# JĘZYK I KULTURA UKRAIŃSKA WE WSPÓŁCZESNEJ HUMANISTYCZNEJ PRZESTRZENI CZASOWEJ: ASPEKTY KOMUNIKACJI MIĘDZYJĘZYKOWEJ I KSZTAŁTOWANIE KOMPETENCJI KOMUNIKACYJNYCH WSPÓŁCZESNEGO SPECJALISTY

ZBIÓR MATERIAŁÓW Z MIĘDZYNARODOWEJ NAUKOWO-PRAKTYCZNEJ KONFERENCJI INTERNETOWEJ

# УКРАЇНСЬКА МОВА ТА КУЛЬТУРА В СУЧАСНОМУ ГУМАНІТАРНОМУ ЧАСОПРОСТОРІ: АСПЕКТИ МІЖМОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ



**Redakcja naukowa:**
**Zoia Sharlovych**
**Tetiana Hyrina**

**Łomża – Irpiń, 21.02.2024**

МІЖНАРОДНА АКАДЕМІЯ ПРИКЛАДНИХ НАУК В ЛОМЖІ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

# УКРАЇНСЬКА МОВА ТА КУЛЬТУРА В СУЧАСНОМУ ГУМАНІТАРНОМУ ЧАСОПРОСТОРІ: АСПЕКТИ МІЖМОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ

**Збірник матеріалів**
**Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції**

*21 лютого 2024 р.*

Ломжа – Ірпінь
2024

MIĘDZYNARODOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W ŁOMŻY
PAŃSTWOWY UNIWERSYTET PODATKOWY

# JĘZYK I KULTURA UKRAIŃSKA WE WSPÓŁCZESNEJ HUMANISTYCZNEJ PRZESTRZENI CZASOWEJ: ASPEKTY KOMUNIKACJI MIĘDZYJĘZYKOWEJ I KSZTAŁTOWANIE KOMPETENCJI KOMUNIKACYJNYCH WSPÓŁCZESNEGO SPECJALISTY

**Zbiór materiałów**
**Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej Konferencji Internetowej**

*21 lutego 2024 r.*

Łomża – Irpin
2024

**УДК 811.161.2:316.7(06)**
**ББК 81.2(Укр)я431**
**У 45**

*Рекомендовано до розповсюдження в мережі «Інтернет»*
*Вченою радою Державного податкового університету*
*(протокол № 11 від 28 березня 2024 року)*

***Рецензенти:***

**Васильєва О.,** д-р наук держ. упр., професор, професор кафедри менеджменту та публічного управління Державного податкового університету;

**Ковпак В.,** д-р наук із соц. ком., доцент, професор кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності Запорізького національного університету.

**Редакційна колегія:**

**Зикун Наталія Іванівна**, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, декан факультету соціальних комунікацій, спорту та реабілітації, Державний податковий університет;

**Гиріна Тетяна Сергіївна**, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, професор, завідувач кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури, Державний податковий університет;

**Шарлович Зоя Павлівна**, кандидат педагогічних наук, ад'юнкт, Міжнародна Академія Прикладних наук в Ломжі (Республіка Польща);

**Зайцева Інна Веніамінівна**, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури, Державний податковий університет;

**Калита Олена Петрівна,** кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури, Державний податковий університет.

**У 45** **Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі: аспекти міжмовної комунікації та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця** [Електронне видання] : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, Ломжа – Ірпінь, 21 лютого 2024 р. / наукова редакція : З. Шарлович, Т. Гиріна. Ірпінь : Державний податковий університет ; Ломжа : Міжнародна Академія Прикладних Наук в Ломжі. Видавництво : MANS w Łomży, 2024. 518 с. PDF-формат ; мережеве видання ; інституційний депозитарій.
ISBN 978-83-969222-6-7
ISBN 978-966-337-721-6

Збірник містить матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, яка відбулася 21 лютого 2024 р. на базі кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури факультету соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації Державного податкового університет, організованої спільно з українськими та зарубіжними партнерами. Публікації відображають напрями та результати наукових досліджень, присвячених таким актуальним питанням: українська мова як феномен національної культури, міжмовна комунікація у сучасному геополітичному світі, міжкультурний діалог і презентація української культури, комунікативна компетентність сучасного фахівця, медіадизайн і візуальнульні комунікації у сучасному культурному вимірі, сучасні засоби масової інформації та духовний універсум людини, бізнес-комунікації та перекладознавство: виклики сьогодення. Видання розраховане на широке коло читачів, які цікавляться окресленою проблематикою.

Збірник сформований з готових матеріалів, наданих авторами. Видавець не несе відповідальності за надані до публікації матеріали.

Видавництво: MANS w Łomży

**УДК 811.161.2:316.7(06)**
**ББК 81.2(Укр)я431**

© Міжнародна Академія Прикладних Наук в Ломжі (Республіка Польща), 2024
© Державний податковий університет, 2024

**ISBN 978-83-969222-6-7**
**ISBN 978-966-337-721-6**

**УДК 811.161.2:316.7(06)**
**ББК 81.2(Укр)я431**
**У 45**

*Rekomendowany do rozpowszechniania w Internecie przez Radę Naukową Państwowego Uniwersytetu Podatkowego (protokół nr 11 z dnia 28 marca 2024 r.)*

***Recenzenci:***
**dr hab. prof. Vasylieva Oleksandra**, Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Ukraina;
**dr hab. doc., prof. Kovpak Viktoriia,** Zaporoski Uniwersytet Narodowy, Ukraina;

**Rada redakcyjna:**
**dr hab., prof. Zykun Nataliia,** Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Ukraina;
**dr hab., prof. Hyrina Tetiana,** Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Ukraina;
**dr Sharlovych Zoia,** Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży, Rzeczpospolita Polska;
**dr doc. Zaitseva Inna,** Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Ukraina;
**dr doc.**, **Kalyta Olena,** Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Ukraina

**У 45** **Język i kultura ukraińska we współczesnej humanistycznej przestrzeni czasowej: aspekty komunikacji międzyjęzykowej i kształtowanie kompetencji komunikacyjnych współczesnego specjalisty** [wydanie elektroniczne] : zbiór materiałów Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej Konferencji Internetowej, Łomża – Irpin, 21 lutego 2024 r. / Redakcja naukowa: Zoia Sharlovych, Tetiana Hyrina. Irpin : Państwowy Uniwersytet Podatkowy; Łomża: Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży. Wydawnictwo: MANS w Łomży, 2024. 518 s. Format PDF ; publikacja internetowa; depozytariusz instytucjonalny.
ISBN 978-83-969222-6-7
ISBN 978-966-337-721-6

Zbór zawiera materiały Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej Konferencji Internetowej, która odbyła się 21 lutego 2024 r. w Zakładzie Komunikacji Społecznej, Literatury i Kultury Kierunku Technologii Społecznych i Humanistycznych, Sportu i Rehabilitacji Państwowego Uniwersytetu Podatkowego, zorganizowanej wspólnie z partnerami ukraińskimi i zagranicznymi. Publikacje odzwierciedlają kierunki i wyniki badań naukowych dotyczące następujących zagadnień tematycznych: język ukraiński jako fenomen kultury narodowej, komunikacja międzyjęzykowa we współczesnym świecie geopolitycznym, dialog międzykulturowy i prezentacja kultury ukraińskiej, kompetencje komunikacyjne współczesnego specjalisty, projektowanie mediów i komunikacja wizualna we współczesnym wymiarze kulturowym, współczesne środki masowego przekazu i uniwersalność człowieka, komunikacja biznesowa i studia nad tłumaczeniami: wyzwania współczesności. Publikacja przeznaczona jest dla szerokiego grona czytelników zainteresowanych powyższymi zagadnieniami.

Zbiór powstaje z gotowych materiałów dostarczonych przez autorów. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za materiały przekazane do publikacji.

Wydawnictwo: MANS w Łomży

**УДК 811.161.2:316.7(06)**
**ББК 81.2(Укр)я431**

**ISBN 978-83-969222-6-7**
**ISBN 978-966-337-721-6**

© Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży (Rzeczpospolita Polska), 2024
© Państwowy Uniwersytet Podatkowy, 2024

**Міністерство освіти і науки України**
**Міністерство фінансів України**
**Міністерство культури та інформаційної політики України**
**Державний податковий університет, кафедра соціальних комунікацій, словесності та культури (м. Ірпінь, Україна)**
**Міжнародна Академія Прикладних Наук В Ломжі (Республіка Польща)**
**Вища Школа Економіки (Бидгощ, Республіка Польща)**
**Економічний Університет у Катовіцах (Республіка Польща)**
**Department Of Enterprise Management**
**Загребський Університет (Хорватія)**
**Katowice Business University (Республіка Польща)**
**Faculty Of Management, Poland**
**Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені М. Бойчука**
**Кафедра графічного дизайну (м. Київ, Україна)**
**Львівський національний університет природокористування, кафедра гуманітарної освіти**
**Національний авіаційний університет, кафедра реклами і зв'язків з громадськістю (м. Київ, Україна)**
**Хортицька національна академія, кафедра дизайну (м. Запоріжжя, Україна)**

# ПОДЯКА

Висловлюємо вдячність за планомірну співпрацю закладам освіти, які долучились до проведеної конференції. Значна кількість співорганізаторів із різних куточків України та Європи свідчить про високий рівень зацікавленості партнерів у розвитку та поглибленні наукових напрямів у галузях соціальних комунікацій, філології, культури й мистецтва, а також про перспективність подальших наукових досліджень на мультидисциплінарному рівні. Наукові надбання, висвітлені у доповідях і публікаціях, підтверджують ґрунтовність розуміння учасниками освітнього процесу ролі української мови та культури у формуванні комунікативної компетентності сучасного фахівця.

**Ministerstwo Edukacji i Nauki Ukrainy**
**Ministerstwo Finansów Ukrainy**
**Ministerstwo Kultury i Polityki Informacyjnej Ukrainy**
**Państwowy Uniwersytet Podatkowy, Zakład Komunikacji Społecznej, Literatury i Kultury (Irpin, Ukraina)**
**Międzynarodowa Międzynarodowa Akademia Nauk Stosowanych w Łomży (Rzeczpospolita Polska)**
**Wyższa Szkoła Ekonomii (Bydgoszcz, Polska)**
**Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach (Rzeczpospolita Polska)**
**Wydział Zarządzania Przedsiębiorstwem**
**Uniwersytet w Zagrzebiu (Chorwacja)**
**Uniwersytet Biznesu w Katowicach (Rzeczpospolita Polska)**
**Wydział Zarządzania, Polska**
**Kijowska Państwowa Akademia Sztuki Dekoracyjnej i Stosowanej oraz Projektowania im. M. Bojczuka**
**Zakład Projektowania Graficznego (Kijów, Ukraina)**
**Lwowski Narodowy Uniwersytet Zarządzania Środowiskiem, Zakład Edukacji Humanitarnej**
**Narodowy Uniwersytet Lotniczy, Zakład Reklamy i Public Relations (Kijów, Ukraina)**
**Chortycka Akademia Narodowa, Zakład Projektowania (Zaporoże, Ukraina)**

# PODZIĘKOWANIA

Instytucjom edukacyjnym, które wzięły udział w odbytej konferencji, wyrażamy wdzięczność za planowaną współpracę. Znaczna liczba współorganizatorów z różnych części Ukrainy i Europy świadczy o wysokim poziomie zainteresowania partnerów rozwojem i pogłębianiem kierunków naukowych w obszarach komunikacji społecznej, filologii, kultury i sztuki, a także perspektywami dalszych badań naukowych na poziomie multidyscyplinarnym. Dorobek naukowy podkreślony w raportach i publikacjach potwierdza rzetelność zrozumienia przez uczestników roli języka i kultury ukraińskiej w kształtowaniu kompetencji komunikacyjnych współczesnego specjalisty.

# ЗМІСТ

## ПАНЕЛЬ 1. УКРАЇНСЬКА МОВА ЯК ФЕНОМЕН НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ. МІЖМОВНА КОМУНІКАЦІЯ У СУЧАСНОМУ ГЕОПОЛІТИЧНОМУ СВІТІ

**Бондаренко Анна**
МОВА ЯК ЧИННИК ДЕРЖАВОТВОРЕННЯ ..... 20

**Volkova Liudmyla, Parkhomenko Daryna**
UKRAINIAN TERMINOLOGY: PROBLEMS AND PROSPECTS ..... 23

**Давидченко Інна**
ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНА КОМУНІКАЦІЯ
В СУЧАСНОМУ ГЕОПОЛІТИЧНОМУ СВІТІ ..... 28

**Даниленко Людмила**
ПРО ЩО ГОВОРЯТЬ ТОПОНІМИ
ПІД ВОГНЕМ ВІЙНИ (ЗАПОРІЗЬКА ОБЛАСТЬ)..... 36

**Загалевич Валентина**
РОЛЬ МІЖМОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ
В СУЧАСНОМУ ГЕОПОЛІТИЧНОМУ СВІТІ ..... 41

**Зикун Наталія**
ЗМІНИ В ЕКОСИСТЕМІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ:
ПОКОЛІННЯ ВІЙНИ (2014–2024)..... 46

**Калита Олена**
МОВНА ПОЛІТИКА ЯК ОСНОВА НАЦІОНАЛЬНОЇ
ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ ..... 52

**Проневич Олексій**
ІНСТИТУЦІЙНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ЗДІЙСНЕННЯ
ПЕРЕКЛАДУ АКТІВ ACQUIS COMMUNAUTAIRE
УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ: РЕТРОСПЕКТИВНИЙ ВИМІР ..... 56

**Руденко Юлія**
ЗМІНИ В УКРАЇНСЬКОМУ МОВНОМУ ЛАНДШАФТІ
В УМОВАХ РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ .....63

**Скидан Марина**
КАТЕГОРІЇ ПРОСТОРУ Й ЧАСУ КРІЗЬ ПРИЗМУ ЛІНГВІСТИКИ.....67

**Титаренко Валентина**
ЗАПОЗИЧЕНА МЕТРОЛОГІЧНА ЛЕКСИКА
В ПІВНІЧНОУКРАЇНСЬКИХ ПАМ'ЯТКАХ XVI–XVII СТСТ.....70

**Шульгіна Валентина**
РОЛЬ ПОЗАМОВНИХ ЧИННИКІВ
У ФОРМУВАННІ ІНФОРМАТИВНОСТІ ПОВІДОМЛЕННЯ .....75

**Чорнобай Віра**
МОВНА ОСОБИСТІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ.....81

## ПАНЕЛЬ 2. МІЖКУЛЬТУРНИЙ ДІАЛОГ І ПРЕЗЕНТАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ

**Бабко Наталя**
НЕМИНУЩА ПОСТАТЬ УКРАЇНСЬКОГО ПОЕТА І
ПРОЗАЇКА, УЧИТЕЛЯ І КРАЄЗНАВЦЯ МИКОЛИ АДАМЕНКА .....85

**Бегей Ігор**
ВІД ТЕОФАНА ПРОКОПОВИЧА ЧЕРЕЗ
МИКОЛУ ГОГОЛЯ ДО РОМАНА ВІКТЮКА.....90

**Березенко Віта, Іванець Тетяна**
ПРЕЗЕНТАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ
ЗАСОБАМИ ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ.....96

**Зятін Станіслав**
ОСОБЛИВОСТІ РЕЖИСЕРСЬКОЇ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ
ДРАМАТУРГІЇ В. ШЕКСПІРА Б. НОРДОМ:
«ГАМЛЕТ» НА СЦЕНІ ХАРКІВСЬКОГО
ТЕАТРУ ІМЕНІ Т. Г. ШЕВЧЕНКА.....100

**Копитко Андрій**
СОЦІОГУМАНІТАРНИЙ ВИМІР ДІЯЛЬНОСТІ
ГО «ВСЕУКРАЇНСЬКЕ ТОВАРИСТВО «САМБІРЩИНА»
ІМЕНІ ГЕТЬМАНА ПЕТРА САГАЙДАЧНОГО».....103

**Купріянова Анастасія**
ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ЕТНОКУЛЬТУРНІ ЦІННОСТІ УКРАЇНИ.....108

**Лисак Ірина**
РОЛЬ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА В МІЖНАРОДНОМУ КОНТЕКСТІ .....112

**Лисенко Ганна**
МУРАЛ-АРТ У ХУДОЖНЬОМУ ЖИТТІ ЗАПОРІЖЖЯ.....116

**Лущій Світлана**
ПОГЛИБЛЕННЯ УКРАЇНСЬКО-ГРУЗИНСЬКИХ
НАУКОВО-МИСТЕЦЬКИХ ЗВ'ЯЗКІВ ПІД ЧАС ВІЙНИ .....122

**Мазепа Олександр**
УКРАЇНСЬКА ГЕРАЛЬДИКА ТА ГЕНЕАЛОГІЯ В 1945–1949 РОКАХ .....127

**Настащук Альона**
ФОРМУВАННЯ ЗАГАЛЬНОЛЮДСЬКИХ
МОРАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ НА УРОКАХ
УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....132

**Slobodianyk Anastasiia**
ON THE WAY TO AN INCLUSIVE SOCIETY:
PROBLEMS AND PROSPECTS OF ENSURING
ACCESSIBILITY OF UKRAINIAN HIGHER
EDUCATION FOR PEOPLE WITH DISABILITIES .....141

**Сова Маргарита, Дєніжна Світлана**
АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЕМПІРИЧНИХ МЕТОДИК
МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ .....145

**Шкурко Валентина**
ДИЗАЙН ЗАЧІСКИ ЯК МИСТЕЦЬКЕ ЯВИЩЕ .....154

## ПАНЕЛЬ 3. КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ

**Банар Марія**
КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ .....159

**Брянська Юлія**
ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ
В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ.....164

**Гапоненко Лариса**
ОБҐРУНТУВАННЯ ДІАЛОГІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ
В АСПЕКТІ ВНУТРІШНЬОГО СВІТУ ОСОБИСТОСТІ .....167

**Гуменюк Інна**
КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ
ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ
СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ .....174

**Єськова Анжела**
ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ
КОМПЕТЕНТНОСТІ ЯК ВАЖЛИВОЇ СКЛАДОВОЇ
ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ .....183

**Клочкова Юлія**
ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ
В ЕПОХУ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ.....188

**Козак Валентина**
ВИКОРИСТАННЯ ПЛАТФОРМИ CLASSTIME
У ПРОЦЕСІ ВИКЛАДАННЯ ГУМАНІТАРНИХ
ФІЛОЛОГІЧНИХ ДИСЦИПЛІН .....192

**Kornieieva Iryna**
SOCIO-COMMUNICATIVE APPROACH
IN UKRAINIAN PUBLISHING AS THE CORE
OF LONG-LIFE EDUCATION .....195

**Krupko Olena**
COMMUNICATIVE COMPETENCE IN PHARMACEUTICAL
EDUCATION AND PHARMACIST ACTIVITIES .....204

**Kurepin Viacheslav**, **Bakhishova Shalala**
PROFESSIONAL FOREIGN LANGUAGE TRAINING
OF MASTERS OF VOCATIONAL AND TECHNICAL
EDUCATION AT THE MYKOLAIV NATIONAL
AGRICULTURAL UNIVERSITY.....209

**Kurepin Viacheslav, Kuznetsova Iryna**
COMMUNICATIVE COMPETENCE AS A COMPONENT
OF THE PROFESSIONAL TRAINING OF A MODERN
TEACHER OF A VOCATIONAL (VOCATION-TECHNICAL)
EDUCATION INSTITUTION .....220

**Kurepin Viacheslav**, **Pindera Mykola**
DEVELOPMENT OF COMMUNICATIVE COMPETENCE
OF TEACHERS OF THE CYCLE OF PROFESSIONAL
AND TECHNICAL TRAINING OF FUTURE SPECIALISTS
IN AGRICULTURAL ENGINEERING .....231

**Lotareva Daria**, **Didnyak Anastasiia**
INNOVATIVE TOOLS OF MODERN LEARNING:
USING MASTER CLASSES AND TRAINING
IN THE EDUCATIONAL PROCESS FOR
ACHIEVING COMMUNICATIVE COMPETENCES .....242

**Макаренко Андрій, Кузнєцов Олексій, Яковенко Вікторія**
ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ
МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ФІЗИЧНОЇ
КУЛЬТУРИ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ .....251

**Науменко Ліана**
СПІЧРАЙТИНГ ЯК МИСТЕЦТВО Й ТЕХНОЛОГІЯ КОМУНІКАЦІЇ .....256

**Окунькова Лілія, Башинська Діана**
ВАЛІДНІСТЬ БІЛІНГВІЗМУ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ
ІНОЗЕМНИХ МОВ ДІТЬМИ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ.....260

**П'ятничка Тетяна, Шилінська Інна**
АКТУАЛЬНІ ПЕРСПЕКТИВИ ДОСЛІДЖЕНЬ
ФАХІВЦІВ ГАЛУЗІ МОВОЗНАВСТВА.....267

**Тєлєжкіна Олеся**
КОМУНІКАТИВНІ НАВИЧКИ: ТРЕНД В ОСВІТІ ЧИ
ГНУЧКІ НАВИЧКИ ДЛЯ ЖИТТЯ?.....272

**Шапошник Галина**
ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
НАВЧАННЯ НА ЗАНЯТТЯХ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ
У ФОРМУВАННІ КОМУНІКАТИВНОЇ АКТИВНОСТІ
ТА КРЕАТИВНОГО МИСЛЕННЯ СТУДЕНТІВ .....276

**Штохман Лілія**
РОЗВИТОК МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ
СТУДЕНТІВ ЗВО ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ .....282

**Чернобай Ольга**
ПЕДАГОГІЧНИЙ ДІАЛОГ У НАВЧАННІ МАТЕМАТИКИ.....287

**Чорноус Оксана**
ЗАСОБІВ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ
КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ
ПРАЦІВНИКА ПРАВООХОРОННИХ ОРГАНІВ .....290

**Yurchenko Kyryl, Oleinyk Dmytro**
PERSONAL CREATIVE QUALITIES OF TEACHING
STAFF INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION
AS THE BASIS OF THEIR CREATIVE ACTIVITIES .....293

**Юрчишин Тетяна**
ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ ФАХОВОГО
МОВЛЕННЯ МАЙБУТНІХ ПЕРЕКЛАДАЧІВ
У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ .....303

## ПАНЕЛЬ 4. МЕДІАДИЗАЙН І ВІЗУАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ У СУЧАСНОМУ КУЛЬТУРНОМУ ВИМІРІ

**Бобрицька Марія, Гальчинська Ольга**
КОЛАЖ ЯК ЗАСІБ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ
У СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТАХ .....307

**Борець Андрій**
FAKE NEWS ВОЄННОГО ЧАСУ:
МАНІПУЛЯЦІЇ З ВІЗУАЛЬНИМ БРЕНДИНГОМ
ТЕЛЕМАРАФОНУ «ЄДИНІ НОВИНИ».....311

**Дерев'янко Наталія**
ПЕРСОНАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ – ІНСТРУМЕНТ
КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ МИТЦЯ.....317

**Коваль Лідія**
ЕМОЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ
ОСВІТЛЕННЯ У ВІЗУАЛЬНІЙ ЕКРАННІЙ КУЛЬТУРІ .....321

**Костенко Ігор, Яремчук Ірина**
ЗАСОБИ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ
В РЕКЛАМНОМУ СУПРОВОДІ
ТУРИСТИЧНИХ АГЕНЦІЙ .....324

**Крупа Семен**
РОЛЬ ЗОБРАЖЕННЯ ТА ВІЗУАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
У РЕКЛАМІ, ЇХ ВПЛИВ НА ЦІЛЬОВУ АУДИТОРІЮ.....328

**Лежнев Олександр, Бармак Діана**
ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ТА ІЛЮСТРАЦІЇ КНИЖОК
ДЛЯ ДІТЕЙ У ВІКОВИХ КАТЕГОРІЯХ ВІД 3 ДО 12 РОКІВ .....331

**Павлова Ольга, Оліфіренко Віталіна**
ШРИФТ ЯК ЕЛЕМЕНТ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ .....336

**Оліфіренко Віталіна**
ГРАФІЧНА ВИРАЗНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ
ШРИФТОВИХ КОМПОЗИЦІЙ В ОБКЛАДИНКАХ
СВЯТОСЛАВА ГОРДИНСЬКОГО 1920–1930-Х РР. .....339

**Фесенко Галина**
ВІЗУАЛЬНА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ
ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ ПАМ'ЯТІ .....341

**Ходосов Віктор**
СПЕЦИФІКА ЗАСТОСУВАННЯ КІНЕТИЧНОЇ
ТИПОГРАФІКИ В МУЛЬТИМЕДІЙНОМУ ДИЗАЙНІ .....346

## ПАНЕЛЬ 5. СУЧАСНІ ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА ДУХОВНИЙ УНІВЕРСУМ ЛЮДИНИ

**Бачинська Марина**
ІДЕЇ ДУХОВНОГО ТА КУЛЬТУРНОГО ВИХОВАННЯ
ОСОБИСТОСТІ МУЛЬТИМЕДІЙНИМИ ЗАСОБАМИ
УКРАЇНСЬКОГО ЛІТЕРАТУРНОГО СЛОВА
В ПЕДАГОГІЧНИХ ПОГЛЯДАХ НІЛИ ВОЛОШИНОЇ .....349

**Брадов Володимир**
САНКЦІЙНА ПОЛІТИКА ЄВРОСОЮЗУ
ЯК ПРОТИДІЯ МАСМЕДІА КРАЇНИ-АГРЕСОРА.....361

**Вертипорох Вікторія**
СТВОРЕННЯ ВРАЖАЮЧИХ ДІЛОВИХ
ІСТОРІЙ З ОСОБИСТІСТЮ У ЦЕНТРІ
ЕКОНОМІЧНОГО СТОРІТЕЛІНГУ .....363

**Гиріна Тетяна**
ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНОГО СПРИЙНЯТТЯ
ГАЛУЗЕВИХ ЗМК В УКРАЇНСЬКОМУ
ЕКОНОМІЧНОМУ МЕДІАЛАНДШАФТІ .....367

**Григораш Аліна**
МЕДІАУПЕРЕДЖЕНІСТЬ І ПРОПАГАНДА
У ВИСВІТЛЕННІ ВІЙНИ .....372

**Дашевська Ірина**
РОЛЬ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
У ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ КУЛЬТУРНОЇ
СПАДЩИНИ ЯК НОСІЇВ ЦІННОСТЕЙ .....380

**Джолос Олег**
ЦИФРОВІ МЕДІА НА ПОРОЗІ РЕГУЛЯЦІЇ:
ЗАКОНОДАВЧІ НОРМИ ЄВРОСОЮЗУ ТА
ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНИ.....383

**Досенко Анжеліка**
ЦИФРОВИЙ КОНТЕНТ: МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ
НА АУДИТОРІЮ .....386

**Зайко Леся, Рудик Ангеліна**
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ У КОНТЕКСТІ
РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ:
ПРОПАГАНДА ТА ІНФОРМАЦІЙНИЙ ВПЛИВ.....389

**Зайцева Інна, Попко Микола**
ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ЖУРНАЛІСТА
В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....393

**Зосим Сергій**
ГЛОБАЛЬНІ МЕДІА-ГІГАНТИ У ФОРМУВАННІ
ЕКОНОМІЧНИХ НАРАТИВІВ ..... 398

**Калита Тетяна**
ОСОБЛИВОСТІ МІЖКУЛЬТУРНОГО ДИСКУРСУ
В ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ ..... 401

**Ключка Сергій**
ДІЯЛЬНІСТЬ КОРПОРАЦІЙ У СТРУКТУРІ
ІНФОРМАЦІЙНИХ ІНТЕРЕСІВ
ЕКОНОМІЧНОГО ЖУРНАЛІСТА ..... 404

**Ковпак Вікторія**
НОН-ФІКШН ЯК СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИЙ
ТРЕНД В УМОВАХ ВІЙНИ В ОГЛЯДАХ
ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛІВ ..... 407

**Кручко Людмила**
БІЗНЕС, ФІНАНСИ ТА ЕКОНОМІКА В ЗМК:
ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ..... 413

**Макарська Аліна**
ДО ПИТАННЯ ТЕОРЕТИЧНОГО ОСМИСЛЕННЯ
НОВИННИХ TELEGRAM-КАНАЛІВ
У СТРУКТУРІ МЕДІАСМАКІВ АУДИТОРІЇ ..... 417

**Марцинкевич Дар'я**
МОЖЛИВОСТІ НОВИХ МЕДІА У ЖУРНАЛІСТИЦІ: ЮТУБ ..... 423

**Міщенко Олексій**
ВПЛИВ ФІНАНСОВОЇ ГРАМОТНОСТІ
НА ПОДОЛАННЯ УПЕРЕДЖЕННЯ
ПІД ЧАС СПРИЙНЯТТЯ ЕКОНОМІЧНОЇ
ІНФОРМАЦІЇ СУСПІЛЬСТВОМ В УМОВАХ КРИЗИ ..... 426

**Побережець Ганна**
РОЛЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ У ФОРМУВАННІ
МОРАЛЬНО-ЕТИЧНИХ ОРІЄНТИРІВ
У ПОЛІКУЛЬТУРНОМУ СУСПІЛЬСТВІ.....431

**Полоз Олена**
ІНФОРМАЦІЙНІ ІНТЕРЕСИ ЕКОНОМІЧНОГО
ЖУРНАЛІСТА З УНАОЧНЕННЯ ГАЛУЗЕВИХ
ПОВІДОМЛЕНЬ ЕКСПЕРТНИМИ КОМЕНТАРЯМИ.....436

**Салімов Ельдар**
ОСМИСЛЕННЯ РОЛІ ВПЛИВОВИХ ОСІБ
У ФОРМУВАННІ НОВИННОГО МЕДІАДИСКУРСУ .....439

**Санакоєва Наталя, Холодний Павло**
ЦИФРОВІЗАЦІЯ СУЧАСНОГО МЕДІЙНОГО
ПРОСТОРУ: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ 2023 РОКУ
У СВІТІ ТА УКРАЇНІ.....444

**Семенюк Ангеліна**
ВІЙСЬКОВА ЖУРНАЛІСТИКА
В ІСТОРИЧНІЙ РЕТРОСПЕКТИВІ.....448

**Сівак Аліна**
УКРАЇНСЬКІ ТА ЄВРОПЕЙСЬКІ ЦІННОСТІ
У ПРОТИСТОЯННІ РОСІЙСЬКІЙ АГРЕСІЇ.....452

**Сукаленко Тетяна, Шпетна Світлана**
МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ МЕРЕЖЕВОГО
ЩОДЕННИКА ЯК РІЗНОВИДУ ВЕББЛОГУ .....458

**Сергієнко Тетяна, Бєлова Валерія**
ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА ЇХ РОЛЬ
У ПОЛІТИЧНІЙ СИСТЕМІ СУСПІЛЬСТВА .....464

**Турчак Олена**
ПРИЧИНИ ПОЯВИ ІНДИВІДУАЛЬНИХ НОВОТВОРІВ
У МАСМЕДІЙНОМУ ПРОСТОРІ .....467

**Федорчук Георгій**
МЕДІАДИСКУРС ФУНКЦІОНУВАННЯ
БАНКІВСЬКОЇ СПРАВИ ТА ФІНАНСОВОГО
СЕКТОРУ В ЕКОНОМІЧНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ .....470

**Федорчук Наталя**
ОГЛЯД БІЗНЕС-МЕДІА В УКРАЇНІ
ПІСЛЯ 24 ЛЮТОГО 2022 РОКУ .....473

**Хмелюк Дмитро**
ТЕОРЕТИЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ ВПЛИВУ
ІНФОРМАЦІЙНОЇ РЕВОЛЮЦІЇ НА РОЛЬ
СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА В ПОТОЦІ НОВИН .....477

**Христокін Геннадій**
МЕДІАКОНСТРУЮВАННЯ НАРАТИВІВ
МАСОВОЇ СВІДОМОСТІ ПІД ЧАС ВІЙНИ.....482

**Шкільнюк Володимир**
ГЛОБАЛЬНІ ЦЕНТРИ ЕКОНОМІЧНОГО
МЕДІАДИСКУРСУ В ЦИФРОВІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ .....488

**ПАНЕЛЬ 6. БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО:
ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ**

**Дячук Олена**
СТРАТЕГІЯ І ТАКТИКА ДИСКУРСУ СОЦІАЛЬНОЇ
АНГЛОМОВНОЇ ЕКОЛОГІЧНОЇ РЕКЛАМИ.....492

**Крайняк Людмила, Дуда Олександра, Рибачок Світлана,
Боднар Ольга, П'ятничка Тетяна**
ПЕРЕКЛАД ЯК ВИД КОМУНІКАЦІЇ.....497

**Юденкова Олена**
РОЛЬ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ
В РОЗВИТКУ ПАРТНЕРСТВА МІЖ ЗАКЛАДАМИ
ВИЩОЇ ОСВІТИ ТА ПІДПРИЄМСТВАМИ
ЯК СУЧАСНИЙ ОСВІТНІЙ ТРЕНД .....502

**Яриновська Катерина**
ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ СУЧАСНОЇ
ВІЙСЬКОВОЇ ЛЕКСИКИ: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА.....509

**Трегуб Ангеліна**
НАРИСОВІ ФОРМИ СУЧАСНОЇ
ЕКРАННОЇ ДОКУМЕНТАЛІСТИКИ.....515

# ПАНЕЛЬ 1
# УКРАЇНСЬКА МОВА ЯК ФЕНОМЕН НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ. МІЖМОВНА КОМУНІКАЦІЯ У СУЧАСНОМУ ГЕОПОЛІТИЧНОМУ СВІТІ

**Бондаренко Анна,**
*здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету фінансів та цифрових технологій,*
*Державний податковий університету, м. Ірпінь, Україна*

## МОВА ЯК ЧИННИК ДЕРЖАВОТВОРЕННЯ

Мова – важливий засіб спілкування, обміну думками, ідеями. Мова — це основа української нації, фундамент держави, один із її символів. Мова — це найцінніше, що є у нації, адже вона визначає її ідентичність та неповторність. Мова визначає патріотизм людей, які живуть у країні. Мова об'єднує людей в єдиний народ, не зважаючи на те, де вони мешкають, працюють чи до якого соціального стану належать. Важливо зазначити, що поки живе мова — живе й держава.

В Україні в умовах воєнної агресії РФ та інформаційно-психологічного впливу, нав'язування чужої ідентичності відбуваються активні зміни у суспільній свідомості, у системі цінностей та ідеалів, поширенні патріотичних настроїв та посиленні єдності українського суспільства. Важливу роль в цьому процесі відіграють законодавчі ініціативи, спрямовані на утвердження статусу української мови як державної, зокрема від 16 січня 2022 набули чинності нові норми мовного закону 2019 року «Про забезпечення функціонування української мови як державної».

Державна мова є головним чинником консолідації нації, захисту національних інтересів, основою формування національної самосвідомості, збереження етнокультурних цінностей. Для утвердження держави, національних цінностей, формування національної самосвідомості необхідні зміни в духовно-інтелектуальному ментальному вимірі, основою якого є українська мова. І. Франко писав: «В державі потрібні інституції національні і передусім національна мова, без

якої виховання народу не зробить поступу» [5]. Ознакою таких змін буде і є утвердження державної мови та українськомовного середовища в освіті, в усіх державних структурах України, у всіх сферах життєдіяльності. Особливого значення набуває утвердження української мови в системі освіти і в дошкільних закладах. Необхідно забезпечити національно-патріотичне виховання через добір кваліфікованих кадрів в системі державного управління, в освіті. Для досягнення такої мети необхідно об'єднати суспільство на основі національних цінностей – мови, культури, історії. В аналітичному огляді «Становище української мови в Україні у 2017 році», підготовленому громадською організацією «Простір свободи», українську мову називають рідною більше українців – 68 % (дані без урахування окупованих територій). Це на 10 % більше ніж у попередні п'ять років [1, с. 289].

Однією з актуальних тем на сьогодні в суспільстві є можливість, необхідність та здатність розмовляти саме українською мовою. Деяка частина суспільства вважає, що це не є проявом демократичної країни, неодноразово на цьому тлі відбуваються суперечки, дискусії в соціальних мережах та суспільному просторі, що призводить до неприємних наслідків. Слід зазначити, що це відбувається через системну масову русифікацію українців за часів СРСР. Зокрема, до прикладу, можна навести нині широко відомий в українській публіцистиці вислів, який використовують політики: «чия мова — того й держава» [2]. Його активно використовували совєтські ідеологи у своїй роботі. Таким же висловом користувалася Московія, коли почала повномасштабне вторгнення на територію України. Саме ті регіони, де українською мовою говорили найменше, стали осередками сепаратизму, базою для формування антидержавних терористичних формувань, а згодом були окуповані російськими військами [4]. Людям, які дотримуються вислову "какая разніца" повинно стати зрозуміло, чому потрібно вчити та в усіх сферах життєдіяльності впроваджувати українську мову.

Зараз, у період повномасштабної війни, у нашому суспільстві точиться боротьба між тими, хто говорить українською і тими, хто говорить принципово російською. Єдині громадяни, яких не стосується таке питання, — це військові, адже вони боронять наш державний кордон, в той час, як інші не можуть боронити навіть мовний. Головною метою росії у цій війні є знищення українського народу, української історії, української мови та держави у цілому. Тобто росія використовує тактику СРСР, коли знищення самобутності народу відбувалося шляхом насильницької русифікації та вимушеного переселення, адже у багатьох куточках України можна зараз почути: «Моя прабабуся з росії», «мій вчитель з Сибіру» і т.д. Також не варто забувати, скільки патріотично налаштованих українців, які розмовляли своєю рідною мовою, було вислано до ГУЛАГу.

Мова забезпечує єдність, вільний і культурний розвиток національної спільноти, стоїть на сторожі збереження національної ідентичності, здорового духовного і ментального розвитку, а отже, виступає могутнім засобом зміцнення національної свідомості [3].

Отже, первинними в цивілізованому суспільстві є гуманітарно-духовні цінності, найвища з яких — мова, яка є основою формування національної ідеї, націоцентричного світогляду, держави. Для створення могутньої держави треба насамперед зрозуміти, що мова повинна використовуватися не лише в державних установах, юридичних документах, а й в усіх сферах життєдіяльності суспільства. Відомий український письменник, Володимир Сосюра, писав, що «Мова — це не просто засіб спілкуваня, а це духовний скарб, який треба оберігати та плекати, навчати цьому дітей з ранього дитинства».

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2017році». Київ : НІСД, 2017. 928 с.
2. Гриценко П. Ю. Мова як чиник державотворення. URL : https://visnyk-nanu.org.ua/ojs/index.php/v/article/view/51/36
3. Малець Н. Б. Мовний фактор як консолідуючий чинник у державотворчих процесах україни. Збірник матеріалів 75-ої підсумкової науково-практичної конференції / ДВНЗ «Ужгородський національний університет». 2021.
4. Чеховська М. М., Шлапаченко В. М. Мова як чинник національної безпеки в умовах протидії гібридній війні. Збірник наукових праць за матеріалами IV Міжнародної науково-практичної конференції. 2020. С. 21–25 URL : http://surl.li/psimk
5. Франко І. Що таке поступ. Коломия : Поступ, 1903. № 2-23.

**Volkova Liudmyla,**
*Candidate of Pedagogical Sciences,*
*Associate Professor,*
*Associate Professor of the Department*
*of Foreign Languages;*
**Parkhomenko Daryna,**
*Bachelor's student in Philology,*
*State Tax University,*
*Irpin, Ukraine*

# UKRAINIAN TERMINOLOGY: PROBLEMS AND PROSPECTS

The creation of special dictionaries has a corresponding history and specificity. Lexicography is the oldest branch of mankind, terminology occupies a special place in it. According to the researchers, Ukrainian terminological lexicography has more than two hundred years of history. In Ukrainian linguistics at the current stage, V. Dubichynskyi, O. Ivanova, M. Komova, I. Kochan, L. Symonenko, L. Turovska and others are developing the theoretical foundations of terminology. Despite the fact that the issues of tracing the origins and studying the formation of Ukrainian terminology have attracted the attention of linguists more than once, they still remain relevant and today [1].

Taking into account the complex social and political conditions, the influence of many languages on the Ukrainian language, most scientists distinguish the following stages of the formation of Ukrainian terminology: 1) the second half of the 19th century. - the beginning of the 20th century; 2) 1920s - early 1930s of the 20th century, activities of the Institute of the Ukrainian Scientific Language (hereinafter IUNM); 3) 50–80s of the XX century; 4) the end of the 20th century. - the beginning of the XXI century. [4, p. 29]. Scientists find the origins of terminology in the second half of the 19th century, however, the issue of tracing the "first steps" of special lexicography requires special attention.

