

Научная статья

УДК 316.7

DOI: 10.18522/2658-5820.2023.2.5

EDN QONRJJ

**Интернет в жизнедеятельности учащейся молодежи поколения Z: сравнительный анализ студентов вузов и колледжей Ростовской области****Нина Н. Капанян¹**¹ Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ)

имени М.И. Платова, г. Новочеркасск, Россия

e-mail: ninakapanyan@rambler.ru

Аннотация

Введение. Показаны сферы жизнедеятельности учащейся молодежи, осуществляемые поколением Z в интернете. Уточняются коммуникативные практики учащейся молодежи в интернет-среде, которая стала естественной для поколения зуммеров уже в начале первичной социализации. Проанализировано использование интернета в количественном отношении, основные формы использования интернета, зависимость студентов от интернета, отношение к информации, предоставляемой интернетом. Проведен компаративный анализ по перечисленным позициям между студентами вузов и колледжей.

Методы. Эмпирическую базу статьи составляют результаты опроса, проведенного среди студентов ведущих вузов и колледжей Ростовской области, а также вторичные социологические данные. Теоретико-методологический корпус исследования составляет теория поколений и теория киберсоциализации.

Результаты и их обсуждение. Современные студенты не представляют свою жизнь без использования интернета, что является характерным признаком поколения Z. При этом количество времени, проводимое в интернете, несколько отличается в зависимости от уровня образовательной подготовки. Выбор и потребление информационного контента отличается у студентов вузов и колледжей. Первые в большей степени ориентированы на поиск литературы по их профессиональной подготовке. Практически полное единодушие выказали студенты в отношении коммуникации с друзьями, но следует отметить некоторое отличие в содержании информации, получаемой из интернета. Студенты колледжей в меньшей степени интересуются информацией социально-политического характера и значительно реже пользуются интернетом для проведения досуга.

Ключевые слова: студенческая молодежь; вузы; колледжи; интернет; поколение Z; уровень образования; социализация.

Для цитирования: Капанян Н.Н. (2023). Интернет в жизнедеятельности учащейся молодежи поколения Z: сравнительный анализ студентов вузов и колледжей Ростовской области. *Caucasian Science Bridge*, 6 (2), с. 47–54. <https://doi.org/10.18522/2658-5820.2023.2.5>.

The Internet in generation Z students' life activities: comparative analysis of university and college students in Rostov Region**Nina N. Kapanyan¹**¹Platov South-Russian State Polytechnic University (NPI), Novocherkassk, Russia

e-mail: ninakapanyan@rambler.ru

Abstract

Introduction. The article shows student youth's spheres of life activity, carried out by generation Z on the Internet. The communicative practices of student youth at the Internet environment, which became natural for the generation Z at the beginning of primary socialization, are being clarified. The article analyzes using the Internet in quantitative terms, the main forms of using the Internet, the Internet addiction, attitude to the information provided by the Internet. A comparative analysis was carried out on the listed positions between university and college students.

Methods. The empirical base of the article is the results of a survey conducted among the leading universities and colleges of the Rostov region, as well as secondary sociological data. The theoretical and methodological body of the research is formed by the theory of generations and the theory of cyber-socialization.

Results and its discussion. Modern students cannot imagine their life without using the Internet, which is a characteristic feature of generation Z. At the same time, the amount of time spent on the Internet differs somewhat depending on the level of educational preparation. The choice and consumption of Internet content also differs between students of universities and colleges, the former are more focused on searching for literature on their professional training. Almost complete unanimity was expressed by students regarding communication with friends, but some difference should be noted in the content of information received from the Internet. College students are less interested in socio-political information and, oddly enough, are much less likely to use the Internet for leisure activities.

Keywords: student youth; universities; colleges; the Internet; generation Z; level of education; socialization.

For citation: Kapanyan N.N. (2023). The Internet in generation Z students' life activities: comparative analysis of university and college students in Rostov Region. *Caucasian Science Bridge*, 6 (2), p. 47–54. <https://doi.org/10.18522/2658-5820.2023.2.5>.

