопасной средой для детей дошкольного возраста, мы провели анонимный анкетный опрос родителей. Опрос родителей показал, что они считают наше образовательное учреждение безопасной средой для их ребёнка. Считаем значимым для нашего учреждения доверие родителей.

Итогом нашего исследования стало выявление пробелов в знаниях конкретных детей касательно их безопасности. Выявленные данные помогут нам выстраивать предметную помощь детям в формировании навыков безопасного поведения. Вместе с тем, мы обнаружили, что не все родители с полной серьёзностью относятся к проблеме формирования навыков безопасного поведения у своих детей. Уповать исключительно, на работу педагогов не приходится, поскольку эффективность решения данной проблемы зависит от, исключительно, тесного взаимодействия родителей и педагогов. А также мы получили важную информацию о том, что нашем образовательном учреждении, дети не испытывают внутренние и внешние угрозы своей психологической безопасности.

Список источников

1. Федеральный закон от 28.12.2010 г. № 390–ФЗ «О безопасности» (ред. от 09.11.2021). – Текст: электронный // КонсультантПлюс: сайт. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/01fbae25b3040955277cbd70aa1b907cceda878e/ (Дата обращения 05.11.2021г.).
2. Авдеева Н.Н. Безопасность: учебное пособие по основам безопасной жизнедеятельности детей старшего дошкольного возраста / Н.Н. Авдеева, О.Л. Князева, Р.Б. Стеркина. – СПб: Детство–пресс, 2017. – 240 с. – Текст: непосредственный.
3. Белая К.Ю. Формирование основ безопасности у дошкольников / К.Ю. Белая. – М.: Мозаика-синтез, 2018. – 164 с. – Текст: непосредственный.
4. Возрастная и педагогическая психология: учебное пособие / под ред. Т.С. Михальчик и др. – М.: Проспект, 2017. – 560 с. – Текст: непосредственный.
5. Гребенкина Н.В. Формирование основ безопасности у дошкольников средствами ИКТ / Н.В. Гребенкина. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 3. – С. 86-88.
6. Каюрова А.Н. Формирование культуры безопасности у дошкольников в условиях ФГОС / А.Н. Каюрова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2018. – № 11. – С. 65-68.
7. Формирование основ безопасного поведения у старших дошкольников / под ред. Н. Дудко. – Текст: электронный // schools.by. Электронные сервисы для системы образования: сайт. – URL: <https://sad4molod.schools.by/pages/formirovanie-osnov-bezopasnogo-povedeniya-u-doshkolnikov> (дата обращения 06.11.2021 г.).
8. Храмцова Т.Г. Воспитание безопасного поведения в быту детей дошкольного возраста / Т.Г. Храмцова. – М.: Педагогическое общество России, 2018. – 80 с. – Текст: непосредственный

Статья поступила в редакцию 23.05.2022;
одобрена после рецензирования 29.06.2022;
принята к публикации 11.07.2022.

Научная статья
УДК 37.016:811.111

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ДИСКУССИИ С ЦЕЛЬЮ РАЗВИТИЯ РЕЧЕВЫХ УМЕНИЙ ШКОЛЬНИКОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Софья Сергеевна Шишлова, Наталья Николаевна Французова

Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, Комсомольск-на-Амуре, Россия, fnn-2011@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена вопросу развития речевых умений школьников при обучении иностранному языку. Автор раскрывает дискуссии, рассматривает разные классификации дискуссии, изучает учебные интернет-ресурсы. В статье представлен анализ результатов опытно-экспериментальной работы автора, доказывающий убедительность сделанных выводов.

Ключевые слова: инновационные технологии дискуссии, речевые умения, монологическая речь, диалогическая речь

Современные общеобразовательные школы ставят перед собой одну из сложнейших задач – научить ученика говорить на английском языке свободно, грамотно и бегло, т.е. так же, как и на родном языке. Данная задача возможна только при выполнении ряда условий: качественное преподавание, грамотно написанная обучающая литература, ученик, желающий овладеть иностранным языком как средством общения.

Обучение иностранному языку включает в себя разные виды речевой и мыслительной деятельности, способствует формированию способности ясно мыслить, критически воспринимать информацию, выделять в ней главную мысль и находить средства и аргументы для ее подтверждения и обоснования и, следовательно, облегчает понимание любого теоретического материала. Поэтому обучение речевым навыкам не является самоцелью, это лишь средство для достижения главной цели, а именно – развитие у учащихся речевых умений: аудирование, говорение, чтение и письмо.