Ukrainian terminology began to be recorded in special dictionaries in the 1850s of the XIX century, which is traditionally associated with the compilation in Galicia in 1852 of the terminological Latin-German-Ukrainian dictionary "The beginning of the compilation of botanical Russian terminology" by I. Havryshkevich and "Names of regional plants and Botanical dictionary" by M. Petrushevich. However, we find works printed in 1851, in particular "Dictionary of beekeeping terms" by

O. Pokorskyi-Zhoravko, as well as the translated dictionary "Juridisch-politische Terminologie für slavischen Sprachen Öesterreichs von Commision für slavische juridisch-politische Terminologie" of Slavic languages used in Austria") by Ya. Holovatskyi, G. Shashkevych, Yu. Vyslobodskyi, which saw the light of day in Vienna thanks to the Governmental Commission for the Development of Slavic Legal Terminology. Therefore, the countdown of Ukrainian terminographic activity should be based precisely on these dictionaries of interpretive and translation types, which were printed in 1851 and which became the basis for its further formation. Accordingly, the boundary of the beginning of the first stage (origins) of Ukrainian terminology shifts - not the second half of the 19th century, but the middle of the 19th century.

In Eastern Ukraine, due to political factors, work on the systematization of special vocabulary and ordering of terminological dictionaries began in the 70s and 80s of the 19th century.

During this period, scientists develop the principles of national terminology, which they rely on when selecting terms for the dictionary register: 1) to form understandable scientific terms "in the spirit of the vernacular, so that later they will be accepted by the people themselves", for example, they suggest using травник гербарій, рослинниця – ботаніка, зеленець – хлор, краєвид – ландшафт; 2) form specific equivalents to foreign language terms [2, с. 184–185].

At the beginning of the 20th century in various cities of Ukraine (Vinnytsia, Gadyach, Kyiv, Poltava, Kharkiv, etc.) form appropriate commissions and circles, which during 1917–1921 published about 30 dictionaries on veterinary medicine, grammar, business administration, mathematics, medicine, law, chemistry and other industries.

In the 20s of the XX century. Ukraine is undergoing a stage of Ukrainization: the Ukrainian language acquires state status, it begins to be actively used in various spheres of social and political life, scientific terminology is intensively formed and developed. The center of terminological work is Kyiv and Kharkiv. In May 1921, various terminological commissions were united in IUNM, which is planned to publish terminological dictionaries. In general, about 10–12 dictionaries were published each year, and in 1926 – 32, 1927 – 17, 1928 and 1930 – 25 dictionaries each [4, с. 148]. The activities of the scientists of the Institute of the Ukrainian Scientific Language are aimed primarily at the development of theoretical guidelines for compiling terminological dictionaries [4, с. 29]. The main fundamental principle of the institute is to focus on the resources of the native language during term creation and translation, which would emphasize the genetic features of the Ukrainian

language, and most importantly, distinguish it from the Russian language, which was built on an international basis. Meanwhile, after the termination of Ukrainization, Institute of the Ukrainian Scientific Language was liquidated and, accordingly, terminographic work was suspended for tens of years. All published dictionaries were withdrawn from circulation and destroyed, those works that were prepared for printing were lost forever.

With the adoption of the Law "On Languages in Ukraine" and the establishment of Ukraine's independence in 1991, Ukrainian terminological lexicography is undergoing a new "renaissance". The role of terminographic works is changing: they "became one of the factors in establishing and building the independence of the state, expanding the sphere of functioning of the Ukrainian language" [3, c. 149].

Despite the large amount of printed terminographic material in recent years, theoretical issues of terminological lexicography require special attention. First, it concerns the compilation of terminological lexicons of a new type - combined, which require theoretical development, as they are a "white spot" in the classification system; secondly, the extreme complexity of industry terminologies, their ramifications and internal differentiation require an understanding of the material, which should find an appropriate place in the dictionary; thirdly, powerful processes of Ukrainization require careful selection of specific resources for the production of one's own terms.

The problems of Ukrainian terminology stretch from its origins to today, in particular: 1) the lack of uniform principles and methods of creating special dictionaries, 2) the development of uniform scientifically based principles for the selection of specialized vocabulary for various types of terminological dictionaries, 3) the compilation of uniform principles for representing term units according to various parameters. At the current stage, the problems of its development are the non-compliance with linguistic norms in terminology, the unsystematic collection of term units for the dictionary register, the development of an invariant dictionary project to describe various special layers of vocabulary, the definition of the main parameters of terminological dictionaries, the development of basic requirements for terminological works, the study of mega-, macro- and dictionary microstructures.

The main problems faced by terminographers when compiling Ukrainian terminological dictionaries are as follows: 1) formation of the megastructure (general structure) of the dictionary - presentation of the preface, instructions for use, list of sources, etc.; 2) selection of register terms to the macrostructure (register) of the dictionary, taking into account the principles of selection of term units (normativity, belonging to the described special system, specific origin, assimilation of a foreign language unit according to the grammatical and spelling norms of the Ukrainian

language, as well as development of a method of fixing analytical terms); 3) creation of a microstructure (terminstats) - representation of the linguistic characteristics of the term, its variants, etymological characteristics, definition of term units of different scope as components of the conceptual system, systemic relations (genus-species, antonyms, synonyms). An attempt to solve the outlined problems of creating special dictionaries was made in the author's monograph (on the example of Ukrainian phytomelioration terminology) [2].

So, Ukrainian terminological lexicography has significant development, is constantly developing, replenishes the species classification of publications, improves old and develops new principles and methods of representing terminological vocabulary, enriches various fields with special dictionaries. However, today the national terminology needs the development of unified theoretical foundations for the compilation of specialist dictionaries, taking into account that the scientific spheres of the 21st century, require a new description of term units, therefore one of the most promising for modern Ukrainian special lexicography is the compilation of a new type of dictionary - a terminological dictionary of the combined type - the principles of which are based on the study of the nature of the term, its systemic relations and thematic groupings, which will summarize all the achievements of terminology and add innovative, expand classification of professional dictionaries and will contribute to the unification of the principles of their compilation. However, first of all, the stimulation to provide the industry with high-quality special dictionaries should take place at the state level through the implementation of a program of terminographic activities, which would consist in the creation of a central body that will coordinate work on compilation of specialized dictionaries in compliance with the developed uniform principles and principles of their creation, as well as with full financial support by the state.

## REFERENCES

1. Komova M. Ukrainian terminology (1948–2002) : Bibliographer. index. Lviv : Liga-Press, 2003. 112 p.

2. Petrova T. Modern phytomelioration terminology Ukrainian language and its reflection in the terminological dictionary combined type : monograph. Kharkiv : TPG LLC, 2018. 227 p.

3. Lyuga L. The role of Ukrainian lexicography in the establishment national identity. *Visnyk Lviv. university Series of journalism.* 2003. № 23. P. 144–152.

4. Simonenko L. Ukrainian terminology: state and prospects. Linguistics, 2014, 4. P. 28–35.

***Анотація***

*Створення спеціальних словників має відповідну історію та специфіку. Лексикографія – найдавніша галузь людства, особливе місце в ній посідає термінографія. Як стверджують дослідники, українська термінологічна лексикографія має понад двохсотлітню історію. Незважаючи на те, що питання відстеження витоків і вивчення становлення української термінографії не раз привертали увагу мовознавців, усе ж таки вони залишаються актуальними й сьогодні. У роботі представлено історію формування, основні етапи та засади творення української термінології. З'ясовано, що терміни виникають системно у професійному середовищі певної галузі знань з використанням різних мовних засобів залежно від внутрішніх і зовнішніх чинників.*

***Ключові слова:*** *термін, термінологія, розвиток, принципи термінотворення, словник.*

***Summary***

*The creation of special dictionaries has a corresponding history and specificity. Lexicography is the oldest branch of mankind, terminology occupies a special place in it. According to the researchers, Ukrainian terminological lexicography has more than two hundred years of history. Despite the fact that the issues of tracing the origins and studying the formation of Ukrainian terminology have attracted the attention of linguists more than once, they still remain relevant today. The work presents the history of formation, the main stages and principles of creation of Ukrainian terminology. It has been found that the terms arise systematically in the professional environment of a certain field of knowledge with the use of different language means depending on internal and external factors.*

***Key words:*** *term, terminology, development, principles of term formation, dictionary.*

**Давидченко Інна,**
*канд. пед. наук, доцентка, доцентка кафедри української лінгвістики, літератури та методики навчання, Комунальний заклад «Харківська гуманітарно-педагогічна академія» Харківської обласної ради, м. Харків, Україна*

# ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНА КОМУНІКАЦІЯ В СУЧАСНОМУ ГЕОПОЛІТИЧНОМУ СВІТІ

Нові умови життя, що склалися за останні два десятиліття – на рубежі XX–XXI століть – докорінно змінили погляд як професіоналів, так і широкої громадськості на вивчення та засвоєння іноземних мов. Сучасному суспільству більше не потрібні хороші мультилінгвісти та перекладачі, а користуються попитом спеціалісти з міжнародної та міжкультурної комунікації. Це виходить далеко за межі простого знання іноземної мови, і в сучасному середовищі іноземні мови є далеко не єдиним засобом спілкування між людьми. Стає все більш очевидним, що жодна сфера людської діяльності сьогодні не була б можливою без широкого використання мовних ресурсів, у яких акумульовано досвід і знання наступних поколінь певної мовної спільноти.

Призначення різних мовних одиниць виходить за межі накопичення, організації та передачі інформації та життєвого досвіду. Все багатство досягнень цивілізації може передаватися не лише в діахронічному вимірі (від покоління до покоління), а й у синхронічному (між представниками різних мовних спільнот одного історичного періоду).

Метою цієї статті є багатоаспектний підхід до розгляду актуальних питань лінгвокультурологічної комунікації в сучасному геополітичному світі. Необхідність зосередження уваги зумовлена тим, що у XX та XXI століттях відбулися помітні зміни у національному складі багатьох країн, де далі частіше відбувається змішування народів, їхніх мов та культур.

Ключові питання і проблеми теорії лінгвокультурологічної та міжкультурної комунікації усе частіше привертають увагу науковців, які збагачують її глибоким розумінням комунікативного процесу та проявів культурної ідентичності.

Лінгвокультурологія як наука, що вивчає мову як культурний феномен, виражає бачення світу крізь призму етнолінгвістики, коли мова функціонує як

виразник певної етнічної ментальності. Використання лінгвокультурологічних принципів та методів у дослідженні міжкультурної взаємодії сьогодні є надзвичайно важливим. Відомо, що між різними культурами існують подібності та відмінності. Тому лінгвокультурологічний підхід до теорії міжкультурної комунікації передбачає виявлення цих відмінних рис і виявлення лінгвокультурологічних одиниць, які виражають специфічний досвід народу, що використовує мову в сконденсованому вигляді. Неоднозначність та розбіжності у підходах та визначеннях цих одиниць зумовлюють необхідність та ідентифікації цього поняття [2].

Одними з перших лінгвокультурологічних досліджень, у яких започатковано розв'язання даної проблеми були праці В. фон Гумбольдта та О.Потебні в середині XIX ст., які заклали теоретичні основи сучасних лінгвокультурологічних студій та задали напрямок їх розвитку у XX ст. С. Баррі, Ф. Боас, Л. Вайсгербер, Ж. Вандріс, Л. Вітгенштейн, Ж. Дерріда та М. Гайдеггер розвинули ідеї вчених. На сучасному етапі проблеми лінгвокультурології вивчають вітчизняні дослідники, серед яких Ф. Бацевич, В. Жайворонок, В. Кононенко, В. Манакін, Л. Савченко, О. Селіванова та ін.

Необхідність толерантного ставлення до іноземних мов і культур та дискомфорту, що неминуче виникає при контакті з ними, набуває особливого значення для забезпечення соціальної стабільності в сучасних умовах. Цим також пояснюється особливий інтерес сучасного покоління до актуального питання міжкультурної та міжнародної комунікації.

Комунікація не обмежується лише вербальним спілкуванням, адже поряд з лінгвістичними знаннями, вона також включає в себе такі елементи, як мова і культура спілкування, правила етикету, певні невербальні прояви поведінки, міміка і жести, а також фонові знання. Інтерес до лінгвокультурології пояснюється різноманітними змінами, що відбуваються в житті сучасного суспільства та у сфері освіти, а саме мультикультурним розвитком, діалогом культур і цивілізацій та прагненням до лінгвокультурологічної грамотності як основи для міжкультурної комунікації в іншомовному середовищі. Результати цієї науки відіграють важливу роль у розвитку мовної особистості та концепції мовної освіти в сенсі міжкультурного діалогу. Роль, яку відіграє лінгвокультурологія в сучасній лінгвістиці та мовній педагогіці, є надзвичайно важливою. Це пов'язано з тим, що лінгвокультурологія зосереджує увагу на особливостях культури носіїв мови та їх характерному вираженні в самій мові. Ця наука дає відповіді на такі питання, як: *«які чинники сприяють комунікації?», «що ускладнює спілкування між представниками різних культур?», «як пов'язані мова і культура?»,*

*«як мова відображає світ?», «як мова впливає на розвиток особистості?», «як мова впливає на розвиток особистості?», «як мова та культура впливає на розвиток особистості?», «який вплив має мова та культура на розвиток особистості?», «як мова та культура відображає групову психологію?», «як мова та культура формує національну ідентичність?», «що таке «культурний конфлікт»?», «чому світ стурбований міжкультурними конфліктами?», «як мова і культура формують картину світу?», «які функції виконує лінгвокультурологія?».*

Проблема формування лінгвокультурологічної компетентності здобувачів вищої освіти має загальнодержавне значення, оскільки полягає у збереженні та примноженні соціального та духовного багатства суспільства.

Тому, оскільки українська лінгвокультурологія зосереджена на вивченні національно-культурних компонентів, мовної картини світу, мовної особистості та її компетентності, то погоджуємося з науковцем В. Кононенко, який вважає за необхідне розв'язання таких проблем, як національний психотип, духовні факти, бачення рідної культури в собі [3].

Погоджуємося з науковицею О. Селівановою, що лінгвокультурологія – це дослідження фіксації духовної та матеріальної культури народу в його мові, етнотекстах та дискурсивних практиках, тобто культурно значущої інформації про символічні способи матеріального і духовного сприйняття світу етносом, що зберігається в колективній пам'яті народу, його уявленнях, його мисленні та поведінці схеми, системи етичних та естетичних цінностей, норм, звичаїв, обрядів, міфів, вірувань, забобонів, що відтворюються у повсякденному житті [5].

Отже, з вище сказаного стає зрозуміло, що міжкультурна комунікація – це процес комунікативної взаємодії між індивідами, які є носіями різних культур зі своїми мовними кодами, нормами поведінки, цінностями, звичаями та традиціями.

Предметом теорії міжкультурної комунікації є аналіз типів взаємодії між представниками різних лінгвокультур, вивчення фактів, які позитивно або негативно впливають на результати комунікативної взаємодії, опис підходів до інтерпретації цих результатів, дослідження результатів взаємодії між представниками різних лінгвокультур. .

Об'єктами лінгвокультурологічних досліджень є:

- культура, представлена як фундаментальними культурно-історичними знаннями, так й актуальними знаннями про сучасне життя країни, суспільства. Лінгвокультурологи виокремлюють такі національно-специфічні компоненти культури: традиції, звичаї, обряди; побутову культуру, тісно пов'язану з традиціями; повсякденну поведінку, звички представників певної культури, прийняті

як норми спілкування, а також супровідні мімічні й пантомімічні коди; національні картини світу, що відображають специфіку сприйняття навколишнього світу, національної особливості мислення; художню культуру;

- мова, насамперед її лексична система; мова в цілому та лексика зокрема є основною формою об'єктивізації мовної свідомості багатьох поколінь людей – носіїв певної мови. Лексика пов'язана безпосередньо з предметами та явищами матеріального світу, із історією суспільства та слугує не тільки потребам мовного спілкування, а також є своєрідною формою закріплення й передачі суспільного досвіду від покоління до покоління, тому лексична система насамперед зумовлена категоріями матеріального світу й соціальними факторами. Головне призначення лексики – відображення дійсності, тобто всієї різноманітності світу та відносин, за яких живе суспільство. У результаті взаємодії культури й мови в їх функціонуванні створюється цілісна структура одиниць у єдності їх мовного й культурного змісту [2].

Із нашого погляду, зміст поняття «лінгвокультурологія» ґрунтується на національній свідомості та менталітеті народу, а мова розглядається не лише з точки зору лінгвістичної структури, але й з точки зору культурних норм, традицій та ціннісно-орієнтаційних світоглядних установок, необхідних у контексті мовної та міжкультурної комунікації, способу життя носіїв мови та моделей національної поведінки. Вище зазначене дає підстави стверджувати, що поняття «мовна особистість» і «лінгвокультурологія» взаємозалежні і взаємопов'язані, мають важливе значення для вдосконалення вивчення та потребують подальшого дослідження.

Таким чином, зміст лінгвокультурологічної компетентності здобувачів вищої освіти формується відповідними культурними системами, представленими національними культурними феноменами, поняттями, ідеями та мовними системами, які суттєво відрізняються одна від одної. Міжкультурні та між мовні відмінності становлять національну специфіку мовної картини світу певного етносу, яку можна визначити, порівнюючи її з мовною картиною світу інших країн. Саме специфічні частини мовної картини світу певної лінгвокультури становлять найбільший інтерес для розвитку лінгвокультурологічної компетенції.

Основною конститутивною одиницею теорії міжкультурної комунікації є дискурсивна подія, яка відповідає сутності комунікації. Дискурсивна подія – це сукупність зв'язних та комунікативно значущих не мовленнєвих актів учасників комунікації, спрямованих на досягнення спільної комунікативної мети. Кожен мовленнєвий акт дискурсивної події функціонує як стратегічний інструмент для вирішення спільного комунікативного завдання, реалізуючи при цьому окремі комунікативні акти.

Мова, мислення і культура тісно пов'язані між собою і становлять, по суті, одне ціле. Ці три компоненти не можуть функціонувати без двох інших. Разом вони пов'язані з реальним світом, протистоять йому, залежать від нього, водночас формують реальний світ: образ реального світу – це об'єктивна реальність, світ, що оточує людину.

Мовна картина світу відображає реальність через культурну картину світу, ґрунтується на тому, що мова як ідеальна, об'єктивно існуюча структура підпорядковує і організовує світосприйняття її носіїв. З іншого боку, мова як чиста система значень формує свій власний світ, ніби приклеєний до реального світу. У цьому контексті мова як феномен культури функціонує як засіб формування свідомості та менталітету мовної особистості, а також є показником рівня її сформованості. Через мову людина набуває уявлення про світ, суспільство, культуру та систему цінностей, моралі й поведінки, до якої вона належить, і таким чином реалізує себе в конкретному комунікативному просторі мовної діяльності, стає узагальненим носієм культурних, мовних і комунікативних цінностей, знань, установок і поведінкових реакцій, що вона функціонує як образ. Таким чином, соціальна сутність мови полягає насамперед у тому, що в межах груп та індивідів існує мовна свідомість – рівень свідомості учасників міжособистісної та міжкультурної комунікації, на якому образи, ідеї та мисленнєві структури набувають мовної форми, тобто поєднуються з елементами мовного коду. Отже, носієм культури в мові є, з одного боку, мовна група, а з іншого – індивід [1].

Мовна особистість – це людина як носій мови, розглянута з точки зору мовленнєвої здатності, базовий національно-культурний архетип носія певної мови, зафіксований переважно в лексичній системі та сформований світоглядом, ціннісними пріоритетами та поведінковими реакціями... [4]. Таке визначення ґрунтується на тому, що мовна особистість – це процес соціалізації (процес включення індивідів у систему суспільних відносин, формування їхнього соціального досвіду, становлення і розвитку їх як цілісних особистостей), інкультурації (засвоєння індивідом культурних норм, цінностей і досягнень певної групи, а також засвоєння культурної ідентичності), набуття, тобто відчуття приналежності до певної культури, пояснюється тим, що вони формуються у процесі акультурації, і особистісна свідомість (притаманний людині спосіб ставлення до світу через суспільно вироблену систему знань, охоплену мовою, всіма її смислами і значеннями) та ментальність (сукупність установок і здібностей індивідів мислити, відчувати і сприймати світ, відносячи себе до певної соціокультурної спільноти, що завершується формуванням картини світу).

Поняття української культури вивчається окремо і вводиться в загальну систему роботи. На культурну семантику, сформовану на основі взаємодії мови і культури, вказує етимологія слова, його тлумачення в українській та іноземних мовах, опис і використання самого тексту з культурологічним коментарем.

Як зорові стимули та наочні посібники використовуються ілюстрації картин українських художників, реальні фотографії, малюнки та плакати. Використання значень лексики через візуальні образи сприяє формуванню лінгвокультурологічної компетенції здобувачів вищої освіти. Зіставлення культур та їх відображення у різних мовних засобах сприяє активізації національних одиниць; зіткнення та взаємозбагачення культур. Чужа культура розкриває себе повніше і глибше лише в очах іншої культури. Один смисл розкриває свою глибину, стикаючись і зустрічаючись з іншим чужим смислом. Між ними починається, так би мовити, діалог, який долає ізольованість і однобічність цих смислів, цих культур.

Обговорюючи це питання, здобувачі вищої освіти використовують вітчизняну лексику, щоб порівняти компоненти різних культур і виділити схожість і відмінності між культурами, що спілкуються. Такий підхід сприяє взаєморозумінню, подоланню стереотипів, повагу до чужих цінностей та забезпечує перехід від репродуктивного навчання до продуктивного та активного навчання (проблемного, дослідницького та творчого).

Як приклад, пропонуємо кілька запитань для обговорення після опрацювання тексту: *які є вічні питання в українській та зарубіжній культурах? Які причини виживання українців у найскладніших умовах життя? Як історичні події в Україні вплинули на характер українців? Як ви вважаєте, ому в українській культурі твори мистецтва часто були «підручниками життя»? Що ви чули про українське козацтво? На вашу думку, коли і як козаки набули таких якостей, як вірність цареві, присязі та відданість ідеалам свободи? В яких фразах утворах про козацтво вживається слово «свобода»?*

Сьогодні в теорії міжкультурної комунікації з'явилася нова сфера інтересів: поряд з актуальними питаннями міжкультурної комунікації в умовах культурної глобалізації на порядку денному Інтернету та інших електронних засобів масової інформації з’явилися різноманітні дослідження комунікації в контексті культурної глобалізації, а також актуальні питання міжкультурної комунікації у великому обсязі.

На початку ознайомлення з новою лінгвокультурою картина світу невизначена, розпливчата й розмита. Період звикання до чужої лінгвокультури, коли комуні кант виявляє, що старий мовленнєвий досвід не зовсім придатний до

нових умов, оскільки нова картина світу ще не зовсім склалася, психологічно важкий для індивіда і потребує значного нервового напруження. Орієнтирами, що дають змогу людині «не заблукати» в новому культурно-мовному просторі, виступають універсальні явища – те спільне, що об'єднує взаємодіючі культури. Коли мова йде про перехід від однієї мови до іншої у процесі міжкультурної комунікації, роль інваріантних елементів мовної картини світу виконують міжмовні еквіваленти на позначення предметів і явищ, спільних для культур, що взаємодіють.

Вище зазначене дає розуміння суті лінгвокультурологічної компетентності як інтегративної якості, що утворюється в результаті формування особистістю у процесі соціалізації та інкультурації мовної свідомості завдяки пізнанню національної культури та способів вираження її в мові, що сприяє досягненню соціокультурної адекватності та відповідної комунікативної поведінки в межах своєї лінгвокультури. У результаті акультурації відбувається розширення мовної картини світу, мовної та когнітивної свідомості завдяки кодам іншої мови та культури, чим забезпечується вдосконалення адаптивних механізмів мовної особистості, здатність до навігації в різних інформаційних просторах, уникненню комунікативних невдач у ситуаціях міжкультурного діалогу.

Тому теорія міжкультурної комунікації залишається абстракцією до тих пір, поки результати наукових пошуків не будуть застосовані до аналізу взаємовідношень між представниками конкретних лінгвокультур. Звідси випливає, що нова концепція повинна ґрунтуватися на аналізі міжкультурної комунікації у контексті глобалізації культури, проблем, пов'язаних із застосуванням Інтернету, ідеологічних та епістемологічних наслідків, які ці процеси мають для екології культур, пошуку оптимального балансу між мовним розмаїттям та інтеграцією поряд із створенням глобальної лінгвістичної екосистеми, яка враховувала б різноманітність і унікальність окремих лінгвокультур.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бернацька С. М. Формування особистості майбутнього фахівця на основі компетентного підходу. *Науковий вісник Південноукрїнського державного педагогічного університуту імені К. Д. Ушинського* : зб. наук. пр. 2010. С. 25–30.

2. Давидченко І. Д. Формування лінгвокультурологічної компетентності майбутніх вихователів дошкільних навчальних закладів : дис. … канд. пед. наук : 13.00.04 / ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет». Слов'янськ, 2018. 359 с.

3. Кононенко В. І. Українська лінгвокультурологія : навчальний посібник. К. : Вища школа, 2008. 327 с.

4. Полюжин М. Мова й комунікація в контексті глобалізації культур. *Геополітика України: історія і сучасність* : збірник наукових праць. Ужгород : ЗакДУ, 2010. Вип. 2. С. 165–179.

5. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник. Київ ; Полтава : Довкілля, 2008. 712 с.

***Анотація***

*У статті розглядається багатоаспектний підхід до розгляду актуальних питань лінгвокультурологічної комунікації в сучасному геополітичному світі. Необхідність зосередження уваги зумовлена тим, що у XX та XXI століттях відбулися помітні зміни у національному складі багатьох країн, де далі частіше відбувається змішування народів, їхніх мов та культур.*

*Ключові питання і проблеми теорії лінгвокультурологічної та міжкультурної комунікації усе частіше привертають увагу науковців, які збагачують її глибоким розумінням комунікативного процесу та проявів культурної ідентичності.*

***Ключові слова**: лінгвокультурологія, лінгвокультурологічна комунікація, міжкультурна комунікація, геополітичний світ, комунікативний процес, здобувачі вищої освіти.*

***Summary***

*The article considers a multifaceted approach to the consideration of topical issues of linguistic and cultural communication in the modern geopolitical world. The need to focus attention is due to the fact that in the 20th and 21st centuries, there were noticeable changes in the national composition of many countries, where the mixing of peoples, their languages and cultures is more frequent.*

*The key issues and problems of the theory of linguistic and cultural and intercultural communication increasingly attract the attention of scientists, who enrich it with a deep understanding of the communicative process and manifestations of cultural identity.*

***Keywords**: linguistic and cultural studies, linguistic and cultural communication, intercultural communication, geopolitical world, communicative process, students of higher education.*

**Даниленко Людмила,**
*канд. філол. наук, в. о. доцента кафедри гуманітарної освіти,*
*Львівський національний університет природокористування,*
*м. Дубляни, Україна*

# ПРО ЩО ГОВОРЯТЬ ТОПОНІМИ ПІД ВОГНЕМ ВІЙНИ (ЗАПОРІЗЬКА ОБЛАСТЬ)

Важкі воєнні випробування змінили поведінку, стосунки і помисли українців. Чи не всі категорії життя набули інших смислів. Люди по-іншому почали пізнавати себе та більше осягати Україну. Щодня засоби масової інформації сповіщають про бойові дії, про ураження російською зброєю міст і сіл, про становище на тимчасово окупованих територіях. У таких повідомленнях завжди йдеться про найменування об'єктів місцевости. Чимало назв українських сіл чи невеликих міст стали героями сьогодення, як і люди.

У дослідженні описано специфіку найменувань населених пунктів Запорізької области, які постраждали від російської агресії: перебувають у тимчасовій окупації або в зоні бойових дій. В основу аналізу покладено теоретичні підходи з топоніміки, а саме напрацювання С. Вербича щодо етимології назв. Мовознавець вказав на такі принципи етимологізувань: 1) визначення словотвірної моделі (типу) назви; 2) з'ясування твірних апелятивів; 3) виявлення семантичної мотивації оніма [1, с. 78]. Наукові підходи в топоніміці ґрунтуються щонайменше на двох чинниках: «детальному вивченні мовної історії регіону, у якому сформувалася та чи та назва» і «зіставленні конкретного оніма з формально подібними» [1, с. 78]. Специфіка найменувань населених пунктів залежить від багатьох факторів: історичних подій; освоєння краю; географічного розташування; специфіки рельєфу і рослинности; ціннісних поглядів мешканців тощо. Кожен із регіонів має свої самобутні топоніми, що вказує на його природні риси та історичну долю. Назви міст і сіл на Запоріжжі відображають давнє минуле, колоніальну залежність, боротьбу за визволення та питомий український характер (любов до природи, праці, чистоти, затишку, творчости). Географічно цей край обмежований узбережжям Азовського моря протяжністю 300 км., територіями Донеччини, Дніпропетровщини та Херсонщини. Область розташовується по обох берегах Дніпра, переважно на лівобережжі. Запоріжжю притаманні краєвиди степу, лук, скель Приазовської височини, пагорбів, невеликих річок,

ставків, балок, ярів, глинищ. Відомі в області також рукотворні ландшафти: кургани, частина Каховського водосховища (нині, після підриву рашистами Каховської ГЕС, його залишки). Більшість із пам'яток природи та історії перебувають в окупації, значна їхня частина дуже постраждала. «…Там проходила військова техніка, солдати рили окопи, кургани використовували як природні оборонні споруди» [4]. Заповідник Кам'яна Могила, унікальна пам'ятка світового значення, петрогліфи якої датуються від 24 тисяч років до нашої ери, рашисти використовують як полігон.

У стародавні часи на просторах сучасної Запорізької області перебували кімерійці, сармати, скіфи, половці. Лівобережна частина історично пов'язана з Золотою Ордою, Кримським ханством, війнами і економічними відносинами з південними сусідами. Значна територія довгий час не мала поселень через набіги завойовників. Залюднення краю пов'язане із формуванням Січей запорозького козацтва і козацьких зимівників, побудовою фортець, порту, залізниці за часів російської імперії, заснуванням вільних земель наприкінці XVIII – початку XIX ст. селянами з Чернігівщини, Полтавщини, Київщини; іммігрицією іноземців (болгар, греків, євреїв, менонітів), тотальною колективізацією, розвитком індустріалізації та відбудовою після Другої світової війни. Історичні та географічні фактори відбиті в назвах сіл і міст, що викликає інтерес мовознавців, істориків, краєзнавців, культорологів. У сучасній науці топоніміку Запорізького краю вивчають І. Ільченко, Ю. Князьков, О. Стрижак, В. Пачева.

Багатьом топонімам Запоріжжя притаманне тюркське походження. Вони утворені шляхом перенесення найменувань давніх поселень, пагорбів, річок. Назви-«семантичні перенесення» нині набувають переосмислень. Вони не завжди зрозумілі, хоча водночас відтворюють самобутність, атмосферу давньої історії, зв'язок із предками. Наприклад, балка Аульна, річки Берда, Гайчур, Чокрак, Янчур, кілька приток з однаковою назвою Бакай, села Курошани, Кушугум, Басань, місто Токмак.

Пояснення назви Токмак дискусійне, оскільки слово втратило «первісний зміст» [2, с. 173]. Існує версія, що місто отримало назву від річки Токмак. І. Ільченко і Д. Лугова підкреслюють, що в тюркських мовах ця лексема означає «давати ім'я». Безсумнівним дослідниці вважають те, що «назва річки походить від назви великого кам'яного пагорба – гори Токмак (тепер гора Синя), біля якої річка бере свій початок» [2, с. 172]. Наукові обговорення підтверджують цікаве історичне минуле краю. «Токмак», як і інші тюркські топоніми, характеризує матеріальну та духовну культуру народу, що проживав на цій території, і відображає закономірності його мови [2, с. 176]. На жаль, із початком повномасштабного

вторгнення Токмак окупований, уже два роки його контролюють рашистські агресори. Місто має велику стратегічну роль у веденні війни, бо в ньому зосереджений залізничний вузол, що сполучає материкову частину з Кримом. На території Запорізької області є також село Мала Токмачка. Воно було засноване 1783 р. на місці ногайського аулу. Протягом існування села назва не змінювалася. Від березня 2022 р. населений пункт перебуває під постійними обстрілами росіян, його інфраструктура майже знищена.

Під час російсько-української війни з назвами наших населених пунктів трапляються і трагікомічні випадки. Тимчасово окуповане місто Пологи рашисти переклали як «Роди», що викликало глузування місцевих жителів. Назва міста давня, означає «степова западина», «рівнинні луки» і безпосередньо пов'язана з назвами сіл Пологи-Вергуни, Пологи-Яненки, Пологи-Чобітки на Київщині, звідки прибули переселенці наприкінці XVIII ст.

Загалом топоніми Запорізької області мають питоме українське походження і пов'язані з такими чинниками:

– *степова і сільська рослинність*: Барвінівка, Берестове, Вербове, Вишневе, Діброва, Дубове, Малинівка, Грушеве, Зелена Діброва, Зелений Гай, Оріхів, Тернівка, Черешневе;

- *кам'янистий і схилово-височинний рівнинний ландшафт*: Балки, Балочки, Білогір'я, Білозерка, Гуляйполе, Долинське, Дніпрорудне, Жовта Круча, Кам'янка-Дніпровська, Кам'янка, Кінські Роздори, Підгірне, Пологи, Приазовське, Приморськ, Степногірськ, Світла Долина, Степне, Червоне Поле;
- *об'єкти інфраструктури та особливість заселення*: Білоцерківка, Залізничне, Криничне, Новоселівка;
- *духовні цінності (назви релігійних свят, причетність до храмів)*: Благовіщенка, Воскресенка, Різдвянка, Троїцьке, Новотроїцьке, Успенівка, Новоспаське, Преображенка.
- *діяльність людей*: Гусарка, Енергодар, Інженерне, Мелітополь (місто меду), Плодорідне, Труженка, Урожайне;
- *моральні цінності мешканців*: Благодатне, Мирне, Любимівка, Щасливе, Миролюбівка, Райське, Веселе, Затишшя;
- *імена засновників, причетних до розвитку населеного пункту, українських діячів*: Андріївка, Василівка, Варварівка, Григорівка, Іванівка, Івана Франка, Маринівка, Миколаївка, Новоандріївка, Новопетрівка, Старопетрівка, Оленівка, Ольгівське, Осипенко, Семенівка, Софіївка, Райнівка, Роботине (на честь засновника Роботи), Федорівка, Щербаки, Юрківка, Якимівка;
- *походження переселенців, які освоювали край*: Полтавка, Трояни, Новополтавка, Чернігівка;

Після декомунізації в області не залишилося топонімів, пов'язаних із комуністичною ідеологією. У процесі перейменування повернено історичні назви (Карла-Маркса – Троїцьке, Чапаєвка – Воскресенка), в окремих випадках створено нові (наприклад, село Калініна перейменовано в Калинівку, а село Луначарське – а Азовське). Водночас назви кількох населених пунктів Запорізької області мають російськомовне походження і ще не перекладені українською. Це такі, як: Приютне (село, засноване 1842 р. євреями перселенцями з Вітебської та Могильовської областей), Обще, Обільне (засновані радянською владою як залізничні станції). Ще існують на тимчасово окупованій території Запорізької області топоніми, пов'язані з колоніальним минулим і підлягають деросіянізації: Гірсовка (за однією з версій названо на честь міністра закордонних справ царської росії), Піскошине (на честь Поскочина, командувача загонів російських суден у російсько-турецькій війні), Чкалове (на честь льотчика-героя Радянського Союзу, життя й діяльність якого не пов'язані з Україною).

Топоніми Запорізької області утворені відповідно до норм української орфоепії та слововживання. Вони пов'язані з фонетичною системою української мови, тобто чіткою вимовою дзвінких приголосних в кінці складу (Дніпрорудне, Енергодар, Оріхів), твердістю шиплячих звуків (Комиш-Зоря, Комишуваха, Щербаки); зі словотвірними особливостями, а саме вживанням суфіксів відносності *-ськ-, -цьк-, -зьк-* (Запорізьке, Приморськ, Троїцьке), суфікса *-к-* на позначення жіночого роду (Іванівка, Василівка, Орлянка), суфікса *-ин-* на позначення приналежности (Ільченкове, Гришине, Магедове, Роботине), складанням основ (Білоцерківка, Кам'янка-Дніпровська, Першотравневе, Степногірськ, Рівнопілля), переходом прикметників в іменники (Веселе, Мирне, Щасливе), перенесенням повних назв (Балочки, Вершина, Діброва, Зоря, Ударник). Назви, що первісно запозичені з інших мов, набули рис, притаманних українській мовній традиції (Бердянськ, Мала Токмачка).

Зважаючи на те, що до війни назви багатьох міст і сіл на Запоріжжі мало або й зовсім не згадувалися в засобах масової інформації, окрім регіональної, нині в повідомленнях про військові події вони інколи промовляються неправильно. Оглядачі і журналісти допускають помилки в наголошуванні та відмінюванні власних назв. Треба знати, що у слові Токма́к і Вербо́ве наголос на другому складі (не То́кмак і не Вербове́); форма родового відмінка Пологи – Поліг, а не Пологів; Роботине має закінчення *-е* і відмінюється як прикметник середнього роду: до Роботиного, в Роботиному, під Роботиним (не до Роботино, в Роботино, під Роботино).

Нині топоніми Запоріжжя щоденно присутні в повідомленнях про війну: «Токмак є ключовою точкою метою для ЗСУ» [5]; «По території Оріхова, Залізничного, Новоандріївки, Ольгівського, Білогір'я, Щербаків, Полтавки, Роботиного, Степногірська, Кам'янського та інших прифронтових міст і сіл прийшлося 80 артобстрілів» [3]. Проте назви всіх населених пунктів Запорізької області та всіх регіонів України, поки охоплених війною, обов'язково прозвучать у новинах про вдалий наступ ЗСУ, про визволення і про нашу перемогу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вербич С. Українська ономастика: перспективи розвитку. *Українська мова.* 2010. № 3. С. 73–80.

2. Ільченко І., Лугова Д. Відтопонімічні назви тюркського походження Запорізької області. *Вісник науки і освіти. Серія: Філологія, культура і мистецтво, педагогіка, історія та археологія, соціологія.* 2023. № 3. С. 166–177.

3. Капустянська І. Під ворожими обстрілами опинилися 22 населені пункти Запорізької області / LB.ua. URL : http://surl.li/qmrgy (дата звернення: 07.02.2024).

4. Константинова В. «Перетворюють у полігони». У Запорізькій області розповіли, як окупанти знищують історичні місця / Радіо Свобода. 2023. 21 квітня. URL : http://surl.li/qmrgt (дата звернення: 07.02.2024).

5. Токмак є ключовою точкою метою для ЗСУ / НВ. 2023. 24 вересня. URL : https://www.youtube.com/watch?v=srEBwu9GK40 (дата звернення: 02.02.2024).

**Загалевич Валентина,**
*викладачка суспільних дисциплін ВСП,*
*Кам'янець-Подільський фаховий коледж*
*НРЗВО «Кам'янець-Подільський*
*державний інститут»,*
*м. Кам'янець-Подільський, Україна*

# РОЛЬ МІЖМОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНОМУ ГЕОПОЛІТИЧНОМУ СВІТІ

Міжмовна комунікація в сучасному геополітичному світі відіграє критичну роль у формуванні та розвитку взаєморозуміння між національними та культурними групами, а також впливає на вирішення геополітичних питань та конфліктів. Мова, як засіб спілкування, не лише дозволяє людям висловлювати свої думки, але й грає ключову роль у розумінні інших культур та сприяє побудові позитивних міжкультурних відносин.

Особливо важливою є роль мови в контексті сучасного політичного дискурсу, де громадяни виражають свої погляди, відстоюють свої права і беруть участь у формуванні громадянського суспільства. Володіння рідною мовою і мовами інших культур допомагає молоді краще розуміти різноманітні точки зору, уникати міжкультурних непорозумінь та сприяє конструктивному діалогу [1].

Також важливо враховувати, що мова не лише інструмент комунікації, але й частина культурної спадщини. Збереження та розвиток мови сприяють утриманню ідентичності та формуванню патріотичних почуттів серед молоді. Вивчення різних мов та культур допомагає розширити світогляд, розвинути критичне мислення та формувати високий рівень громадянської свідомості [1].