Введение

В настоящее время в процессе формирования находится поколение, получившее название «поколение Z». Выделение его в отдельную возрастную группу основано на теории поколений, основателем которой считается К. Мангейм, утверждавший, что поколение – это группа людей одного возраста в похожем социальном окружении, которые обладают схожим социальным и историческим опытом, дифференцирующим одну поколенческую когорту от другой (Мангейм, 2000), что позволяет рассматривать концепцию поколений как важную социетальную категорию. Вследствие погружения представителей поколения Z в интернет-среду американские социологи акцентируют внимание в контексте теории поколений на роли информационных технологий в его социализации (Howe, Strauss, 2000). Это направление исследований было развито американским психологом Дж. Твенги (Твенги, 2019), которая показала специфику поколения, рожденного уже в XXI в. Она его определила как «Я-поколение» («iGen»), что синонимично «поколению Z», показав на обширном эмпирическом материале межпоколенческого анализа американской молодежи значительные ценностные и поведенческие отличия этой возрастной группы молодежи. К характерным особенностям этого поколения в США отнесено: постоянное присутствие смартфона в руках, независимо от уровня доходов семьи; реализация всех коммуникаций в смартфонах; параллельное использование нескольких гаджетов. На гаджеты уходит все их свободное время (не менее шести часов в день) и значительная часть учебного времени. Предпочтительная форма коммуникации – короткие сообщения в мессенджерах. Широко распространено параллельное использование нескольких дел: писать сообщение в смартфоне, выкладывать фото в компьютере, «серфить» в интернете. Структура экранного времени включает текстовые сообщения (28%), интернет (24%), игры (18%), телевизор (24%), видеочаты (5%) (Твенге, 2019). Наблюдение за американской молодежью этой возрастной группы (период исследования – 2017–2018 гг.) показывает, что такая смена информационных инструментов вызвала отказ от самостоятельной работы с книгами (даже электронными), снижение навыков чтения и письма, отказ от освоения учебников, неготовность осваивать профессиональный и академический языки. «Айдженеры» тратят столько времени на смартфоны, что им некогда и неинтересно читать журналы, ходить в кино и смотреть телевизор (Твенге, 2019). Более детальное изучение предпочтений этой группы молодежи привело автора к выводу о том, что в их жизни смартфоны вытеснили любые виды деятельности, требующие личных контактов (Твенге, 2019). К факторам, которые обусловили специфичность социализации поколения Z, зарубежные ученые относят: экономические – замедление в развитии глобальных финансовых систем; технологические – айфоны, планшеты, социальные сети; социально-культурные – терроризм, войны в Ираке, Ливии, либеральные движения (Arora, Dubey, Vyas, 2021).

Российские ученые доказывают, что на социализацию молодежи оказывает влияние не только способ работы с информацией и постоянная включенность в информационные потоки, но также масштабные социальные события, переживаемые совместно в формативный период. В России эта концепция получила развитие в конце 1990-х и в начале 2000-х гг. (Глотов, 2004; Отцы и дети..., 2005).

В. Радаев связал периодизацию поколений в России (СССР) с культурно-историческими периодами – Великая Отечественная война, оттепель, перестройка и др., в которых актуализировались проблемы идентичности, смысла жизни для всего общества и особенно для молодежи. При этом важным является практическое участие в этих событиях и их переживание именно в период взросления, на который приходится окончание школы с последующей интеграцией в сферу производственной жизни. В XX в. В. Радаев выделяет шесть поколений. В состав нынешней молодежи, возрастные рамки которой в России очерчивает Закон о молодежи в интервале 14–35 лет, входят два поколения – миллениалы, или поколение Y (период рождения 1982–2000 гг., период взросления – 2000–2016 гг.), и поколение Z (зуммеры, период рождения 2000–2017 гг., период взросления – с 2017 г.) (Радаев, 2020). Примерно этот же период отводят поколению Z американские ученые Н. Хоув и В. Штраус, которые определяют его в интервале 2003–2023 гг. (Howe, Strauss, 2000).

Таким образом, нынешняя учащаяся молодежь вузов и колледжей может быть отнесена к поколению зуммеров, которых называют «цифровыми аборигенами».

Беспокойство зарубежных ученых вызывает настроенность поколения зуммеров по отношению к предстоящей работе, поскольку именно данная группа уже начинает активно осваивать рынок труда. Данное поколение из-за опривыченности индивидуальной жизни в интернете не привыкло к командной работе, строгому руководству их деятельностью со стороны старших поколений, что, возможно потребует пересмотра менеджерской политики в различных компаниях и организациях (Maloni, Hiatt, Campbell, 2019).