Речевые умения – это умения, обеспечивающее возможность понимать смысл воспринимаемых на слух иноязычных слов, фраз и выражений.

Существуют четыре основных речевых умения:

1. Умение говорить, то есть излагать свои мысли в устной форме.
2. Умение писать, то есть излагать свои мысли в письменной форме.
3. Умение аудировать, то есть понимать речь в ее звуковом выражении.
4. Умение читать, то есть понимать речь в ее графическом выражении.

В нашем исследовании мы сфокусируем наше внимание на речевом умении говорения.

Говорение – это продуктивный вид речевой деятельности, посредством которого совместно с аудированием осуществляется устное вербальное общение. Это средство

сообщения мысли с помощью звукового языка.

Говорение существует в двух формах: Монологическая речь, Диалогическая речь.

Монолог – это организованный вид речи, представляющий собой продукт индивидуального построения и предполагающий продолжительное высказывание одного лица, обращённое к аудитории.

Выделяются следующие виды монологической речи:

- Описание – изображение состояния предмета речи посредством перечисления его частей, свойств, признаков, видов, объединяющее позиции участников общения;
- Повествование – изображение предмета речи в изменении как последовательности переживаемых событий или действий, разделяющее позиции участников общения;
- Рассуждение – обоснование представления говорящего о предмете посредством доводов, с которыми получатель высказывания соглашается, присоединяясь тем самым к представлению говорящего.

По цели высказывания монологическую речь делят на три основные типа:

- Информационная. Информационная речь служит для передачи знаний. К разновидностям информационной речи относят различного рода выступления.
- Убеждающая. Убеждающая речь обращена прежде всего к эмоциям слушателя. В этом случае говорящий должен учитывать его восприимчивость.
- Побуждающая. Побуждающая речь направлена на то, чтобы побудить слушателей к различного рода действиям.

Под диалогической речью понимают обмен высказываниями, порождаемыми одно другим в процессе разговора между двумя или несколькими собеседниками.

Можно выделить для обучения диалогической речи в школе следующие виды диалога:

1. Диалог – обмен информацией.
2. Диалог – планирование совместных действий.
3. Диалог – спор, дискуссия.

Основными диалогическими речевыми умениями являются:

- Умение формулировать запрос информации (ставить коммуникативно-мотивированные информативно-ценные вопросы).
- Умение коммуникативно и ситуативно-обоснованно отвечать на вопросы (удовлетворять запрос информации).
- Умение сообщать информацию в целях ее последующего обсуждения (формулировать реплики утверждения, констатации, сообщения).
- Умение выражать оценочные суждения по поводу полученной информации (реплики согласия, несогласия, сомнения и т.д.).

Современные образовательные технологии на уроках иностранного языка в общеобразовательных школах применяются с учетом последних тенденций в образовании [2].

К числу современных образовательных технологий можно отнести дискуссию.

А.В. Стешов определяет дискуссию как «коллективное исследование проблемы, в котором каждая сторона, оппонировав мнение собеседника, акцентирует свою позицию (концепцию) и претендует на достижение истины (цели)».

По мнению М.В. Кларина, дискуссия – это способ углублённой работы с содержанием предмета, выхода за пределы усвоения фактических сведений, творческого осмысления изученного материала и формирования ценностных ориентации, а модель учебной дискуссии строится как целенаправленный и упорядоченный обмен идеями, суждениями, мнениями ради поиска истины.

Метод дискуссии находит все большее применение на занятиях по иностранному языку в школе главным образом потому, что он позволяет органично интегрировать знания учащихся из разных областей при решении какой-то проблемы, дает возможность применить языковые знания и навыки на практике, генерируя при этом новые идеи [1].

В мировом педагогическом опыте получили распространение следующие формы дискуссии: (круглый стол, дебаты, симпозиум, форум, мозговой штурм, судебное заседание, перекрестная дискуссия, учебный спор-диалог, заседание экспертной группы, театральный вид) [3].

Правильно организованная дискуссия проходит четыре стадии развития: ориентация, оценка, консолидация и рефлексивный анализ [1].

