



Рисунок 1 – Межгосударственная предпринимательская экосистема на базе университетов
Примечание. Собственная разработка автора [3]

Список использованных источников

1. Овчинникова, А. В. Рождение концепции предпринимательских экосистем и ее эволюция / А. В. Овчинникова, С. Д. Зимин // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – Том 11. – № 6. – С. 1497–1514.
2. Дорошенко, С. А. Предпринимательская экосистема в современных социэкономических исследованиях / С. А. Дорошенко, А. Г. Шеломенцев // Журнал экономической теории. – 2017. – № 4. – С. 212–221.
3. Разработка механизма акселерации инновационных проектов в межгосударственном бизнес-инкубаторе, функционирующем на базе университетов (на примере Белорусского национального технического университета и Шанхайского университета): отчет о НИР (заключ) / Государственное предприятие «Научно-технологический парк БНТУ «Политехник»; рук. Ю. Г. Алексеев; исполн. Н. А. Дудко [и др.]. – Минск. – 2021. – 141 с. – № ГР 20191950.

УДК 373.2

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ФОРМИРОВАНИЮ У ДЕТЕЙ 5–7 ЛЕТ ЧУВСТВА ЮМОРА СРЕДСТВАМИ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Е Фэй

Барановичский государственный университет
e-mail: 35352367@qq.com

Summary. The relevance of the study is proved by the results of the study of the social side of humor. Such a feeling is necessary in our life, it reduces stress, strengthens social ties, makes it easier to relate to emerging problems, increases satisfaction with activity and its effectiveness, and also, in general, has a positive impact on human health. The formation of a sense of humor should begin in childhood and the best helpers in this will be works of fiction. The child needs to be introduced to fiction, there is a lot of instructive and humorous in it, which is so necessary in life.

Юмор – добродушно-насмешливое отношение к чему-либо, умение подмечать и выставлять на смех забавное и несуразное в жизненных явлениях. Юмор развивает тонкость ума. Мысль, высказанная в юмористической форме, очень точна, лаконична, верно схватывает противоречие. Над чем смеется человек – по его манере смеяться и оттенкам смеха: как он это делает – можно достаточно точно судить о его характере, о его достоинствах и недостатках. Без способности обнаруживать несуразности, видеть смешное в самых разных ситуациях невозможно представить творческого человека. Эта способность проявляется и формируется с детства. Она является свидетельством одаренности и вместе с тем эффективным механизмом психологической защиты. Здравый смысл юмора – инструмент, на который ребенок может положиться в течение жизни. Юмор развивает нетрадиционное мышление, стимулирует творчество.

Базой исследования явился Седьмой детский сад группы дошкольного образования Юэлу: 217, деревня Циншуй, поселок Тяньдин, третья дорога Фэнлинь, район Юэлу. Результаты констатирующего этапа эксперимента свидетельствуют о том, что чувство юмора у детей старшего дошкольного возраста присутствует, но недостаточно раскрыто. Полученные данные подтверждают актуальность поставленной проблемы и были учтены нами при разработке методических рекомендаций по формированию юмора у детей старшего дошкольного возраста.

Мы выделили три направления работы по формированию чувства юмора у детей старшего дошкольного возраста: работа с детьми старшего дошкольного возраста; работа с родителями (законными представителями) воспитанников; работа с педагогами дошкольной образовательной организации.

Основными формами работы выступили: составление юмористического стихотворения словарей-минимумов выразителей образности и образных выражений юмористической направленности, занятия по художественной литературе. Основными методами работы были выбраны чтения юмористических стихов, рассказывание сказки «О дедушки Ижи», дидактические игры. Во время чтения юмористических стихов, беседы по их содержанию, рассказывание лингвистической сказки, проводилась работа по ознакомлению детей с различными жанрами поэтических юмористических произведений – юморесками, небылицами, стихотворениями-перевертышами, пословицами, прибаутками, формировались у детей умение выделять из поэтического текста выразители образности и образные выражения юмористической направленности. На этом этапе реализовывались следующие педагогические условия: учет исключительной эмоциональности поэтического юмора; обеспечение полноценного восприятия, понимания и осознания детьми содержания поэтических произведений юмористического характера.