Міжмовна комунікація включає такі аспекти, як інформаційну війну, дипломатію та ведення переговорів, міжкультурну взаємодію, громадську дипломатію, технології та інновації.

**Інформаційна війна.** Геополітичні суперечки часто супроводжуються інформаційною війною, де сторони використовують різні засоби масової інформації, соціальні мережі та інші канали для поширення своїх поглядів та впливу на глобальну громадську думку.

Інформаційна війна - це концепт, що визначає активні зусилля з використання різноманітних інформаційних засобів та засобів масової комунікації для досягнення стратегічних цілей в галузі політики, економіки, культури, або для

впливу на глобальну громадську думку [2]. Основні аспекти інформаційної війни включають:

1. Дезінформація, тобто розповсюдження неправдивої чи маніпульованої інформації з метою впливу на переконання, думку аудиторії або викликання певної реакції. Це може включати в себе фейкові новини, маніпуляцію соціальними мережами та інші методи.

2. Здійснення кібератак на комп'ютерні системи та інфраструктуру з метою витоку конфіденційної інформації, руйнування операцій або впливу на економіку та суспільство.

3. Використання соціальних мереж для поширення інформації, зміни поглядів аудиторії та мобілізації певних груп за допомогою організованих кампаній.

4. Контроль за мас-медіа, що виражається у впливі на інформаційні потоки такі як телебачення, радіо, газети, для формування образу подій та впливу на громадську думку.

5. Комп'ютерна вірусологія, а саме використання вірусів, троянських коней та інших засобів для атак на комп'ютерні системи та отримання контролю над ними.

6. Пропаганда -активне розповсюдження певних ідей або переконань з метою впливу на громадську думку та створення певного образу.

Інформаційна війна стає все більше актуальною у глобалізованому світі, де швидкість передачі інформації та її вплив на суспільство мають величезне значення.

**Дипломатія та ведення переговорів** характеризується ефективною міжмовною комунікацією необхідна для вирішення міжнародних питань та конфліктів через дипломатичні переговори. Держави та міжнародні організації взаємодіють, використовуючи різні мовні засоби для досягнення спільних рішень. Дипломатія та ведення переговорів є ключовими елементами в міжнародних відносинах та розв'язанні міжнародних конфліктів [3].

Основними аспектами цих процесів є:

1. Дипломатична мова тобто використання специфічної мови та термінології для спілкування між державами чи міжнародними організаціями, може включати формальні вирази, щоб уникнути непорозумінь та забезпечити точність обговорення.

2. Підготовка до переговорів включає в себе аналіз ситуації, визначення цілей та стратегій для досягнення конкретних результатів, попередню консультацію з експертами, збір інформації та вивчення історії подій.

3. Посередництво тобто участь у переговорах як посередник для вирішення конфлікту між сторонами. Посередник може допомагати обидві сторони знайти компроміс та сприяти мирному вирішенню суперечки.

4. Культурна та міжкультурна чутливість обто розуміння культурних особливостей та врахування їх у веденні переговорів. Це включає усвідомлення різниці в способах сприйняття інформації та вирішенні конфліктів.

5. Взаємодія з громадськістю визначається залученням громадськості до процесів прийняття рішень та роз'яснення громадськості необхідності тих чи інших компромісів.

6. Дотримання визнаних міжнародних норм та правил в ході дипломатичної діяльності та переговорів.

7. Документування та узгодження, що включає в себе фіксацію результатів переговорів у документах, які стають юридично зобов'язуючими та визначають права та обов'язки сторін.

Дипломатія та ведення переговорів вимагають від учасників навичок спілкування, стратегічного мислення та гнучкості для досягнення взаємовигідних угод та побудови стійкого міжнародного порядку.

Міжкультурна взаємодія відіграє важливу роль у світі, де різноманітні культури зіштовхуються та взаємодіють. Цей процес передбачає взаємодію представників різних культур з метою взаєморозуміння та спільної діяльності.

Визначальними ознаками міжкультурної взаємодії є:

1. Міжкультурна чутливість, тобто розуміння та уважне ставлення до особливостей інших культур, врахування їхніх традицій, норм та цінностей. Це сприяє покращенню комунікації та уникненню конфліктів.

2. Мовна адаптація - здатність адаптувати спосіб спілкування до особливостей іншої мови та культурної конвенції. Це сприяє ефективній комунікації та зменшенню непорозумінь.

3. Міжнаціональна комунікація -здатність ефективно спілкуватися та взаємодіяти з представниками інших націй, розуміючи і враховуючи їхні культурні особливості.

4. Міжкультурна освіта, що включає в себе навчання та підготовку до міжкультурної взаємодії для підвищення рівня розуміння та відкритості до інших культур.

5. Культурний обмін тобто активна участь у програмах обміну, які дозволяють особам з різних культур взаємодіяти та вивчати один від одного.

6. Спільні проекти та ініціативи, що виражаються у співпраці у міжнародних проєктах та ініціативах сприяє взаємному збагаченню та спільному досягненню цілей.

7. Розробка міжкультурних компетентностей тобто оволодіння навичками, які дозволяють адаптуватися та ефективно працювати в різноманітних міжкультурних середовищах.

Міжкультурна взаємодія сприяє розвитку відкритого та глобального суспільства, де різноманіття вважається ресурсом, а не перешкодою. Вона сприяє побудові толерантного та взаєморозуміючого світу.

Наголосимо, що громадська дипломатія є також одним з складників міжмовної комунікації, що виражається у залученні громадськості у глобальні дискусії вимагає використання різних мовних платформ, таких як медіа, соціальні мережі та інші засоби масової інформації, для сприяння взаєморозумінню та підтримки глобальних ініціатив [3].

**Громадська дипломатія включає в себе такі складові:**

1. Культурний обмін тобто організація та сприяння культурним обмінам, виставкам, фестивалям, концертам і іншим подіям, що дозволяють громадянам різних країн взаємодіяти та пізнавати культурні особливості один одного.

2. Освітні проекти, а саме здійснення освітніх ініціатив, таких як обмін студентами, стажування, мовні курси тощо, для сприяння взаєморозумінню та вивченню культур та традицій інших націй.

3. Молодіжні обміни, що сприяють взаємодії молоді з різних країн через обміни та спільні проєкти, що сприяють формуванню толерантного та відкритого світогляду.

4. Інтернет та соціальні мережі тобто використання інтернету та соціальних мереж для здійснення віртуальної громадської дипломатії, обміну інформацією та створення позитивного іміджу країни чи культури.

5. Гуманітарні проєкти, що визнача.ться реалізацією гуманітарних ініціатив, таких як медична допомога, водопостачання, освітні проекти тощо, як засіб покращення сприйняття країни чи культури громадськістю.

6. Сприяння громадянському суспільству тобто підтримка розвитку громадянського суспільства та активної громадянської участі в різних сферах життя.

7. Міжнародна співпраця - взаємодія неурядових організацій, неприбуткових організацій, бізнесу та інших сторін для спільного розв'язання глобальних проблем [3].

Громадська дипломатія важлива для зміцнення міжнародних відносин та створення позитивного образу країни або культури в очах глобальної громадськості.

Вагому роль у міжмовній комунікації відіграє застосування сучасних засобів комунікації, таких як віртуальні зустрічі та технології штучного інтелекту, розширює можливості міжмовної взаємодії у геополітичному контексті, тобто тенології та інновації.

Таким чином міжмовна комунікація в геополітичному світі визначається не лише словами, але і контекстом, технологіями та культурними реаліями, що взаємодіють для формування глобального політичного оточення.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Василенко В. А. Міжмовна інтеркомунікація у дискусійній взаємодії. URL : https://virtkafedra.ucoz.ua/el_gurnal/pages/vyp19/vasilenko_v.a..pdf

2. Проноза І. І. Інформаційна війна: сутність та особливості прояву. *Актуальні проблеми політики.* 2018. Вип. 61. С. 76–84. URL : http://app.nuoua.od.ua/archive/61_2018/9.pdf

3. Сухорольська І., Климчук І. Громадська (публічна) дипломатія в умовах агресивної війни Росії проти України. *Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії.* 2022. Випуск 43. С. 322–331 [Visnyk of the Lviv University. Series Philos.-Political Studies. Issue 43, p. 322–331]. URL : http://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/43_2022/39.pdf

**Зикун Наталія,**
*д-рка наук із соц. ком., професорка,*
*декан факультету соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації,*
*Державний податковий університет,*
*м. Ірпінь, Україна*

# ЗМІНИ В ЕКОСИСТЕМІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ: ПОКОЛІННЯ ВІЙНИ (2014–2024)

Мова як один із основних чинників національної ідентифікації, як складна система, що перебуває в постійному розвитку, у певні історичні періоди зазнає особливо відчутних змін. Причому, ці зміни торкаються не лише окремих її елементів, вони демонструють глибинне переосмислення ролі, функцій мови, її впливу на носіїв і суспільство загалом, що неминуче відображається й на системі її елементів.

Останніми роками дослідники все частіше говорять про екосистему мови, звертають увагу на екологію мови як одну із передумов сталого розвитку суспільства [9, с. 55]. Соціолінгвістичний термін «екологія мови» використовується у науковому дискурсі для позначення взаємовпливів між мовою і довкіллям через поєднання таких основних параметрів, як цілісність, динамізм, інтерактивність і ситуативна зумовленість [1, с. 24–25]. Вони чітко простежуються на різних хронологічних відтинках розвитку й функціонування мови. Екологія мови – це і наука про мову як середовище, що забезпечує повноцінне життя та розвиток народу, нації, особистості, виступає об’єднавчим чинником збереження державності [12, с. 17]. У контексті цієї науки закономірно говорити й про екосистему української мови, її зміни у відповідь на суспільні завдання й виклики, усвідомлення того, що українська мова, як державна, є важливим складником самобутності й національного надбання України. Тому закономірним є підтримування активності мовного розвитку й оновлення, активізування природних для української мови способів словотворення.

Дослідниками встановлені середні показники мовної динаміки у відносно стабільні періоди розвитку – щороку фіксується й відповідним чином кодифікується словниками орієнтовно 1–1,5 тис. слів з новими формами або значеннями, що засвідчує комп’ютерний Фонд інновацій в українській мові Інституту української мови НАН України [14].

Українська мова оперативно відгукувалася новотворами на всі знакові ситуації й події в житті українського суспільства: події Майдану, Помаранчевої революції, російського вторгнення у 2014 року в Україну, незаконну анексію Криму, на ситуацію з пандемією коронавірусу. Усі ці поворотні моменти ставали поштовхом для генерування й поширення мовних одиниць, які мали на меті не лише позначення фактологічної інформації, а й передавання емоційного стану, транслювання оцінок та ціннісних, естетичних уподобань носіїв мови [5, с. 37–38].

Особливо активний сплеск динаміки мовної системи зафіксований із початком повномасштабного російського вторгнення в Україну 24 лютого 2022 року, коли мова продемонструвала свою силу, міць, системну спроможність опиратися злу й стати інструментом боротьби за свободу, визволення. Як образно говорив Т. Кремінь, українська мова «24 лютого 2022 року розпочала свій вирішальний контрнаступ. Мова стала не лише засобом комунікації, а й маркером ідентичності, а оборона мовних кордонів – одним з наріжних каменів нашої цілісності та суверенітету» [7]. У цьому контексті знаковим видається факт, що, відповідно до видання «Короткий словник синонімів української мови», у якому розроблено 4279 синонімічних рядів, найбільшу кількість синонімів має слово «бити» – 45 синонімів [3]. Мова перетворилася на інструмент опору, стала дошкульною зброєю.

Значна частина емоційнх, експресивних, подеколи жартівливо-іронічних, а то й саркастичних номінацій, які почали виникати вже в перші дні й тижні війни, була наділена переносним значенням. Серед них, за результатами моніторингу ЗМІ й соціальних мереж протягом лютого-березня 2022 року, фіксувалися слова, утворені за продуктивними словотвірними моделями, переважно афіксальним способом. Значну частину таких новотворів становили дієслова: 1) утворені від назв населених пунктів (*чорнобаїти, відірпінити, гостомелити* тощо); 2) від прізвищ політичних, публічних, медійних персоналій, у тому числі – історичних (*макронити, шольцнути, меркелювати, шойгувати, кадирити, кімити, арестовити, бандерити* тощо); 3) від назв організацій і видів занять (*НАТОвати* («петляти»), *волонтерити, територонити*); 4) від видів озброєння (*байрактарнути, джавелінити*) тощо. Аналіз таких лексем-сленгізмів і їхня подальша доля в лексиконі дають підстави говорити про те, що їх виникнення зумовлене не стільки завданням об’єктивного номінування, скільки стало засобом зняття емоційної напруги, інструментом творення образу ворога [5]. "Українська мова перестала бути тільки засобом спілкування. Вона стала маркером ставлення до війни" [8]. І основним полігоном, де відбувалися зміни, де проходив відбір одного із найбільш життєздатних лексичних варіантів, де формувалася нова мовна норма, були засоби масової комунікації, медійні тексти.

Мова вже в перші місяці повномасштабної війни поповнилася значною кількістю іменників, серед яких номінації захисників і засобів боротьби й опору (*тероборонівці, кіберпартизани, бандеромобіль*). Низка лексем вказувала на особливий технологічний характер сучасної війни й цифрові її інструменти, які давали помітний ефект, – це новотвори з елементом є- для називання нових інформаційних продуктів, пов'язаних із мобільним застосунком «Дія», своєрідним брендом цифрової держави: *єДокумент, єДопомога, єВорог, єБайрактар, єМогила*, пізніше додалися *єВідновлення*. *єОселя*. Дошкульні, принизливі, спопеляючі назви стосувалися номінацій ворога: *тікток-війська, тікток-воїни, свинособаки, орки*. Такі неологізми репрезентовані здебільшого у розмовному та публіцистичному стилях. Продукування лексем *чебурнет, путлєрнет, тристаграм, свинособаки, орки, тікток-війська* тощо стало свідченням сатиричного потенціалу мовних засобів, ефективності сміхових форматів як засобу опору ворогові у скрутні історичні періоди українців до застосування. Адже сміх в усі часи, маючи виразне соціальне спрямування, був ефективною формою критики, знищення, боротьби з агресією [6, с. 34]. І нові суспільні умови вкотре викликали до життя сміхову, викривальну форму мовного спротиву, уже в нових, сучасних формах, зокрема, у вигляді мемів; авторами низки досліджень зафіксовано значну кількість стійких зворотів, фразеологізмів, які набували активного використання на різних етапах воєнних дій [4, с. 300].

Нині ведеться, можливо, певною мірою хаотична, проте достатньо масова безпосередня фіксація воєнного досвіду мовного розвитку. Вона має різні формати: медіатексти, рефлексування на сторінках у соціальних мережах, документальна проза, художні тексти, виступи й есе, дослідницька діяльність наукових установ. Попереду – період більш системного й прискіпливого аналізу.

Однак нині ми, очевидно, уже можемо говорити про особливе мовне покоління війни, покоління, виховане війною, оскільки мілітарні елементи й лексеми опору й боротьби продукуються в українській мові з різною інтенсивністю уже протягом десяти років, починаючи з 2014. Нині, після лютого 2022, найпотужнішим у кількісному відношенні пластом серед новотворів залишається «військова субстандартна лексика», яка об'єднує різні соціально-функціональні класи слів, що використовуються у військовій мові в неформальному спілкуванні, а саме жаргонізми, сленгізми та сленгові фразеологічні вирази [10, с.138]. Війна змінила й ставлення громадян, особливо молоді, чиє дорослішання й громадянське змужніння відбувалося в цей період, до української мови як до засобу ідентифікації й диференціювання, багаторазово збільшила кількість її носіїв і прихильників, поглибила усвідомлення важливості її функцій.

Оновлення мовної системи триває. Формуються нові синонімічні ряди, нові слова на позначення нових видів озброєння, оскільки ЗСУ модернізуються, послідовно запроваджуючи нові стандарти діяльності. «Мова шукає способи відображення досвіду війни» [15], і це повною мірою виявляється у її словниковому масиві, в активності мовних засобів. Головним словом 2023 року за версією словника сучасної української мови та сленгу «Мислово», який уже вдесяте обирає слово року за критеріями популярності та суспільної значущості, стало слово «*мобілізація*». Термін перебував у центрі суспільної дискусії протягом усього року, потіснив слово «*контрнаступ*». Інші претенденти на звання слова року теж входили в смислове поле війни: «*ухилянт», «блокада / деблокада*» (блокада росією українських морських портів та їх частковою деблокадою завдяки знищенню потужностей Чорноморського флоту рф; недружні дії польських перевізників та фермерів, які блокують кордон, завдаючи шкоди українській економіці), «*позиційна війна*», «*дрон*». Єдиним словом із загальносвітового контексту у цьому списку стало *ШІ* (штучний інтелект), хоча і його присутність пов’язана з інтеграцією ШІ у військові системи [2].

Загалом можна говорити про такі тенденції в характеристиках мовної екосистеми:

1. Виразна актуалізація ідентифікаційної функції української мови. Вона стала визначальним маркером у диференціюванні "свій – чужий". Причому нині в мовній системі для позначення ворога, його характеризування «толеруються явища, що раніше допускалися значно меншою мірою, наприклад, мова ненависті» [семків], а то й засоби, які перебувають за межами літературної норми. Нині спостерігається розширення допустимих меж стилістичного використання ненормативної лексики, яка в особливих історичних обставинах набуває ідеологічно-мотиваційного звучання і значення, сприймається як тимчасово виправдана;

2. Відбувається активне й послідовне очищення мови від росіянізмів, звичні в попередні періоди кальковані слова й словосполучення замінюються створеними за українськими словотвірними схемами;

3. Мова стає більш «економною», лаконічною – і в плані форми окремих мовних засобів, і в плані обсягу текстів [15]. «Мова війни – пряма, як наказ, що не може мати подвійного трактування чи якому необхідне якесь уточнення. Ми говоримо чіткіше, простіше, рубаними фразами, економлячи час одне одного і насичуючи розмову інформацією» [11]. Очевидно, що така особливість мови війни, як «повернення до найпростіших засобів комунікації» [11], може стати визначальною і в наступні періоди і з часом відбуватиметься поступове зближення літературної й розмовної форм мови;

4. Активно й помітно оновлюється лексичний склад, зростає активність слів, які не належали у попередні періоди до активного словника широкого загалу (*біженці, переселенці, волонтери, добровольці, допомога, гуманітарна допомога, геноцид, терор* тощо). Значна кількість давно вживаних слів набуває абсолютного нового значення (наприклад, *паляниця, їжак, приліт, тривога*, *бавовна*);

5. Активно поповнюється словниковий запас української мови емоційно-оцінними неологізмами. Інколи автори їх називають «словами-наслідками війни» [13]. Мова війни – гостра, експресивна, образна, характеризується відносною ненормативністю (і тут мається на увазі не лише обсценна лексика, а й інші відхилення від усталеної літературної норми);

6. Значна кількість мовних засобів є ситуативними, характеризуються певною функціональною недовговічністю (деякі слова, легко впізнавані й охоче відтворювані, повторювані широким загалом у перші дні повномасштабного російського вторгнення, дещо втрачають свою експресію у наступні періоди: *меркелювати, байденкувати, макронити, тікток-війська*, вони зрозумілі лише в певному історичному контексті. Аналіз новотворів, моніторинг їхнього вживання у різні періоди засвідчує переважно неофіційний, розмовний, сленговий характер більшості з них [5, с. 47–48].

7. Збільшується кількість винятків у застосуванні правописних норм, зокрема у правилах вживання великої/малої літери як форми мовного опору й неприйняття, заперечення – у власних назв одіозних, сумно відомих постатей, географічних назв країни-агресора тощо (*рф, кремль, днр, лнр, державна дума, білорусь тощо*).

Усі ці зміни в екосистемі української мови, як своєрідної вербальної зброї проти ворожої агресії, на сучасному етапі функціонування сприяють виконання нею повною мірою важливої функції забезпечення національної ідентичності, допомагають тримати оборону на інформаційно-комунікаційному фронті, формують новий інструментарій конструювання мовної картини світу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ажнюк Б. Екосистема української мови. *Українська мова у світі* : збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції, 17 серпня 2018 р. Львів, 2018. С. 24–29. URL : http://miok.lviv.ua/wp-content/uploads/2018/12/Збірник-матеріалів-Конференції2018.pdf

2. В Україні обрали головне слово 2023 року. 2024. 7 січня. URL : https://vsn.ua/news/v-ukrayini-obrali-golovne-slovo-2023-roku-36503

3. День української письменності та мови 2023: нова дата і історія свята. URL : https://chas.news/news/den-ukrainskoi-pismennosti-ta-movi-2023-nova-data-i-istoriya-svyata

4. Єльнікова Н. Неологізми у медіатекстах періоду воєнного стану в Україні. URL : https://dspace.univd.edu.ua/server/api/core/bitstreams/d7fa6217-97aa-42a9-9452-699fabefef97/content

5. Зикун Н. Розвиток мовної системи в умовах воєнного стану: аналіз новотворів (неологізмів). Законодавче забезпечення формування та реалізації державної політики України в умовах воєнного стану : колективна монографія. У 4 томах / за заг. ред. : Р. О. Стефанчук, І. М. Мищак, Л. А. Савченко ; Інститут законодавства Верховної Ради України. Київ, 2022. Т. 3 : Забезпечення прав і свобод людини в умовах воєнного стану: правові, психологічні, соціогуманітарні аспекти. С. 37–62.

6. Зикун Н. І. Сатирична публіцистика Наддніпрянщини в інформаційному просторі України: становлення, розвиток, жанрово-тематичні форми : монографія. Київ : Алерта, 2015.

7. Ї проти Z: як українська мова стала зброєю, символом спротиву і лінією оборони. URL : https://24tv.ua/education/mizhnarodniy-den-ridnoyi-movi-yak-ukrayinska-mova-stala-simvolom_n2259609

8. Кремінь Т. Як зміцнювати державну мову і протидіяти мові війни. URL : https://lb.ua/blog/taras_kremin/593774_yak_zmitsnyuvati_derzhavnu_movu_i.html

9. Лисиченко Л. А., Богданова І. Є., Промська А. С. Екологія мови – запорука сталого розвитку українського суспільства. *Техногенно-екологічна безпека* : науково-технічний журнал. 2020. 8 (2). С. 55–59.

10. Мельник П., Юрковська М. Визначення поняття військової лексики та підходи до її вивчення. URL : https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/11258

11. Михед О. Мова війни. URL : https://pen.org.ua/mova-vijni

12. Сербенська О. Сучасна українська термінографія і проблеми екології мови. *Вісник Нац. ун-ту «Львів. політ». Серія «Проблеми української термінології».* 2002. № 453. С. 17–20.

13. Скажи «паляниця»: як українська мова поповнилась новими фразами під час війни. URL : https://versii.if.ua/novunu/skazhy-palyanyczya-yak-ukrayinska-mova-popovnylas-novymy-slovamy-ta-krylatymy-frazamy-povyazanymy-z-vijnoyu-video/

14. Стало відомо, скільки нових слів з'явилося в українській мові. URL : https://ukrrain.com/stalo_vidomo-_skilki_novih_sliv_zyavilosya_v_ukrainskij_movi.html

15. Хейтспіч, суржик та мовна толерантність. Літературознавець Ростислав Семків про мову війни. URL : https://suspilne.media/culture/405251-hejtspic-surzik-ta-movna-tolerantnist-literaturoznavec-rostislav-semkiv-pro-movu-vijni/

**Калита Олена,**
*канд. пед. наук, доцентка,*
*доцентка кафедри соціальних комунікацій,*
*словесності та культури,*
*Державний податковий університет,*
*м. Ірпінь, Україна*

# МОВНА ПОЛІТИКА ЯК ОСНОВА НАЦІОНАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Українська національна ідеологія була вирішальною для проголошення незалежності України. Вона сприяла формуванню національної ідеї, національної свідомості, утвердженню національної ідентичності українського народу. Основою, яка визначає змістовне і духовне наповнення національної ідеології, є мовна політика. Мовна політика – поняття не нове, воно є складником національної політики, віддзеркалює її принципи, відповідає панівній ідеології. Мовна політика – це сукупність ідеологічних постулатів і практичних дій, спрямованих на регулювання мовних відносин у країні або на розвиток у певному напрямі мовної системи. Мовна політика здатна або закріплювати привілеї панівної мови, або ж сприяти зняттю національних конфліктів шляхом підтримки мов національних меншин. Мовна політика щодо української мови різнилася історично та географічно, оскільки в різні історичні періоди українські землі входили до різних державних утворень, чия мовна політика була спрямована на звуження сфери вживання, зміну статусу, насильницьку асиміляцію української мови, лінгвоцид.

Визначення духовного і політичного аспектів функціонування мови дозволяє по-іншому подивитися на сьогоденну мовну політику в Україні і сформулювати принципи, на які треба спиратися при її проведенні, щоб вони не заважали соціальній стабільності, подальшій структуризації суспільства і гармонізації міжрегіональних і міжнаціональних відносин.

На думку відомої мовознавиці Лариси Масенко, засади мовної політики визначає стан мови в державному, духовному, інформаційно-культурному просторі [11]. Охорона мовного середовища та вироблення націоцентричної мовної політики є одним із надважливих завдань держави, що набуває актуальності, зважаючи на недосконалість українського законодавства, політичні спекуляції, неправочинні рішення деяких місцевих рад, потужний тиск ззовні. Позитивні зрушення у провадженні націоцентричної мовної політики відбулись після

подій Революції Гідності. Під тиском громадськості було скасовано антидержавний і антиукраїнський Закон України «Про засади державної мовної політики» (мовний «закон Ківалова-Колесніченка»). Відомий український мовознавець О. Пономарів переконував, що «неподільною Україна може бути лише з єдиною державною мовою».

У зв'язку з широкомасштабним вторгненням росії на територію України гостро постала потреба у зміцненні державних основ української нації, утвердженні української мови як державної. Значна частина українців зрештою усвідомила, що звуження функцій української мови як державної на користь російської це подальша окупація України росією і знищення її як незалежної держави. За результатами останнього перепису населення 2001 року 6 млн українців не визнали за рідну мову українську, або визнали її другою після російської. Найбільше таких зосереджено в Донецькій області (15.34 % від загальної чисельності українців) і в Луганської області (11,97 %), в АР Крим (24.4 %) [3, с. 60–67]. Саме через те і триває вже 10 років московсько-українська війна. Саме захист носіїв російської мови стало підставою для збройного вторгнення. В аналітичному огляді «Становище української мови в Україні у 2017 році», підготовленому громадською організацією «Простір свободи», українську мову називають рідною більше українців – 68 % (дані без урахування окупованих територій). Це на 10 % більше ніж у попередні п'ять років [1, с. 289].

Здійснення державою певних заходів, спрямованих на захист мови титульної нації, визначає рівень національної самосвідомості та зрілості усієї спільноти, убезпечує від процесів денаціоналізації і деморалізації, оскільки мовна політика є складовою національної безпеки України. Нормативно-правові основи мовної політики зафіксовано у ст.10 Конституції України 1996 року, Законі України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» 2019 року, Законі України «Про медіа», ст. 5. Основні завдання державної політики у сфері медіа, Законі України «Про національну безпеку України» від 21.06.2018 № 2469-VIII, Законі України «Про освіту», Законі України «Про вищу освіту» [4; 5; 6; 9; 10]. Низка законодавчих актів спрямована на зміцнення позицій української мови в засобах масової інформації. Зокрема, Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо мови аудіовізуальних (електронних) засобів масової інформації» від 23.05.2017 № 2054-VIII встановлює на телебаченні обов'язкові щотижневі квоти передач і фільмів українською мовою. 75 % державної мови для загальнонаціональних і регіональних телеканалів, 60 % – для місцевих, а також 75 % державної мови для програм новин на телебаченні [7]. Відповідно до Закону України «Про внесення змін до деяких

законів України щодо частки музичних творів державною мовою у програмах телерадіоорганізацій» від 16.06.2016 № 1421-VIII, частка україномовних програм мала поступово збільшуватися до 60 %, а частка пісень українською мовою – 35 % [8]. За даними опитування Фонду «Демократичні ініціативи» та Центру Разумкова, проведеного з 14 по 19 серпня 2020 р. в усіх регіонах України за винятком Криму та окупованих територій Донецької та Луганської областей, мовні квоти підтримують 65 % українців, на Заході – 95 %. У Східному регіоні 38 % підтримують і 56 % проти [2]. З 2014 року значно зросли видатки на створення і популяризацію вітчизняних кінострічок.

Для утвердження мови титульної нації необхідно забезпечити її всеохопне функціонування у державній та освітній сферах. У Законі України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» 2019 року визначено роль української мови як складову національної безпеки і єдності українського суспільства, а мовна політика – як державницька ідеологія щодо вирішення існуючих мовних проблем. Зазначимо, що у сфері вищої освіти загрозливим є постійне скорочення викладання дисциплін суспільно-гуманітарного циклу, зокрема, української мови, української словесності та культури, національної та світової історії, української етнографії, які формують національну свідомість, націоцентричний світогляд. Для утвердження стійкого націє- і державотворчого україномовного середовища, яке забезпечить переведення освіти на вищий цивілізаційний рівень, з визначеною українською ментальністю, високою культурою мовлення, вважаємо доцільним на державному рівні ввести викладання таких дисциплін у непрофільних закладах вищої освіти.

Концепція державної мовної політики повинна забезпечувати системне розширення україномовного простору, відповідати завданням консолідації нації, регламентувати обов’язкове використання української мови як єдиної державної, передбачати дієві механізми відповідальності за порушення мовного законодавства, за обмеження її використання як державної. Для захисту українського інформаційного простору від гібридних вливів держави-агресора введено мораторій на публічне використання російськомовного культурного продукту. Ухвалено закон про нові правила набуття громадянства, який передбачає іспити з української мови, історії України та знання Конституції України.

Отже, державна мовна політика повинна бути послідовною, законодавчо обґрунтованою і регламентованою. Жорсткий правовий захист української мови як державної потрібен задля перешкоджання усім ймовірним спробам зруйнувати державну та мовно-культурну цілісність України.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2017 році». Київ : НІСД, 2017. 928 с.

2. Більшість українців підтримують мовні квоти. Укрінформ. URL : https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3097335-bilsist-ukraincivpidtrimuut-movni-kvoti.html

3. Газізова О. Загрози національній безпеці в гуманітарній площині: ціннісно-смислові аспекти. *Українознавчий альманах*. 2020. С. 60–67 URL : https://ukralmanac.univ.kiev.ua/index.php/ua/article/view/381

4. Про забезпечення функціонування української мови як державної : Закон України від 25.04.2019 № 2704-VIII. URL : https://zakon.rada.gov.ua//laws/show/2704-19#Text

5. Про національну безпеку України : Закон України від 21.06.2018 № 2469-VIII. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19#Text

6. Про медіа : Закон України. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2849-20#Text

7. Про внесення змін до деяких законів України щодо мови аудіовізуальних (електронних) засобів масової інформації : Закон України від 23.05.2017 № 2054-VIII. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2054-19#Text

8. Про внесення змін до деяких законів України щодо частки музичних творів державною мовою у програмах телерадіоорганізацій : Закон України від 16.06.2016 № 1421-1421-VIII. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1421-19#Text

9. Про освіту : Закон України. URL : https://ips.ligazakon.net/document/T172145?an=2

10. Про вищу освіту : Закон України. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text

11. Масенко Л. Мова і суспільство. Постколоніальний вимір. Київ : Вид. дім «КМ Академія», 2004. С. 71.

12. Стратегія національної безпеки України, затверджена Указом Президента України від 14 вересня 2020 року № 392/2020. URL : https://www.president.gov.ua/documents/3922020-35037

**Проневич Олексій,**
*д-р юрид. наук, професор,*
*професор кафедри службового та медичного права*
*Навчально-наукового інституту права,*
*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,*
*м. Київ, Україна*

# ІНСТИТУЦІЙНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ЗДІЙСНЕННЯ ПЕРЕКЛАДУ АКТІВ ACQUIS COMMUNAUTAIRE УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ: РЕТРОСПЕКТИВНИЙ ВИМІР

Ідея євроінтеграції має консолідуюче значення для українського суспільства. Європейський та євроатлантичний вектори державно-правового розвитку України об'єктивно зумовлені історичною належністю Українського народу до європейської цивілізації. Апробованим інструментом євроінтеграції є адаптація законодавства, тобто приведення законів України та інших нормативно-правових актів у відповідність до acquis communautaire (з французької мови буквально перекладається «надбання Співтовариства»), що включає «акти права Європейського Союзу (але не обмежується ними), прийняті в рамках Європейського співтовариства, Спільної зовнішньої політики та політики безпеки і Співпраці у сфері юстиції та внутрішніх справ» [1].

Вперше стратегічна перспектива «зближення існуючого і майбутнього законодавства України з законодавством Співтовариства» була окреслена відповідно до частини 1 статті 51 Угоди про партнерство та співробітництво між Україною і Європейськими Співтовариствами та їх державами-членами від 14 червня 1994 року (набула чинності 1 березня 1998 року) [2]. Згідно зі статтею 114 Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом було підтверджено прагнення забезпечити поступове досягнення «сумісності з acquis ЄС» існуючих законів та майбутнього законодавства України (політичну частину Угоди було підписано 21 березня 2014 року, а економічну частину - 27 червня 2014 року; 16 вересня 2014 року Угоду було синхронно ратифіковано Верховною Радою України та Європейським Парламентом). В Угоді про асоціацію було констатовано, що адаптація розпочинається з дати підписання Угоди і поступово поширюється на всі елементи acquis ЄС, зазначені у Додатку XVII «Нормативно-правове наближення» до Угоди. У зазначеному Додатку закріплено

таке постульоване положення: «якщо законодавчий акт є регламентом або рішенням ЄС, то він повинен стати, як такий, частиною національного законодавства України; якщо законодавчий акт є директивою ЄС, то за компетентними органами України залишається право вибору форми та способу його імплементації» [3]. Після ухвалення Європейською радою на саміті у Брюсселі від 22 червня 2022 року стратегічного рішення про надання Україні статусу кандидата на вступ до ЄС постала необхідність здійснення системного скринінгу нормативно-правових актів і завершення адаптації вітчизняного законодавства до acquis communautaire.

Мова є єдиним засобом фіксації права. Правильне розуміння змісту acquis communautaire є результатом опрацювання автентичних текстів актів права Європейського Союзу або коректних фахових перекладів актів права ЄС на іноземні мови. Аксіоматично, що успішність євроадаптаційного процесу залежить від якості та динаміки перекладу державою-реципієнтом актів права Європейського Союзу як наднаціонального інтеграційного утворення. Переклад acquis communautaire може бути імпліцитним (відбувається у свідомості фахівця, який на однаково високому рівні володіє мовою акта права ЄС та іншою мовою) або експліцитним (передбачає створення іншомовної версії акта права ЄС як окремого об'єктивованого документу). Безумовно, найприйнятнішим з точки зору істинного розуміння актів права ЄС є імпліцитний переклад, який ґрунтується на досконалому володінні іноземними мовами та глибоких знаннях у сфері юриспруденції. Натомість експліцитний переклад застосовується з метою формування репрезентативної бази уніфікованих перекладів acquis communautaire, якими можуть послуговуватися усі суб'єкти адаптаційної діяльності. Можливі негативні наслідки експліцитного перекладу актів права ЄС полягають у неспроможності недостатньо підготовленого перекладача повною мірою зануритися у правову матерію, «зберегти усі відтінки значення норми права». Нейтралізація потенційних негативних наслідків експліцитного перекладу та досягнення максимальної об'єктивності при створенні іншомовного варіанту перекладу acquis communautaire досягається шляхом вдосконалення методологічної бази перекладу актів права ЄС, підвищення функціональної спроможності перекладачів працювати з автентичними текстами джерел права, вичерпної регламентації процесу перекладу актів права ЄС, запровадження контролю якості перекладів актів права ЄС.

Традиція правового регулювання процесу перекладу acquis communautaire була започаткована після схвалення Єдиного підходу до формування щорічних орієнтовних планів перекладів актів європейського права на українську мову на

12-му засіданні Міжвідомчою координаційною радою з адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу від 17 листопада 2003 року. Цим документом було передбачено, що Центр європейського та порівняльного права готує пропозиції щодо переліку актів, необхідних для проведення комплексного порівняльно-правового аналізу регулювання правовідносин в Україні та в ЄС у пріоритетних сферах у відповідному році, та актів, які вносять зміни до раніше перекладених актів європейського права [4] (зазначимо, що Центр європейського та порівняльного права було наділено статусом державної установи, основною метою діяльності якої було науково-експертне, аналітичне, інформаційне та методологічне забезпечення адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу, а також сприяння органам державної влади в реалізації покладених на них завдань у сфері адаптації законодавства України до законодавства ЄС [5]). Відповідно до Порядку перекладу актів європейського права, затвердженого наказом Міністерства юстиції України від 26 листопада 2003 року № 144/5, перекладу підлягала консолідована версія акта права ЄС (тобто текст акта права ЄС з урахуванням усіх змін, чинних на час початку роботи з його перекладу), передбачалося літературне редагування здійсненого перекладу та його термінологічна експертиза з урахуванням вимог української правничої термінології, ухвалення рішення щодо надання перекладу статусу офіційного шляхом накладання напису «Міністерство юстиції України. Центр європейського та порівняльного права. Переклад офіційний», направлення перекладу упродовж п’яти робочих днів з моменту надання йому офіційного статусу органу державної влади, відповідальному за його імплементацію [6]. З метою здійснення термінологічної експертизи перекладів актів права ЄС українською мовою було створено Термінологічну комісію Центру європейського та порівняльного права у складі професійних перекладачів, правників, фахівців у сфері української правничої термінології та членів ad hoc, якими є фахівці в конкретній галузі.

У 2005 році в структурі Міністерства юстиції України було створено Державний департамент з питань адаптації законодавства, уповноважений забезпечувати переклад актів acquis communautaire на українську мову для забезпечення процесу адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу. Механізм перекладу актів acquis communautaire на українську мову та надання їм статусу офіційного було вдосконалено шляхом створення спеціальної Комісії з надання перекладам статусу офіційного. Також було закріплено додатковий імператив щодо розміщення перекладу акта acquis communautaire на офіційній Інтернет-сторінці Державного департаменту з питань адаптації законодавства протягом 10 робочих днів з моменту надання йому статусу офіційного [7].

У новелізованій редакції Порядку перекладу актів acquis communautaire на українську мову від 24 вересня 2009 року було закріплено положення щодо виконання Орієнтовного плану перекладу на умовах аутсорсингу, тобто на основі договорів про закупівлю послуг з письмового перекладу з однієї мови на іншу, укладених за результатами проведення процедур закупівлі за державні кошти. Було встановлено, що тексти-оригінали актів acquis communautaire мають передаватися для перекладу виконавцям, визначеним переможцями тендерів за процедурами закупівлі за державні кошти. Виконавці у строки, визначені відповідно до договорів про закупівлю послуг з письмового перекладу актів acquis communautaire з однієї із офіційних мов ЄС на українську мову, повинні були забезпечувати переклад переданих їм документів та передавати здійснені переклади для перевірки на автентичність до відділу перекладу актів acquis communautaire Державного департаменту з питань адаптації законодавства [8].