В отечественной науке изучение медиапотребления поколением Z активно развивается. В работах Д.М. Вьюгиной и Н.С. Крамаренко (Вьюгина, 2017; Крамаренко, 2020) показывается переход в медиапространстве к интерактивным технологиям, которые открыли широкие возможности для вовлечения молодежи в создание собственного контента. Пилотное изучение медиапредпочтений поколения Z в Белоруссии в 2018 г. показало схожую картину с той, которая была описана Д. Твенге: высокий уровень ежедневного присутствия в интернете, одновременность использования двух и более гаджетов, вытеснение смартфонами телевизоров, печатных СМИ и книг (Касперович, 2019). В 2022 г. 96% российской молодежи в возрасте 12–17 лет и 95% в возрасте 18–24 лет были ежедневно охвачены интернетом (Ачкасова, 2022).

Перемещение жизнедеятельности современной учащейся молодежи в интернет сказывается на распределении времени для ее различных аспектов (учебная, досуговая, развлекательная). В большинстве исследований рассматривается молодежь, относящаяся к поколению Z, без акцентирования на специфике учебных заведений и специализации обучения, что представляется существенным фактором, влияющим на практики использования интернет-ресурсов. Для задач нашего исследования будут рассматриваться только ответы возрастной группы 14–17 лет, представители которой родились в период 2002–2005 гг. Именно эта подгруппа подпадает под категорию «поколение Z» в трактовке В. Радаева. Эта группа является предметом наблюдения в нашем исследовании (студентам I–II курса вузов сейчас 18–19 лет, колледжей – 15–17 лет).

Методы

Осенью 2022 г. нами было инициировано и реализовано социологическое исследование, одной из задач которого было выявление информационного поведения студентов первых курсов вузов и колледжей Ростова-на-Дону и Новочеркасска, выступающего важным индикатором отнесения молодежи региона к поколению Z. Всего было опрошено 859 человек: студентов вузов I–II курсов – 524 человека, студентов колледжей – 335 человек. Опрашивались студенты технических специальностей Южно-Российского государственного политехнического университета (НПИ) им. М.И. Платова (206 человек), студенты экономических и юридических специальностей Южного федерального университета – 114 человек, социально-исторических специальностей ЮФУ – 118 человек, педагогической специальности ЮФУ – 86 человек; а также учащиеся колледжей: 119 человек – политехнический колледж НПИ, 96 человек – юридический колледж, 120 человек – педагогический колледж. То есть в качестве объектов наблюдений выступили студенты и учащиеся одних и тех же направлений подготовки на уровне бакалавриата вуза и на уровне колледжа – технических, педагогических, социальных (включая юридические).

Согласно проведенному опросу, большая часть студентов вузов и колледжей проводит ежедневно значительную часть своего времени в интернете, что представлено в табл. 1.

Таблица 1

**Распределение ответов на вопрос:
«Как много времени вы проводите в интернете ежедневно?», %**

Вариант	Студенты вузов	Студенты колледжей
Около часа	3,6	6,8
От одного до трех часов	17,6	21,1
От трех до пяти часов	32,8	28,5
Более пяти часов	43,9	37,8
Я в интернете не каждый день	2,1	5,8
Всего	100	100

Более трех часов проводят в интернете 78,7% студентов вузов и 66,3% студентов колледжей. То есть на количество времени, проводимое в интернете, не оказывает заметного влияния профиль образовательной подготовки. Но уровень подготовки оказывает влияние на структуру потребления медиаконтента: у студентов вузов несколько выше потребление профессиональной литературы. Приоритетное место в структуре интернет-деятельности занимает у студентов вузов и колледжей общение с друзьями – 54 и 51,9% соответственно. Небольшое различие зафиксировано между студентами вузов и колледжей по направлению поиска информации социально-политического характера (25,0 и 17,3% соответственно), а также развлекательно-спортивной информации (34,4 и 27,8% соответственно), что видно по результатам, представленным в табл. 2.

Уровень подготовки оказывает различное влияние на роль интернета в организации повседневной жизни студентов вузов и колледжей. Так, почти по всем позициям студенты вузов указывают большее присутствие интернета в своей жизни, чем студенты колледжей, что представлено в табл. 3.