В ходе нашего исследования нами была проведена опытно-экспериментальная работа, которая включала в себя изучение опыта работы учителя, анкетный опрос учащихся на этапе констатирующего и формирующего эксперимента, а также разработку и проведение авторских уроков иностранного языка с использованием технологии дискуссии. Мы разработали систему уроков иностранного языка для учащихся 10 класса по учебнику «Английский язык 10 класс», авторы: Ю.А. Комарова, И.В. Ларионова, К. Макбет с использованием дискуссионных технологий.

Сравнив полученные нами результаты анкетного опроса учащихся экспериментальной и контрольной групп на обоих этапах, мы получили следующие данные:

На вопрос «Нравится ли Вам изучать иностранный язык?» в экспериментальной группе почти все опрошенные ответили утвердительно – 90% и всего 10% затруднились ответить. В то время как в контрольной группе 58% опрошенных дали утвердительный ответ, 16% – отрицательный и 26% затруднились ответить. На этапе формирующего эксперимента в экспериментальной группе почти единогласно ответили положительно –

90%. Это на 20% больше, чем на этапе констатирующего эксперимента и всего 10% затруднились ответить. В то время, как в контрольной группе 63% опрошенных дали утвердительный ответ, что лишь на 5% больше. 11% – отрицательный и 26% затруднились ответить.

На этапе констатирующего эксперимента, отвечая на вопрос «Нравится ли Вам говорить на иностранном языке?», в экспериментальной группе положительно ответили 90%, 10% – затруднились дать ответ на вопрос. В контрольной группе 67% ответили положительно, 11% – отрицательно и 22% – затруднились ответить. На этапе формирующего эксперимента в экспериментальной группе положительно ответили 90%, наблюдается увеличение на 14% и уменьшение на 14% соответственно. 10% – затруднились дать ответ на вопрос. В контрольной группе 72% ответили положительно, 6% – отрицательно и 22% – затруднились ответить.

Анализ ответов на вопрос «Как Вы считаете, нужно ли изучать иностранный язык? Пригодится ли он Вам в жизни?» показал, что в экспериментальной группе большинство ответили положительно – 80%, равное количество учеников ответили отрицательно и затруднились ответить – по 10%. В контрольной же группе 78% ответили положительно и 22% затруднились с ответом. На этапе формирующего эксперимента опрос показал, что в экспериментальной группе большинство ответили положительно – 90%, что на 10 % больше, чем на этапе констатирующего эксперимента, равное количество учеников ответили отрицательно и затруднились ответить – по 10%. В контрольной же группе показатели в сравнении с констатирующим эксперименте выросли всего на 5 %, а именно 83% ответили положительно и 17% затруднились с ответом.

В экспериментальной группе 50% опрошенных учащихся хотели бы, чтобы учитель использовал дискуссионные технологии на уроке иностранного языка, 20% – выбрали ответ «нет» и 30% – затруднились ответить. В контрольной группе 44% ответили утвердительно, 38% – отрицательно и 28% затруднились ответить. На этапе формирующего эксперимента в экспериментальной группе 70% учащихся хотели бы, чтобы учитель использовал дискуссионные технологии на уроке иностранного языка, данный показатель вырос на 20% по сравнению с этапом констатирующего эксперимента, 20% – выбрали ответ «нет» и 10% – затруднились ответить. В контрольной группе 55% ответили положительно, что говорит о том, что данный показатель изменился в лучшую сторону только на 4%, 9% – отрицательно и 36% имели проблемы с ответом.

На вопрос «Легче ли усваивается материал во время дискуссии?» на этапе констатирующего эксперимента в экспериментальной группе положительно ответили 50%, 20% – отрицательно 30% – затруднились дать ответ на вопрос. В контрольной группе 67%

ответили положительно, 5% – отрицательно и 28% – затруднились ответить. На этапе формирующего эксперимента в экспериментальной группе положительно ответили 70%, 10% – отрицательно 20% – затруднились дать ответ на вопрос. В контрольной группе 67% ответили положительно, 5% – отрицательно и 28% – затруднились ответить. (Что говорит о том, что у учащихся, как в экспериментальной, так и в контрольной группе повысился уровень таких навыков как аудирование и говорение.)