У чинному Порядку здійснення перекладу на українську мову актів Європейського Союзу acquis communautaire та на англійську мову актів законодавства України, пов'язаних з виконанням зобов'язань України у сфері європейської інтеграції, затвердженому постановою Кабінету Міністрів України від 2 травня 2023 року № 451, закріплено базові дефініції «орієнтовний план перекладу актів acquis ЄС та актів законодавства України», «переклад акта acquis ЄС», «переклад акта законодавства України», «термінологічна перевірка» тощо. Стрижневим суб'єктом формування орієнтовного плану перекладу актів acquis ЄС та актів законодавства України визначено Урядовий офіс координації європейської та євроатлантичної інтеграції, що є самостійним структурним підрозділом Секретаріату Кабінету Міністрів України [9]. Переклад актів acquis ЄС та актів законодавства України, включених до орієнтовного плану перекладу актів acquis ЄС та актів законодавства України, актів, які можуть додатково надсилатися ініціаторами перекладу, а також оновлення глосарія термінів acquis ЄС здійснюються державною установою «Офіс із залучення та підтримки інвестицій» за рахунок коштів, передбачених з цією метою в Державному бюджеті України на відповідний рік, або за рахунок коштів міжнародної технічної допомоги. Перекладу на українську мову підлягає версія акта acquis ЄС (оригінальна або консолідована), що завантажується з офіційного веб-порталу Європейського Союзу (https://eur-lex.europa.eu) та є повним текстом акта з урахуванням усіх змін, які набрали чинності до початку здійснення такого перекладу. Переклади акта acquis ЄС та акта законодавства України надсилаються державною установою до ініціатора перекладу, а також до заінтересованих державних органів, установ та організацій будь-якої форми власності, до компетенції яких належать

питання, які врегульовані в акті acquis ЄС або акті законодавства України, для проведення у розумний строк термінологічної перевірки перекладу акта acquis ЄС та акта законодавства України та у разі потреби подання відповідних пропозицій щодо внесення редакційних змін з урахуванням особливостей фахової термінології. З метою забезпечення якості здійсненого перекладу акта acquis ЄС та акта законодавства України, зокрема коректності застосування фахової термінології, при Секретаріаті Кабінету Міністрів України утворюється робоча (експертна) група з питань оцінки якості перекладу актів acquis ЄС та актів законодавства України, до якої залучаються відповідні фахівці з англійської мови, представники наукових установ України та за потреби представники ініціатора перекладу (до ініціаторів перекладу віднесено Апарат Верховної Ради України, Офіс Президента України, Секретаріат Кабінету Міністрів України, міністерства, інші центральні органи виконавчої влади, державні колегіальні органи) [10].

Зазначимо, що відповідно до Орієнтовного плану перекладу актів Європейського Союзу acquis communautaire та актів законодавства України на 2024 рік передбачено здійснення перекладу 491 акта права ЄС у межах реалізації задекларованого пріоритету 1 «Акти acquis ЄС, які передбачені в рамках виконання Плану заходів з виконання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС» та пріоритету 2 «Акти acquis ЄС, які в рамках виконання постанови Кабінету Міністрів України від 28.02.2023 № 189 «Про затвердження Порядку проведення первинної оцінки стану імплементації актів права Європейського Союзу (acquis ЄС)» визначені як такі, що підлягають імплементації» [11].

Після приєднання до програми «Цифрова Європа» у травні 2023 року Україна отримала можливість здійснення перекладу актів права ЄС через сервіс нейронного машинного перекладу Європейської Комісії «eTranslation», що є інструментом здійснення робочих перекладів актів права ЄС українською мовою та українського законодавства офіційними мовами держав-членів Європейського Союзу.

Резюмуючи, зазначимо, що здійснення перекладу актів acquis communautaire українською мовою здійснюється у контексті виконання Україною зобов'язань щодо адаптації вітчизняного законодавства до актів права Європейського Союзу. Упродовж останніх двадцяти років ствердилася традиція здійснення експліцитного перекладу актів acquis communautaire. Ефективність адаптації законодавства значною мірою залежить від правової регламентації процесу перекладу актів права ЄС. Тривалий час функцію організації та здійснення перекладу актів права ЄС українською мовою реалізовувало Міністерство юстиції України. Функціональна неспроможність цього центрального органу виконавчої влади

забезпечити належну якість і динаміку перекладу актів права ЄС була зумовлена недостатнім фінансуванням виконання орієнтованих планів перекладу та відсутністю достатньої кількості висококваліфікованих перекладачів. На певній стадії було створено умови для залучення аутсорсерів до виконання орієнтовного плану перекладу актів права ЄС. Після підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом уповноваженим суб'єктом формування орієнтовного плану перекладу актів acquis ЄС та актів законодавства України було визначено Урядовий офіс координації європейської та євроатлантичної інтеграції Секретаріату Кабінету Міністрів України. Наразі використовується ефективний алгоритм організації перекладу актів acquis communautaire українською мовою. Особлива увага приділяється адаптації фахової термінології та врахуванню інтересів ініціатора перекладу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу : Закон України від 18 березні 2004 року № 1629-IV. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1629-15#Text (дата звернення: 10.02.2024).

2. Угода про партнерство і співробітництво між Україною і Європейськими Співтовариствами та їх державами-членами від 14 червня 1994 року. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/998_012#Text (дата звернення: 12.02.2024).

3. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони (вчинена 21 березня та 27 червня 2014 року в м. Брюсселі). URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text (дата звернення: 14.02.2024).

4. Єдиний підхід до формування щорічних орієнтовних планів перекладів актів європейського права на українську мову : рішення Міжвідомчої координаційної ради з адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу від 17 листопада 2003 року. URL : https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/n0003595-03#Text (дата звернення: 15.02.2024).

5. Про затвердження Положення про Центр європейського та порівняльного права : наказ Міністерства юстиції України від 23 червня 2003 року № 68/5. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0504-03#Text (дата звернення: 16.02.2024).

6. Про затвердження Порядку перекладу актів європейського права : наказ Міністерства юстиції України від 26 листопада 2003 року № 144/5. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1081-03#Text (дата звернення: 17.02.2024).

7. Про затвердження Порядку перекладу актів acquis communautaire на українську мову : наказ Міністерства юстиції України від 8 червня 2005 року № 56/5. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0642-05#Text (дата звернення: 17.02.2024).

8. Про затвердження Порядку перекладу актів acquis communautaire на українську мову : наказ Міністерства юстиції України від 24 вересня 2009 року № 1728/5. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0921-09#Text (дата звернення: 18.02.2024).

9. Про Урядовий офіс координації європейської та євроатлантичної інтеграції : постанова Кабінету Міністрів України від 4 жовтня 2017 року № 759. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/759-2017-%D0%BF#Text (дата звернення: 19.02.2024).

10. Про затвердження Порядку здійснення перекладу на українську мову актів Європейського Союзу acquis communautaire та на англійську мову актів законодавства України, пов'язаних з виконанням зобов'язань України у сфері європейської інтеграції : постанова Кабінету Міністрів України від 2 травня 2023 року № 451. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/451-2023-%D0%BF#n60 (дата звернення: 20.02.2024).

12. Орієнтований план перекладу актів Європейського Союзу acquis communautaire та актів законодавства України на 2024 рік : рішення Урядового комітету з питань європейської та євроатлантичної інтеграції, міжнародного співробітництва, культури, молоді, спорту та інформаційної політики від 18 серпня 2023 року (протокол № 12). URL : https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/ yevropejska-integraciya/perekladi-aktiv-acquis-yes/oriientovnyi-plan-perekladu-aktiv-acquis-ies-na-2024-rik (дата звернення: 20.02.2024).

**Руденко Юлія,**
*здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету фінансів та цифрових технологій,*
*Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# ЗМІНИ В УКРАЇНСЬКОМУ МОВНОМУ ЛАНДШАФТІ В УМОВАХ РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ

Українська мова – одна з найдавніших і найбагатших мов світу. Це не просто засіб спілкування, а й важливий елемент української культури та ідентичності, вона є символом і фундаментом української держави, основою її суверенітету.

Російська агресія проти України, яка розпочалася ще у 2014 році, призвела до посилення ролі української мови на державному та міжнародному рівнях, а також до появи нових тенденцій і змін у лінгвістичному ландшафті України. Крім того, виникла низка нових тенденцій, зокрема:

- дерусифікація – процес усунення російських елементів із української мови, який пов'язаний зі зміною назв вулиць, міст, установ, а також заміною російських слів і виразів українськими;
- українізація – це процес розширення суспільних функцій української мови, активного впровадження її до офіційного вжитку в державній, політичній, громадській, культурно-освітній сферах.

Виокремлюємо два напрямки щодо впливу російської агресії на функціонування української мови:

1. Посилення ролі української мови в суспільному житті. У 2019 році Верховна Рада України прийняла закон про мову, який визначає українську мову як єдину державну мову в Україні. Таким чином українська мова стала мовою освіти, науки, культури та державного управління, що призвело до значного зростання престижу української мови.

2. Зменшення ролі російської мови в мовній практиці українців.

О. Матвійчук зазначає, що в українців змінилося ставлення до російської мови, тому що вони переживають війну, в якій на них напала саме РФ, де люди користуються російською мовою. Тому для українців це може бути дуже чужинне в психологічному сприйнятті, та дуже принципове питання – з громадянської позиції [7]. На думку дослідниці, будь-які емоції, будь-які конфлікти

свідчать про те, що є якась незадоволена потреба. Зважаючи на умови війни, у яких зараз живуть українці, то йдеться про базову потребу в безпеці. При такому рівні емоцій, агресії, ненависті та зі значною потребою у безпеці – коли ми чуємо, наприклад, російську мову, то насамперед можемо відчувати якраз небезпеку. У такому стані логічна, нормальна реакція людини – це захистити себе. При цьому мозок на рівні захисту працює дуже примітивно: «Ми відчуваємо себе в небезпеці, російська мова = небезпека = агресор. Що потрібно робити? Потрібно захищатися!» Коли ми кажемо про мову, то, ймовірно, це може стосуватися також потреби приналежності. Я розмовляю українською, тож якщо хтось інший також розмовляє українською, то, швидше за все, він ближчий до мене, ніж той, хто говорить російською» [7]. Дослідниця пропонує замість ненависті до російської мови плекати любов до української мови, долучаючись до переліку спеціальних ресурсів в Інтернеті (добірка ресурсів додано до дослідження), які допоможуть покращити чи полегшити процес вивчення української мови [7].

Тенденції та зміни в лінгвістичному ландшафті України засвідчують зменшення кількості російськомовних українців. Київський міжнародний інститут соціології провів у грудні 2022 року цікаве опитування «Мова та ідентичність в Україні на кінець 2022-го». Воно зафіксувало кілька вагомих зрушень у мовній ситуації, а саме:

– збільшення в повсякденному житті частки респондентів, які спілкуються українською мовою, та зменшення частки російськомовних. У грудні 2022 р. 41 % опитаних зазначило, що спілкуються винятково українською, ще 17 % указали, що переважно використовують українську. Проте тих, хто розмовляє тільки російською, виявилося 6 %, переважно російською – 9 %. Проти 2017 р. частка тих, які спілкуються українською мовою зросла на 8 %, а російськомовних зменшилася на 11%;

– у колі сім'ї тільки або переважно українською спілкуються 52 % респондентів, тільки або переважно російською – 16 %. Це істотна зміна проти 2017 р., адже тоді тільки або переважно українською спілкувалися 51 %, а тільки або переважно російською – 25 %;

– у галузі навчання чи роботи українською спілкуються навіть трохи більше, ніж удома: про вживання тільки або переважно української заявили 68 % тих, хто працює, а російської – 11 %;

– різке та, по суті, зрозуміле збільшення у 2022 р. частки людей, які вважають російську мову взагалі неважливою. Таких виявилося 58 % – у 2014 р. їх було всього 9 %. Важливо зауважити, що навіть у традиційно російськомовних регіонах, південних та східних, такої думки дотримується 46 % мешканців [2].

Ще однією тенденцією є зростання популярності української мови у світі, підвищився міжнародний інтерес до української мови. Це призвело до зростання кількості людей, які вивчають українську мову як другу.

Агресія з боку росії спричинила появу нових мовних явищ. Виникло багато новотворів, зокрема у військової лексиці та фразеології. До прикладу, із Україною та подіями війни проти рф пов'язана поява понять «кіборги» (героїчні захисники Донецького аеропорту (травень 2014 – 20 січня 2015 рр.) та «азовці» (воїни, які на межі людських можливостей обороняли «Азовсталь» у квітні-травні 2022 р.) [1].

Цікавим з огляду на словотвір виявився процес переосмислення деяких топонімів. Так, у суспільній свідомості ще починаючи з 2014 року укоренилися поняття «порєбрік»/ «запорєбрік» як назва російської федерації. Своїм походженням термін завдячує фразі окупанта з Санкт-Петербургу, який відганяв людей «за поребрик» – побутову для Санкт-Петербургу назву бордюру [5].

Після 24 лютого 2022 р. відбулася наступна хвиля переосмислення назви країни-агресора. У медіапросторі назву «росія» починають писати з малої літери, подекуди навіть першу літеру виділяючи більш дрібним щодо наступних літер шрифтом. У медіапросторі можна спостерігати дискурс щодо обґрунтування написання топоніма з малої літери на основі правил української мови [4]. Цілий пласт неологізмів пов'язаний із назвами зброї та військового обладнання, амуніції. Одяг військових виражають поняттями «мультик», «цифра», «піксель», «термуха», «педалі» (взуття). Серед видів зброї можна назвати «калашмат», «покемон», «шайтан-труба» чи «весло». Із обладнання – «птічки», «очі», «ночніки» [6]. У багатьох назвах можна чітко простежити тенденцію до знелюднення, дегуманізації ворога, намагання передати вербально сутність людських істот, яка б відповідала їх вчинкам. Проте в українському медіапросторі побутує думка, що таким чином ми «розмиваємо образ ворога» і знецінюємо дії ЗСУ [3].

Отже, російська агресія проти України спричинила появу нових тенденцій у лінгвістичному ландшафті України. Події національно-визвольної війни України призвели до посилення ролі української мови в суспільному житті, утвердження її престижності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Битва за Донецький аеропорт: хроніка подвигу, цифри, факти, значення та уроки. URL : https://armyinform.com.ua/2022/01/20/bytva-za-doneczkyj-aeroport-hronikapodvygu-czyfry-fakty-znachennya-ta-uroky/

2. Кулик В. Мова та ідентичність в Україні на кінець 2022-го. URL : http://surl.li/gaaby

3. Горлач П. «Не потрібно розмивати образ ворога»: Данілов закликав не називати росіян «орками», «руснею» чи «свинособаками». URL : https://suspilne.media/346312-ne-potribno-rozmivati-obraz-voroga-danilovzaklikav-ne-nazivati-rosian-orkami-rusneu-ci-svinosobakami/

4. Данильчук Д. Війна, що змінила мову: росія з малої літери, легітимізація матюків. URL : https://chytomo.com/chomu-vsipyshut-rosiia-z-malenkoi-a-matiuky-staly-normoiu-u-zmi-sposterezhennia-linhvista/

5. Іванов П., Колосова В. Звідки взялось слово «порєбрік», що таке «шольцити». Кропивницька філологиня – про слова, що виникли під час війни. URL : https://suspilne.media/374492-mova-zavzdireague-na-kropivnicka-filologina-pro-slova-so-vinikli-pid-cas-vijni/

6. Кремінь Т. Новітні сленгізми-неологізми – мовне віддзеркалення війни / Укрінформ. Мультимедійна платформа іномовлення України. URL : https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3490258-novitnislengizmineologizmi-movne-viddzerkalenna-vijni.html

7. Матвійчук О. Мовні війни: як допомогти українській перемогти у наших громадах. URL : https://blog.liga.net/user/olmatviichuk/article/44620

**Скидан Марина,**
*аспірантка кафедри української мови імені професора Л. А. Лисиченка, Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди, м. Харків, Україна*

# КАТЕГОРІЇ ПРОСТОРУ Й ЧАСУ КРІЗЬ ПРИЗМУ ЛІНГВІСТИКИ

Філософські категорії ПРОСТОРУ й ЧАСУ в науковій літературі ХХ ст. зазнали глибокого переосмислення. Відомою є гіпотеза Сепіра-Ворфа про лінгвістичну відносність, в основі якої лежить ідея про те, що мова несе в собі певну систему цінностей, а виражені в ній значення формують колективну філософію, що характерна для носіїв цієї мови. Як вказує дослідник, «ми виокремлюємо у світі явищ ті чи ті категорії та типи не тому, що вони самоочевидні; навпаки, світ постає перед нами як калейдоскопічний потік вражень, що має бути зорганізований нашою свідомістю, тобто в основному – мовною системою, що зберігається в нашій свідомості» [6, с. 213]. При застосуванні цієї концепції до категорій ПРОСТОРУ та ЧАСУ можна говорити про їхнє перенесення з виключно філософської площини в лінгвальну.

Серед науковців-першопрохідців, які заклали підґрунтя для вивчення категорій ЧАСУ та ПРОСТОРУ в художньому тексті, можна назвати О. Потебню, який підкреслює, що художній ЧАС і ПРОСТІР є категоріями як формальними, так і семантичними, невід'ємними елементами внутрішньої структури тексту. Погляд О. Потебні ґрунтується на розумінні того, що література належить до темпоральних мистецтв, де статичні просторові об'єкти фрагментуються на окремі елементи, які послідовно розгортаються [4].

До розуміння ПРОСТОРУ та ЧАСУ можна підійти через концептуальні поля, які охоплюють як ключові, так і периферійні поняття. Ці концепти є універсальними та складними культурними конструктами. На думку Н. Таценко, «поняття простору є найбільш абстрактним», оскільки охоплює все, що оточує людину. Організація ПРОСТОРУ часто розглядається як фундаментальний аспект культури в цілому. З точки зору людського сприйняття, ПРОСТІР зазвичай сприймається як контейнер або рамки, в яких існують події та об'єкти [5].

У концептуальному полі ЧАС ядром концепту є екзистенційний час, тоді як метричний ЧАС займає периферійну позицію. Ядро поняття екзистенціального ЧАСУ вирізняється суб'єктивними аспектами емоцій, переживань та оцінок, пов'язаних з часовими характеристиками процесів, подій та станів. Ключовими рисами, що характеризують екзистенційний ЧАС, є циклічність, лінійність і швидкість [5].

О. Бачишина виділяє в категоріях ЧАСУ (і ПРОСТОРУ) чітке семантичне значення, яке виражається на граматичному, словотвірному та лексичному рівнях [2]. Словотвір відіграє важливу роль у передачі часових і просторових значень, причому префікси часто асоціюються з певними прийменниками та суфіксами. Ці мовні елементи на рівні словотвору зазвичай використовуються для вираження часових і просторових понять [2, с. 2]. На думку дослідниці, іменники, прислівники та прикметники слугують основними мовними засобами для вираження лексичних аспектів локальності та темпоральності. Ці категорії слів ефективно дозволяють конкретизувати час і місце, пов'язані з подіями.

З лінгвокогнітивної точки зору ЧАС має як об'єктивні, так і суб'єктивні характеристики, відзначається статичністю та тривимірністю. Він інкапсулює уявлення про динамічний, лінійний та односпрямований (незворотний) вимір світу з урахуванням позиції спостерігача – мовної особистості (homo loquens). Уявлення індивіда про ЧАС є відносними, і, як наслідок, інтерпретація та значення концепту ЧАСУ для спостерігача також є відносними [3, с. 9]. У сучасній науковій перспективі І. Андрєєва розкриває поняття ПРОСТОРУ як способу організації об'єктів і матерії. Категорію ПРОСТОРУ відрізняє об'єктивний характер і автономність від людської свідомості, нерозривно пов'язаний з ЧАСОМ. Крім того, ПРОСТІР характеризується тривимірністю, а також кількісною та якісною нескінченністю [1, с. 17].

Отже, ЧАС і ПРОСТІР нерозривно пов'язані між собою і взаємозалежні, складаючи фундамент координат людського існування. ЧАС і ПРОСТІР належать до базових категорій картини світу, мовне вираження яких має частково універсальний, а частково національно-специфічний характер сприйняття й організації дійсності, властивий лише окремому мовному колективу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрєєва І. О. Лінгвокогнітивні параметри концептуалізації ПРОСТОРУ засобами англійської фразеології : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04. 2007. 21 с.

2. Бачишина О. Б. Мовне вираження часу та простору в українській химерній прозі : дис. … канд. філол. наук : 10.02.01. Львів, 2016. 480 с.

3. Бєлозьорова Ю. С. Когнітивно-дискурсивна концептуалізація часу в сучасні німецькій мові : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2005. 22 с.

4. Потебня А. А. Мысль и язык. 1990.

5. Таценко Н. В. Засоби реалізації мегаконцептів ПРОСТІР, ЧАС, ІНФОРМАЦІЯ в сучасній англійській мові (на матеріалі інновацій віртуальної реальності) : дис. ... канд. наук : 10.02.04. Харків, 2009.

6. Whorf B. L. Language Thought and Reality. Cambridge MA: MIT Press, 1956.

**Титаренко Валентина,**
*канд. філол. наук, доцентка кафедри української мови та методики її навчання, Житомирський державний університет імені Івана Франка,*
*м. Житомир, Україна*

# ЗАПОЗИЧЕНА МЕТРОЛОГІЧНА ЛЕКСИКА В ПІВНІЧНОУКРАЇНСЬКИХ ПАМ'ЯТКАХ XVI–XVII СТСТ.

Метрологічна лексика, відображена в поліських пам'ятках XVI–XVII ст., поряд із питомими утвореннями розширювалася також запозиченнями з чужих мов. Іншомовні назви проникали передовсім із тими речами, одиницями міри та ваги яких вони виступали. В аналізованих пам'ятках лексеми досліджуваної підгрупи найчастіше використовувалися як оцінка речей, предметів, які передавалися в спадок, при стягуванні мита та оподаткуванні або украдених чи пошкоджених грабіжниками тощо.

Історико-лінгвістичний аспект назв одиниць вимірювання в староукраїнський період вивчали В. Винник [1], С. Гриценко[2], М. Худаш [4; 5] та інші мовознавці, представлена ця група лексики в «Історії української мови. Лексика і фразеологія» [3].

**Методи роботи.** У процесі дослідження використано різні прийоми описового методу: шляхом спостережень виявлено лексеми іншомовного походження, за допомогою прийомів узагальнення та класифікації вибрані запозичення розподілено за лексико-семантичними підгрупами, застосовано прийом інтерпретації результатів спостереження. Залучено також прийоми зіставного, порівняльно-історичного методів.

**Мета** роботи – проаналізувати іншомовний вплив на розвиток метрологічної лексики в староукраїнський період на матеріалах північноукраїнських пам'яток XVI–XVII ст.

**Джерелами** дослідження слугували тексти переважно ділового стилю, писані на північноукраїнській території (Луцьк, Житомир, Володимир, Кременець тощо) у XVI–XVII ст.

У досліджуваних пам'ятках у метрологічному значенні використовувалися запозичення з багатьох мов, зокрема велика кількість слів проникала з **германських:** *бохонъ*: *...а ржаного хлѣба двадцать и сємъ бохоновъ*...(сплатити податок – *В.Т.*) (Луцьк, 1545; ЛМ, с. 178) (п. *bochen*, свн.*vochenze / fochenze* [BES I,

с. 63]) ‘буханець’; *бунт*: *бунтъ ножовъ… пограбити росказалъ* (Володимир, 1635; ТУ, с. 303) (стп. *bunt*, нвн. *Bund*) *(в’язка)* ‘бунт’; *вантухъ* (п. *wantuch*, нім. *Wágentuch* [ЕСУМ І, с. 329]) ‘мішок, лантух’ (розглядається як результат видозміни форми *лантух* (п. *Lanntuch*) або як стягнена форма *Wágentuch* ‘полотно для воза’ [ЕСУМ І, с. 329]): *шъпи(х)лє(р), въ которы(м) было… хъмєлю ва(н)тухъ* (Луцьк, 1625; СР, с. 187); *лаштъ* (Луцьк, 1562; ТУ, с. 97) (стп. *łast, łaszt*, свн. *last* [ЕСУМ ІІІ, с. 197–198]) ‘міра сипучих тіл’; *лутъ* (Житомир, 1650; ДМВН, с. 194) (стп. *łut, łot*, свн. *lōt* [ЕСУМ ІІІ, с. 312]) ‘лот, давня міра одиниця ваги, що дорівнює 1/32 фунта або 12,8 г’; *маца* (Володимир, 1545; ЛМ, с. 106) (п. *maca*, свн. *metze* [BES ІІ, с. 116]) ‘міра об’єму сипких тіл’; *махеръ* (Луцьк, 1565; ТУ, с. 112) (п. *tacher*, нім. *Tacher* [Br, с. 563]) ‘тузин; одиниця вимірювання, десять’; *тузинъ* (Луцьк, 1569; ТУ, с. 141) (п. *tuzin*, нім. *Dutzend* [ESB, с. 655]) ‘12 штук; велика кількість, дюжина’; *шифу(н)тъ*, *шафу(н)тъ* (Володимир, 1645, СР, с. 324) (п. *szyfunt*, нім. *Schiffunt* [Br, с. 560]) ‘міра ваги’; *штука* (Володимир, 1545; ЛМ, с. 110) (п. *sztuka*, свн. *stuck(e)/stück(e)*[ESB, с. 607]) ‘кусок’. У переважній більшості вищеописані германізми проникли через польське посередництво, про що може свідчити звукове й морфемне оформлення запозичень.

Низка лексем сягає **латинського** джерела: *кva(р)та* (Житомир, 1635; АЖГУ, с. 160) (п. *kwarta*, нім. *Quarte*, лат. *quarta* [ЕСУМ ІІ, с. 414]) ‘міра об’єму сипких тіл і рідин’; *сума* (Луцьк, 1545; ЛМ, с. 185) (п. *suma*, лат. *summa* [Br, с. 526]) ‘сума’; *фаска* (Житомир, 1590; АЖГУ, с. 48) (п. *fasa*, свн. *vaz* [BES І, с. 361]) ‘бочка; діжка з одним дном’ (очевидно, ще в старопольській мові словоформа *фаса* почала витіснятися формою *фаска* [BES І, с. 361]; досліджуваних текстах лише в здрібнілій формі засвідчено лексему); *фунтъ* (Луцьк, 1564; ТУ; с. 106) (п. *funt*, свн. *phunt*, лат. *pondō* [BES І, с. 392]) ‘фунт, міра ваги’; *це(т)наръ* (Луцьк, 1545; ЛМ, с. 145) (п. *cetnar*, *centnar*, нім. *Zentner*, лат. *centēnārium* [BES І, с. 113]) ‘міра ваги, центнер’. Описані латинізми могли з’являтися через німецьке та польське посередництво.

До **грецької** мови належить *литра*: *шолку барвистого литєр пѧть* (Луцьк, 1573; ТУ, с. 154) (стсл. *литра*, гр. *lítra* [BES ІІ, с. 57]) ‘міра ваги: пакунок шовку або золотої пряжі вагою близько 240 г’. Із **тюркських** мов запозичені назви: *а(р)ши(н)* (Житомир, 1586; СР, с. 75) (тур. *arşin*, перс. *äräš* [ЕСУМ І, с. 91]) ‘одиниця виміру довжини: аршин’; *рызы* (Луцьк, 1569; ТУ, с. 141) (п. *ryza*, нім. *Ries*, іт. *rizma*, араб. *rizma* [Br, с. 473]) ‘міра паперу’. Під **польським** впливом з’явилося слово *кга(р)нєцъ*: *мєди присъного кга(р)нєцъ за золотъ(х) дva узєли* (Житомир, 1635; АЖГУ, с. 160) (стп. *garniec* [ЕСУМ І, с. 476]) ‘міра ємності’. Із **литовського** джерела потрапило слово *ко(л)шъ* (лит. *káušas*) ‘ковш’: *тамъ жє*

*и грε(ч)ки… сты(р)тъ три, в которы(х) мо(г)ло быти копъ ко(л)шε(и) тро(х)со(т), тымъ пожаромъ спалили* (Луцьк, 1637; СР, с. 262).

Із окреслених вище запозичень у «Словнику XIV–XV ст.» наявні *сума* ‘певна сума грошей, сума’ (1496 р.) [ССУМ 2, с. 401–402] та *фунт* ‘міра ваги, фунт’ (1388 р.) [ССУМ 2, с. 503]. Решта, найімовірніше, проникли в українську мову в XVI–XVII ст.

Запозичення представлені з різних лексико-семантичних підгруп: **назви одиниць ваги:** *лутъ, фунтъ, це(т)наръ, шифу(н)тъ/шафу(н)тъ, литра;* **назви одиниць виміру сипких тіл та рідин (міри об’єму):** *кга(р)нєцъ*, *кча(р)та, ко(в)шъ*, *лаштъ, маца, фа(с)ка, тлумокъ*, *клумо(к)*, *ва(н)тухъ*; **назви одиниць лічби:** *тузинъ, тахеръ* (синоніми), *штука*, *бохонъ, бунтъ,* **назви одиниць довжини:** *а(р)ши(н)* тощо.

Не всі в процесі розвитку збереглися в сучасній українській мові. За даними «Словника української мови» залишилися без значних семантичних змін: *бунт* ‘зв’язка, сувій, пачка або тюк якихось матеріалів’ [СУМ 1, с. 256], *кварта* ‘міра рідких і сипких тіл (звичайно трохи більша за літр)’, ‘кухоль’ [СУМ 4, с. 129], *центнер* ‘одиниця ваги в метричній системі мір, що дорівнює 100 кілограмам’ [СУМ 11, с. 197].

Семантичне наповнення низки лексем зазнало трансформацій: у слові *ківш* втратилася сема ‘міра’ [СУМ 4, с. 158], розширилася семантика в назві *сума* ‘результат додавання двох або кількох величин’, ‘загальна кількість, сукупність чого-небудь’, ‘певна кількість грошей’, на основі лексеми утворилися стійкі вислови: *страхова сума, загинати (загнути) суму, кругла сума, сума суменна, у сумі* [СУМ 9, с. 835]; у номені *фунт*, крім уживаного ще в пам’ятках значення ‘міра ваги, що дорівнювала 409,5 г’, розвинулося ‘міра ваги в країнах з англійською системою мір (в Англії, Бельгії та ін.), що дорівнює 453,6 г.’, також з лексемою утворилося кілька фразеологізмів *знати (узнати, пізнати і т. ін.) почому (почім) фунт лиха, не вартий фунта клоччя, як один фунт* [СУМ 10, с. 653]; у лексемі *фаска* втратилася сема ‘міра’ й на сучасному етапі слово маркується лише як діалектне зі значенням ‘невеличка діжечка для масла, сиру’ [СУМ 10, с. 567] тощо.

До пасивного пласту стали належати як застарілі назви: *аршин* [СУМ 1, с. 65], *гарнець* [СУМ 2, с. 34] та з маркуванням розмовності – *бухан* [СУМ 1, с. 266].

Із метрологічним значенням використовували поліщуки також предмети домашнього та господарського вжитку: *фаска*, *ко(в)шъ*, *тлумокъ*, *клумо(к)*, *ва(н)тухъ*, які слугували засобами для зберігання речей, рідин тощо.

Отже, оскільки в XVI–XVII ст. ще не існувало єдиної метричної системи, то в пам'ятках виявляємо різноманітні назви на позначення одиниць виміру. Серед іншомовної лексики найбільше виявлено германізмів та латинізмів, котрі найчастіше проникала через польське посередництво, уживаються також запозичення з грецької, тюркських, польської, литовської мов. Причина розгалуженої метрологічної системи (як автохтонні, так і запозичені назви) XVI–XVII ст. пояснюється тим, що переважна кількість одиниць цієї системи вживалася лише з конкретними речами, предметами, рідинами, наприклад, *фаска* використовувалася в основному для виміру масла, *літра* визначала вагу шовку або золотої пряжі, *рызы* – паперу тощо. Із аналізованих вище лексем в активному вжитку збереглися назви *центнер*, *літра*, *сума*, низка перейшла до пасивного фонду або функціонує в сучасних говорах: *клумак, кварта*, *фунтъ*.

## УМОВНІ СКОРОЧЕННЯ ДЖЕРЕЛ

**АЖГУ** – Акти Житомирського гродського уряду: 1590 рік, 1635 рік / підгот. до вид. В. М. Мойсієнко. Житомир, 2004. 256 с.

**АКЖМУ** – Актова книга Житомирського міського уряду кінця XVI ст. (1582–1588 рр.) / підгот. до вид. М. К. Бойчук. Київ : Наукова думка, 1965. 191 с.

**ДМВН** – Ділова мова Волині і Наддніпрянщини XVII ст. : зб. док. / підгот. до вид. В. В. Німчук, В. М. Русанівський та ін. Київ : Наукова думка, 1981. 316 с.

**ЕСУМ** – Етимологічний словник української мови : у 7 т. / за ред. О. С. Мельничука. Київ : Наукова думка, 1982–2012. Т. 1–6.

**ЛМ** – Литовська Метрика. Книга 561: Ревізії українських замків 1545 року / підгот. В. Кравченко ; редкол. : П. С. Сохань (відп. ред.), Г. В. Боряк, М. Г. Крикун та ін. Київ, 2005. 600 с.

**СР** – Селянський рух на Україні 1569–1647 рр. Збірник документів і матеріалів / упорядн. Г. В. Боряк та ін. Київ : Наукова думка, 1993. 357 с.

**ССУМ** – Словник староукраїнської мови XIV–XV ст. : у 2 т. Київ : Наукова думка, 1977–1978.

**СУМ** – Словник української мови : в 11 тт. / за ред. І. К. Білодіда. Київ : Наукова думка, 1970–1980.

**ТУ** – Торгівля на Україні XIV – середина XVII століття: Волинь і Наддніпрянщина / упорядн. В. М. Кравченко, Н. М. Яковенко. Київ : Наукова думка, 1990. 408 с.

**BES** – Bańkowski A. Etymologiczny słownik języka polskiego. Warszawa, 2000. T. 1–2.

**Br** – Brükner A. Słownik etymologiczny języka polskiego. Kraków : Wiedza Powczesna, 1957. 806 s.

**ESB** – Boryś W. Słownik etymologiczny języka polskiego. Kraków : Wydawnictwo Literackie, 2005. 863 s.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Винник В. О. Назви одиниць виміру і ваги в українській мові. Київ : Наукова думка, 1966. 151 с.
2. Гриценко С. Динаміка лексики української мови XVI–XVII ст. Київ, 2017. 934 с.
3. Історія української мови. Лексика і фразеологія. Київ : Наукова думка, 1983. 743 с.
4. Худаш М. Л. Лексика українських ділових документів кінця XVI – початку XVII ст. (На матеріалах Львівського Ставропігійського братства). Київ, 1961. 164 с.
5. Худаш М. Л. Метрологічна термінологія в українській мові кінця XVI – початку XVII ст. (На матеріалах ділових документів Львівського Ставропігійського братства). *Доповіді та повідомлення Львівського педінституту. Серія філологічна*. 1956. Вип. 2, С. 33–36.

**Шульгіна Валентина,**
*д-рка філол. наук, доцентка, професорка кафедри журналістики,*
*Національний авіаційний університет,*
*м. Київ, Україна*

# РОЛЬ ПОЗАМОВНИХ ЧИННИКІВ У ФОРМУВАННІ ІНФОРМАТИВНОСТІ ПОВІДОМЛЕННЯ

Для сучасної лінгвістики, що характеризується багатоаспектністю, багатоплановістю, численними зв'язками з іншими науками, особливої актуальності набули проблеми, пов'язані з глибинною семантикою, з когнітивно-прагматичною стороною функціонування мови. Особливо цікавими видаються суб'єктно-об'єктні відношення в комунікації, питання про умови і закономірності протікання вербального спілкування, про умови виникнення тексту.

Поєднання у тексті таких, здавалося б протилежних ознак, як, з одного боку, організованість, упорядкованість, запрограмованість і, з іншого боку, – випадковість, незапрограмованість, що виникають у процесі його творення [4, с. 4], зумовлюють необхідність посилення уваги дослідників проблем інформативності до позамовних факторів, що беруть участь у формуванні комунікативного варіанту інформативності, адже окрім зазначених основних невербальних засобів передачі інформативності існують ще й допоміжні, різні за своєю природою для усного і письмового мовлення. Так, допоміжними засобами передачі інформації в усному мовленні є кінетичні, просодичні, проксемічні та ін. засоби. Для письмового мовлення такими допоміжними засобами є символіко-графічні засоби візуально-графічного типу (таблиці, діаграми, малюнки, схеми, фотокартки, географічні карти, умовні скорочення), а також включені тексти (зноски, примітки, цитати) та різноманітні шрифтові засоби (зміна кеглю, особливості шрифту, колір друку, курсив, розрядка тощо).

Важливим є зміна порядку слідування компонентів, що зумовлює зміну актуального членування синтаксичних одиниць, виділення при цьому найбільш інформативних частин.

Виходячи з тези, що мовлення протікає обов'язково у межах дії таких філософських категорій, як простір і час, які зумовлюють каркас конситуації, можна думати, що ці фактори або хоча б один з них так чи інакше представлені у мовленнєвому акті. Зацікавленість дослідників вивченням ролі конситуації зумовлена появою більш широкого погляду на мову як на елемент діяльності людей, засіб здійснення комунікації (як вербальної, так і позавербальної).

Ситуація, що є однією зі складників спілкування поряд з повідомленням, адресатом, адресантом, кодом, контактом, потребує уваги дослідників когнітивних проблем комунікації, інформатики, психології, соціології та науковців інших суміжних наук, що вивчають процеси обміну інформацією.

У поняття конситуації входить і поняття контексту. Так, наприклад, В. В. Петров вважає, що розширене тлумачення поняття «контексту» передбачає у обов'язковому порядку і врахування того індивідуального когнітивного стану, в якому перебувають конкретні носії мови. У такому випадку мається на увазі, що використання мови здійснюється людьми з різним пізнавальним і життєвим досвідом, на суто відмінному один від одного «мотиваційному фоні», в якому знаходять своє відображення індивідуальні наміри і цілі, потреби і норми, знання і переконання тощо [6, с. 5–6].

У лінгвістичних дослідженнях на роль конситуації увага звертається, насамперед, при аналізі діалогічного мовлення. Визначення ролі ситуації у творенні монологу ще чекає на свого дослідника. Якщо роль ситуації у розмовному мовленні вивчена досить добре (В. Г. Гак; Г. А. Золотова; М. А. Шелякин та ін.), то питання про особливості дії різних факторів ситуації у діалогах інших стилів залишається недослідженою. Художній стиль має багато засобів для змалювання ситуації. Один із основних – використання номінативних конструкцій. Такі ж конструкції використовуються у ремарках драматичних творів. Прозаїчні твори можуть собі дозволити менш економні засоби – підрядні конструкції, вставні конструкції тощо, посилені образними засобами. Короткі ж жанри, такі, як анекдот, як правило, мають форму діалогу з коротким попереднім описом ситуації. Засоби опису ситуації у діалозі можуть бути різноманітними. Обов'язковими компонентами цієї ситуації є: назви діячів, назва дій (найчастіше імпліцитна), місце, час. Варіанти представленості цих компонентів можуть залежати від рівня їх імпліцитності. Наприклад: *Офіціант – відвідувачеві* Ця ситуація несе інформацію про те, що йдеться про акт спілкування; місце дії – ресторан (кафе); ініціатор спілкування – офіціант. Категорія часу у ситуації представлена імпліцитно через свою інформативну малозначущість для зазначеної конкретної ситуації.

Врахування лінгвістами конкретних ситуацій, в якій відбувається спілкування людей, не може не спиратися на результати досліджень проблеми конситуації, які активно проводилися насамперед соціальними психологами (О. О. Леонтьєв, М. С. Каган, Е. Берн, Т. Харріс, Д. Джонджевал, М. Джеймс та ін.) і стосувалися, зокрема, класифікацій типів спілкування залежно від ситуації, яка є комплексом соціально-психологічних умов, що супроводжують вербальні форми комунікації.

Різноманітність підходів до виокремлення типів ситуацій у соціально-психологічному плані свідчить про багатоаспектність цього явища, про необхідність його вивчення в тому числі і з метою врахування при дослідженні інформаційних властивостей одиниць мовлення, тобто реалізації інформативності як комунікативної категорії.

Крім конситуації, важливу роль у формуванні категорії інформативності як комунікативної категорії відіграють такі немовні елементи комунікативного коду, що мають знакову природу, як жести, ритмомелодика, міміка тощо. Насамперед, слід відзначити, що ця роль позамовних факторів залежить від типу синтаксичної конструкції, яку вони супроводжують. Так, вказівні жести, як правило, використовуються для супроводу розмовного мовлення, що містить конструкції з локальними, об'єктними та суб'єктними відношеннями. У експліцитних конструкціях, де матеріально представлені усі мовленнєві складники висловлювання, необхідні для передачі інформації позамовні фактори є виразниками лише нульової або й надлишкової інформативності. Наприклад, супровід мовленнєвої конструкції вказівним жестом нівелює інформативну роль цього жесту: *До дошки йде Іваненко*.

Комбінований вказівний жест (рукою і головою) виражає меншу категоричність, ніж лише вказівний жест рукою.

У конструкціях же імпліцитних, особливо наказових, де компоненти лише домислюються, не до кінця виражені, вказівний жест може служити носієм інформативності, що бере участь в оформленні інформативності усього висловлювання: *Верхній одяг – у гардероб*!

У подібних висловлюваннях наявність предикативного центру є факультативним, його з успіхом можуть замінити позамовні фактори.