На втором, информационно-экспрессивном, этапе ставилась цель сформировать у детей знания о выразители образности, их функциональное назначение, умение принимать выразители образности и образные выражения юмористической направленности в собственной речи. Ведущими формами работы выступили: занятия по художественной литературе, занятия по развитию речи, работа в уголке книги. На этом этапе использовались такие методы работы, как чтение и заучивание юмористических стихов, рассказывание лингвистической сказки «Страна Веселой Поэзии», которая стала логическим продолжением лингвистической сказки, используемой на предыдущем этапе, проведения лексических упражнений на активизацию образных слов и выражений, использовались разнообразные приемы словарной работы. В течение второго этапа дети с помощью лингвистической сказки постепенно знакомились с такими выразителями образности как: эпитеты, сравнения, персонификации, фразеологизмы, гиперболы. На этом этапе реализовывалась следующее педагогическое условие: последовательное введение в лексический запас ребенка выразителей образности и образных выражений юмористической направленности.

На третьем, репродуктивно-деятельностном этапе ставилась цель активизации в речи детей выразителей образности и образных выражений юмористической направленности в различных видах деятельности ребенка-дошкольника: игровой, художественно-речевой, изобразительной. Ведущими формами работы на этом этапе выступили: занятия по развитию речи, занятия по художественной литературе, занятия по различным разделам программы, развлечения детей в

повседневной жизни; методами обучения – чтение и инсценировки стихов, разыгрывание юмористических речевых ситуаций, лексические и речевые упражнения, рисование по мотивам стихов. На третьем этапе реализовывалось такое педагогическое условие как рациональное сочетание занятий по различным разделам программы и эмоционально развлекательной работы в повседневной жизни по активизации в детском вещании образных выражений поэтического юмора.

На четвертом, репродуктивно-творческом, этапе ставилась цель формировать навыки использования выразителей образности и образных выражений юмористической направленности в юмористических ситуациях, развлечениях, в связных высказываниях. Формами работы на этом этапе выступили тематические и комплексные речевые занятия, вечера юмора, развлечения детей, литературные утренники. Методами работы были выбраны: разыгрывание юмористических речевых ситуаций, речевые упражнения, рисование и рассказы детей по содержанию юмористических стихов, составление детьми описательных и творческих рассказов по мотивам юмористических стихов. На четвертом этапе реализовывались следующие педагогические условия: погружение детей в юмористические эмоционально-речевые ситуации по содержанию поэтических произведений, побуждение к проявлению творческой импровизации в создании продуктов речевой деятельности с использованием образных слов и выражений юмористической направленности.

Планируемые результаты методических заданий и конспектов станут определенным этапом в формировании чувства юмора у детей старшего дошкольного возраста. Считаем, что разработанные нами конспекты занятий с детьми старшего дошкольного возраста будут полезными при формировании чувства юмора у детей старшего дошкольного возраста посредством художественной литературы.

Таким образом, развитие чувства юмора у детей оказывает большее влияние на языковое развитие и коммуникативные навыки детей: развитие навыков мышления, формирование здоровой психологии и т. д.

УДК 339.138

ВОЗМОЖНЫЕ СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ДЛЯ БЕЛОРУССКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ КИТАЯ

Евтеева А. К.

Белорусский национальный технический университет

e-mail: yevteeva2003@mail.ru

Summary. In our world a huge number of different goods are produced, there is a wide variety of services. Every day their number increases. Enterprises, organizations, firms produce the latest products that have not yet entered the market. New ideas and innovations are being implemented. In this thesis, attention is paid to the issue of promotion features for Belarusian manufacturers in social networks in the Chinese market.

В нашем мире производится огромное количество различных товаров, существует широкое многообразие услуг. С каждым днем их число увеличивается. Предприятия, организации, фирмы выпускают новейшие продукты, которые до этого еще не выходили на рынок. Реализуются новые идеи и инновации. В данном тезисе уделено внимание вопросу особенностей продвижения для белорусских производителей в социальных сетях на рынке Китая. Реклама – это один из самых эффективных способов продвижения продукции. На сегодняшний день реклама в социальных сетях является очень популярной. Развитие информационных технологий позволяет продвигать товары не только офлайн, но и онлайн. Большинство организаций пользуются такими социальными сетями как Facebook и Instagram. Это достаточно удобно и выгодно для компаний, так как продукт может заинтересовать большую аудиторию. Но в