На этапе констатирующего эксперимента экспериментальной группе при дискуссии 40% предпочитают наблюдать, 40% принимают участие, если знают материал и 20% в дискуссии участие принимают всегда. В контрольной группе 39% – наблюдают, 56% – участвуют, если знают материал и только 5% участвуют всегда. На этапе формирующего эксперимента в экспериментальной группе 10% предпочитают наблюдать, 50% принимают участие, если знают материал и 10% в дискуссии участие принимают всегда. В контрольной группе 39% – наблюдают, 56% – участвуют, если знают материал и только 5% участвуют всегда. (Данные результаты ясно дают понять нам, что у учащихся повысился интерес к изучению иностранного языка, посредством обсуждения различных тем дискуссии).

Анализ ответов на вопрос «Какие темы для говорения вызывают у вас больший интерес?» показал, что в экспериментальной группе 24% ответили «о себе», 16% – «о стране изучаемого языка», 16% – «защита окружающей среды», 16% – «искусство», 12% – «спорт», 16% – «политика». В контрольной группе вариант «о себе» выбирают 19%, «о стране изучаемого языка» – 18%, «защита окружающей среды» – 14%, «искусство» – 14%, «спорт» – 21%, «политика» – 14%. На этапе формирующего эксперимента, опрос показал, что в экспериментальной группе 18% ответили «о себе», 27% – «о стране изучаемого языка», 14% – «защита окружающей среды», 18% – «искусство», 14% – «спорт», 9% – «политика». В контрольной группе вариант «о себе» выбирают 21%, «о стране изучаемого языка» – 23%, «защита окружающей среды» – 12%, «искусство» – 18%, «спорт» – 18%, «политика» – 8%.

На этапе констатирующего эксперимента при ответе на вопрос «Трудно ли Вам высказываться на иностранном языке в ходе дискуссии?» в экспериментальной группе чуть меньше половины учащихся ответили утвердительно (40%), 20% – отрицательно и также 40% – затрудняются ответить. В контрольной группе 28% ответили положительно, 56% – отрицательно и 28% имели проблемы с ответом. На этапе формирующего эксперимента в экспериментальной группе 20% учащихся ответили положительно, 40% – отрицательно и также 40% – затрудняются ответить. В контрольной группе 22% ответили положительно, 45% – отрицательно и 33% имели проблемы с ответом. Данные результаты ярко демонстрируют нам, что у учащихся постепенно образуется любовь к иностранному языку, к иностранной речи, которую они хотят использовать.

Анализ ответов на вопрос «Какие трудности вы испытываете при проведении дискуссии?» на этапе констатирующего эксперимента показал, что в экспериментальной группе 46% недостаточно владеют лексикой, 9% не умеют правильно построить предложение, 36% имеют страх допустить ошибку, 9% не умеют аргументировано доказать свою точку зрения. В контрольной группе недостаточное владение лексикой имеют 30%, 20% не умеют правильно построить предложение, 20% имеют страх допустить ошибку, 30% не умеют аргументировано доказать свою точку зрения. На этапе формирующего эксперимента анализ показал, что в экспериментальной группе 40% имеют недостаточное владение лексикой, 20% не умеют правильно построить предложение, 20% имеют страх допустить ошибку, 20% не умеют аргументировано доказать свою точку зрения. В контрольной группе недостаточное владение лексикой имеют 18%, 18% не умеют правильно построить предложение, 27% имеют страх допустить ошибку, 37% не умеют аргументировано доказать свою точку зрения. В данном случае результаты говорят нам о том, что у учащихся повысился уровень владения лексикой, а также уменьшился страх допустить ошибку, поскольку на уроке постоянно применяется практика устной речи.

На этапе констатирующего эксперимента, в экспериментальной группе 30% учащихся ощущают психологический барьер при высказывании собственных мыслей по теме на иностранном языке, 30% – не испытывают подобных ощущений, а также 40% – затрудняются ответить. В контрольной группе 40% ответили утвердительно на данный вопрос, 25% – отрицательно и 35% имели проблемы с ответом. На этапе формирующего эксперимента, среди опрошенных учащихся в экспериментальной группе 20% ощущают психологический барьер при высказывании собственных мыслей по теме на иностранном языке, 50% – не испытывают подобных ощущений, что на 20% больше, чем на этапе констатирующего эксперимента, а также 30% – затрудняются ответить. В контрольной группе 25% ответили положительно, 50% – отрицательно, что всего на 10% выше, чем на этапе констатирующего эксперимента и 25% имели проблемы с ответом.