Суттєву допомогу для оформлення психологічної інформативності (а саме різних типів комунікативних інтенцій) може надати міміка. Наприклад, високо підняті брови у поєднанні з поглядом, спрямованим на об'єкт, – вказівка; ледь-ледь підняті брови у поєднанні з похитуванням головою вниз-вгору – співчуття; різкий стрибок брів вгору, посилена енергійна артикуляція звуків – наказ; різкий стрибок брів угору, затримка їх у цьому положенні протягом усього висловлювання, надмірна артикуляція звуків – іронія.

Окремі позамовні фактори (жест, міміка) мають національний характер. Перспективним для подальших досліджень є співставлення характеру впливу позавербальних факторів на рівень інформативності висловлень у близькоспоріднених мовах, виявлення елементів інтерференції.

Жест, міміка, ритмомелодика тісно пов'язані з модальністю. Поєднання позамовних факторів з використанням модальних слів сприяє більш яскравому виявленню граматичної інформативності.

Ритмомелодика як позамовний компонент мовлення так само, як і жест, і міміка, тісно пов'язана з вираженням інформативності, насамперед, її граматичного та експресивно-психологічного різновидів (конкретніше – модальності висловлювання, яка є складником предикативності). Так при висхідній ритмомелодиці висловлювання набуває характеру питання або зауваження між іншим; при спадній – характер наказу, рекомендації тощо, тобто характер вираження будь-якої ірреальної модальності; при висхідно-спадній – характер висловлювання – або категоричний, або грайливий, або ущипливий; спадно-висхідний – наказовий характер, при якому мовець робить значну паузу між компонентами, немов би передбачаючи, що співрозмовнику і так зрозуміло те, про що йдеться.

Зазначені позамовні фактори беруть участь у формуванні загальної інформативності висловлювання, як правило, комплексно, взаємодіючи між собою. Від специфіки цієї взаємодії виникають нові відтінки інформативності висловлювання.

Слід зазначити, що різні позамовні фактори беруть участь у формуванні певних типів інформативності. Так, у формуванні концептуальної інформативності активно бере участь один комплекс засобів (конситуація, жести, міміка), при формуванні психологічної інформативності – інший комплекс (ритмомелодика, жести, конситуація).

Конситуація є визначальним фактором у використанні/невикористанні жестів, міміки, частково – у виборі типу ритмомелодики.

Питання про взаємодію між собою окремих позамовних факторів, їх взаємовплив, взаємозумовленість досі залишається недослідженим.

Імплікація компонентів висловлювання може впливати на характер експресивно-психологічної інформативності.

Особливим носієм інформативності є такий невербальний засіб, як інтонація. Вважається, що інтонація разом з синтаксичними засобами та лексичним складом висловлення створюють лексико-граматико-інтонаційну структуру, яка виступає в ролі того, що позначує, тобто бере участь в оформленні значення висловлення [3, с. 90; 2, с. 18–33].

В. Є. Шевякова стосовно можливості участі інтонації у вираженні лексико-граматичної сторони висловлення зауважувала: "Взаємодія інтонаційних лексико-граматичних засобів – процес однобічний. Інтонація здатна замінити

граматичне вираження реми, висловлення комунікативного типу речення, безсполучниковість у складних реченнях, але, з іншого боку, граматичне вираження не може замінити інтонаційне, яке в реченні завжди присутнє" [7, с. 70]. Окреслена В. Є. Шевяковою неможливість замін, на нашу думку, логічно пояснюється виявом різних типів інформативності: граматичний тип інформативності може бути вираженим лише граматичними засобами, в той час, як інтонація – один з основних засобів передачі психологічної інформативності,

Отже, інтонація може передавати насамперед психологічну інформативність у тих випадках, коли вона передає загальний емоційний настрій (радість, захоплення, печаль, тривогу, нудьгу – тобто універсальне, психологично і фізіологічно зумовлене емоційне забарвлення) [5, с. 68].

В. Барнет звертав увагу на особливості лінійно-динамічної й інтонаційної побудови висловлення, які полягають у роздільному донесенні інформації до слухача з метою максимального досягнення інформаційного ефекту: «Цей принцип може виявлятися в словорозташуванні, в паузальному членуванні, у русі тону, у динамічному посиленні, ритмічній організації тощо» [1, с. 527].

Інформативно значущим може бути і темп мовлення. Особливо це стосується мовлення з темпами, що чергуються. Швидкий темп несе інформацію або про малу значущість для мовця того, про що повідомляється, і бажання швидше перейти до викладення більш суттєвого, що буде проголошуватися в більш повільному темпі. Крім цього, пришвидшений темп мовлення може свідчити про бажання мовця передати за одиницю часу якомога більше інформації. Ще одним мотивом прискорення мовлення може бути бажання приховати у інформаційному потоці ту інформацію, на якій мовцеві не надто хочеться акцентувати увагу слухача. Зниження темпу мовлення підкреслює інформативну значущість мовленнєвого фрагменту, бажання мовця звернути на нього увагу співрозмовника.

Отже, темп мовлення може виконувати функцію носія прагматичної інформації.

Значною у формуванні інформативності повідомлення є роль паузи. За нашими спостереженнями, нечіткість паузи в усному мовленні може призвести до викривлення запланованої інформативності. Наприклад, як двозначна може бути сприйнята проголошена без пауз політична радіореклама, в основу якої покладено вірші В. Симоненка: (*Завтра тебе не буде (…) завтра на цій землі (…) інші ходитимуть люди…*)

Особливе місце серед цих допоміжних засобів посилення інформативності займають розділові знаки, лапки. Наприклад: *Будується село – багато дітей в ньому народжується.* При використанні у такій поліпредикативній конструкції

тире семантика речення – причинно-наслідкова; при заміні тире на кому – перерахування подій, що мають однакову вагу, однакову значимість, при заміні на двокрапку з'являється значення конкретизації попередньої думки. У реченні *"Лариса" пропонує велику кількість квартир* лапки інформують читача, що йдеться не просто про жіноче ім'я, а про назву фірми по продажу нерухомості. Лапки заступають слово "фірма" або й ціле словосполучення "фірма з продажу нерухомості".

Таким чином, володіння позамовними факторами, які надають такого помітного впливу на формування різних типів інформативності висловлювання, повинно стати об'єктом об'єднаних досліджень не лише лінгвістів, а й психологів, педагогів.

***Анотація***

*У статті простежується роль позамовних чинників на формування різних типів інформативності повідомлення. Крім цього, окреслюються перспективні напрями наукових досліджень представниками різних наук.*

***Ключові слова:*** *інформативність, конситуація, інтонація, темп, пауза, розділові знаки, символіко-графічні засоби*

***Summary***

*The article traces the role of non-speech factors in the formation of different types of message informativeness. In addition, promising directions of scientific research by representatives of various sciences are outlined.*

***Keywords:*** *informativeness, constitution, intonation, tempo, pause, punctuation marks, symbolic and graphic means*

**Чорнобай Віра,**
*старша викладачка кафедри філології,*
*Дніпровський державний*
*аграрно-економічний університет,*
*м. Дніпро, Україна*

# МОВНА ОСОБИСТІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

Масове поширення нових комп'ютерних та інформаційних технологій виходить за межі простого технологічного прогресу, тому що стосується суттєвих особливостей людської особистості та її життя, що виявляється і в трансформації її мовного статусу. Інтернет визначає неминучість цивілізації культурного людства, тобто ноосфери як форми організації нової геологічної сили - людини. Із появою соціальних мереж розпочався новий етап комунікації, що відкриває потужні медійні можливості та привертає увагу до нових тенденцій у комунікативних процесах. Сьогодні Інтернет як новий комунікативний простір займає вагоме місце в житті людини, а також продовжує неухильно зростати роль цього сектору в процесі спілкування. Саме тому спілкування у соціальних мережах дедалі більше привертає увагу філософів, психологів, соціологів, культурологів, лінгвістів. Нові слова з'являються в нашому використанні кожну хвилину.

Особистість завжди була об'єктом уваги та аналізу в історії. На сучасному етапі, з появою Інтернету, виникає нова проблема - "мовна особистість в онлайн просторі", де важливе поняття - "віртуальна мовна особистість". Отже, мета нашого дослідження полягає в тому, щоб визначити особливості цієї віртуальної мовної особистості та проаналізувати проблему її взаємодії з Інтернетом.

Поняття "мовна особистість" вже привернуло увагу філософів, психолінгвістів, соціолінгвістів та етнолінгвістів. В. В. Виноградов вніс цей термін до наукового обігу, а також його розглядали вчені, такі як Н. В. Аниськіна, Г. М. Беспамятнова, Г. І. Богін, Р. О. Будагов, Т. М. Бурда, О. І. Дев'ятайкін, Н. С. Дужик, К. В. Іванцова, О. А. Казакова, В. І. Карасик, Ю. М. Караулов, О. А. Семенюк, Т. Б. Соколовська, Л. В. Струганець, О. М. Шевченко, Л. А. Шестак, Н. П. Шумарова та інші.

Аналіз наукових робіт, що присвячені мовній особистості, підтверджує активне дослідження лінгвістами способів виявлення мовної особистості, встановлення типів, вивчення мовно-мисленнєвих механізмів реалізації, покращення методів та прийомів опису. Сучасні вчені концентрують свою увагу на описі типізованого, узагальненого зразка мовної особистості.

Успішне функціонування людської особистості неможливе без її ідентифікації через мову. Інтернет, як і всяка інша сфера життя, розвивається завдяки мовленнєвому процесу. У цифровому просторі особливо видно глибоко закорінений національний характер мовної особистості. Мережеве мислення, поєднане з особливостями менталітету, прискорює сприйняття і формування мовної дії в інтернеті.

Фази злиття слів та утворення смислових зв'язків стислюються в мережі через посилення фаз прогнозування та формулювання смислу. Розуміння авторських намірів стає відповідним розумінню текстової концепції, а рівень розуміння на вербально-семантичному рівні стає практично миттєвим. Цей ефект досягається завдяки тому, що в мережі переважають загальні концепти, що піднімають мовну особистість на більш високий мотиваційний рівень.

Мовна семантика прямо відображає рівень знань про світ. У мережі цей рівень безмежний, що впливає на всі рівні організації віртуальної мовної особистості. Зростає обсяг слів, поглиблюється розуміння світу, та значно змінюється мотиваційний рівень, який відображається у мережевих текстах різних жанрів і завдань.

Аналіз текстів на інтернет-форумах розкриває деякі сталі явища у використанні мовних засобів та повторюваних структурних елементів у стилі письма. Дослідження, що включає аналіз текстів, охоплює такі аспекти, як процеси розуміння та створення тексту, питання атрибуції тексту, визначення лексичних форм та інші, які пов'язані з індивідуальним сприйняттям і створенням тексту. Структура тексту в Інтернеті залежить від конкретної галузі мовної комунікації. Мережевий текст будується відповідно до внутрішніх мовних правил, що базуються на скороченні, усіканні та кодуванні звичайної мови. Тут кожне слово, яке представлене як посилання, може нести значний обсяг інформації. Це призводить до формування стійкого комп'ютерно-мережевого "діалекту", який зрозумілий постійним користувачам Інтернету.

Сучасна візуальна мовна особистість має свій цікавий фольклор, де термінологічна лексика використовується в різних переносних сенсах. У деяких випадках слова можуть мати жартівливо-іронічне значення. Також часто можна зустріти анекдоти, каламбури та інші забавні вирази, які розуміються в спільноті інтернет-користувачів: *мені гамовер* – від англійського *game over* (у когось неприємності, щось не дуже добре закінчилося), *чіп у голові* – від англійського *chip* (у когось свої думки в голові), *глюки* (у когось неадекватна реакція на щось або щось привидилося). «Oftmals nicht mehr als ein unverständliches Kauderwelsch, bestehend aus vermeintlich unzusammenhängenden Zeichenketten oder Buchstabenkürzeln» [1, c. 80].

Гумористичні вторинні номінації, паралельні термінам-назвам професій: *промгер, softy* «*програміст*», *sys-frog, system jock; ironmonger* «*електронік*», *wirehead* «*сетевик*». Деяка комп'ютерна лексика може використовувати відповідні слова у фігуральному значенні.

Мовний аспект спілкування в соціальних мережах представлений на різних рівнях. Приміром, на лексичному рівні здебільшого використовують побутову лексику та жаргонізми: забанити, хакнути [2, с. 6–9]. Сьогодні сленгові слова та вирази в соціальних мережах схильні створювати та використовувати різноманітні скорочення (абревіатури) [3, с. 658–663]. Абревіація як один із способів словотворення є характерною рисою спілкування в соціальних мережах. Н-д, IMHO (англ. In My Humble Opinion) — на мою думку..., як на мене. lOl (англ. Laughing Out Loud) — я голосно сміюся, регочу на всю горлянку; 4u (англ. For You) — для тебе. Згадані мовні засоби функціонують не лише в Інтернеті, а й переходять у повсякденне розмовне мовлення.

Вербальну мову в соціальних мережах замінює мова жестів. Люди все менше коментують і все більше лайкають. «Лайк» — лаконічний спосіб висловити своє ставлення, думки, погляди або симпатію. Користувачі все менше коментують, натомість з'являється все більше репостів і «лайків». Загалом синтаксичний рівень базується на спонтанному мовленні та наслідуванні усного мовлення: прості речення, не ускладнені другорядними членами, написання власних назв із малої літери, парцеляція, еліпси [4, с. 43–46].

Проблема свободи висловлення зазнає нової інтерпретації в інтернеті. Віртуальна спільнота проявила себе як досить прагматична, активно витіскаючи з комунікації в мережі просторічну лексику. Крім того, письмовий спосіб вираження впливає на підсвідоме прагнення автора уникати граматичних, пунктуаційних та стилістичних помилок у своєму мовленні. Мовна особистість повністю виявляється через текст, який вона створює. У віртуальному середовищі вимоги до таких текстів, як лаконічність, грамотність, інформативність та привабливість, стають ще більш стримувальними.

Отже, в мережі XXI століття віртуальна мовна особистість набуває нові риси. Вона відкрита не лише для своєї власної культури, але й для культур інших народів, орієнтована на досягнення сучасного світу. Інтернет сприяє розвитку особистості та її професійних навичок, а формування інтернет-стилю має як навчальну, так і практичну значимість. Створення мовної особистості, яка може ефективно спілкуватися як у культурному, так і у монокультурному середовищі, є одним із ключових завдань на сучасному етапі розвитку цивілізації. Соціальні мережі та Інтернет значно впливають на мову сучасності. Тенденції

до розмовності, спонтанності, неофіційності, діалогічності, ситуативності, стислості та експресивності є основними ознаками цих мереж. Кожен жанр інтернет-комунікації має свою тематику, комунікативні цілі та стилістичні особливості. Лексико-семантичний словотвір є одним з найпродуктивніших способів збагачення словникового запасу англійської та української мов. Сленг, як і інші лексичні одиниці мови, формується за допомогою морфологічного і семантичного словотворення, що активно використовується користувачами як у соціальних мережах, так і у реальному спілкуванні. Такий підхід підкреслює домінування розмовного стилю в соціальних мережах, що надає їм спонтанності, неофіційності, стислості та експресивності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Peter Filinski. Chatten in der Cyberworld, 1999. 80 s.

2. Маковецька-Гудзь Ю. А. Українська мова в соціальних мережах. *Мовні і концептуальні картини світу.* 2014. № 1 (47). С. 658–663.

3. Дзюбіна О. І. Комунікативний аспект соціальних мереж Facebook і Twitter. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Філологічні науки».* 2016. № 2 (12). С. 218–222.

4. Давидова В. Фактори формування національної мовної особистості. *Пам'ять століть*. 1997. № 4. С.117–120.

# ПАНЕЛЬ 2
# МІЖКУЛЬТУРНИЙ ДІАЛОГ І ПРЕЗЕНТАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ

**Бабко Наталя,**
*канд. екон. наук, доцентка,*
*доцентка кафедри економіки та*
*готельно-ресторанного бізнесу,*
*Мелітопольський державний*
*педагогічний університет*
*імені Богдана Хмельницького,*
*м. Запоріжжя, Україна*

## НЕМИНУЩА ПОСТАТЬ УКРАЇНСЬКОГО ПОЕТА І ПРОЗАЇКА, УЧИТЕЛЯ І КРАЄЗНАВЦЯ МИКОЛИ АДАМЕНКА

Українська література завжди вражала своєю глибиною та різноманіттям. Поміж численних талановитих письменників ХХ-ХХІ століття особливе місце належить Миколі Петровичу Адаменку – видатному поету, прозаїку, вченому і краєзнавцю. Його творчість немовби виткана з ниток історії, культури та духовності українського народу.

Микола Адаменко народився 20 грудня 1931 року в селі Загребелля Сосницького району (тепер Корюківський район) Чернігівської області в селянській родині. Природа та сільський спосіб життя стали головним джерелом натхнення для майбутнього письменника. Трагедія війни залишила його сім'ю без батька, але мати зуміла виховати двох дітей та підтримати їх у важкі часи.

Від самого дитинства Микола був залюблений в українську мову, літературу та історію. Перші вірші почав писати ще у шкільні роки. Після закінчення середньої школи він мріяв про навчання у Києві. І у 1950 році успішно вступив на відділення журналістики Київського університету ім. Т. Г. Шевченка, де рік провчився на романо-германському відділенні, а потім перевівся на факультет української філології [1, 4].

Під час навчання Микола продовжував писати вірші, які все більше набували бунтарської гостроти, за що й був заарештований у 1953 році. Покарання відбував на Північному Уралі.

*Лишивши голодні столи,*
*Оббрехані та обпльовані,*
*На Північ етапом пішли*
*Юні літа нецілovані.*

У ті роки Микола Адаменко пройшов через школу мужності, витривалості та вірності своїм ідеалам. Після смерті Сталіна у 1956 році його звільнили за відсутністю доказів, але йому довгий час було складно поновити навчання та знайти стабільну роботу [9].

Вступивши до Борзнянського технікуму плодоовочівництва, Микола Адаменко не зупинявся у своїй творчій й культурній діяльності, а у 1962 році нарешті був реабілітований. Продовжуючи своє навчання в технікумі, поновився на IV курс університету за заочною формою навчання. Закінчивши технікум, почав працювати вчителем у Полюшкинській восьмирічній школі Новгород-Сіверського району Чернігівської області. Через вісім років Микола переїхав до рідної Сосниці та працював вчителем у місцевій школі аж до виходу на пенсію [10, 11].

Таким чином, навіть у найважчі часи, Микола Петрович Адаменко продовжував свій шлях як літературний діяч, намагаючись пройти через перешкоди та займатися улюбленою справою. Його приклад відданості та волі вражає, а його творчість залишається важливим джерелом натхнення для поколінь українських письменників та читачів. Тема любові до Батьківщини, відданості, свободи переплелися у його поезії, прозі та краєзнавчих дослідженнях.

*Нас завше вабить висота,*
*Двокрилля – в нашій долі.*
*Одне крило – це доброта,*
*Друге – любов до волі.*
*У ритмі крил – снага глибин,*
*Де наше пракоріння*
*І вічний поклик боротьби,*
*Й до святості стремління.*

Микола Адаменко є автором поетичних збірок «Повінь», «Цвіт на морозі», «Прагнення неба», «Вибране», роману «Закон-тайга», повісті «На крутосхилі», книжки публіцистики «Планета Україна», а також краєзнавчих видань «Сосницький край у серці України» та «Сосниця і Сосниччина на хвилях віків», збірки катренів «У центрі кола», книги на історичну тематику «Володар казкових скарбів (слідами Ю. С. Виноградського)». Крім того, він самостійно публікував свої твори за допомогою самвидаву, використовуючи машинописний спосіб. Його авторське надбання вражає своїм стилем і глибиною вираження поетичної картини рідного краю, його природи, історії та духу народу [2, 3, 5-7].

Отже, крім творчості, Микола Адаменко був ще й відомим краєзнавцем. Він досліджував історію та культуру свого краю, збираючи фольклор, легенди та історичні матеріали. Наприклад, його ґрунтовне дослідження про українського краєзнавця й діалектолога, організатора і засновника Сосницького краєзнавчого музею Юрія Виноградського (1873–1965) «Володар казкових скарбів (слідами Ю. С. Виноградського)» – це не просто біографія вченого. Автор, досліджуючи неопубліковані твори та фольклорні записи Виноградського, водночас роздумує над історією свого краю, української мови, давніх слов'янських вірувань та відтворює хронологію імперського тиску на українську мову [2].

Не можна не відзначити його педагогічну діяльність, так як Микола Петрович Адаменко працював вчителем української мови та літератури, виховуючи цінності патріотизму та любові до рідного слова у молодого покоління.

*Мабуть, у рідну мову, діти,*
*Якоїсь музики налито –*
*Весняної, бродильної,*
*Живої, молодильної.*
*Колись її, шовковую,*
*Калічили підковами,*
*Вожді та генерали*
*Із неї лика драли.*
*Гули вітри зловісній –*
*Вона ж врунилась піснею,*
*І думою крилатою*
*Ширяла понад хатою,*
*Над ворогом сміялася,*
*Нікому не скорялася…*

У викладанні рідної мови Микола Адаменко намагався уникати стереотипів та приділяв багато уваги розвитку зв'язного мовлення учнів, зокрема колективному складанню казок та оповідань на різні теми. Часто організовував екскурсії до лісу, розповідав вихованцям різні цікавинки. Паралельно працював над власною технологією викладання української мови та літератури. Розробив методику проведення уроків у музеї на прикладі кімнати-музею Олександра Довженка, удосконалив алгоритм написання колективних творів і мініатюр на граматичні теми у 4-6 класах, а також використання елементів лялькової гри у 4-5 класах. Для уроків і позаурочних заходів поет написав багато віршів на граматичні теми [13]:

*Перед **а**, **але**, **гляди**,*
*кома ставиться завжди.*
*Ось **або**, слівце мале,*
*дуже схоже на **але**.*
*Тут не квапся, почекай,*
*коми згарячу не пхай.*
*Ось, наприклад, скажем так:*
*«Льон посієм або мак».*
*Льон – не мак, а мак – не льон.*
*Кому геть – такий закон.*

Для того щоб передати учням ідейний зміст поетичного твору, Микола Петрович Адаменко обов'язково читав його напам'ять.

Поезія Миколи Адаменка охоплює широкий спектр тем і настроїв: від політичних до інтимних, від пейзажних описів до громадянських звернень. У своїх віршах він відображає щиру любов до України, її народу та природи, віддано підтримує їхні ідеали та мрії про майбутнє. Вся його життєва мудрість та чистий духовний світ знаходять відображення у витончених рядках. Навіть після трагічних перипетій, таких як табірне ув'язнення, яке позначилося на молодості поета, нестабільність у подальшому житті, а також біль від розлук і втрат, Микола Адаменко залишався вірним своїм принципам.

*Започаткована в віках*
*З призначеної висоти*
*Тече ріка мого життя,*
*Куди їй вказано текти.*

Поет і прозаїк, учитель і краєзнавець, лавреат обласних премій імені Михайла Коцюбинського та Бориса Грінченка, кавалер ордена «За мужність», Микола Адаменко пішов з життя 7 травня 2022 року у віці 90 років, залишивши по собі величезний духовний спадок [11]. Сьогодні його творчість неминуча для кожного, хто знаходиться у пошуку глибин буття та вічних цінностей, є невичерпним джерелом натхнення та мудрості, а його ім'я – це символ відданості своїй країні, культурі та мові.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адаменко М. Взаємопроникнення двох стихій. Спроба самоаналізу. *Дивослово.* 2002. № 12. С. 57–58.

2. Адаменко М. Володар казкових скарбів (слідами Ю.С. Виноградського). Ніжин : ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2013. 288 с.

3. Адаменко М. П. Плавба [Текст] : поезія. Чернігів : Десна. Поліграф, 2016. 216 с.

4. Адаменко М. Плата за життя. Звичайна полеміка. Чернігівський шлях: Антологія прози сьогоднішньої Чернігівщини. Чернігів : КП «Видавництво «Чернігівські обереги», 2004. 304 с.

5. Адаменко М. Повінь. Поезії. К. : Рад. письменник, 1985. 106 с.

6. Адаменко М. Прагнення неба: Поезії. Чернігів, 1995. 104 с.

7. Адаменко М. Цвіт на морозі. К. : Радянський письменник, 1990. 142 с.

8. Адаменко М. Етапи. Тавровані долі. З облоги ночі : збірник невільничої поезії України 30–80 рр. / упоряд. М. О. Самійленко. Київ : Укр. письменник, 1993. 493, [6–10] с.

9. Іду через поля, через яруги – і не боюся в світі заблукать : метод.-бібліогр. матеріали з сер. «Повернуті імена письменників Чернігівщини». Вип. I (XXVIII) / підгот. С. І. Блиставець. Чернігів, 1993. 8 с. Випуск присвячено М. П. Адаменку.

10. Магула В. Живе у Сосниці письменник. Сіверщина, 1996. 21 лют.

11. Мусієнко О. Такий він, Микола Адаменко. *Літературна Україна.* 1994. С. 8. 19 трав.

12. Перші лауреати премії ім. Б. Грінченка обл. т-ва «Просвіта». *Черніг. вісн.* 1992. С. 2. 25 груд.

13. Холодний М. Уроки Миколи Адаменка. *Укр. мова і літ. в школі.* 1989. № 11. С. 66–70.

**Бегей Ігор,**
*д-р політ. наук, професор,*
*член-кореспондент Української академії політичних наук,*
*в. о. завідувача кафедри гуманітарної освіти,*
*Львівський національний університет природокористування,*
*м. Львів, Україна*

# ВІД ТЕОФАНА ПРОКОПОВИЧА ЧЕРЕЗ МИКОЛУ ГОГОЛЯ ДО РОМАНА ВІКТЮКА

**Виклад основного матеріалу**. Вдамося до стислої інформації про Прокоповича, Гоголя, Віктюка, що допоможе читачеві порівняти окремі епізоди їхнього життєпису і дійти власних висновків, співставити їх з авторськими.

*Теофан Прокопович (*Феофан, справжнє ім'я – Єлезар; 1677 або 1681–1732). Народився у Києві. Навчався в Києво-Могилянській академії, у колегії Св. Афанасія в Римі, університетах Європи. Зворотною дорогою до Києва у Почаєві повторно прийняв православну віру, якої раніше зрікся. Завдяки Івану Мазепі здійснив блискучу кар'єру у Києво-Могилянській академії – спочатку став її професором, згодом – префектом, а у 1710 р. – ректором. Коли ж настає час вибору, Прокопович знову зрікається – цього разу Гетьмана і України, перекидається у ворожий московський табір. Там він став **ініціатором** проголошення анафеми Мазепі, ідеологом освіченого самодержавства і підпорядкування Православної церкви цареві. Гірко, прикро за нього, а ще більше за те, що його шляхом пішли сотні, тисячі науковців, політиків, митців, спортсменів, підприємців, працівників найрізноманітніших сфер людської діяльності з України. Їхні кроки ще якось сяк-так можна пояснити колоніальним статусом України у складі царської і червоної Московії. Але як і чим виправдати малоросійство «українців» після відновлення незалежності нашої держави у 1991 році?

Мабуть, саме у цьому контексті доречно згадати про друге прізвище із заголовку – *Гоголь Микола* (Ніколай; 1809-1852). Народився у Великих Сорочинцях на Полтавщині. Хто він? Великий російський письменник українського походження? Українсько-російський письменник? Геніальний українець, який писав російською мовою? Малоросійський перевертень, пристосуванець? Однозначної відповіді не існує.

Одні вважають писання Гоголя російською мовою нормальним явищем, інші – цим обурюються. Досить значна частина відомих українських інтелектуалів намагається урівноважити письмову російськість і етнічну українськість письменника, зберегти його ім'я для України. Так, Володимир Дорошенко виправдовує Гоголя за писання російською мовою бажанням того досягти успіху в літературі і втішає себе тим, що той надихався українською літературою, традицією, історією і звичаями України. Подібною є оцінка Мирослава Поповича: Гоголь великий національний талант тому, що завжди зберігав певне національне бачення. Схожа позиція у Євгена Маланюка. Для Івана Малковича Гоголь видатний український письменник, який став класиком російської літератури. Євген Сверстюк аргументує українськість Гоголя тим, що той у 1846 р. у Карлсбаді (Карлових Варах) залишив у гостьовій книзі такий запис: «Микола Гоголь, українець, що мешкає в Москві» [3].

Поважаю названі особистості, беру до уваги їхні думки, але маю сумнів в українськості Гоголя,який,наприклад, визнавав Тараса Шевченка як художника, але негативно оцінював його поезію через її україномовність. Поміркуємо на хлопський і дівочий розум. Якби Т. Шевченко, як і М. Гоголь для вираження свого геніального таланту використав «язик», а не мову, то чи б могла Україна зберегтися і відродитися українською? Для мене відповідь однозначна — ні!

Наведені толерантні висловлювання авторитетних і знаних українців щодо Гоголя є співзвучними з сьогоднішніми оцінками інших відомих українців особистості і діяльності Романа Віктюка. Чимало з них виправдовують його переїзд до Москви і створення там театру власного імені тим, що в Україні йому не створили належних умов для творчої самореалізації. Зручна, але засмальцована і лукава відмовка. Адже будь-які умови життя створюються не абстрактною країною, а її конкретними громадянами. Так, приблизно в той же час, коли режисер Роман Віктюк «завойовував» Москву, його колега, режисер Лесь Танюк повернувся з неї до Києва, щоб будувати Україну. Ще більш показовим є приклад талановитого журналіста Віталія Портнікова, який мав можливість зробити блискучу кар'єру у Москві, але повернувся в Україну. Тут його, єврея за національністю, якось запитали, чому він не перебрався до значно заможнішого від України Ізраїлю? Відповідь була такою: «Україна – моя мати, зараз вона хвора. Ізраїль — батько, він здоровий. То де має бути їхній син?». Своє розуміння поступу української держави та суспільства він виклав у своїх численних статтях, інтерв'ю, блогах [4]. І ще одне посилання. Президент США Джон Кеннеді у своєму зверненні до співвітчизників сказав таке: «Ви питаєте у мене, що Америка зробила для вас? Запитайте у себе, що ви зробили для неї? [7] Згодом ці слова були викарбувані на його надмогильній плиті.

Що зробив для України Роман Віктюк? За три десятиліття керівництва власним театром у Москві поставив п'єсу Івана Франка «Украдене щастя» (не знаю – мовою оригіналу, чи у перекладі). Час від часу нагадував про своє українське походження, інколи жартівливо називав себе навіть бандерівцем. Але коли йому, зі слів Д. Гордона, запропонували у 2014 р. підписатися під листом «Крим наш», він пояснив свою відмову тим, що, мовляв, у бандерівців довгі руки і вони можуть вбити його родину у Львові і дістатися до нього навіть у Москві [2]. Так він, буцімто вишукано, поглузував над збирачами підписів під цим листом, які з розумінням поставилися до його аргументу. Якщо це правда, то «бандерівець» Віктюк по суті підтвердив штампи московських пропагандистів про «кривавих бандерівських різунів».

Риторичне запитання: як взагалі могли прийти з такою пропозицією до «щирого українця» і «бандерівця» зі Львова? Гаразд, вже прийшли. Чому ж тоді їх не було післано … до Тамбова одним із тих матюків, які, за оповідями, Віктюк рясно і смачно використовував під час репетицій і поза ними? Чого ж тоді він не взяв прикладу з дуже відомої і талановитої акторки свого театру, також родом з України, але неетнічної українки, Лії Ахеджакової. Вона, не вдаючись до словоблудства, не ховаючись у кущах, чітко, голосно і публічно заявила: *«Крим належить Україні. Відмовляюся визнавати його анексію Росією. Нехай ображають, нехай кидають в мене каміння, але я особисто Україну не зраджу»* [1; 6].

Прихильники Віктюка вважають досягненням його підпис у 2012 р. під листом із закликом звільнити від переслідування збоченою московською владою збоченок групи «Pussy Riot». Однак чотири роки перед тим він не зауважив московського нападу на Грузію, анексії значних частин її території. Не підтримав мужнього вчинку свого колеги Вахтанга Кікабідзе, який у знак протесту проти кремлівського свавілля відмовився від нагороди його господаря і назавжди повернувся на рідну землю. Винагорода за «театральну паузу» Віктюка не забарилася – вже через два роки на його «знаменитому» барвистому піджаку виблискував знак «Народного артиста Росії». Ще раніше – у 2006 р. – «за вагомий особистий внесок у розвиток вітчизняного театрального мистецтва, багаторічну творчу працю та високі професійні досягнення» його було вшановано званням «Народного артиста України». Хотілося б уточнити – яка Вітчизна малася на увазі? Якщо брати до уваги те, що Віктюк вважав себе громадянином світу, складовою якого є і Україна і Московія, то у час вибору, у 2014 р., він мабуть сів на шпагат між ними і, глибоко-глибоко втягнув голову у плечі в одному із своїх барвистих піджаків.

Шанувальники Віктюка також люблять цитувати його слова від 2006 р. про те, що він навіть у період тоталітаризму ніколи не ставив вистав, які б обслуговували систему. В інтерв'ю Російській службі Бі-бі-сі 2006 р. режисер безпосередньо сказав: «Я пережив всіх головних вождів тоталітаризму. Але я можу з радістю сказати, що я не поставив жодної з 156 вистав, які би обслуговували систему. Вони були про людину, про біль людини, думаю, вдавалося навіть протягнути релігійні проблеми» [5]. Може, вистав і не ставив, але два десятиліття уживався з авторитарно-тоталітарним кагебістським імперським путінським режимом у московській квартирі «самого» Василія Сталіна, що мабуть, гріло самолюбство надійно законспірованого львівського «бандерівця».

І ще одне риторичне запитання. Якщо б не було такого режисера, як, скажімо, Лесь Курбас, знищеного московськими ординцями, а були б лише такі як Роман Віктюк, який насолоджувався перебільшеною славою в їхньому осиному гнізді, то чи мали б ми український театр? До слова, 1922 року Лесь Курбас заснував театр «Березіль», який під його орудою вирізнявся змістом і оригінальністю форми,став знаменитим. Цього річ йому виповнюється сто років під назвою Харківський державний драматичний театр імені Т.Г. Шевченка. Слушна нагода повернути театру первісну назву «Березіль» і додати «імені Леся Курбаса». Від цього не змаліє геніальна велич Поета,але буде відновлено історичну справедливість щодо генія театрального.

Десь у жовтні-листопаді 2021 р. прочитав інформацію про те, що хтось з родини Віктюка з нагоди першої роковини його смерті хотів організувати у Львові виставку окремих його речей із московської квартири: вже згадані «знамениті» піджаки, письмовий стіл, ручки … І в мене знову риторичне запитання. Що він зробив, написав для України у цих піджаках, за цим столом, цими ручками?! У чому їхня історична і музейна цінність?

Але у рази більше запитань щодо доцільності створення в Одесі музею – квартири т.зв. Народного артиста України Міхаіла Жванєцкого, єдиною «заслугою» якого перед українцями є визнання ним окупації Криму Московією. Не сумніваюсь ,що й Одесу він би так само віддав московитам…Де **українська** громадськість, держава ?!

***Висновки***. Попри неоднозначність (одіозність) постатей Прокоповича, Гоголя і Віктюка в українських вимірах нам варто знати і сказати північним сусідам таке. Не їхній цар Пьотр І «прорубав вікно в Европу» для Московії у Північній війні. Це-Україна відкрила їй туди двері. Адже саме від нас на московських землях розповсюджувались освіта, наука, мистецтво,музика,церковна духовність,які мали значний вплив на московитів-росіян аж до початку XIX століття.

Наступні два століття українці продовжували активно і результативно розбудовувати Російську імперію – царську і червону під назвою С Р С Р. Їхня участь у цьому процесі настільки вагома, що підводить до висновку: починаючи від Києво-Могилянської академії і до сьогоднішнього дня ця імперія не могла і не може існувати без українців і України. Нинішні й прийдешні покоління повинні виправити фатальну помилку своїх предків і зруйнувати Московську імперію зла.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барська А. Лія Ахеджакова: «Крим належить Україні». Лія Ахеджакова розповіла, що проти неї ведеться ціла кампанія. URL : glamurchik:tochka.net/ua/251874-liya-akhedzahakova-krym-prinadllezhit-ukraine/
2. Гордон розповів, як Роман Віктюк перехитрив росіян. URL : https://glavred.net/stars/gordon-rasskazal-kak-roman-viktyuk-perehitril-rossiyan-10222877.html
3. Микола Гоголь – цитати про життя. URL : https://uk-ua.vedavrat.org/Jyotish/11388/mykola-gogol-biography-quotes-poems-life-love-story-drama
4. Портников В. Україна – не Ізраїль. Публікацію підготувала Іво Подольська. URL : http://www.ji-magazine.lviv.ua/2020/portnikov-ukraina-ne-izrail.htm
5. Віктюк Р. Що він казав про Україну, Майдан і еротику. *BBC News Україна.* URL : https://www.bbc.com/ukrainian/features-52511140#:~:text
6. Російські кінематографісти відповідають українським колегам / Передрук із сайту Російської редакції Радіо Свобода. URL : https://www.radiosvoboda.org.ua/25294838,html
7. Цюпин Б. Про інавгураційні промови президентів США / Бі-Бі-Сі. Лондон. URL : https://www.bbc.com/ukrainian/indepth/story/2009/01/090120_usa_statements_im

***Анотація***

*Запропоновані читацькій увазі тези написані понад два роки тому, але не втрачатимуть своєї актуальності ще тривалий час. Поштовхом до їх написання стали декілька інтерв'ю /відгуків, прочитаних і почутих в українських ЗМІ про театрального режисера Романа Віктюка (1936-2020) з нагоди перших роковин його смерті.Чому у заголовку ще два прізвища? Всі троє – знакові етнічні українці з різних частин України, які впродовж крайніх трьох століть служили Московії - Росії, допомагали творити їй міт про «рускій мір / московський світ». На жаль, поруч з їхніми іменами можна поставити ще сотні інших*

*українців / малоросів, але вони, на думку автора, є одними з найтиповіших для ілюстрації процесу денаціоналізації і змосковщення української верхівки у різні періоди московитського панування.*

***Ключові слова**: Теофан(Феофан) Прокопович, Микола(Ніколай) Гоголь, Роман Віктюк, Україна,Московія-Росія, «рускій мір», змосковщення.*

***Summary***

*The theses offered to the reader's attention were written more than two years ago, but will not lose their relevance for a long time. The impetus for writing them was several interviews / reviews read and heard in the Ukrainian mass media about the theater director Roman Viktyuk (1936-2020) on the occasion of the first anniversary of his death. Why are there two more surnames in the title? All three are iconic ethnic Ukrainians from different parts of Ukraine who, for the last three centuries, served Muscovy - Russia, helping to create the myth of the "Russian world / Moscow world". Unfortunately, hundreds of other Ukrainians / Little Russians can be listed next to their names, but, in the author's opinion, they are one of the most typical for illustrating the process of denationalization and Muscovization of the Ukrainian elite during different periods of Muscovite rule.*

***Keywords:** Teofan (Feofan) Prokopovich, Mykola (Nikolai) Gogol, Roman Viktyuk, Ukraine, Muscovy-Russia, "Russian Peace", Muscovization.*

**Березенко Віта,**
*д-рка наук із соц. ком., професорка, завідувачка кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності;*
**Іванець Тетяна,**
*д-рка філол. наук, доцентка, доцентка кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності,*
*Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна*

# ПРЕЗЕНТАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ ЗАСОБАМИ ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ

Війна в Україні спричинила багато змін в усвідомленні актуальності інформаційної політики держави в сфері культури. Під час військової агресії росії проти України зросла роль зв'язків з громадськістю як соціально-комунікаційної практики яка стала однією з поширених форм презентації української культури та українських цінностей як всередині нашої країни та і в інших країнах світу. Дійсно, не можна не погодитися з представниками сфери культури, які стверджують, що «в умовах війни фронт є пріоритетним напрямом, але культура є частиною цього процесу» [3], що «в умовах війни дуже важливо не забувати про культуру, розвивати вітчизняне мистецтво та оберігати цю частину нашої спільної народної душі» [1], що «роль культури у час війни, особливо цієї, стає надважливою. І не лише тому, що серед військових на передовій — представники культури: письменники, кінорежисери, художники, співаки та артисти балету. Всі ці люди, навіть перебуваючи на фронті, продовжують створювати культуру та мистецтво: писати тексти, видавати книжки, отримувати нагороди на міжнародних кінофестивалях» [3].