Таблица 2

**Распределение ответов на вопрос:
«Чем именно вы занимаетесь в интернете ежедневно?», %**

Вариант	Студенты вузов		Студенты колледжей	
	почти все время	половину времени	почти все время	половину времени
Общение с друзьями в соцсетях	21,2	32,8	22,0	29,9
Знакомлюсь с новостями	13,9	24,2	11,4	24,0
Работаю с профессиональной (учебной) литературой	15,5	32,1	13,0	25,2
Смотрю кинофильмы	8,4	22,3	9,7	20,9
Знакомлюсь с анализом политико-экономической ситуации	7,1	16,0	7,4	10,3
Ищу развлечение, спортивную информацию	11,5	22,9	10,1	17,8
Ищу информацию по интересам (йога, кулинария и прочее)	10,9	28,1	11,7	20,9
Играю в видеоигры	11,1	17,7	10,3	14,4

Таблица 3

Распределение ответов на вопрос: «Чем является для вас интернет?», %

Вариант	Студенты вузов					Студенты колледжей			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Необходимым инструментом учебы или работы	68,9	74,1	84,7	80,2	75,2	68,1	67,7	65,6	66,5
Жизненным ресурсом – без соцсетей я как слепой и глухой	21,8	29,5	28	24,4	25,2	30,3	20,8	15,0	19,3
Удобной формой досуга	53,4	56,3	59,3	41,9	53,4	49,6	44,8	32,6	38,4
«Черной дырой» для времени	22,3	18,8	22,9	15,1	20,4	30,3	16,7	8,8	14,8
Удобным ресурсом любой информации	57,3	58	67,8	60,5	60,3	67,2	61,5	60,9	62,3
Другое	1,0	4,5	1,7	1,2	1,9	4,2	1,0	0,6	1,4

Примечания. Нумерация направлений подготовки студентов: 1 – технические специальности; 2 – экономико-юридические; 3 – историко-социологические; 4 – педагогические; 5 – сумма по всем специальностям вузов; 6 – технические специальности колледжей; 7 – юридическая специальность колледжей; 8 – педагогические специальности колледжей; 9 – сумма по всем специальностям колледжей.

Студенты вузов и колледжей практически совпадают в оценке интернета как инструмента учебной деятельности и ресурса любой информации. По всем остальным возможным коммуникационным аспектам студенты вузов в большей степени используют интернет, чем студенты колледжей. Существенная разница видна в отношении использования интернета в качестве предпочтительной формы досуга (53,4 и 38,4% соответственно). На свою зависимость от интернета («черная дыра» времени) указали 20,4% студентов вузов и 14,8% студентов колледжей. При этом четвертая часть студентов вузов (25,2%) отметила свою полную дезориентированность в ре-

альности без интернета («без соцсетей я как слепой и глухой»); этот эффект в наибольшей степени отмечают студенты социально-гуманитарных и экономико-юридических специальностей. Данные социокультурные риски дезориентированности в социальном пространстве без использования интернет-ресурсов, по мнению российских исследователей, влияют на социализацию молодого поколения, способствуя размыванию культурного пространства, вытеснению ценностей этнокультурных традиций, традиционных паттернов поведения. Вовлечение индивида в искусственную интернет-среду фрагментирует сознание: «Молодой человек в такой ситуации выбирает упрощенный путь “осмысления” жизни, то есть начинает сиюминутно “ловить” и фиксировать информацию. Разрушающаяся система – естественное социокультурное пространство, в которой осуществляется идентификация, – способствует формированию не мыслящего, а наблюдающего человека... в виртуальном пространстве разрывается идентификационная цепочка: семья – дошкольное учреждение – школа – вуз – социальные институты» (Шадже, Куква, 2013, 45).

Небольшая часть студентов как вузов, так и колледжей (7,2 и 3,9% соответственно) на веру воспринимает информацию из интернета. С долей сомнения воспринимает информацию примерно одинаковое количество студентов вузов и колледжей (24,5 и 29,1% соответственно). Не доверяют информации 11,7% студентов вузов и 9,4% студентов колледжей. При этом доверие к информации зависит от платформы и автора сообщения. Различия в ответах в зависимости от уровня подготовки носят незначительный характер, что видно по результатам, представленным в табл. 4.