При ответе на вопрос «Часто ли у вас возникает возможность участия в дискуссии на уроках иностранного языка?» в экспериментальной группе на этапе констатирующего эксперимента половина учащихся ответили положительно (50%), 25% – отрицательно и также 25% – затрудняются ответить. В контрольной группе 39% ответили положительно, 50% – отрицательно и 11% имели проблемы с ответом. На этапе формирующего эксперимента при ответе на данный вопрос в экспериментальной группе 90% учащихся ответили положительно, что на целых 40% выше, чем на этапе констатирующего эксперимента, 10% – отрицательно. В контрольной группе данные показатели не

изменились, а именно: 39% ответили положительно, 50% – отрицательно и 11% имели проблемы с ответом.

На этапе констатирующего эксперимента на вопрос «Возникает ли у Вас желание во время участия в дискуссии проявить свою речевую активность?» в экспериментальной группе 50% учащихся ответили утвердительно, 25% – отрицательно и также 25% – затрудняются ответить. В контрольной группе 39% ответили утвердительно, 50% – отрицательно и 11% имели проблемы с ответом. На этапе формирующего эксперимента в экспериментальной группе 67% учащихся ответили положительно, 16% – отрицательно и 17% – затрудняются ответить. В контрольной группе 40% ответили положительно, 20% – отрицательно и 40% имели проблемы с ответом. (Данные результаты ясно дают нам понять, что у учащихся постепенно исчезает языковой барьер, они уже не боятся допустить какую-либо ошибку ни в лексике, ни в грамматике и сами хотят участвовать в дебатах)

На вопрос «Способствует ли изучение иностранного языка развитию речевой активности учащихся?» на этапе констатирующего эксперимента в экспериментальной группе 60% ответили утвердительно, 10% – отрицательно и также 30% – затрудняются ответить. В контрольной группе 50% учащихся ответили утвердительно, 39% – отрицательно и 11% имели проблемы с ответом. При ответе на данный вопрос на этапе формирующего эксперимента в экспериментальной группе 50% ответили положительно, 20% – отрицательно, данный показатель уменьшился на 5% в сравнении с констатирующим экспериментом, а также 30% – затрудняются ответить. В контрольной группе результаты не изменились: 39% учащихся ответили положительно, 50% – отрицательно и 11% имели проблемы с ответом.

Результаты опроса послужили причиной того, что мы активизировали в ходе нашей практической работы речевую практику учащихся через применение инновационной технологии дискуссии на уроках иностранного языка. Изучив опыт работы учителя и проанализировав ответы учащихся на вопросы анкеты, мы разработали систему уроков иностранного языка для учащихся 10 класса по учебнику «Английский язык 10 класс», авторы: Ю.А. Комарова, И. В. Ларионова, К. Макбет с использованием дискуссионных технологий.

В заключение следует отметить, что использование на уроках иностранного языка инновационной технологии дискуссии, является важным методом для стимулирования мотивации учебно-познавательной деятельности и развития речевых умений школьников, что в данной работе опытным путем была доказана методологическая ценность применения технологии дискуссии на уроках иностранного языка. Анализ результатов опытно-экспериментальной работы подтвердил, что применение инновационной технологии

дискуссии на уроках иностранного языка значительно повышает уровень развития речевых умений школьников, а также способствует развитию их интереса к изучению данного предмета.

Список источников

1. Гордиенко, Н.П. Использование дискуссии как метода формирования коммуникативных навыков на старшей ступени обучения иностранному языку в средней общеобразовательной школе / Н.П. Гордиенко, Е.П. Кузнецова. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2015. – № 8. – С. 112–114.

2. Полат, Е.С. Современные педагогические и информационные технологии в системе образования / Е.С. Полат, М.Ю. Бухаркина. – 2-е изд., стер. – М.: Академия, 2008. – 368 с. – Текст: непосредственный.

3. Щеголева, А.В. Образовательная технология «дебаты» как способ повышения мотивации к изучению иностранного языка / А.А. Щеголева. – DOI 10/17513/snt.39065. – Текст: непосредственный // Современные наукоемкие технологии. – 2022. – №2. – С. 236-240.

Статья поступила в редакцию 30.05.2022;
одобрена после рецензирования 10.06.2022;
принята к публикации 20.06.2022.