Зв'язки з громадськістю в період поточного періоду виживання нашої країни набули нового значення і з рекомендованої соціально-комунікаційної технології в галузі культури і мистецтва перетворилися на обов'язкову. Як справедливо зазначила гендиректорка «Довженко-Центру» Олена Гончарук, «одне з першочергових завдань — комунікація рішень. Таким важливим рішенням, як фінансування на значні суми, підтримка проєктів, реорганізація ключових інституцій, потрібне комунікаційне підґрунтя» [3]. Йдеться про те, що «зараз, нарешті,

з'являється багато проукраїнського контенту в політиці, моді, літературі, художньому мистецтві та скульптурі. Український культурний бум потужною хвилею несеться світом, отож, все в культурі прямує правильним шляхом. Митець хоче творити: бажання йде з найнижчої ланки та перекидається на все наше суспільство. В університеті нам неодноразово говорили, що нові стилі в мистецтві зазвичай зароджуються в Південній та Західній Європі. А тому декілька років тому неможливо було б уявити, що щось інноваційне з'явиться саме в нас — в Україні. Зараз наперекір війні, українські митці продовжують створювати велику кількість якісних робіт» [2]. В той же час рзультати комплексного соціологічного дослідження «Культурні практики населення України в умовах війни», проведеного громадською організацією «Демократичні ініціативи молоді» за фінансової підтримки Українського культурного фонду, свідчать, що більше половини опитаних за період війни змінили жанр контенту, який вони читають, переглядають або слухають. Ці 59 % людей почали більше читати/дивитися новини, аналітику та політичні шоу. 14 % стали частіше переглядати документальні фільми. Лише 13 % громадян почали віддавати перевагу контенту культурного, мистецького та розважального характеру [1]. Саме тому презентація здобутків української культури та тих цінностей, які притаманні українському суспільсту є актуальною проблемою для сфери практичного застосування паблік рилейшнз як всередині нашої країни та і в інших країнах світу.

Вирішення цієї проблеми лежить в площині використання усіх можливих моделей PR-комунікації, як односторонніх, так і двосторонніх.

Як односторонні, так двосторонні моделі PR-комунікації активно використовуються у сьогоденному культурному комунікаційному середовищі, оскільки попит на актуальну інформацію в сфері культури та якісний і аналітичний аналіз подій, що відбуваються у цій сфері, постійно зростає. Інформування населення про перебіг культурних подій та появу будь-якого українського культурного продукту, інформація стосовно культурних подій у форс-мажорних обставинах якою є війна, поступово стають предметом обговорення, новим трендом у житті українців. Без своєчасно вибудованих зв'язків з представниками культури та мистецтва, керівників театрів, музеїв, бібліотек, філармоній, виставкових центрів, ми б не були інформовані про ті важливі події та заходи, які складають духовне життя нації, навіть під час війни. Важко уявити життя у воюючий країни без своєчасно представлених творів мистецтва, що відображають життя, думки та прагнення українців в цей важкий період, без виступів та відвертих інтерв'ю представників культури щодо подальших прогнозів стосовно перебігу подій у сфері формування культурного коду нації, без презентацій заходів, які підтримують

бойовий дух, відображають духовність нашої нації та її єдність у боротьбі з ворогом, та порад і слів підтримки з боку відомих письменників, художників, артистів, музичних виконавців та інших діячів культури щодо виживання у ці складні часи.

Актуальність використання зв'язків з громадськістю у сфері культури під час війни підтверджується багаточисельними наявними мистецькими практиками їх застосування (наприклад, поетичний проєкт «Даша читає» Дар'ї Трегубової; виставка-колаборація між художницею Марією Митрофановою та українськими письменниками та поетами «Шити по живому»; виставка робіт «У піні хвиль» художниці Надії Нечкіної, яка присвячена тваринам, що загинули в піні хвиль після підриву Каховської ГЕС; фотопроєкт «Сміливі нести світло», який представляє проникливі фотографії найважчої зими з майже усіх регіонів України; благодійні концерти на підтримку ЗСУ та ін. ) та ставить питання про визначення їх основних напрямків та каналів зв'язку.

Як односторонні, так двосторонні моделі PR-комунікації є активним технологічним інструментарієм у культурному комунікаційному середовищі, оскільки і пропаганда культурних цінностей України, і презентація творів мистецтва, і просування будь-якого культурного продукту у вигляді заходів, подій, різноманітних івентів, PR-компаній, PR-акцій, діалогових форм спілкування про наболіле, важливе, актуальне в змозі задовольнити попит громадськості на актуальні запити, які існують в сфері духовного життя.

У сучасних зв'язках з громадськістю в сфері культури ми часто можемо спостерігати змішування класичних моделей зв'язків з громадськістю. Це означає, що класичні моделі PR-комунікацій слід розглядати як теоретичні побудови, які під час практичного використання поєднуються через змішані мотиви суспільних відносин. У більшості випадків фахівці з паблік рилейшнз ставлять за мету не лише дати змогу суб'єктам діяльності в культурній та мистецькій сферах позиціонувати власну діяльність, але й допомогти громадськості мати доступ до актуальних подій в культурній галузі і зрозуміти ті внутрішні процеси, які в ній відбуваються під впливом усіх наслідків військової агресії. Цей підхід із використання змішаних форм PR-комунікації базується на непередбачених обставинах реальної війни, які впливають на рішення використання тих чи інших моделей PR-комунікації або їх поєднанні задля досягнення поставлених PR-цілей.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Культурні практики українського населення під час війни. Презентація дослідження. *Укрінформ.* 2023. 6 листопада. URL : https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3781679-kulturni-praktiki-naselenna-ukraini-pid-cas-vijni-prezentacia-doslidzenna.html

2. Якимов Я. Роль культури під час війни: інтерв'ю з українською художницею та громадською активісткою Вікторією Романчук. *Marie Claire.* 2023. 24 січня. URL : https://marieclaire.ua/uk/lifestyle/rol-kulturi-pid-chas-vijni-interv-yu-z-ukrayinskoyu-hudozhnitseyu-ta-gromadskoyu-aktivistkoyu-viktoriyeyu-romanchuk

3. Яковленко К. Яким має бути міністерство культури під час повномасштабної війни – позиція представників культурної спільноти. URL : https://suspilne.media/culture/538361-akimi-mae-buti-ministerstvo-kulturi-pid-cas-povnomasstabnoi-vijni-pozicia-predstavnikiv-kulturnoi-spilnoti/

**Зятін Станіслав,**
*магістр*
***Науковий керівник:***
**Гусакова Ніна,**
*канд. пед. наук, професорка,*
*Київський національний університет*
*культури і мистецтв,*
*м. Київ, Україна*

# ОСОБЛИВОСТІ РЕЖИСЕРСЬКОЇ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ДРАМАТУРГІЇ В. ШЕКСПІРА Б. НОРДОМ: «ГАМЛЕТ» НА СЦЕНІ ХАРКІВСЬКОГО ТЕАТРУ ІМЕНІ Т. Г. ШЕВЧЕНКА

В історії світової культури «Гамлет» – унікальна п’єса В. Шекспіра, написана в 1600–1601 рр., з одвічними філософськими питаннями і прихованими сенсами, які кожне покоління театральних діячів у цілому та кожен режисер як яскрава творча особистість зокрема відкривають по-новому.

Провідними світовими театральними діячами були вироблені особливі підходи до розуміння феномену трагічного та сценічного втілення п’єси. Безумовно, однією з особливостей інтерпретації «Гамлета» В. Шекспіра є прагнення акторів та режисерів наголосити на позачасовості характеру питань, які хвилюють головного героя, наблизити трагедію до сучасності. Частково, саме з цієї причини п’єса тривалий час перебувала під забороною радянських провладних інституцій.

У вітчизняному театрі перша постановка однієї з найвідоміших шекспірівських трагедій в перекладі українською була здійснена лише в 1943 р. режисером Й. Гірняком на сцені Львівського оперного театру за часів німецької окупації (переклад М. Рудницького; Гамлет – В. Блавацький). Другу постановку, яка тривалий час, через неможливість оприлюднення архівних відомостей щодо діяльності театральних колективів на українських землях під час окупації 1941–1943 рр., вважалася першою україномовною інсценізаціє п’єси «Гамлет», здійснив відомий театральний режисер Бенедикт Наумович Норд (справжнє прізвище Норд-Левін, 1901–1965 рр.) – художній керівник театру Червоної Армії Київського військового округу та південно-західного фронту (1941–1946 рр.), головний режисер Київського українського драматичного театру імені Івана Франка (1947–1951 рр.), Харківського українського академічного драматичного театру імені Т. Г. Шевченка (1952–1963 рр.).

Прем’єра однієї з найвідоміших трагедій світового репертуару відбулася на харківській сцені в 1956 р. [4, с. 73].

В. Ревуцький наголошує на тому, що вистава була поставлена під безпосереднім впливом постановки Й. Гірняка, «бо в ній головну роль грав Я. Геляс, що у виставі 1943 р. грав роль Першого актора» [5, с. 11]. Проте, на думку Н. Владимирової та М. Гарбузюк, цей вплив отримав вираження хіба-що в тому, що «досвід роботи над львівською виставою, спілкування з Й. Гірняком, В. Блавацьким М. Рудницьким збагатили молодого митця (Я. Геляса). (…) Але свого принца датського актор створював за цілком інших історичних обставин та на інших мистецьких засадах» [2, с. 550].

У співпраці з художником-постановником В. Греченком, композитором К. Данькевичем та високопрофесійним акторським складом (Гамлет – Я. Геляс, Гертруда – Н. Герасимова, Клавдій – О. Сердюк, Офелія – Л. Попова, Полоній – Д. Антонович, Горацій – І. Костюченко, Перший могильник – Ф. Радчук та ін.) режисер презентує новаторське, суто реалістичне прочитання твору, мінімізувавши такі «атрибути театральщини», як «зовнішній пафос, театральні котурни, декламаційну афектацію» [1, с. 180]. Відповідно до його бачення, головний герой – «соратник у боротьбі за ясний світ розуму й справедливості, правди й краси, за світ, де б зародилася й на всю силу розквітла гармонія людських та людяних взаємин» [6, с. 520].

Вистава стала виразником нових ідей, які лише очікували на своє сценічне втілення і контрастували з минулим досвідом. Б. Норд вирішує проблему особистості і соціуму в загальнофілософському плані, активно відроджуючи та переосмислюючи театральні традиції минулого.

Вистава вирішена режисером в прийомах індивідуального режисерського стилю. На перший план виходить трагічне протиставлення особистості і середовища, проте головний герой у трактуванні Б. Норда не стільки філософ, скільки борець Режисер навмисно підкреслює активні сторони характеру Гамлета, його вольове начало, яке якщо і захиталося під тиском тяжких обставин, то лише трохи. На думку В. Заболотної, «харківський Гамлет Геляса був романтичним бунтарем, шаленим в емоціях, з яких важко виборсувалась думка» [3, с. 568], а М. Гарбузюк описує його як цілісного, чистого у своїх почуттях молодого чоловіка, дуже щирого, палкого і войовничого [2, с. 545]. Згідно з режисерським баченням головний герой не коливається у думці, що його дядько Клавдій насправді підступний негідник, навколишній світ – ворожий до нього, а відтак, діяти йому необхідно рішуче - він чітко визначає відновлення рівноваги та гармоній світу як свій власний обов’язок. Проте, на думку деяких театральних критиків, такий підхід позбавив деякі сцени необхідної шекспірівській трагедії філософської глибини [1, с. 184].

Детальному відтворенню режисерського бачення постановки посприяло майстерне сценографічне. Художник В. Греченко відходить від відтворення побутових умов і розробляє сценічний простір як трагедійне тло. Так, зокрема дві величезні лицарські постаті, що стояли ліворуч та праворуч від трону засвідчували жорсткість звичаїв Данії XII ст. Активна дієвість головного героя (як зовнішня, так внутрішня) посилювалася такими елементами художнього оформлення як світло, додаткова завіса, яка розмежовувала персонажів та поворотне коло.

Новаторство трактування Б. Нордом «Гамлета» базується на прагненні знайти точки зіткнення тогочасних соціокультурних реалій з думками середньовічного англійського драматурга.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ваніна І. Українська шекспіріана. До історії втілення п’єс Шекспіра на українській сцені. Київ, 1964.

2. Гарбузюк М., Владимирова Н. В. Шекспір. «Гамлет»: Харківський академічний український драматичний театр ім. Т. Шевченка (1956). Український театр XX ст. : антологія вистав / за заг. ред. М. Гринишиної ; Ін-т проблем сучасного мистецтва, Національна академія мистецтв України. Київ : Фенікс, 2012. С. 550–557.

3. Заболотна В. Театральна Україна у полудень віку: український драматичний театр 40–60-х років XX століття. Нариси з історії театрального мистецтва України XX століття / редкол. : В. Сидоренко (голова) та ін. ; Інститут проблем сучасного мистецтва Академії мистецтв України. Київ : Інтертехнологія, 2006. С. 501–532.

4. Мізяк В. Д. Культурологічні виміри режисерських практик у драматичних театрах Харкова другої половини XX – початку XXI ст. : дис. канд. мист. : 26.00.04 / Харківська державна академія культури. Харків, 2018. 224 с.

5. Ревуцький В. До історії українського «Гамлета». Ю. Клен. Твори. Т. 4. Торонто : Фундація імені Юрія Клена, 1960. С. 7–13.

6. Станішевський Ю. Український театр у перші повоєнні десятиліття. Нариси з історії театрального мистецтва України XX століття / редкол. : В. Сидоренко (голова) та ін. ; Інститут проблем сучасного мистецтва Академії мистецтв України. Київ : Інтертехнологія, 2006. С. 501–532.

**Копитко Андрій,**
*канд. іст. наук, доцент, доцент кафедри гуманітарної освіти, Львівський національний університет природокористування, м. Львів, Україна*

# СОЦІОГУМАНІТАРНИЙ ВИМІР ДІЯЛЬНОСТІ ГО «ВСЕУКРАЇНСЬКЕ ТОВАРИСТВО «САМБІРЩИНА» ІМЕНІ ГЕТЬМАНА ПЕТРА САГАЙДАЧНОГО»

Громадські організації є вагомою складовою побудови громадянського суспільства, в якому особистість має можливість діяти активно, реалізовуючи свої знання, вміння, навики та набуваючи їх нових вимірів. Саме таку роль і покликано реалізовувати Всеукраїнське товариство «Самбірщина» ім. Петра Сагайдачного, створене 30 грудня 2022 року. Його засновниками було 9 осіб, зараз воно налічує біля 40 учасників, має 4 первинні осередки. Згідно зі Статутом,зареєстрованим органами юстиції України 21.02.23,Товариство є своєрідною світоглядно-діловою платформою для гармонійного поступу життєдіяльності громадян Самбірського району Львівської області. Її визначальними принципами є: 1) добровільність; 2) самоврядність; 3) непідприємницький характер; 4) свобода вибору форм та напрямків своєї діяльності; 5) вільний вибір території діяльності; 6) рівність перед законом; 7) відсутність майнового інтересу членів організації; 8) прозорість, відкритість та публічність діяльності [2, с. 2]. Товариство ставить собі за мету активно взаємодіяти з органами державної влади, органами місцевого самоврядування, підприємствами, установами, організаціями різних форм власності. Водночас воно зацікавлене є у встановленні партнерських відносин з різноманітними громадськими організаціями, рухами, фондами як в Україні, так і поза її межами. Діяльність товариства охоплює не тільки інституційний та організаційний рівень, але й передбачає співпрацю з іншими об’єднаннями громадян, зокрема в процесі їх створення та ведення діяльності. Товариство «Самбірщина» поставило собі за мету провадити наукову, методичну, інформаційно-роз´яснювальну роботу. Для цього пропонується залучати науковців, представників громадськості, органів державної влади, місцевого самоврядування, експертів (вітчизняних та зарубіжних) з різних сфер суспільного життя [2, с. 3].

Товариство планує долучатись до розробки проектів нормативно-правових актів, котрі будуть затверджуватись органами державної влади, органами місцевого самоврядування, безпосередньо дотичних до регулювання сфер діяльності

даного товариства та регулюючих важливі питання державного та суспільного життя. Ще однією складовою діяльності зазначеного товариства є активна робота в середовищі консультативних, дорадчих та інших допоміжних органів на території всієї України, співпраця з засобами масової інформації, громадськими спілками, долучення до їх створення, укладення відповідних угод з ними про співпрацю та взаємодопомогу з метою реалізації (регіональних, загальноукраїнських, міжнародних) проектів, програм [2, с. 3].

Серед пріоритетів товариства: 1) забезпечення захисту прав, свобод та законних інтересів не тільки своїх членів, але й громадян України загалом; 2) сприяння всебічному розвитку громад Самбірщини в освітньо-просвітницькій, соціально-економічній, історично-краєзнавчій, культурно-мистецькій, еколого-рекреаційній, етнографічно-фольклорній тощо сферах; 3) допомога громадам Самбірщини шляхом організації ефективної взаємодії громад, бізнесу, влади та науково-експертного середовища; 4) налагодження співпраці з українськими, зарубіжними та міжнародними організаціями [2, с. 4].

Товариство «Самбірщина» окреслило базові напрями своєї діяльності, серед яких спеціально варто згадати наступні: 1) формування україноцентричної свідомості, національно-державницького світогляду, відчуття співпричетності до долі своєї «малої батьківщини» та відповідальності за її теперішній та майбутній стан; 2) організація та проведення семінарів, конференцій, інших навчально-освітніх та науково-практичних заходів з метою вирішення завдань та викликів перед рідним краєм; 3) проведення інформаційних та промоційних кампаній (заходів громадянської освіти), котрі б допомагали зростанню рівня обізнаності громадян щодо функціонування органів влади в громадах, підвищення громадянської активності членів громад та участі в справах громад і держави в цілому; 4) допомога та сприяння розвитку кооперативного руху в аграрному секторі; 5) формування екологічної свідомості членів місцевих громад шляхом пропаганди знань про стан довкілля, безпосередня участь у підвищенні рівня екологічної освіти та культури громадян, визнання фактору освіти в сфері реалізації засад збалансованого (сталого) розвитку; 6) створення сприятливих умов для активного залучення людей до соціально-економічного, політичного та культурного життя суспільства; 7) сприяння особистісному розвитку людини, допомога втіленню в життя науково-навчальних програм і проєктів, при цьому враховуючи необхідність формування досвіду спільної міжнародної, політичної, ділової та гуманітарної діяльності членів суспільства; 8) допомога формуванню громадянської свідомості, заснованої на національних інтересах та загальнолюдських цінностях; 9) організація та забезпечення зустрічей з видатними вченими, політичними діячами, митцями, відомими підприємцями;

0) участь у формуванні духовного та фізичного розвитку людей, виховання у них почуття патріотизму; 11) підготовка та поширення серед широкого загалу громадськості і конкретних категорій населення просвітницьких матеріалів [2, с. 4, 5].

Одним з здійснюваних проектів товариства є проект «Самбірщина в особах», котрий стосується систематизації відомостей про постаті минулого та сьогодення Самбірського краю (територія Самбірського, Старосамбірського, Турківського районів Львівської обл.) з метою збереження національної пам'яті і виховання молодого покоління. Дане довідкове видання має охопити наступні категорії людей: 1) історичні постаті минулого (державні діячі, українські січові стрільці, діячі ЗУНР, УГА, ОУН, УПА, воїнів дивізії «Галичина», членів УГВР, в'язнів концтаборів та репресованих, керівників молодіжних організацій «Сокіл», «Січ»); 2) герої сьогодення (активісти Майдану, Герої Небесної сотні, учасники АТО, ООС, ІІ активної фази російсько-української війни, відомі волонтери, політики всеукраїнського рівня) і т.д.; 3) творчі люди Самбірщини минулого та сучасності (письменники, відомі редактори, журналісти, композитори, музиканти, артисти, художники); 4) науковці (академіки, професори, викладачі вищих навчальних закладів, вчені діаспори); 5) відомі вчителі; 6) працівники різних галузей народного господарства, які внесли значний вклад у розвиток народного господарства краю; 7) відомі душпастирі; 8) медичні працівники; 9) спортсмени. Поряд з уродженцями краю передбачено публікувати матеріали про відомих постатей, котрі хоч і не народились на Самбірщині, але часто відвідували цей край та доклались до його розвитку. Для кращої реалізації цього та інших проектів Товариство пропонує підписати органам виконавчої влади і місцевого самоврядування Меморандум про співпрацю [3].

Серед конкретних результатів діяльності членів товариства «Самбірщина» в науковому, науково-методичному, освітньому напрямках діяльності, варто відзначити: 1) пам'ятну академію, присвячену 500-річчю народження Григорія Чуй-Русина (Григорія Самбірянина) (1523-1573) , поета, педагога, вченого, філософа та ерудита доби Відродження, професора Краківського університету, проведена 3 березня 2023 р. в музеї «Бойківщина» (м. Самбір) [1]; 2) перші «Лукашівські читання», присвячені Лукашу з Нового Міста (Лукашу Русину) (бл. 1493/94 - 1542), філософу-гуманісту, професору Краківського університету, авторові першого в Європі посібника з епістолографії (мистецтва витонченого листування), котрі відбулись 26 травня 2023 р. в селі Нове Місто Самбірського р-ну Львівської обл.; 3) пам'ятна академія, присвячена Володимиру Глухому

(1938-1988), українському актору театру та кіно, заслуженому артисту України, уродженцю м. Добромиль на Самбірщині, проведена в музеї «Бойківщина» (м. Самбір) 29 серпня 2023 р.; 4) перша україноствоpча бесіда на тему «Від Івана Боберського і Григорія Піпського до Ігоря Дашка і Тараса Зарицького» з циклу бесід «Шлях слави і пам'яті від прадідів до правнуків», проведена 10 листопада 2023 р. в селищі Нижанковичі Самбірського р-ну Львівської обл.; 5) перша студія на тему «Місцеве самоврядування Самбірщини: минуле, сучасне і майбутнє» з циклу «Правничі студії», проведена в м. Хирів Самбірського р-ну Львівської обл. 12 січня 2024 р.

Дослідниками життя та творчості Григорія Чуя-Русина виступають члени товариства «Самбірщина», відомі вітчизняні вчені: Марія Кашуба, доктор філософських наук, професор; Михайло Кріль, доктор історичних наук, професор. Професор М. Кріль та доцент О. Анісімович-Шевчук займаються вивченням постаті Лукаша з Нового Міста. Володимир Глухий перебуває в центрі пошуків професора М. Кріля та Д. Василик, старшого викладача Дрогобицького державного педагогічного університету ім. І. Франка, наукового співробітника історико-краєзнавчого музею «Бойківщина». Постаті І. Боберського вивчають А. Сова, доктор історичних наук, професор кафедри олімпійської освіти ЛДУФК ім. Івана Боберського, голова Комісії тіловиховання і спорту ім. І. Боберського Наукового товариства ім. Т. Шевченка. Родинне середовище І. Боберського досліджує професор М. Кріль. Проблеми самоврядування на Самбірщині досліджують професор кафедри гуманітарної освіти Львівського національного університету природокористування, голова Всеукраїнського товариства «Самбірщина» Ігор Бегей та професор Михайло Кріль, а також доцент Оксана Крупа, завідувач кафедри туризму Львівського національного університету природокористування, Степан Зарума, член правління товариства «Самбірщина».

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пам'ятна академія, присвячена 500-річчю народження Григорія Чуя-Русина (Григорія Самбірянина) : збірка матеріалів (м. Самбір, 3 березня 2023 р.) / упорядник : І. І. Бегей. Львів : Каменяр, 2023. 104 с. (Серія «Самбірщина»).
2. Статут громадської організації «Всеукраїнське товариство «Самбірщина» імені гетьмана Петра Сагайдачного». Львів, 2022. 14 с.
3. Типовий Меморандум про співпрацю громадської організації «Всеукраїнське Товариство «Самбірщина» імені гетьмана Петра Сагайдачного». 2 с.

***Анотація***

*Висвітлюються засади, напрями та форми діяльності ГО «Всеукраїнське товариство «Самбірщина» ім. Петра Сагайдачного» в соціогуманітарній сфері, в котрій активно поєднуються зусилля відомих вчених, педагогів, громадських діячів та громадськості Самбірщини – краю в Галичині, давній українській землі.*

***Ключові слова:*** *Всеукраїнське товариство «Самбірщина» ім. Петра Сагайдачного, соціогуманітарна сфера, громадська організація, самоврядування, виховання, освіта, наука, молодь, суспільна еліта, край.*

***Summary***

*The principles, directions and forms of activity of the NGO "All-Ukrainian Society "Sambirshchyna" named after Peter Sagaidachnoy" in the socio-humanitarian sphere, in which the efforts of famous scientists, teachers, public figures and the public of Sambirshchyna - a region in Galicia, an ancient Ukrainian land, are actively combined.*

***Keywords:*** *All-Ukrainian society "Sambirshchyna" named after Peter Sagaidachny, socio-humanitarian sphere, public organization, self-government, upbringing, education, science, youth, social elite, region.*

**Купріянова Анастасія,**
*здобувачка вищої освіти (першого) бакалаврського рівня факультету податкової справи, обліку та аудиту, Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ЕТНОКУЛЬТУРНІ ЦІННОСТІ УКРАЇНИ

Вплив глобалізації на етнокультурні цінності України є актуальним і складним питанням, яке стосується трансформацій у сучасному світі. Глобалізація, яка визначається як взаємозалежність країн у сфері економіки, культури, технологій та інших сферах, невід'ємно впливає на традиційні етнокультурні аспекти життя українського суспільства.

Етнокультурні цінності відіграють важливу роль у житті суспільства. Вони сприяють формуванню національної самосвідомості, розвитку національної культури, формуванню націоцентричного світогляду. В Україні етнокультурні цінності включають широкий спектр культурної спадщини, що відображає унікальність та різноманіття українського народу. Вони засновані на традиціях, мові, мистецтві, звичаях, віруваннях та інших важливих елементах національної культури. В умовах глобалізації етнокультурні цінності можуть перебувати під загрозою. Глобалізаційні процеси сприяють поширенню нових культурних цінностей, які іноді суперечать традиційним цінностям. Це може призвести до втрати культурної ідентичності та зниження національної самосвідомості [1].

Етнокультурна спадщина України є унікальною та багатогранною. Вона формувалася протягом тисячоліть під впливом таких факторів, як географічне розташування, складність історичних подій, культурні контакти з іншими народами.

Географічне розташування України на територіях з різноманітними природними умовами призвело до формування різних етнографічних регіонів з унікальними культурними традиціями. Довга і складна історія, сповнена війнами, голодоморами, геноцидом і колонізацією, вплинула на формування української етнокультурної спадщини. Відкритість України для культурних контактів з іншими народами обумовило взаємозбагачення культур, набуття нового культурного досвіду.

До етнокультурної спадщини України відносимо матеріальну і духовну культуру.

Етнокультурна спадщина України є важливим компонентом української національної ідентичності. Вона є джерелом гордості для українців і приваблює увагу людей з усього світу.

Особливості етнокультурної спадщини України можна проілюструвати на прикладі таких об'єктів:

- Київська Софія – це собор XI століття, який є шедевром візантійського зодчества. Він є одним із найважливіших символів української культури та історії [7].
- Писанка – це українське декоративно-прикладне мистецтво, яке має давню традицію. Писанки виготовляються з різних матеріалів, таких як яйця, папір, тканина, мають унікальну символіку [5].
- Колядки та щедрівки – це українські народні пісні, які співаються на Різдво та Новий рік. Вони є важливим елементом української культурної традиції [6].

Етнокультурна спадщина України є цінним надбанням, яке необхідно зберігати і розвивати. Але в умовах глобалізації, коли існує тенденція до поширення стандартів, етнокультурні цінності можуть втрачати свою різноманітність та унікальність. Глобалізація має як позитивні, так і негативні наслідки для етнокультурних цінностей [2].

З одного боку, глобалізація сприяє поширенню нових культурних цінностей і норм. Це може призвести до зміни традиційних етнокультурних цінностей, а також до виникнення нових, гібридних форм культури [4].

З іншого боку, глобалізація може сприяти збереженню традиційних етнокультурних цінностей. Це відбувається за рахунок зростання інтересу до культурної спадщини, а також за рахунок розвитку інформаційних технологій, які дозволяють людям спілкуватися та обмінюватися культурними цінностями незалежно від відстані [4].

В Україні глобалізація має значний вплив на етнокультурні цінності.

З одного боку, глобалізація сприяє поширенню таких цінностей, як толерантність, відкритість до інших культур. Це позитивно впливає на розвиток української культури, оскільки сприяє її відкритості до світу та взаємозбагаченню надбаннями інших культур.

З іншого боку, глобалізація може призвести до втрати традиційних українських культурних цінностей. Це пов'язано з тим, що молоді люди, які зростають в умовах глобалізації, все частіше віддають перевагу західним культурним цінностям. Зауважимо, що космополітична культура, яка є продуктом глобалізаційних процесів, денаціоналізує особистість, позбавляє її патріотизму і тому шкідлива для нації.

Для того, щоб глобалізація позитивно впливала на етнокультурні цінності України, необхідно дотримуватися таких принципів:

- Зберігання традиційних культурних цінностей, які є основою української культури.
- Розвиток сучасної української культури, яка відповідає сучасним потребам суспільства.
- Формування у молоді національної самосвідомості, що сприятиме збереженню традиційних українських культурних цінностей.

В Україні проводяться різні заходи, спрямовані на збереження та розвиток етнокультурних цінностей. Так, в школах та університетах вивчається українська мова та культура, проводяться фестивалі та заходи, присвячені українській культурі. Також уряд України розробляє програми, спрямовані на підтримку української культури та мистецтва [3].

Взаємодія глобальних та місцевих культурних елементів в Україні – це складний і багатогранний процес, який відбувається впродовж століть [2].

Для того, щоб цей процес в Україні був позитивний, необхідно працювати в напрямках:

- Співіснування та взаємозбагачення глобальних та місцевих культурних елементів, а не протистояння один одному.
- Збереження традиційних культурних цінностей, які є основою української культури.
- Розвиток сучасної української культури, яка відповідає сучасним потребам суспільства.

Наведемо кілька конкретних прикладів взаємодії глобальних та місцевих культурних елементів в Україні:

- У музиці – поєднання традиційних українських народних пісень з сучасними музичними жанрами, наприклад, рок-музикою.
- У літературі – поєднання традиційних українських казок і легенд з сучасними жанрами, наприклад, фантастикою.
- В архітектурі – поєднання традиційних українських візерунків і орнаментів з сучасними архітектурними стилями.
- У мистецтві – поєднання традиційних українських вишиванок і писанок з сучасними художніми техніками.

Ці приклади засвідчують, що взаємодія глобальних та місцевих культурних елементів в Україні може призводити до створення нових, унікальних культурних форм, які відображають як традиції України, так і вплив кращих надбань світової культури.

Глобалізація презентує сучасний світ як єдиний, взаємозалежний простір, де технології, економіка, та культура об'єднують нації у глобальне співтовариство. У випадку України, цей процес вносить як позитивні, так і викликані турбулентністю зміни в її етнокультурні цінності. Глобалізація відкриває перед українцями можливість обміну культурними надбаннями та ідеями, сприяє розширенню культурного горизонту. Однак, разом з цим, вона породжує питання щодо збереження національної ідентичності та унікальних елементів української культури. Українські етнокультурні цінності, з одного боку, збагачуються впливами інших культур, а з іншого – стикаються з викликами гомогенізації та втрати самобутності. Однак важливо враховувати, що в умовах глобалізації необхідно зберігати та відтворювати ті аспекти культури, які формують унікальну основу національної спадщини [4].

Отже, вплив глобалізації на етнокультурні цінності України – це складний баланс між відкритістю до нових ідей та збереженням і посиленням того, що робить українську культуру унікальною. Поєднання цих аспектів дозволяє створити стійке та різноманітне культурне середовище, яке відзначається як внутрішньою гармонією, так і активною участю в глобальному культурному діалозі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сорочук Л. Роль національної культури у деконфліктизації українства. *Українознавчий альманах.* К. : Міленіум, 2020. Випуск 27. С. 129–133. URL : https://ukralmanac.univ.kiev.ua/index.php/ua/article/view/391/375

2. Газізова О. Загрози національній безпеці в гуманітарній площині: ціннісно-смислові аспекти. *Українознавчий альманах.* 2020. С. 60–67. URL : https://ukralmanac.univ.kiev.ua/index.php/ua/article/view/381

3. Особливості етнокультурного виховання школярів. URL : https://osvita.ua/vnz/reports/culture/10616/

4. Культурна глобалізація та принципи сучасної культурної політики. URL : https://buklib.net/books/35857/

5. Символіка писанки в Україні. URL : https://lihtaryk.com.ua/simvolika-pisanki-v-ukrayini/

6. Свята продовжуються: коли в Україні дорослі та діти щедрують, колядують, засівають. URL : https://suspilne.media/culture/7791-svata-nablizautsa-koli-v-ukraini-koladut-zasivaut-i-sedruut/

7. Софія Київська. URL : https://7chudes.in.ua/nominaciyi/sofiya-kyyivska/

**Лисак Ірина,**
*викладачка кафедри іноземних мов,*
*Державний податковий університет,*
*м. Ірпінь, Україна*

# РОЛЬ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА В МІЖНАРОДНОМУ КОНТЕКСТІ

Основна мета ЗМІ полягає в тому, щоб інформувати громадян про різноманітні аспекти життя держави та суспільства, сприяючи стабільності влади. Роль ЗМІ як посередника у спілкуванні між різними соціально-політичними силами, а також між владою та громадськістю, є надзвичайно важливою.

ЗМІ мають велике значення для розвитку демократії, формування громадянського суспільства та зміцнення правової держави, наприклад, України. Вони виконують важливу роль у висвітленні діяльності влади, виявленні корупції, порушень прав людини та інших проблем та сприяють забезпеченню прозорості та відповідальності органів влади перед громадянами.

В контексті сучасних подій в Україні, що стосується повномасштабного вторгнення російської федерації на нашу територію, постає питання перед українськими медіа: як освітити новини не лише для власних громадян, але й закордонному читачу.

Беззаперечно, війна в Україні стала темою номер один усіх міжнародних ЗМІ. Про Україну писали, говорили, їй співчували та підтримували. ЗМІ зіграли роль «моста» між громадянською думкою та страшними подіями, які для нас стали реальністю, а не заголовком в газеті.

У «Звіті про сприйняття України в 2022 році» від BRAND UKRAINE та Міністерства закордонних справ України йдеться про те, як і в якому контексті згадувалася Україна на початку повномасштабного вторгнення серед міжнародних Інтернет-користувачів. Цей аналіз є першим комплексним дослідженням сприйняття України за кордоном, що ґрунтується на інформації від дослідницьких компаній України та світу. Він містить ряд практичних рекомендацій з покращення міжнародних комунікацій та підвищення пізнаваності національного бренду України.

Згідно з контент-аналізом згадок про Україну в міжнародних ЗМІ, який базується на майже 51 мільйоні публікацій з 184 країн, 2022 року пік публікацій про Україну спостерігався у кінці лютого та на початку березня.

Основні теми, які висвітлювалися:

- 41% публікацій стосувалися бойових дій, воєнних злочинів Росії та загрози світовій безпеці через російську агресію.
- 16% зосереджувалися на міжнародній підтримці та допомозі Україні.
- 14% відображали енергетичну кризу, зокрема після ракетних атак та ударів БПЛА Росії по енергетичній інфраструктурі України.
- 8% зосереджувалися на тимчасово переміщених українцях та їхньому житті за кордоном.

Деякі міста України, зокрема Маріуполь, Херсон і Харків, мали значну кількість згадок. Про інші міста, такі як Буча, Ірпінь і Бородянка, згадувалося менше.

Публіцисти відзначають, що географічний чинник відігравав і продовжує відігравати важливу роль у політичних процесах України, як в її внутрішньому житті, так і в зовнішньо інтеграційних перспективах. Економічна потужність країни, з урахуванням природних багатств та ресурсів, також є ключовим аспектом.

Українські публіцисти акцентують увагу на західноєвропейській орієнтації держави. Наприклад, процеси "входження", "інтеграція у Європейські структури" або "повернення" до Європи стають основними темами обговорення. Важливо відзначити, що інтеграційні процеси в Західній Європі визнаються як стратегічно важливі, не піддаються короткостроковим політичним маневрам. Проте, в українських реаліях інтеграція часто стає об'єктом декларативних заяв та політичних ігор, що може зменшити привабливість України для західноєвропейського капіталу.

Парадигма ідеї "Україна — Європа" отримує нові відтінки завдяки впливу мас-медіа на свідомість звичайних українців на рівні сприйняття, що сприяє їх розумінню зовнішньополітичних процесів у контексті внутрішньополітичних. Навпаки ми також можемо сказати, що розвиток зовнішнього впливу, породженого глобалізацією, інтеграцією, а також політичними та економічними факторами світового масштабу, визначає внутрішню державну політику.

У більш широкому розумінні, роль журналістики у сприянні процесу європейської інтеграції полягає в створенні атмосфери взаєморозуміння та толерантності серед людей, різних соціальних груп та спільнот, сприяючи формуванню в суспільстві прагнення до демократичної, соціальної та культурної єдності.

Відзначимо, що аналітичні матеріали, які газети публікують з авторитетних закордонних джерел, відіграють значну роль у формуванні у свідомості громадян розуміння інтеграційних процесів України. Це свідчить про те, що Україна

цікавить Європу та має важливе місце на геополітичній карті світу. Наприклад, стаття в "The Economist" від 27 жовтня 2006 року, яка аналізує політико-економічний розвиток України після Помаранчевої революції, має заголовок "Сусідня з Європою територія". Її основна думка полягає в тому, що українці вважають себе частиною Європи, а не її околицею, і закликає до ще тісніших взаємин з ними.

Провідні видання США відіграють важливу роль у публікації інформації про ключові події на українській арені, включаючи визвольну боротьому та воєнний конфлікт з російською федерацією. Їхнє висвітлення важливих подій сприяє залученню уваги до проблем різних країн та регіонів світу, включаючи ті, які пов'язані з боротьбою за свободу та визволення.

В американському уряді вважають, що загальнонаціональний телемарафон «Єдині новини», що стартував навесні 2022 року, може посилити контроль уряду над мовленням. Такі ж думки протягом року озвучували деякі політики та експерти, йдеться в щорічній доповіді щодо дотримання прав людини Державного департаменту США. Рейтинги, які надає Freedom House, є важливими для оцінки стану свободи та демократії в різних країнах світу. Згідно зі звітом, Україна втратила три позиції у рейтингу свободи Інтернету через повномасштабне вторгнення російських військ у лютому 2022 року.

Це свідчить про те, що конфлікт та військові дії можуть мати серйозний вплив на свободу слова, доступ до інформації та інші аспекти демократії. Підвищення рівня цензури, обмеження доступу до інформації та інші обмеження можуть стати наслідком військових дій та загроз для національної безпеки.

Це ще одне нагадування про важливість захисту свободи слова та Інтернету, особливо у часи конфліктів та напружених міжнародних ситуацій. Спостереження та відстоювання цих прав є важливим завданням для уряду, громадськості та правозахисних організацій.

Це допомагає збільшити свідомість громадськості про глобальні проблеми, сприяє формуванню обгрунтованих поглядів та міжнародному обміну інформацією. Такий підхід підсилює важливість співпраці та розуміння між країнами та народами, сприяючи розвитку міжнародних відносин та миру.

Українські медіа відображають важливі події та тенденції, що відбуваються в Україні, роблять акцент на ключових аспектах політики, економіки, культури та суспільства. Це дозволяє міжнародним аудиторіям отримувати об'єктивну інформацію про Україну та її роль у світі. Українські медіа створюють майданчик для діалогу та обміну думками між українцями та міжнародною аудиторією. Це сприяє взаєморозумінню та розвитку міжнародних відносин.