Таблица 4

Распределение ответов на вопрос: «Вы доверяете повседневной информации, полученной на интернет-платформах?», %

Вариант	Студенты вузов	Студенты колледжей
Да, в полной мере	7,2	3,9
Примерно пятьдесят на пятьдесят	24,5	29,1
Это зависит от платформы или от автора сообщения	56,7	57,6
Не доверяю	11,7	9,4
Всего	100	100

Недоверчивость к информации в интернете коррелируется и с общим трендом недоверия поколения зуммеров к тем, кто не входит в социальные группы интернет-сообществ, за исключением самого близкого круга людей – семья, одноклассники, студенческая группа, т.е. лиц непосредственного контактного общения. Но даже в рамках формальных коллективов (классов, студенческих групп) им свойственна настороженность и недоверие к чужакам, среди которых на первое место вышли представители других национальностей и религий. Этот же результат был выявлен при изучении доверия студентов первого курса и учащихся выпускных классов (т.е. возраст 16–18 лет) Юга России к «чужакам» (Denisova, Denisova, Litvinenko, Susimenko, 2019).

Заключение

Проведенное сравнение жизнедеятельности учащейся молодежи поколения Z (студентов вузов и колледжей) позволяют прийти к следующим выводам

- студенты вузов больше проводят времени в интернете по сравнению с учащимися колледжей;

- единодушие наблюдается в оценке интернета как удобного источника информации, однако полное доверие к получаемой информации выказывает меньшинство студентов, большая часть студентов как вузов, так и колледжей доверяет информации со знакомых платформ или от знакомых авторов информации. Данное обстоятельство показывает, что обеспокоенность, высказываемая педагогами, по поводу бездумного поглощения информации является несколько преувеличенной;
- фиксируется значительная разница в отношении зависимости от интернета между студентами вузов и колледжей, которая в большей степени характерна для студентов вузов;
- в отношении различных коммуникационных аспектов студенты вузов в большей степени используют интернет, чем студенты колледжей, особенно данное различие касается использование интернета как формы досуговой деятельности;
- разный уровень подготовки оказывает влияние на структуру потребления медиаконтента: у студентов вузов несколько выше потребление профессиональной литературы;
- практически полное совпадение выявлено между студентами вузов и колледжей в такой форме деятельности в интернете, как общение с друзьями, подтверждающее опасения по поводу переноса личной коммуникации в интернет, ослабляющего коммуникацию лицом к лицу, что может стать серьезной проблемой в случае, если будущая профессиональная деятельность будет связана с личными офлайн-взаимодействиями и/или работой в команде.

Думается, что выявленные различия в жизнедеятельности студентов вузов и колледжей в интернете свидетельствует о том, что уровень образовательной подготовки оказывает влияние на отношение студентов к интернет-ресурсам, но не является кардинальным, что дает возможность рассматривать их как единое поколение, проходящее значительную часть социализации в киберпространстве.

Литература

- Вьюгина, Д.М. (2017). От аудитории к медиапотребителю: трансформация концепции аудитории в медиаисследованиях. *Вопросы теории и практики журналистики*, 6(1), 119–127. DOI: 10.17150/2308-6203.2017.6(1).
- Глотов, М.Б. (2004). Поколение как категория социологии. *Социологические исследования*, 10, 42–49.
- Крамаренко, Н.С. (2020). Проблемы «цифровой потребности» и информационной перегруженности обучающихся поколения Z. *Педагогика*, 4, 37–41.
- Мангейм, К. (2020). Проблема поколений. В *Очерки социологии знания: Проблема поколений. Состязательность. Экономические амбиции*. М.: ИНИОН РАН.
- Отцы и дети: поколенческий анализ современной России (2005). Ю. Левада, Т. Шанин (ред.). М.: Новое литературное обозрение.
- Радаев, В.В. (2019). Миллинеалы: как меняется российское общество. М.: Изд. дом Высшей школы экономики.
- Твенге, Д. (2019). Поколение I. Почему поколение Интернета утратило бунтарский дух, стало более толерантным, менее счастливым и абсолютно не готовым ко взрослой жизни. М.: РИПОЛ классик.
- Шадже, А.Ю., Куква, Е.С. (2013). Влияние сетевых практик на идентификационные процессы в молодежной среде в условиях социокультурных рисков. *Теория и практика общественного развития*, 6, 44–47.
- Arora, S., Dubey, V., Vyas, S. (2020). Study of work values of Gen Z students. *International Journal of Technology and Globalisation*, 8, 240. DOI: 10.1504/IJTG.2020.10034407.
- Denisova, G., Denisova, A., Litvinenko, E., Susimenko, E. (2019). The roles of language and ethnocultural identity in integrating immigrant youth in southern Russia. *International Journal of Inclusive Education*, 26(1). DOI: 10.1080/13603116.2019.1645890.
- Howe, N., Strauss, W. (2000). *Millennials rising: the next great generation*. N.Y.: Vintage Books.
- Maloni, M., Hiatt, M., Campbell, S. (2019). Understanding the work values of Gen. Z business students. *The International Journal of Management Education*, 17, 11–32.