Завдяки роботі українських ЗМІ тема війни в Україні не пропадає з радарів міжнародних медіа. Це є важливим інструментом для забезпечення прозорості, відкритості та свободи слова, що є основними принципами демократії. Це сприяє розвитку демократичних інститутів в Україні та зміцненню її позицій на міжнародній арені.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Наумкіна С. М., Стоцький В. В. Політичний дискурс засобів масової інформації України як індикатор суспільних процесів. URL : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/ Polzap/2011_3/11nsmisp.pdf
2. Габер Є., Корсунський С., Шелест Г. Концепція зовнішньої політики України. Експертні рекомендації / Фонд імені Фрідріха Еберта. 2020.
3. Дубас О. П. Сучасні наукові підходи до дослідження інформаційно-комунікаційного простору. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Питання політології.* 2010. № 912. URL : http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/26693/22-Dubas.pdf
4. Лисинюк М. В. Мова ЗМІ як показник мовної культури сучасного суспільства. *Культура і сучасність.* 2020. № 2. С. 33–38. URL : http://surl.li/dvrkr

**Лисенко Ганна,**
*викладачка кафедри дизайну,*
*Хортицька національна академія,*
*м. Запоріжжя, Україна*

# МУРАЛ-АРТ У ХУДОЖНЬОМУ ЖИТТІ ЗАПОРІЖЖЯ

**Вступ.** Місто Запоріжжя може похвалитися яскравим мистецьким життям, тісно переплетеним з його історичною та культурною тканиною. Серед його вулиць та архітектурних пам'яток можна знайти різноманітні мурали, що прикрашають фасади будівель, провулки та площі. Ці мурали, від складних портретів до розлогих стріт-арт композицій, слугують візуальними свідченнями багатої спадщини міста та сучасного мистецького самовираження. Ця стаття має на меті дослідити багатогранну роль муралів у мистецькому житті Запоріжжя, історію їх створення, художні особливості, пролити світло на їхнє тематичне розмаїття та соціокультурне значення.

**Результати дослідження.** В історії художнього життя Запоріжжя за радянських часів монументально-декоративне мистецтво набуло популярності як інструмент пропаганди соціалістичної ідеології та вшанування героїв більшовистської революції, Другої світової війни, соціалістичних змагань тощо. Багато інтер'єрів і фасадів громадських будівель та громадських місць у Запоріжжі були прикрашені мозаїками, рельєфами, розписами, що зображували сцени індустріальної праці, здобутків радянської науки і техніки, колективного землеробства та соціалістичної солідарності. Незважаючи на падіння радянського режиму, залишки цього ідеологічного мистецтва досі прикрашають міський пейзаж і слугують нагадуванням про минулу епоху. Як окремий тематичний напрямок монументально-декоративного мистецтва м. Запоріжжя тих часів окремо можна виділити теми оспівування української народної культури, козацтва тощо.

Одним з перших проявів мурал-арту в Запоріжжі наприкінці XX століття можна вважати мурал Володимира Гуліча «Жовтий шевроле Марлен Дитрих» (1997), створений ним на фасаді стіни біля кафе «Залізний Фелікс», який, на жаль, було знищено новими власниками кафе через п'ять років після створення [3]. В своєму творі художник «припаркував» машину біля чотирьох аркових проходів, звідки відкривається приголомшливий вид на засніжені гори.

у 2016 році в рамках проєкту «Сучасне місто» за підтримки USAID, громадської організації Cultprojector та Олександрівської районної адміністрації

був створений мурал «Все, що тобі потрібно, – це любов», за авторством українського графіка та художника-дизайнера Миколи Гончарова (Київ). Запорізький художник Олександр Шкаліков, який реставрував мурал у 2020 році зазначив: «Дівчина з пташкою синього кольору на жовтому фоні символізує прапор України. Тобто, наш прапор. І це круто, тому що це найбільше, я так гадаю, зображення прапора у місті Запоріжжя» [4].

Навесні 2019 року Департамент культури і туризму Запорізької міської ради, спільно з громадською організацією Cultprojector на чолі з Вікторією Верес, Art HUB Zp, Туристичним інформаційним центром, за підтримки благодійного фонду Sky Art Foundation провів фестиваль «Сучасне мистецтво для покоління Z», в рамках якого запрошені мистці створили серію муралів.

Це ініціатива не лише розширює культурний арсенал міста, а й сприяє формуванню арт-ком'юніті у Запоріжжі. Організатори проекту вважають, що мистецтво має бути доступним та активно інтегрованим у життя суспільства, а створення муралів на шкільних фасадах — це один із шляхів привернення уваги громадськості до культурного потенціалу міста та його сучасних тенденцій у мистецтві.

Мурал «Тато з донькою», створив на фасаді Школи мистецтв №2 художник родом з Донбасу Саша Корбан. Концепцію свого твору мистець висловив так: «... Це символічний витвір мистецтва. У нашому житті нам потрібна підтримка батьків. Кожна дитина талановита, головне її розвивати. Цей мурал демонструє важливість ролі батьків у житті дітей» [5].

Мурал «Тато з донькою» - це вражаючий фотореалістичний твір мистецтва, який відображає теплість та емоційну зв'язок між батьком і донькою. У цій композиції зображено тато, який стоїть спиною до глядача, тримаючи на руках свою втомлену від танцю доньку з пуантами в руках.

Деталі муралу виконані з величезною реалістичністю, що робить сцену надзвичайно живою та емоційно збагаченою. Виразність фігур героїв передає їхні почуття та емоції. Тато виглядає як люблячий батько, який зі старанням тримає свою доньку, показуючи їй свою підтримку та любов. Донька, у свою чергу, відображає втомленість, але одночасно й щастя від близькості зі своїм батьком. Вона обіймає його, з впевненістю розраховуючи на його підтримку та захист. Реалістичний стиль муралу дозволяє глядачам відчути себе частиною сцени, поглиблює їхнє сприйняття емоційного зв'язку між батьком і донькою. Мурал «Тато з донькою» викликає в глядача відчуття тепла, розкриває важливість сімейних взаємовідносин та емоційного підтримки у сучасному світі.

Київські художники Анастасія Меркулова і В'ячеслав Луніка створили мурал «Муза» на фасаді Запорізької музичної школи №1. Мистецька команда, що стояла за створенням муралу, відзначила, що особливу увагу приділили деталям, які відображають специфіку музичної школи: «Це муза музики. Плюс ми ще вписали сюди деякі музичні інструменти, на яких спеціалізується школа. Тут це ударні. Малюємо спочатку на папері, потім на комп'ютері, а потім вже на стіну переносимо» [2]. Це мурал, що досліджує сферу уяви та підсвідомості. Художники використовують сновидні образи, зіставлення розрізнених елементів і символічні мотиви для створення візуально вражаючої композиції, яка кидає виклик сприйняттю глядачів і провокує на роздуми. вражає своєю сюрреалістичною атмосферою та мистецькою експресією. У цьому творі мистецтва зображено музу музики, яка символізує натхнення та творчу силу, що переповнюється музичними нотами та емоціями. На фоні муралю можна побачити абстрактні форми, що нагадують хвилі музичних звуків, які летять назустріч дивовижній фігурі музи.

Мурал «Геометрія», створено художником з Луцька Андрієм Кальковим на стіні Запорізької школи мистецтв №3. Про роботу над муралом мистець розповідає так: «В мене є така серія – «Круговорот». Я її малюю 10 років. В кожній роботі зашифрована спіраль. Своєю сучасною мовою, спіраль – це символ розвитку, пізнання і взагалі руху. Зробили проект з місцевими учнями. Робили конкурс на ескіз, щоб композиція теж була співзвучна з моєю» [2]. Спіраль в цій композиції відображається у вигляді абстрактного геометричного елементу, що пронизує всю композицію муралу. Її форма і структура символізують нескінченний процес розвитку та еволюції, що відбувається як у фізичному, так і у психічному просторі. Геометричні лінії та фігури, що складають мурал, нагадують про структурованість та порядок у природі та космосі. Вони відображають гармонійну взаємодію різних елементів у всесвіті та символізують розуміння законів природи та математичних принципів.

У 2020 році новий арт-об'єкт «Космічна музика, яка зрозуміла всім!» прикрасив фасад музичної школи № 8, що розташована в районі, який має народну назву «Космос». Автор стінопису, запорізький художник і дизайнер Роман Халілов зазначив: «Це для мене рідний район – я тут народився та виріс. Хоч я тут і не вчився, мене зацікавила ідея нанесення на фасаді цієї школи тематичної картини. Оскільки це Космічний мікрорайон, тут буде зображений прибулець, який гратиме на музичному інструменті, а навколо — Всесвіт» [1]. Це вражаючий твір мистецтва, що відображає абстрактні та символічні елементи космосу та музики, об'єднані в єдину виразну композицію. Музика представлена у

муралі через символічні елементи звуків та ритмів. Лінії та форми, що пронизують всю композицію, нагадують хвилі звуку, що поширюються у просторі. Кольори та шари фарби відображають емоції та настрої, що супроводжують музичний досвід. «Космічна музика, яка зрозуміла всім!» втілює ідею універсальності та безмежності музики та космосу. Цей мурал надихає на відчуття дива та величі природи та мистецтва, а також викликає роздуми про місце людини в безмежному космосі.

Створений в тому ж році мурал, присвячений 250-річчю Запоріжжя, є твором мистецтва, що відображає багатовимірність історичної спадщини та культурного значення міста. Автором твору виступив мистець із США, відомий стріт-арт художник Міша Тютюник, уродженець України.

Розміщений на фасаді будівлі, розташованої на головному проспекті міста, цей мурал привертає увагу глядачів своєю масштабністю та експресивністю. В центрі композиції — портрет Якова Новицького — видатної постаті української історичної науки, в оточенні символів, які відображають ключові етапи розвитку Запоріжжя протягом 250 років його історії. Використання яскравих кольорів, величезних пропорцій та динамічних композицій додає муралу виразності та вражаючого впливу на глядача.

Загалом, мурал, присвячений 250-річчю Запоріжжя, є не лише художнім твором, але й важливим символом міста, який відзначає його історію, культуру та досягнення.

У жовтні 2020 року в Запоріжжі з’явився новий стінопис. Мурал, створений на фасаді історичного будинку Якова Лещинського в Запоріжжі, вражає своєю експресією та виразністю. Він виконаний у стилі поп-арт і зображує портрет відомого джазмена, Олександра Цфасмана, який народився у цьому місті. Автором цього муралу є відомий митець стріт-арту, Саша Корбан.

У муралі передано неповторну енергію та стиль музиканта через яскраві кольори, виразні контури та характерне обличчя Цфасмана. Використання поп-артових технік дозволяє створити атмосферу, яка властива жанру джазу.

Цей мурал стає яскравим прикладом того, як мистецтво може об’єднувати історію, культуру та сучасність. Він привертає увагу глядачів своєю оригінальністю та виразністю, створює унікальну атмосферу міста, стає не лише частиною міського пейзажу, а й важливим символом мистецького розмаїття та культурного спадку Запоріжжя.

**Висновки.** Вказаний перелік муралів не є вичерпним і не охоплює всіх творів мистецтва, що можуть бути знайдені у місті. Існують інші мурали та художні роботи, які залишилися поза увагою у цьому переліку і які потребують подальших досліджень. Однак, мурали, досліджені в цій роботі представляють собою

високохудожні твори, що містять у собі різноманітні стилістичні особливості, відображають творчість та індивідуальність художників, які їх створюють.

В останнє десятиліття Запоріжжя стало свідком ренесансу мурал-арту, який підтримується міською владою, зростаючою спільнотою художників, активістів та міських ентузіастів. За допомогою муралів досліджуються теми від історичних наративів до сучасних проблем, сприяючи діалогу та рефлексії як серед мешканців, так і серед гостей міста.

Поширення муралів справляє глибокий вплив на міський ландшафт Запоріжжя, перетворює райони на яскраві центри мистецької активності. Крім того, вони слугують каталізатором культурного туризму. Відзначаючи розмаїття, сприяючи діалогу та переосмислюючи міський простір, мурал-арт продовжує збагачувати культурне полотно Запоріжжя, надихаючи прийдешні покоління.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. На фасаді ще однієї музичної школи в Запоріжжі з’явиться мурал / Запорізька міська рада : веб-айт. URL : https://zp.gov.ua/uk/articles/item/8234/na-fasadi-sche-odniei-muzichnoi-shkoli-v-zaporizhzhya-zyavitsya-mural- (дата звернення: 19.02.2024).

2. Нові мурали з’явилися на фасадах трьох Запорізьких шкіл мистецтв / Суспільне Запоріжжя. URL : https://zp.suspilne.media/news/20607 (дата звернення: 19.02.2024).

3. Олійник С. Автор найкращого запорізького муралу відмітив ювілей / Zprz.City. URL : https://zprz.city/news/view/avtor-najkrashhogo-zaporizkogo-muralu-vidznachae-yuvilejfoto (дата звернення: 19.02.2024).

4. Яковлева О. У центрі Запоріжжя реставрують патріотичний мурал / Суспільне. Новини. URL : https://suspilne.media/54641-u-centri-zaporizza-restavruut-patrioticnij-mural/ (дата звернення: 19.02.2024).

5. Sasha Korban. Майже два роки тому створив мурал на фасадах школи мистецтв № 2 Запоріжжя. URL : https://www.facebook.com/Sasha.Korban2/posts/2952796838274527 (дата звернення: 19.02.2024).

***Анотація***

*Це дослідження, заглиблюючись у історичний, культурний та естетичний виміри, висвітлює значення муралів у художньому житті Запоріжжя. Мурали відіграють вагому роль у формуванні візуального ландшафту міста, відображаючи його соціально-політичну динаміку та мистецьку еволюцію. Це дослідження вивчає багатогранний вплив муралів на ідентичність Запоріжжя, публічні простори та громадську активність. Аналізуючи конкретні приклади та*

*простежуючи їхні історичні траєкторії, це дослідження має на меті висвітлити багату палітру муралів у Запоріжжі та їхнє неминуще значення в мистецькому середовищі міста.*

***Ключові слова**: Запоріжжя, мурали, художнє життя, культурна спадщина.*

***Summary***

*This study examines the significance of murals in the artistic life of Zaporizhzhia, focusing on their historical, cultural, and aesthetic dimensions. Murals shape the visual landscape of the city and reflect its socio-political dynamics and artistic evolution. The study explores the multifaceted impact of murals on Zaporizhzhia's identity, public spaces, and civic engagement. This study aims to highlight the rich palette of murals in Zaporizhzhia and their enduring significance in the city's artistic environment by analysing specific examples and tracing their historical trajectories.*

***Keywords:** zaporizhzhia, murals, artistic life, cultural heritage.*

**Лущій Світлана,**
*д-рка філол. наук, с.н.с., завідувачка відділу зарубіжної україністики, Інститут літератури ім. Т. Г. Шевченка НАН України, м. Київ, Україна*

# ПОГЛИБЛЕННЯ УКРАЇНСЬКО-ГРУЗИНСЬКИХ НАУКОВО-МИСТЕЦЬКИХ ЗВ'ЯЗКІВ ПІД ЧАС ВІЙНИ

До 24 лютого 2022 року Інститут літератури ім. Т. Г. Шевченка НАНУ співпрацював із багатьма зарубіжними навчальними закладами, Національними академіями наук, центрами українських студій, літературними об'єднаннями, товариствами, як-от: УВУ (Мюнхен), УВАН у США, Польською АН, Інститутом літератури Болгарської АН, Інститутом літератури Словацької АН, Інститутом літератури та мистецтв у Белграді, Університетом Ф. Палацького в Оломоуці, Центром славістичних досліджень Паризького університету, Інститутом шевченкознавства УВАН, Українським історичним товариством у США та ін.

Сьогодні, у часи російсько-української війни, ця діяльність не лише продовжується, а й істотно розширюється. З'явилися нові угоди про міжнародну співпрацю, створено відділ зарубіжної україністики. Згадуваний відділ розпочав свою діяльність в Інституті літератури в січні 2022 р. Одне із головних завдань цього відділу − формування спільного комунікативного поля із зарубіжними науковими та освітніми інституціями. Ґрунтовне висвітлення малознаних і взагалі невідомих аспектів українознавства в контексті зарубіжної україністики, популяризація наукових досягнень у цій галузі в Україні та за її межами.

До складу відділу увійшли співробітники Інституту, які займаються проблемами української діаспори (д.філол.н., с.н.с. С. І. Лущій, к.філол.н., н.с. Ю. І. Черняк) та науковці Міжнародної школи україністики НАНУ, які працювали над темою «Зарубіжна україністика: інституції, проблеми, постаті» (керівник науково-дослідної теми − Р. П. Радишевський, д.ф.н., проф., акад. НАН України, головний наук. співробітник Інституту літератури; д.філол.н, с.н.с., проф. В. М. Назарець, к.філол.н., доцент, головний філолог О. Б. Яручик, провідний філолог Ю. М. Боречко, лаборант В. В. Жигун). Із березня 2022 р. В. В. Жигун воює у лавах ЗСУ. Очолює відділ д.філол.н., с.н.с. Інституту літератури С. І. Лущій.

Продовжуючи діяльність вітчизняних та світових дослідників, спрямовану на вивчення і популяризацію багатющої культурної спадщини України в зарубіжжі, зокрема О. Астаф'єва, К. Біди, Дж. Броджі-Беркофф, Ю. Булаховської, М. Жулинського, М. Ласло-Куцюк, А. Мартеля, О. Мишанича, М. Мозера, Д. Наливайка, Ю. Пелешенка, Ф. Погребенника, І. Ребошапки, Дж. Сєдіної, М. Сулими та ін., науковці відділу зробили багато напрацювань у цій царині.

Співробітники відділу активно співпрацюють зі світовими науковими та освітніми інституціями, досліджуючи зарубіжну україністику на теренах Європи, Америки та Австралії, зокрема Польщі, Чехії, Словаччини, Франції, Італії, Німеччини, Великої Британії, США, Канади, Грузії та ін.

Так, д.ф.н., проф., акад. НАНУ Р. П. Радишевський багато років є дійсним членом Польської Академії Знань (Краків), нагороджений багатьма медалями та відзнаками, зокрема Кавалерським Хрестом Ордена Заслуги Республіки Польща (2012). Протягом 2022 − 2023 рр. Р. П. Радишевський, О. Б. Яручик та В. М. Назарець проводили активне співробітництво з Варшавським університетом та Білостоцьким державним університетом, були співорганізаторами міжнародних наукових конференцій, рецензентами авторитетних наукових видань.

Важливою сторінкою міжнародних взаємин відділу стала угода про українсько-грузинську співпрацю. 25 серпня 2022 р. відбулася двостороння онлайн-зустріч, на якій Інститут літератури та Центр українських студій Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі (Ivane Javakhishvili Tbilisi State University) обговорили питання подальшої спільної наукової діяльності. Ця угода була укладена саме на базі відділу зарубіжної україністики. Два роки триває плідна співпраця між українськими й грузинськими науковцями, освітянами та митцями.

До науковців Центру українських студій Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі (проф. Ніно Наскідашвілі, проф. Іване Мчеделадзе) долучилися також проф. Манана Гелашвілі − декан факультету західноєвропейських мов та літератур Тбіліського державного університету, Тінатін Маргалітадзе − проф. Державного університету Іллі, всесвітньо відомий лексикограф, член правління Європейської асоціації Лексикографії, а також Хатуна Берідзе − проф. Батумського університету імені Шота Руставелі, перекладачка, директорка Центру перекладознавчих студій. Результатом такої співпраці був спільний українсько-грузинський проєкт «Трагедія війни у фокусі українських і грузинських поетів», результатом якого стала публікація поетичної білінгвальної збірки «Виявляється, ти був у підвалі Маріупольського театру, Боже!» (2023).

Українсько-грузинської поетична збірка «Виявляється, ти був у підвалі Маріупольського театру, Боже!» побачила світ у грузинському видавництві «Сулакаурі» (директорка Тіна Мамулашвілі, редакторка Русудан Горгадзе), котре за власний кошт надрукувало книжку, стала першим етапом українсько-грузинської угоди. 6 липня 2023 р. у Національному музеї літератури України відбулася презентація цієї збірки.

Про значення поетичного слова як важливого чинника, що підтримує бойовий дух військових і зміцнює багаторічні культурні взаємини між нашими народами, ішлося у виступах і грузинських, і українських учасників презентації. Модераторка презентації, співавторка ідеї проєкту, професорка, провідний науковий співробітник відділу зарубіжних і слов'янських літератур Інституту літератури Н. М. Торкут навела ряд прикладів, які засвідчують потужність взаємодопомоги українців і грузинів у їхній боротьбі зі спільним ворогом-агресором – російською федерацією. 8. Відкриваючи презентацію, директорка Національного музею літератури України, заслужений працівник культури України Г. О. Сорока розповіла про те, що у стінах музею неодноразово виступав колектив Маріупольського театру, який згадується у поетичній збірці.

Директор Інституту літератури, академік НАН України М. Г. Жулинський відзначив, що українсько-грузинська збірка має велике духовне і символічне значення. Ця книжка потрібна і тим, «хто сьогодні воює зброєю, і хто воює словом", що «серця українських і грузинських поетів б'ються в одному ритмі» [2].

Над підготовкою книжки з великою любов'ю та наполегливістю працювала потужна команда українських та грузинських науковців, поетів, перекладачів. Відома харківська художниця Дар'я Хрисанфова чудово ілюструвала збірку. Її ілюстрації, філософські та символічні, допомагають читачам поринути у глибину поетичних текстів, які увібрали в себе і страждання, і незламність, і безмежний героїзм українського народу.

Завершуючи передмову, авторка – д. філол. н., доцентка кафедри світової літератури факультету української філології, культури і мистецтва Київського університету імені Бориса Грінченка, волонтерка − Юлія Вишницька, слушно відзначила: «Неповторний стиль художниці – у світлотіні й леті, у візерунках з обрисів, контурів, силуетів, у колоративному й емоційному суголоссі образів. У творах художниці – багато повітря, тому вони такі легкі, світлі, прозорі, у них відчуваються кроки води, що все змивають-очищають і в усьому залишать свої сліди. Картини Дар'ї Хрисанфової мають таку саму терапевтичну силу, як вірші, що на мить зупиняють серце, підживлюючи його любов'ю до цього світу й силою жити» [1, с. 17].

До цього видання увійшли поезії про війну, написані під час повномасштабного російського вторгнення. Серед авторів збірки українські та грузинські поети: Гіоргі Лобжанідзе, Сергій Жадан, Галина Крук, Ігор Астапенко, Галина Петросаняк, Борис Гуменюк, Наталка Маринчак, Генрі Долідзе, Дмитро Лазуткін, Роі Абуселідзе, Людмила Лещук (Горова), Калтамзе Ана Сурманідзе, Остап Сливинський, Като Джавахішвілі, Сергій Лазо, Ігор Павлюк, Юрій Ковалів.

До перекладу поетичних творів долучилися Рауль Чілачава, Ніно Наскідашвілі, Манана Гелашвілі, Хатуна Берідзе, Іване Мчеладзе, Лада Коломієць, Сергій Лазо, Юлія Черняк, Ірина Безродних, Анастасія Лазо.

Збірка поезій «Виявляється, ти був у підвалі Маріупольського театру, Боже!» – стане вагомим внеском у реалізацію наукової теми Інституту літератури ім. Т. Г. Шевченка «Українське суспільство в умовах війни, повоєнної трансформації та європейської інтеграції».

Упорядники цієї «захалявної книжечки» (збірочка виготовлена для фронту, тому має невеликий формат) дуже раді, що на сьогодні вона активно передається волонтерськими організаціями та Центром морально-психологічного забезпечення Командування Об’єднаних сил ЗСУ українським і грузинським бійцям.

У рамках згадуваної українсько-грузинської угоди 2022−2025 рр. також заплановано провести низку наукових заходів:

– обговорення роману «Восьме життя (Для Брільки)» Ніно Харатішвілі (український переклад Роксоляни Свято, видавництво «Комора», 2022) із запрошенням авторки, перекладачки та українських і грузинських літературознавців, письменників.

– панельна дискусія «Слово як зброя в національних літературах колишніх республік Радянського Союзу: на перехресті антиімперських, антитоталітарних і антиколоніальних імперативів» (планується, крім науковців України, залучити дослідників Грузії, Литви, Латвії, Естонії, Молдови).

– науковий семінар «Цензура поетичних перекладів грузинських і українських авторів радянської доби», спрямований на осмислення впливу ідеології на процес перекладання художніх текстів російською мовою в умовах комуністичного режиму.

Безперечно, втілення в життя цих задумів сприятиме поглибленню міжкультурного діалогу, зміцненню науково-мистецьких зв’язків із зарубіжжям. Така активна діяльність дозволить презентувати у світовому науково-освітньому просторі кращі здобутки літературно-художньої, мистецької та історичної спадщини України, а також ознайомити українське суспільство із світовим науковим та літературно-мистецьким континуумом.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Виявляється, ти був у підвалі Маріупольського театру, Боже! Збірка поезій. Вступна стаття Ю. Вишницької / Інститут літератури ім. Т. Г. Шевченка НАН України ; Центр Українських студій Тбіліського державного університету імені Іване Джавахішвілі. Тбілісі : Видавництво Сулакаурі, 2023 (електронна версія); 2023 (друкований варіант). 144 с.

2. Пришляк Я., Квасниця О. У ритмі сердець українських та грузинських поетів: відбулася презентація поетичної білінгвальної збірки про війну / День. 2023. 8 липня.

**Мазепа Олександр,**
*канд. іст. наук, в. о. доцента кафедри гуманітарної освіти,*
*Львівський національний університет природокористування,*
*м. Дубляни, Україна*

# УКРАЇНСЬКА ГЕРАЛЬДИКА ТА ГЕНЕАЛОГІЯ В 1945–1949 РОКАХ

Після закінчення Другої світової війни на території західнонімецьких землях у таборах для переміщених осіб, зібралися науковці зі східно- та центральноєвропейських центрів (Варшави, Праги, Подєбрад, Берліна та Відня) та емігранти із Західної України і Наддніпрянщини. Не випадково друга половина 40-х рр. ХХ ст. ввійшла до історії української історіографії під назвою DP-Period (з англ. Displaced Persons), тобто період переміщених осіб [11, с. 45]. Відносно сприятливі умови перебування в DP-таборах, де згуртувалася значна кількість науковців, уможливлювали продовження інтелектуальної праці. Яскравим підтвердженням цього є створення та діяльність цілої низки українських науково-освітніх та дослідницьких інституцій, установ та товариств в Західній Німеччині в 1945–1949 рр.

Діяльність Української родовідної установи (далі – УРУ) та Інституту родознавства та знаменознавства (далі – ІРЗ) все ще вимагає детального вивчення, незважаючи на те, що окремі аспекти цієї проблематики отримали часткове висвітлення. Серед наукових досліджень, присвячених безпосередньо діяльності УРУ варто відзначити статтю О. Кучерука, в якій на основі знайдених матеріалів в ЦДАВО України було висвітлено головні напрямки діяльності УРУ [3, с. 37–40]. Дослідники О. Ясь та М. Дмитрієнко, які займалися опрацюванням здобутків української закордонної історичної науки, вперше проаналізували різні аспекти діяльності УРУ, детально розглянули зміст публікацій в часописі “Рід та Знамено”, які становлять вагоме значення для української геральдики та генеалогії [1, с. 32–37].

Протягом 1946-1948 рр. в DP-таборах опинилося багато науковців, представників старої міжвоєнної еміграції, вихідців з Наддніпрянської України та Галичини, які зуміли створити УРУ, що стала репрезентантом всіх українських родів на еміграції. В першу чергу, за задумом Є. Архипенка, завдання згуртувати та об’єднати українську громаду покладалися на “Українську Родоводову Організацію”, яка б керувала цим процесом та стала репрезентантом всіх

українських родів на еміграції. Було підготовлено проект створення родовідної установи та окреслено основні засади її діяльності. Згідно початкового проекту, "планувалося поставити в обов'язок, щоб кожна українська родина села чи міста та поодинокі люди вписалися до Української родоводової книги й прийняли видимий знак роду – Родове знамено.

Повідомлення про заснування УРУ було подано в першому випуску часопису "Рід та Знамено" від 1 листопада 1946 року. Статут УРУ був затверджений на першому з'їзді її членів. Детально проаналізувавши положення статуту та головні засади діяльності родовідної установи, відзначимо, що УРУ задумувалася М. Битинським та Є. Архипенком як своєрідна структура, що, крім формальної реєстрації родів, мала б виконувати функцію згуртування української нації на основі спільного походження, родової спорідненості, що було надзвичайно актуальним у тогочасних умовах [10, с. 1–7].

Головною метою новоствореної установи було об'єднання українських знаменованих родів. Визначено ряд основних завдань, згідно яких УРУ: "… а) організовує життя українських Знаменованих Родів; б) затягає роди до Української Родовідної Книги; в) затверджує старі знамена на право їх публічного уживання; г) реєструє старі та будує нові знамена для земель, повітів, міст, волостей, сіл та корпоративних об'єднань; д) провадить різного роду досліди в справах українського знаменництва та родівництва" [7, с. 1].

Практична діяльність УРУ протягом 1946-1948 рр. зосереджувалася на виготовленні проектів родових гербів як для самих членів установи, так і членів інших наукових інституцій. Більшість гербів створив М. Битинський та художник Ю. Сластіон. М. Битинський, який був фахівцем з геральдики, перебуваючи в таборі Пфорцхайм, склав низку практичних рекомендацій, за якими мали виготовлятись герби для членів УРУ. На основі цих рекомендацій Родовідна Установа оформила і затвердила 20 родових знамен представників старих шляхетських родів [2, с. 10].

Після оформлення і затвердження знамена (герба) для роду, УРУ видавала спеціальне посвідчення, т. зв. свідоцтво, в якому подавались дата затвердження, опис родового знамена та його малюнок [8, арк. 6]. У додатку до свідоцтва могли подаватись пояснення до символіки гербового зображення. Відзначимо, що протягом всього часу функціонування УРУ, М. Битинський виготовив проекти гербів Біланів, Герасимовичів, Демчуків, Нечаїв, Лепких, Косачів, Кохно, Сапіг, Лимаренків, Оглоблиних, Рудницьких, Кульчицьких, Корчак-Городиських, Якса-Биковських, Бачинських, Сенютовичів, Розгонів, Повстенків, Семків, Олексієнків, Видибід-Руденків, до яких було подані докладні описи та роз'яснення [6, арк. 5].

За короткий час існування УРУ Є. Архипенку вдалося зібрати цінні матеріали до історії представників роду Ровицьких, Леліва Копистянських, Міхновських, Міяковських, Лимаренків, Лівицьких, Куниць, Токаржевських-Карашевичів, Свідницьких, Степаненків, Орликів, Петлюр, Тарнавських, Рашків, Чикаленків, Фурсенків [9, арк. 4].

Незважаючи на складні умови функціонування, УРУ стала одним з культурно-наукових осередків української еміграції, оскільки мала в своїй структурі відділи, які займалися науково-дослідницькою та організаційною діяльністю. Йдеться про Інститут родознавства і знаменознавства, який створив в 1947 р. відомий археолог М. Міллер. В Інституті відділом родознавства керував О. Оглоблин. Створення ІРЗ засвідчило прагнення українських науковців до співпраці та інституційного об'єднання, оскільки ними було враховано усі аспекти розгортання активної діяльності тогочасними європейськими науковими спільнотами.

Часопис "Рід та Знамено" став єдиним друкованим органом ІРЗ, який видавався у Франкфурті-на-Майні протягом 1947-1948 рр. циклостилевим друком. Поява цього видання в значній мірі сприяла розвитку геральдико-генеалогічних досліджень, незважаючи на складні повоєнні умови життя і Німеччині. Серед наукових співробітників УРУ найбільш активними були фахівці геральдики та генеалогії – М. Битинський, М. Міллер, В. Сенютович-Бережний та О. Оглоблин.

Серед важливих напрямів науково-організаційної діяльності УРУ та ІРЗ було проведення наукових з'їздів, конференцій. Зважаючи на реалії того часу, коли більшість науковців були розкидані по різних таборах, це було нелегке завдання. Однак 11-12 жовтня 1947 р. у таборі Майнц-Кастель вдалося провести з'їзд УРУ, на який прибуло 70 осіб. Доповіді учасників з'їзду були опубліковані у збірнику під назвою "Праці І З'їзду УРУ".

Через складні умови життя в англійській та американських зонах окупації Німеччини, у зв'язку з проведенням грошової реформи в грудні 1947 р. та поступовим переселенням більшості науковців до країн Північної Америки, діяльність УРУ пішла на спад [5, арк. 1].

Отже, незважаючи на важкі умови життя в DP-таборах Західної Німеччини, група дослідників та однодумців на чолі з Є. Архипенком створили в 1946 р. Українську родовідну установу. Діяльність цієї інституції розгорнулася в кількох напрямках: консолідація представників української громади в DP-таборах, пошук та збереження генеалогічних матеріалів, науково-видавнича діяльність. Загалом спільна координація науковців, дослідників спеціальних історичних дисциплін в рамках УРУ та ІРЗ сприяла появі багатьох видавничих проектів, однак повністю реалізувати їх не дозволили складні матеріальні умови та переїзд більшості науковців до США і Канади на поч. 1950-х рр.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дмитрієнко М. Часопис «Рід та Знамено» та його внесок у розвиток української еміграційної історіографії. *Бібліотечний вісник*. Київ, 1997. № 1. С. 32–37.

2. Записки Українського науково-дослідного інституту родознавства та знаменознавства. Майнц-Кастель, 1949. Т. 1. 86 с.

3. Кучерук О. Українська Родовідна Установа (УРУ) та часопис «Рід та Знамено». *Нумізматика і фалеристика*. 2006. № 1 (37). С. 37–40.

4. Лист В. Сенютовича-Бережного до Романа Климкевича. 2 квітня 1964 року / Архів Українського історичного товариства (архів Р. Климкевича). Ф. 1. Оп. 9. Спр. 34. Арк. 2.

5. Лист Р. Климкевича до В. Сенютовича-Бережного щодо відвідин архіва Є. П. Архипенка в 1963 році. 10 грудня 1964 року / Архів Українського історичного товариства (архів Р. Климкевича). Ф. 1. Оп. 15. Спр. 64. Арк. 1.

6. Лист М. Битинського до Є. Архипенка. 11 грудня 1947 р. / ЦДАВО України (Центр. держ. архів вищих органів влади та управління України). Ф. 5235. Оп. 1. Спр. 2112. 54 арк.

7. Родовідна справа. Рід та Знамено. Франкфурт-на-Майні, 1947. Зшиток 2. С. 2–4.

8. Рід та Знамено. Ч. 1 / ЦДАГО України (Центр. держ. архів громад. об'єднань України). Ф. 269. Оп. 2. Спр. 47. 30 арк.

9. Рід та Знамено. Ч. 2 / ЦДАВО України (Центр. держ. архів вищих органів влади та управління України). Ф. 5235. Оп. 1. Спр. 2114. 157 арк.

10. Статут Української Родовідної Установи. *Рід та Знамено*. Франкфурт-на-Майні, 1947. Зшиток 1. С. 1–7.

11. Wynar L. The Ukrainian Scholarship in Exile: The DP Period, 1945–1952. *Ethnic Forum*. Kent, Ohio, 1988. Vol. 8, № 1. P. 40–72.

***Анотація***

*Процес сучасного українського державотворення передбачає посилену увагу до вивчення діяльності тих наукових організацій та установ на еміграції, які своєю діяльністю не тільки пробуджували інтерес до української історії, а й в значній мірі сприяли збереженню національної ідентичності. У зв'язку з цим висвітлено діяльність Української родовідної установи, яка функціонувала протягом Ді-Пі періоду в 1946-1948 рр. Також проаналізовано доробок М. Битинського, М. Міллера, Є. Архипенка в царині української геральдики в 1945-1949 роках.*

***Ключові слова:*** *герб, Ді-Пі період, міська геральдика, територіальна геральдика, національно-державна символіка, науковий доробок, М. Битинський, Є. Архипенко, М.Міллер, Українська Родовідна Установа.*

***Summary***

*The process of modern Ukrainian state-building requires increased attention to the study activity of scientific organizations and institutions in emigration, which by their activities not only aroused interest in Ukrainian history, but also greatly contributed to the preservation of national identity. There are analyzed in detail the activity of Ukrainian Genealogical Institution functioned during 1946-1948 years of DP-period. There is presented the activity of M. Bytynsky, E. Arkhypenko, M. Miller in the field of heraldry during 1945-1948 years.*

***Keywords:*** *coat of arms, Di-Pi period, city heraldry, territorial heraldry, national and state symbols, scientific work, M. Bytynsky, E. Arkhypenko, M. Miller, Ukrainian Genealogical Institution.*

**Настащук Альона,**
*вчителька української мови та літератури,*
*Вашковецький ліцей,*
*Дністровський район Чернівецької області,*
*Україна*

# ФОРМУВАННЯ ЗАГАЛЬНОЛЮДСЬКИХ МОРАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ НА УРОКАХ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Постановка проблеми. Пріоритет сучасної моральності - загальнолюдські гуманістичні цінності. Критеріями цих цінностей виступають не лише уявлення про такі моральні якості, як доброзичливість, повага до людської гідності, милосердя, доброта, людяність, толерантність, порядність, вміння прощати, не чинити зла, а й практичні дії, вчинки, мотиви, стимули і наміри людей. Особливе значення має розвиток потреби в емоційному та духовному контактах з людьми, потреба у самоповазі, співчутті і співпереживанні людям. Людина, котра зруйнована зсередини, руйнує і світ. Криза особистості зумовлює політичну, екологічну, економічну й інші кризи суспільства, робить її тотальною. Василь Скуратівський у статті «Пам'ять родоводу» зазначав: «…проблема бездуховності складна й неоднозначна. Мусимо визнати, що в багатьох випадках завинили й самі. Десь-таки не довчили своїх дітей, у чомусь проґавили, не стали на захист духовних скарбниць»[1, с. 78]. Водночас на діяльність загальноосвітніх шкіл негативно впливає духовна криза суспільства, втрата ним багатьох цінних орієнтирів, а також складні соціально-економічні та політичні процеси нашого життя. Це виявляється в падінні вихованості молоді, в її бездуховності, цинізмі, байдужості.

Молоде покоління прагне набути знань, вмінь, навичок, які б допомогли у майбутньому, але, майже не замислюється над тим, яке місце в їх житті посідають загальнолюдські цінності. Останнім часом все більше спостерігається суттєве погіршення моральних взаємин між людьми. Це дедалі різкіше проявляється у поведінці не тільки «збагачених» досвідом дорослих, юнаків, а й підлітків і навіть дітей. У наш час є необхідним та дуже важливим переосмислення ідеалів, повернення до вічних цінностей людства, які мають закладати фундамент духовності як початкового напрямку подальшого розвитку людської цивілізації. Духовний розвиток особистості повинен стати головним завданням існування людства та кінцевою метою функціонування системи освіти і виховання [2, с. 24].

Аналіз досліджень і публікацій. Розв'язання поставленого завдання залежить від якісної організації процесу духовного виховання та розвитку молоді на всіх вікових періодах. В останні десятиліття до розробки ціннісної проблематики звертаються визнані фахівці української та зарубіжної освіти: Н. Асташова, І. Бех, М. Боришевський, О. Вишневський, П. Ігнатенко, А. Кир'янова, В. Сластьонін, О. Сухомлинська, Н. Ткачова, Г. Чиж та ін.

На першорядності завдання прилучення особистості учня до національних і загальнолюдських цінностей, необхідності наповнення навчально-виховного процесу наголошується в Законах України «Про освіту», «Про загальну середню освіту», «Про позашкільну освіту», в Національній доктрині розвитку освіти [3]. Через виконання понять «цінності», «ціннісне ставлення» конкретизовано зміст і цілі виховання у Програмі виховання дітей та учнівської молоді в Україні, Основних орієнтирах виховання учнів 1-11 класів загальноосвітніх навчальних закладів. Не залишається осторонь зазначених тенденцій і сучасна філологічна освіта.

Метою даної статті – є обмін досвідом формування загальнолюдських цінностей учнів в процесі вивчення української літератури, визначення виховних можливостей української літератури (виявлення та розкриття нових підходів до організації навчально-виховної роботи та визначення змісту духовної культури; використання народознавчого матеріалу; забезпечення єдності національних і загальнолюдських моральних цінностей; посилення морально-естетичної функції мистецтва слова).

Виклад основного матеріалу. Проблема розвитку та формування моральності є однією із центральних проблем сучасної педагогіки та психології. В основі процесу морального виховання науковці бачать формування в особистості прагнення до найвищих загальнолюдських цінностей: гуманістичних ідеалів злагоди, милосердя, правди, справедливості; переважання альтруїстичних мотивів, готовності поступитися власними інтересами заради інтересів інших; потреби безкорисно робити добро і триматися далі від зла. Ступінь розвиненості цих рис особистості свідчить про рівень її духовності.