Ачкасова, К. Медиапотребление в 2022 г. (2022). Режим доступа: <https://mediascope.net/upload/iblock/e20/5xy943jkri4ngauf1t1stsr0877w3jn5/CSTB>.

Касперович, О. Медиапредпочтения поколения Z: отказ от традиционных СМИ и жизнь в «цифре» (2019). Режим доступа: <https://mediana.by/rubriki/issledovaniya/1066-mediapredpochteniya-pokoleniya-z-otkaz-ot-traditsionnykh-smi-i->.

References

Arora, S., Dubey, V., Vyas, S. (2020). Study of work values of Gen Z students. *International Journal of Technology and Globalisation*, 8, 240. DOI: 10.1504/IJTG.2020.10034407.

Denisova, G., Denisova, A., Litvinenko, E., Susimenko, E. (2019). The roles of language and ethnocultural identity in integrating immigrant youth in southern Russia. *International Journal of Inclusive Education*, 26(1). DOI: 10.1080/13603116.2019.1645890.

Glotov, M.B. (2004). Generation as a category of sociology. *Sociological research*, 10, 42–49.

Fathers and sons: generational analysis of modern Russia (2005). Yu. Levada, T. Shanin (ed.). Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie.

Howe, N., Strauss, W. (2000). Millennials rising: the next great generation. N.Y.: Vintage Books.

Kramarenko, N.S. (2020). Problems of “digital need” and information overload of generation Z students. *Pedagogy*, 4, 37–41.

Maloni, M., Hiatt, M., Campbell, S. (2019). Understanding the work values of Gen. Z business students. *The International Journal of Management Education*, 17, 11–32.

Mannheim, K. (2020). The problem of generations. In Essays on the sociology of knowledge: The problem of generations. Competitiveness. Economic ambitions. Moscow: INION RAN, 2000.

Radaev, V.V. (2019). Millionials: how Russian society is changing. Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics.

Shadzhe, A.Yu., Kukva, E.S. (2013). Influence of network practices on identification processes in the youth environment in terms of socio-cultural risks. *Theory and practice of social development*, 6, 44–47.

Twenge, J. (2020). iGen: Why today’s super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy – and completely unprepared for adulthood. Moscow: RIPOL Classic.

Vyugina, D.M. (2017)/ From the audience to the media consumer: the transformation of the audience concept in media research. *Issues of theory and practice of journalism*, 6(1), 119–127. DOI 10.17150/2308-6203.2017.6(1).

Achkasova, K. Media consumption in 2022 (2022). Available at: <https://mediascope.net/upload/iblock/e20/5xy943jkri4ngauf1t1stsr0877w3jn5/CSTB>.

Kasperovich O. Generation Z media preferences: rejection of traditional media and digital life (2019). Available at: <https://mediana.by/rubriki/issledovaniya/1066-mediapredpochteniya-pokoleniya-z-otkaz-ot-traditsionnykh-smi-i->.

Дата получения рукописи: 12.08.2023

Дата окончания рецензирования: 12.09.2023

Дата принятия к публикации: 20.09.2023

Информация об авторе

Капанян Нина Николаевна – старший преподаватель кафедры «Иностранные языки», Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ) имени М.И. Платова, г. Новочеркасск, Россия, e-mail: ninakapanyan@rambler.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов

Information about the author

Kapanyan Nina Nikolaevna – Senior Lecturer of the Department of Foreign Languages, Platov South-Russian State Polytechnic University (NPI), Novocherkassk, Russia, e-mail: ninakapanyan@rambler.ru

The author has no conflict of interests to declare