Формування загальнолюдських цінностей - важливе завдання, яке поставило українське суспільство перед сучасною школою. Закон України «Про загальну середню освіту» визначає одним із найважливіших завдань реформи освіти – створення умов для збереження морального здоров'я наступних поколінь. Духовно-моральне виховання передбачає формування у представників підростаючого покоління таких рис духовної свідомості, як: почуття (сумління, обов'язку, віри, відповідальності, патріотизму); індивідуального духовного

обліку (терпіння, послуху); особистої позиції (здатності розрізняти добро і зло, прояву самовідданої любові (до ближніх), готовності до подолання життєвих випробувань); духовно зумовленої поведінки (готовності до служіння людям і Батьківщині, проявів духовної розсудливості, милосердя, доброї волі) [4].

Отже, основною метою виховання є пробудження в дитини бажання бути моральною. Враховуючи те, що дитина завжди знаходиться перед вибором, то вся сутність виховання полягає у тому, щоб людина від природи водночас і зла, і добра, розвинула б в собі прихильність до Добра, потребу йти дорогою доброти, робила щоденний вибір на користь саме Добра.

Проаналізувавши педагогічну спадщину В. О. Сухомлинського, розкриваємо розуміння вченим педагогіки добра. Вчитель рекомендує вихователям, педагогам, батькам бути прикладом для дітей, робити добро і спрямовувати дітей на такі прояви добра, як чемність, милосердя, співчуття, поступливість, добродіяння. Вважаю, що дороговказом до сходження дитини сходинками добра можуть стати такі слова В. Сухомлинського: «Моя влада над дитиною – це здатність дитини реагувати на моє слово, яке може бути теплим і ніжним, ласкавим і тривожним, суворим і вимогливим, – і завжди мусить бути правдивим і доброзичливим… Я твердо вірю в те, що виховати дитину можна насамперед ласкою, довірою, добром». Рівень морального виховання особистості, як відомо, залежить від багатьох факторів, але суттєве значення має воля людини та її бажання стати кращою, несхожою на всіх. Існує багато різних шляхів реалізації та здійснення морального виховання. До них відносять: зразок батьків, дошкільні заклади, школа, позашкільні заклади, самовиховання, вплив навколишнього середовища тощо. Але першочергову роль з наведених прикладів відіграють, по-перше, сім’я, а по-друге, – школа та позашкільні заклади.

На виховання кращих людських якостей наголошує і чинна Програма з української літератури. Сьогодні, як ніколи, перед нами, педагогами, стоїть важливе завдання: виховувати у школярів доброту і любов до людини. Для цього ми повинні в системі навчально-виховної роботи сповна використовувати той багатющий матеріал, який несе в собі мистецтво слова. Саме українська література і є носієм потужного заряду духовної енергії, здатна передавати загальнолюдські й національні цінності від покоління до покоління.

Все частіше у засобах масової інформації зустрічаємо жахливі картинки дитячої жорстокості, а чи здригаємось від почутої лайки. Чому? Чому у XXI столітті з його надсучасними технологіями так катастрофічно не вистачає духовності, гуманізму? [5]. Відповідь може бути різною, але для кожного учителя-філолога зрозуміло, що найефективнішим чинником, що формує духовний світ

дитини, є читання художньої літератури. Саме через розвиток інтересу до читання найкращих літературних творів відбувається формування особистості. «Певно, ніхто з нас не заперечуватиме, як важливо зараз, у добу панування прагматизму, цинізму, бездуховності, піднести загальний рівень освіченості, загальної культури українського суспільства, утвердити культ високої духовності і моральності», – зазначає Раїса Мовчан у статті «Прочитати класику по-сучасному» [6, с. 52]. Тобто, вивчення літератури мусить розвивати здатність учня утвердитися як особистість, розв'язувати проблеми, розвивати комунікативні якості, формувати світоглядні та загальнолюдські цінності. Адже українська література, як і культура загалом, формувалася протягом багатьох віків і відбиває моральні засади свого народу, утверджує категорії істини, краси, добра.

На уроці літератури перед учителем стоїть важливе завдання не тільки навчити спілкуватися рідною мовою, а й донести кожне слово до душі, щоб спонукало воно дитину до праці, моральних вчинків. Кожен урок повинен виховувати, тобто нести ті цінності, які закладені у творах українських письменників, у культурі нашого народу, у любові до рідного краю. Тому, ідучи на урок, потрібно ставити перед собою мету: відновити національну гідність і високу моральність народу. Така мета вимагає нестандартного підходу до проведення уроків літератури. Урок, на мою думку, має бути особистісно зорієнтованим, давати можливість кожній дитині самій пізнавати світ, розкрити свій творчий потенціал, розумові здібності, духовні можливості.

Всім відомий вислів, що найкраще виховує людину життя. Літературні твори – то і є життя. На їх основі можна успішно реалізувати проблемну тему.

Звісно, що кожний урок – це урок виховання патріотизму, людяності, доброзичливості, милосердя, любові до батьків, родини, але особливо хочеться виділити ті твори, в яких найбільше розкрита проблема виховання загальнолюдських цінностей (В. Винниченко «Федько-халамидник» – виховує усвідомлення найважливіших цінностей моралі та етики, прагнення до добра й справедливості, чесності та порядності; С. Черкасенко «Маленький горбань» – виховання кращих рис людини – милосердя, людяності, доброти, співчутливості; Г. Тютюнник «Климко» – виховання гуманних якостей людини – чуйність, турботу про ближнього, здатність співпереживати та йти на самопожертву; С. Чернілецький «Теплота родинного інтиму» – виховання любові до рідного дому, батьків, почуття відповідальності за них тощо).

Рішуче відстоював ідеї гуманізму, народності, добра Г. Сковорода. Формування справжньої людини – найвищий ідеал Г. С. Сковороди. У свідомість учнів він вкладав свою «філософію серця». Вищою мірою Любові (добра, справжності,

краси) є духовна особистість. Учителі літератури намагаються довести учням, що пізнати себе людині потрібно для того, щоб виявити свої здібності, закладені природою, усвідомити власні фізичні і розумові можливості. Однією з умов усезагального щастя філософ вважав доброзичливе ставлення людини до людини, працьовитість, взаємоповагу, вірність у дружбі.

У наш час відродження духовності особистості покладається на усну народну творчість, у якому є чіткий приклад тому, як потрібно виховувати підростаюче покоління. Фольклор – енциклопедія моральних цінностей, духовна заповідь народу майбутньому поколінню. Вважаю, що повага до минувшини, збереження національних традицій, звичаїв і є першоосновою патріотичного виховання.

Викликати більше зацікавлення художнім твором допомагають творчі завдання: продовжити художній твір, доповнити сюжет твору, написати лист герою твору, як би я себе поводив, якби головний герой був моїм другом, запрошення героя твору на урок. Такі завдання дають можливість побачити, чим живуть мої учні, про що мріють, що цінують у житті, яким моральним цінностям надають перевагу.

На прикладах літературних творів учні мають зосередитись на моральних акцентах, на проблемі вибору своєї життєвої й моральної поведінки. Завдання педагога полягає у розвитку та вдосконаленні умінь учнів спостерігати, аналізувати, робити висновки, викликати бажання відповідати загальнолюдським ідеалам. Практика засвідчує, що найбільш успішно загальнолюдські цінності засвоюються у єдності з національною культурою. Наприклад, пізнання перлин національного мистецтва допомагає глибше зрозуміти пісенні, музичні, танцювальні жанри народів світу. Національний фольклор, у якому, як у дзеркалі, відображено культурно-історичний, мистецький шлях народу (думи, пісні, скоромовки, прислів'я, приказки тощо) допомагає збагнути менталітет народу, його неповторність [7, с. 177].

Значне місце у формуванні духовності людини, її культури посідає родинно-побутова культура, в якій найбільш повно закладені норми стосунків у сім'ї, виховання шанобливого ставлення до батьків, жінки-матері, дідуся, бабусі і т. д. Зміст родинно-побутової культури сприяє збереженню рідної мови, традицій, історії родоводу, забезпечує духовну єдність поколінь, неперервність минулого, сучасного і майбутнього нації, суспільства загалом. Духовність особистості означає її інтелектуальний розвиток, що здійснюється як у процесі взаємодії людини з суспільством, природою, так і шляхом цілеспрямованої навчально-виховної роботи за умови нерозривної єдності національних і загальнолюдських надбань науково-професійної думки.

Особлива роль у формуванні загальнолюдських норм моралі відводиться національним релігійним традиціям. Національна школа мусить бути відкритою до релігії і церкви і тісно співпрацювати з ними з метою найшвидшого повернення фундаментальних загальнолюдських вартостей, моральності. Вироблення у школяра свідомого й позитивного ставлення до моральних норм і до їх дотримання відбувається в спілкуванні з дорослими, а в школі, у першу чергу, – з учителями [8, с. 88].

Оскільки провідним класичним інструментом будь-якої педагогічної технології є методи здійснення навчально-виховної роботи по формуванню особистості учня шкільного віку, то найбільш ефективними серед них я вважаю: Метод репродуктивного пояснення (бесіда, роз'яснювання, научування). Метод привчання і вправлянь (доручення, чергування, показ і вправи). Метод створення педагогічних ситуацій (ситуації співпереживання, морального вибору, моральної творчості). Метод стимулювання моральної поведінки (заохочення, похвала, оцінка, нагорода та ін.).

Отже, учитель літератури мусить на своїх уроках формувати самостійне, критичне, творче мислення учня через аналіз художнього твору чи дискусійне обговорення найважливіших проблем, висвітлених у художньому творі. А методи реалізації цих завдань у кожного учителя власні. Вони залежать як від матеріалу, який вивчається, так і уподобань і можливостей учителя. Головною і незамінною умовою є створення атмосфери любові до предмета, бажання до постійного самовдосконалення. У процесі вивчення української літератури я створюю певні психологічні передумови, що виявляються у здатності учня заглиблюватися в себе, подумки ставити себе на місце літературного героя, аналізувати і пояснювати поведінку в різних конфліктних ситуаціях, створювати відносно стійкий образ «Я». Саме література як вид мистецтва підсилює моральні переживання, вона є важливим фактором формування моральної культури учня. На основі власного педагогічного досвіду я вважаю, що позитивними умовами виховання особистості є: застосування різних видів нетрадиційних форм вивчення української літератури (дискусій, диспутів, усних журналів, конференцій, колективних творчих справ, конкурсів, вікторин); залучення учнів до ситуації самостійного вибору загальнолюдських моральних цінностей у процесі навчання (застосування елементів літературного пошуку, створення проблемних ситуацій у процесі навчання); використання народознавчого матеріалу, забезпечення єдності національних і загальнолюдських моральних цінностей, посиленням морально-естетичних функцій слова.

Що стосується методів формування загальнолюдських моральних цінностей, то на уроках я використовую: метод активного навчання, що сприяє розвитку навичок критичного мислення й аналізу, спричиняє зміну усталених загальнолюдських цінностей; метод бесіди, що зачіпає почуття учнів, сприяє формуванню чітких моральних переконань, які потім стануть мотивами їхньої поведінки; метод сугестії, при якому виявляється вплив загальної думки, поглядів почуттів, виражених у традиціях народної моралі.

Українська література дає багато прикладів справжньої дружби, кохання, які окрилюють учнівську молодь, збагачують життя юнаків і дівчат, облагороджують їхню поведінку. «Приміряння» до образів літературних героїв розкриває погляди учнів на моральні якості персонажів, бажання в чомусь досягти їх рівня.

Виходячи з цього, я неодноразово переконувалася, що саме спільний підхід до засвоєння моральних якостей має непересічне значення у формуванні загальнолюдських цінностей. Формування моральної самостійності здійснюється на всіх ступенях навчання. Необхідною умовою успішного формування загальнолюдських моральних цінностей учнів є єдність навчального процесу та позакласної роботи. Через зміст навчальних дисциплін реалізуються різні напрямки виховання, що сприяє формуванню та засвоєнню найважливіших загальнолюдських моральних цінностей. Я вважаю, краще дитина менше орієнтуватиметься у тонкощах правопису, стилістики, помилятиметься у визначенні літературних термінів, але навчиться розпізнавати добро і зло. Значно важливішими є світогляд на спрямованість дитини, повнота і багатство її внутрішнього світу, рівень моральності.

Висновки. Отже, виходячи із власного досвіду, і з особистої точки зору як людини, і з опрацьованого матеріалу за темою «Виховання загальнолюдських моральних цінностей на уроках української літератури», я вкотре переконалася, що художня література завжди була й залишається чимось більшим, ніж просто література. У народній казці, пісні, думі, поезії, драмі, романі чи повісті живуть реальні люди. І поринаючи у світ, сформований задумам митця, учні проходять разом з літературними героями їхніми непростими шляхами, відчувають усю складність життєвих перепетій, вчаться, як треба і як не треба чинити, щоб завжди залишатися людиною серед людей.

То ж потрібно завжди пам’ятати, що доброта – ознака сили, а не слабкості. І нехай завжди супроводжують усіх нас слова геніального поета Т. Г. Шевченка: «Раз добром нагріте серце – вік не охолоне».

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Українська мова й література в середніх школах, гімназіях, ліцеях та колегіумах. *Науково-методичний та літературно-мистецький журнал.* Київ : Педагогічна преса, 2010. № 4, 5. С. 78.

2. Ващенко Т. Г. Діагностика моральних цінностей особистості школярів. *Рідна школа.* 1996. № 2. С. 24–25.

3. Про загальну середню освіту : Закон України за станом на 13 травня 1999 року / Законодавство про освіту. Київ : Парламентське видавництво, 2002. 159 с.

4. Дем'янюк Т. Д. Духовно-моральне виховання особистості: інноваційний підхід : навчально-метод. Посібник / Інститут інноваційних технологій і змісту освіти ; Рівненський держ. гуманітарний ун-т. Київ : Волинські обереги, 2007. 316 с.

5. Скуратівський В. Т. Поствіт. Київ : Видавництво ЦК ЛКСМУ «Молодь» 1998. 172 с.

6. Мовчан Р. В. Прочитати класику по-сучасному. *Українська мова й література в середніх школах, гімназіях, ліцеях та колегіумах.* 2004. № 4. С. 52–61. Липень.

7. Провідні напрямки формування духовності учнів на уроках української літератури. *Громадянське виховання молоді засоби мови та літератури* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, 4–5 лютого 2003 року / гол. ред. д-р іст. наук, член-кор. АПН України В. О. Пащенко та ін. Полтава, 2003. С. 177–182.

8. Почтовюк С. І. Формування загальнолюдських моральних цінностей молодших школярів як основа духовного виховання. *Вісник Житомирського державного університету.* 1996. Випуск 3 (75) : Педагогічні науки. С. 88–90.

***Анотація***

*У статті розглянуто проблеми морального виховання учнів. Визначено оптимальні умови формування загальнолюдських моральних цінностей в учнів на уроках української літератури. З'ясовано, що моральні основи виховання є засобом формування духовності людини. Запропоновані завдання, практична реалізація яких спрямована на формування особистісних рис людини, що включають в себе розвиток духовності, моральну, художньо-естетичну культуру, національну свідомість.*

***Ключові слова:*** *загальнолюдські цінності, моральне виховання, духовність.*

***Summary***

*The article deals with the problems of moral education of students. The optimal conditions for the formation of universal moral values in students at Ukrainian literature lessons are determined. It is found that the moral foundations of education are a means of forming human spirituality. The tasks are proposed, the practical realization of which is aimed at the formation of personal traits of a person, including the development of spirituality, moral, artistic and aesthetic culture, national consciousness.*

***Keywords:*** *human values, moral education, spirituality.*

**Slobodianyk Anastasiia,**
*1st year master's student Faculty*
*of Restaurant, Hotel and Tourism Business,*
*State University of Trade and Economics,*
*Kyiv, Ukraine*

# ON THE WAY TO AN INCLUSIVE SOCIETY: PROBLEMS AND PROSPECTS OF ENSURING ACCESSIBILITY OF UKRAINIAN HIGHER EDUCATION FOR PEOPLE WITH DISABILITIES

"I believe that people with disabilities do not exist. Only the possibilities of technology are limited," said Stephen Hawking, a famous British theoretical physicist, cosmologist and author, who became known for his research in the field of black holes, relativity and quantum gravity [1].

The World Health Organisation estimates that more than 1 billion people, approximately 15 % of the world's population, live with some form of disability. Between 110 and 190 million adults face severe difficulties in their daily lives. The rate of disability is growing due to factors such as an ageing population and an increase in the number of chronic diseases.

As of 1 January 2021, there were 2.7 million people with disabilities in Ukraine. Among them, there were 222,300 people with group I disabilities, 900,800 people with group II disabilities, and 1.4 million people with group III disabilities. According to the State Statistics Service, 163,900 children have disabilities [2].

In all developed countries, there is support for students with physical disabilities. It began with the "facilitated programme for disabled people" adopted by the UN General Assembly in a resolution in accordance with the "Standard Rules on the Equalisation of Opportunities for Persons with Disabilities".

This programme takes into account the requirements of unselfish work in the university campus community as well as in home settings and provides educational facilities, counsellors and service assistants, psychiatric and social support to the disabled [3].

Admission to higher and vocational higher education institutions for persons with disabilities is carried out on a competitive basis in accordance with the Terms of Admission to Higher and Vocational Higher Education Institutions approved by the central executive body responsible for the formation of state policy in the field of education and science.

The issue of accessibility of educational institutions for students with disabilities is a really important problem in Ukraine. Many Ukrainian higher education institutions do not have adapted facilities for students with disabilities, including ramps, special classrooms and lifts. This creates significant barriers to physical access to education and the use of learning tools for people with disabilities.

Due to physical or mental impairments, adapted learning materials, such as audio or text versions of textbooks, may be required. However, such adapted learning materials are not always provided in Ukrainian higher education institutions, which creates a barrier to education for people with disabilities.

Financial support from the state is indeed an important component in ensuring equal opportunities in higher education and can be directed towards the construction of ramps for physical access for students with disabilities, as well as the adaptation of classrooms and infrastructure to ensure unimpeded learning and movement. Funds can be allocated for the purchase of technological equipment that facilitates learning for students with different types of disabilities, such as computer programmes for blind students or special hearing aids.

Let's consider specific steps to address the issues related to the rights of persons with disabilities in higher education:

1. The higher education institution installs special ramps and lifts for students with disabilities to ensure their physical access to all classrooms. This helps students with disabilities to move freely around the campus.

2. The university's faculty organises training courses for teachers to work with students with disabilities. Teachers receive the necessary training to help them create adaptive learning materials and work with the different needs of students.

3. The university introduces a scholarship programme for students with disabilities to help them financially support their studies and life, and cooperates with local NGOs of people with disabilities to organise seminars and trainings on the rights and needs of students with disabilities.

4. The university offers individualised study plans and support for students with different types of disabilities, including extra time in exams or individual consultations with teachers.

At the same time, despite the creation of various areas of activity for the recovery and further functioning of people with disabilities, the issue of creating adaptive technological solutions remains relevant today.

In particular, in 2023, at the State University of Trade and Economics, a team of higher education students created the idea of the startup project EasySign, a mobile application that contains a programme for reading sign language and converting it into

text and vice versa, text into symbols, as part of a startup competition. This start-up initiative is aimed at enabling people with hearing and speech impairments to communicate with those who do not know sign language. The value advantages of this development for potential users are convenience, ease of use, comfort of communication and interaction with society [4, p. 42–47].

Having analysed the competitiveness of the startup project, it should be noted that to use the EasySign mobile application, you only need an existing mobile device, which greatly facilitates its further use.

To use the application, special gloves are required, which activate the application using sensors and special software for smartphones and make it difficult to work with, due to the large gap between the languages of computer code and signs.The current realities of Ukraine indicate the depth of the problem of communication and interaction between people with hearing and speech impairments in society.

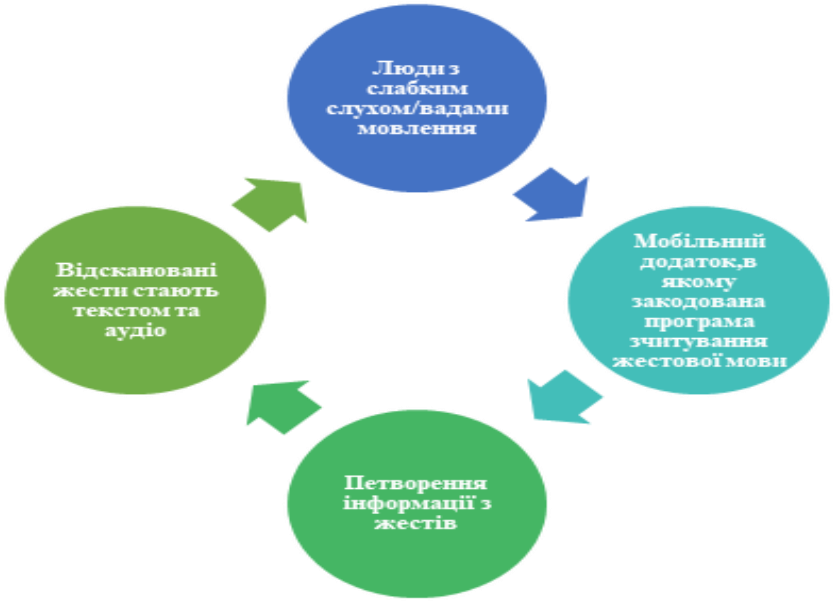



Figure shows how the EasySign startup project works

*Source: developed by the author on the basis of data from [Author's development].*

*Авторка цієї статті була у складі команди та внесла рівноцінний вклад у розробку стартап-проєкту.*

It is impossible to quantify the accessibility of infrastructure facilities or the adaptability of secondary specialised or higher education for people with hearing impairments. In other words, the special needs of people with hearing impairments are almost completely unadapted to public life in Ukraine.

At the same time, the main disadvantage is the human factor, in particular the insufficient number of sign language interpreters.

The solution is based on the use of smartphones that will have a sign language interpretation application installed on them, which will be developed. The application

uses the smartphone's camera to read gestures. The read data is then processed on the server side and the translation results are displayed on the smartphone display.

*Source: developed by the author based on data from [5, p. 87–91].*

Thus, the problem of ensuring the rights of persons with disabilities in higher education in Ukraine is an urgent issue that requires immediate attention and action. As we have explored in this article, a significant percentage of the population in Ukraine lives with disabilities, and it is crucial to ensure that they have equal opportunities for education and social inclusion.

In light of these considerations, it is clear that ensuring the rights of persons with disabilities in higher education in Ukraine requires concerted efforts on the part of both government agencies and educational institutions. It is crucial to translate the legislative framework into real actions that remove barriers and promote inclusivity.

Ensuring inclusivity and equal access to education for all, regardless of physical or cognitive disabilities, is not only a legal obligation, but also a moral imperative that can contribute to a more just and prosperous society. All stakeholders have an obligation to cooperate and work diligently towards this goal.

## LIST OF REFERENCES

1. Stephen Hawking, in His Own Words : сайт URL : https://www.nytimes.com/2018/03/14/world/europe/stephen-hawking-quotes.html

2. Rights of Persons with Disabilities during the War in Ukraine / Kharkiv Institute for Social Research (KIISD), League of the Strong (LS), National Assembly of People with Disabilities (NAPD), European Forum of People with Disabilities (EFD) / Open Dialog Foundation : сайт. 2023. URL : https://www.edf-feph.org/content/uploads/2023/02/PDF-Summary-of-monitoring-report-Rights-of-persons-with-disabilities-during-the-war-in-Ukraine.pdf

3. Standard Rules on the Equalization of Opportunities for Persons with Disabilities / United Station.Department of Economic and Social Affairs Disability : сайт. URL : https://www.un.org/development/desa/disabilities/standard-rules-on-the-equalization-of-opportunities-for-persons-with-disabilities.html

4. Yaroshenko M. O., Varfolomieiev A. Y., Yaganov P. O. Інерційна система розпізнавання жестів. *Мікросистеми, електроніка та акустика.* 2019. № 24 (5). С. 42–47.

5. Шаповал І. В., Лебедев Д. Ю. Алгоритм роботи пристрою AES шифратора. *Проблеми інформатизації та управління.* 2016. № 1 (53). С. 87–91.

**Сова Маргарита,**
*д-рка пед. наук, професорка;*
**Дєніжна Світлана,**
*канд. пед. наук, доцентка,*
*Державний податковий університет,*
*м. Ірпінь, Україна*

# АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЕМПІРИЧНИХ МЕТОДИК МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ

**Постановка проблеми.** Сучасні процеси глобалізації, трансформації суспільного життя та крос-культурної комунікації зумовили необхідність вирішення складних завдань на шляху гармонійного входження співвітчизників у полікультурний простір.

Разом з тим, складні реалії воєнного часу, що характеризуються масштабними евакуаційними процесами, спонукають людей до міжкультурної взаємодії, інтеграції в іншомовному середовищі, адаптації в поліетнічних колективах.

У країна ЄС регулярно проводяться мітинги та конференції, активна діяльність яких спрямована на досягнення миру та безпеки у світі, на допомогу українцям у складний воєнний період. Наразі пильна увага світової спільноти була зосереджена на Мюнхенській конференції безпеки, що відбулася в лютому 2024 року.

Однак життєдіяльність людей за кордоном за часів війни створює певні труднощі для встановлення конструктивних стосунків. Адже розширення міжкультурних контактів нерідко призводить до деструктивних явищ, трансформації світогляду, інноваційних пошуків у кожній культурі.

Як показала практика спілкування при комунікативній взаємодії з представниками різних культур можуть виникати комунікативні бар'єри – мовні (смислові), етнокультурні, світоглядні, психологічні, – котрі спричиняють прояви емоційної нестійкості до стресових ситуацій, недостатнього рівня міжкультурної компетентності.

Міжкультурні бар'єри у взаємовідносинах проявляються у різних формах, зокрема: непорозуміння партнерами один одного; нерозуміння правил і особливостей поведінки представників іншої культури; взаємного неприязного ставлення; недовіри. За таких умов основою для комунікації стає життєвий досвід, який може суперечити особливостям досвіду партнера.

Виникнення комунікативних бар'єрів потребує переоцінки міжкультурних контактів і власної етнічної ідентичності на основі толерантності, емпатії, адекватного сприймання відмінностей як передумов встановлення ефективних стосунків, взаєморозуміння та успішної інтеграції в полікультурному середовищі.

У цьому контексті *актуальності* набувають пошуки гносеологічних орієнтирів, моделей міжкультурної взаємодії та методичного інструментарію, які недостатньою мірою здобули наукового осмислення в дослідницькому просторі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій** свідчить про науковий інтерес вчених до розгляду широкого спектру проблем міжкультурної комунікації та способів подолання труднощів у невизначених ситуаціях, до аналізу негативних емоційних станів переселенців в нових умовах життєдіяльності. У цьому аспекті варті уваги праці Р. Н. Карлетона, присвячені толерантності/інтолерантності як ключових факторів виникнення тривожних і депресивних розладів, а також необхідності приймати рішення в ситуаціях неясності та суперечливості [2].

У роботах Д. Мацумото та Х. Хванга розглядаються проблеми крос-культурної компетентності. Авторами пропонуються методи оцінки адаптації та адаптованості осіб до умов полікультурного середовища. Якщо адаптацію рекомендується оцінювати завдяки аналізу стилю взаємодії, якості вибудованих стосунків з представниками інших культур і їх характеру, то адаптованість визначається за допомогою виявлення рівня стресу, самооцінки, наявності або відсутності психологічних розладів і порушень соціальної поведінки, зокрема вираженого культурного шоку [10].

Міждисциплінарний характер наукових розробок з поставленої проблеми зумовлюють *актуальність її дослідження* та необхідність поглибленого вивчення.

**Мета статті** – здійснити аналітичний огляд емпіричних методик дослідження міжкультурної компетентності.

**Виклад основного матеріалу.** Здійснення аналізу методик міжкультурної компетентності потребує, перш за все, конкретизації цього феномена.

У широкому розумінні міжкультурна компетентність розглядається як адаптивна властивість суб'єктів міжкультурної комунікації, що сприяє ефективній взаємодії між представниками й контекстами різних культур, а також між окремими особами всередині однієї національної культури або мультикультурної спільноти на цивілізаційному, етнокультурному та міжособистісному рівнях спілкування.

У вузькому розумінні даний феномен тлумачиться як інтегративна властивість взаємозумовлених соціокультурних, лінгвістичних і психологічних компонентів, які дозволяють кожній особистості ефективно взаємодіяти й співпрацювати з представниками інших культур.

Багатогранність й інтеграційна спрямованість міжкультурної компетентності дозволяє розглядати цей феномен як: базу для конструктивного діалогу; фактор соціалізації та самореалізації в полікультурному просторі; умову ефективної взаємодії суб'єктів спілкування; спосіб подолання бар'єрів комунікації; засіб вдосконалення фахової компетентності; інструмент досягнення міжнародної солідарності та продуктивності інтернаціонального співробітництва.

У структурі міжкультурної компетентності виокремлюються такі складові: емоційна, – що характеризується проявами емпатії та толерантності, які утворюють психологічний базис для ефективної міжкультурної взаємодії; когнітивна, – яка проявляється в егоцентризмі та етнокультурному релятивізмі, котрі слугують для адекватного тлумачення комунікативної поведінки представників інших культур, подолання непорозуміння та змінення власної комунікативної поведінки в інтерактивному процесі; процесуальна, – призвана визначити стратегії, які використовуються в ситуаціях міжкультурних контактів (пошук загальних культурних елементів, виявлення сигналів нерозуміння, використання досвіду контактів, збільшення обсягу знань про особливості культури партнера).

З цих позицій дослідниками пропонуються емпіричні методики міжкультурної компетентності, зосереджені на оцінці таких показників, як: міжкультурні риси характеру особистості («Шкала міжкультурного адаптаційного потенціалу ICAPS» і «Опитувальник мультикультурної особистості» (MPQ); міжкультурних можливостей(«Шкала культурного інтелекту» (CQS); міжкультурних відносин і світогляду «Опитувальник міжкультурного розвитку» (IDI).

На увагу заслуговує «Опитувальник «Вимірювання міжкультурної комунікативної компетентності» — Intercultural communication competence instrument (ICCI) Лілі Арасаратман [1]. Дослідження сформованості міжкультурної компетентності з використанням методики (ICCI) передбачається здійснювати на основі розглянутих вище складових, зокрема з точки зору трьох вимірів: когнітивного, афективного та поведінкового. Так, твердження опитувальника, які стосуються *когнітивного* (*cognitive*) *компонента*, ґрунтуються на дефініції когнітивної складності. Згідно позиції автора, особи, які мають високий рівень когнітивної складності, є більшою мірою переконливими в дискусії, демонструють кращі інтегративні та комунікативні навички, що сприяють успішній адаптації та інтеграції, а також прямо відповідають сформованості міжкультурної компетентності. Пункти опитувальника, що стосуються *емоційного* (*affective*) ***к**омпонента* досліджуваного феномена, спрямовані на виявлення відчуття особою емоційного взаємозв'язку з представниками іншої культури. Поведінковий

*(behavioural*) компонент передбачає оцінювання таких показників міжкультурної компетентності: наявність конструктивної мотивації та усвідомленого прагнення до взаємодії з особами з іншого культурного середовища, здатності адаптувати свою поведінку й вимірювати моделі спілкування відповідно до норм іншої культури, а також наявність дружніх стосунків з представниками інших культур.

Даний опитувальник позиціонується авторами як альтернатива особистісно-зорієнтованим моделям вимірювання міжкультурної компетентності (наприклад: Multicultural Personality Questionnaire).

*Шкала поведінкової оцінки для міжкультурної комунікації* – The behavioral assessments cale for inter cultural communication effectiveness (BASIC) Джолин Кестер и Маргарет Олеб. Дана тестова методика розроблена з позицій поведінкового підходу до виявлення ефективності міжкультурної комунікації. Опитувальник складається з питань самозвіту спостерігача для оцінки поведінки окремих осіб по кожній з семи шкал: 1) прояв поваги до іншої особи (*display of respect*); 2) орієнтація на знання ( *orientation to knowledge*) як здатність до самопізнання та пізнання світу; 3) емпатія (*empathy*) – здатність до проникнення у внутрішній світ іншої людини і поводити себе так, як неначебто Ви розумієте світ таким, як і інші; 4) рольова поведінка (*rolebehavior*) – ініціювання ідей щодо вирішення проблем у міжкультурному середовищі та поведінку, спрямовану на гармонізацію міжетнічних стосунків і медіацію протиріч; 5) управління взаємодією (*interaction management*) — оволодіння навичками управління взаємодією, здатність до розуміння потреб і прагнень інших; 6) толерантність до невизначеності (*tolerance fo rambiguity*) — здатність адекватно реагувати на нові незвичні ситуації, не проявляючи почуття дискомфорту в комунікації.

Особливості тестової методики BASIC полягають у її спрямованості не на самооцінку, а на оцінку іншої особи в ситуації пошуку її оригінальності. Практичне значення цієї методики полягає у можливості її застосування як доповнення для підвищення валідності тестів, розроблених за принципом самозаповнення. Для прикладу: «Опитувальник міжкультурної комунікативної компетентності» (ICCQ), «Вимірювання міжкультурної комунікативної компетентності» (ICCI), «Мультикомпонентний підхід до міжкультурної компетентності» (MACCC).

*Опитувальник міжкультурної компетентності* – The Intercultural Communication Competence Questionnaire (ICCQ) П. Нельсона – передбачає визначення рівня сформованості досліджуваного феномена в контексті діяльності мільтикультурних команд і організацій. Дана методика використовується для оцінки компонентів міжкультурної компетентності, що включає чотири виміри.

Перший вимір – міжособистісні навички (interpersonalskills), що розглядаються як здатності учасників команди визнавати розбіжності в стилях спілкування представників різних культур, проявляти гнучкість при уникненні бар'єрів міжкультурної комунікації;

Другий вимір – ефективність команди (team effectiveness), що розглядається як здатність до розуміння цілей, ролей і норм команди, роз'яснення інформації учасникам міжкультурної команди;

Третій вимір – культурна толерантність до невизначеності (cultural uncertainty), яка свідчить про сформованість здатності проявляти витримку й терпимість в ситуаціях міжкультурної взаємодії, виважено сприймати міжкультурні відмінності, неоднозначність і невизначеність, швидко адаптуватись до міжкультурної команди;

Четвертий вимір – культурна емпатія (cultural empathy), що відображає здатність змінювати власну поведінку відповідно до особливостей сприймання іншого учасника команди (сприймати світ його очима), проявляти інтерес до культурних моделей спілкування, дотримуватись різних стилів роботи з позицій культурного багатоманіття.

Практичне застосування даного опитувальника свідчить про його переваги для роботи в межах бізнес-мультикультурної команди.

*Опитувальник «Вимірювання крос-культурного психологічного капіталу» –* Cross-cultural psychological capital Марена Доллвета та Ребекка Рейхард (PSYCAP) [4; 10]. Крос-культурні складові психологічного капіталу складаються з наведених нижче вимірів.

1. Крос-культурна самоефективність (cross-cultural self-efficacy), що тлумачиться як наявність конкретних знань про культуру та її особливості та впевненості у своїх здібностях, ефективно взаємодіяти з представниками інших культур у різних ситуаціях.

2. Крос-культурна надія (cross-culturalhope) – надає можливість постановки реалістичних цілей у сфері міжкультурної комунікації, досягнення яких здійснюється за допомогою управління власною поведінкою (Self-Directed Behavior) та ідентифікації себе як суб'єкта діяльності. Передбачає здатність знаходити альтернативні способи досягнення цілей при виникненні бар'єрів спілкування.

3. *Крос-культурний оптим*ізм (*crossculturaloptimism*) – атрибутивний стиль спілкування для досягнення успіху в міжкультурній взаємодії, що зумовлений високим рівнем сформованості комунікативних умінь і навичок.

4. *Крос-культурна стійкість* (*crossculturalresilience)* – здатність до адаптації та відновлення після певних подій - як негативних ( конфлікти, невдачі, втрати), так і позитивних (підвищена відповідальність) в ситуаціях крос-культурної взаємодії.

Застосування даного опитувальника в психологічній практиці дозволяє зазначити про доцільність його використання як діагностичного інструментарію з вивчення міжкультурної компетентності в економічній галузі та менеджменті.

Інтегрований опитувальник міжкультурної компетентності (ІМКК) дозволяє надати самооцінку власній міжкультурній компетентності. Прикладом є твердження: «Я легко адаптуюсь до норм і правил іншої культури»; «Я перевіряю вірність мого розуміння іншої культури у процесі міжкультурного спілкування». Психологами доведено, що в процесі міжкультурної взаємодії формується ставлення до культурного різноманіття, яке може призвести до підвищення ризиків емоційного вигорання. Проте визначення культурних розбіжностей в культурних цінностях, навпаки, їх знижує [2].

Широкого розповсюдження набула методика Р. Нортона MAT-50 (The Measure of Ambiguity Tolerance), призначена для вимірювання толерантності / інтолерантності до невизначеності [5]. На думку Р. Нортона, толерантність до невизначеності стосується численних поведінкових реакцій та проявів суб'єктів. Інтолерантність до невизначеності, двозначності (ambiguity) проявляється як тенденція сприймати або інтерпретувати невизначену інформацію як джерело загрози або психологічного дискомфорту. Автором виокремлено 8 категорій використання терміну «невизначеність». Відповідно зазначається, що стимули на ситуації можуть розглядатися як невизначені в наступних випадках: 1) багатозначність; 2) розпливчатість, неповнота, фрагментарність; 3) ймовірний характер стимулів або ситуацій; 4) структурна суперечливість; 5) недостатність інформації; 6) невпевненість; 7) неузгодженість; 8) неясність.

Опитувальник містить 61 твердження, які згруповані у 8 субшкал, відповідно до 8 життєвих сфер, які відображають толерантність до невизначеності у відповідній сфері, а саме: субшкала «Філософія» відображає загальні переконання щодо невизначеності та прагнення до визначеності; субшкала «Міжособистісна комунікація» дозволяє особливості комунікативної взаємодії і ставлення до невизначеності у поведінці інших людей; субшкала «Публічний образ» дає змогу вивчити ставлення до невизначеності, зокрема враження, яке особа справляє на інших; субшкала «Робоча сфера» надають можливість виразити невизначеність у професійній галузі; субшкала «Рішення проблем» сприяють розкриттю особливостей поведінки в ситуаціях прийняття рішень і вирішення проблем; субшкала «Соціальна сфера» призвана відобразити ставлення особи до невизначеності в ситуаціях соціальної взаємодії з групою людей; «Звички» передбачає аналіз прагнення до визначеності, а також ставлення до невизначеності й поведінки в широкому колі побутових ситуацій; «Мистецтво» покликано описати ставлення до невизначеності, яке відображається у різних видах мистецтва.

Практичне використання методики Р. Нортона MAT-50 уможливлює охопити широке коло ситуацій, в яких проявляється адаптованість осіб до мультикультурного середовища, зокрема толерантність до невизначеності у різних контекстах.

З точки зору компетентнісного підходу вартий уваги Тест міжкультурної компетентності Дебори-Шнабель (Deborah Schnabel) – Testto Measure Intercultural Competence (TMIC-S) [5; 6].

Розробка цього тесту вимірювання міжкультурної компетентності базується на моделі, згідно якої даний феномен розглядається як глобальна орієнтація поведінки, що включає декілька груп компетенцій, сформованість яких дозволяє долати проблеми, що виникають у складних ситуаціях міжкультурної взаємодії [6].

За допомогою TMIC-S здійснюється вимірювання шести компетенцій, а саме: 1) чуттєвість у спілкуванні (*Sensitivityin communication*) як здатність поставити себе на місце іншої особи при спілкуванні, щоб краще її зрозуміти; 2) постановка цілей (*Goalsetting*) – здатність до формулювання конкретних цілей та їх реалізації; 3) пошук інформації (*Information seeking*) – здатність до цілеспрямованого збору інформації про іншу культуру та державу; 4) посередництво інтересів (*Mediation of interests*) як здатність до посередництва між сторонами з метою досягнення максимальної вигоди для обох сторін; 5) відображення культурної ідентичності (*Cultural identity reflection*) – здатність до усвідомлення рис власного характеру, детермінованих впливом культури; 6) соціалізація *(Socializing)* – здатність швидко встановлювати контакти і підтримувати їх з представниками інших культур.

Практичне значення даної методики полягає в можливості її апробації на основі різних культур (наприклад: європейської та американської, африканської та азіатської), що свідчить про високий культурно-універсальний потенціал даного діагностичного інструмента.

*Висновки.* Компаративний аналіз розглянутих емпіричних методик свідчить про певні розбіжності у їх спрямованості.

Першу групу методик складають такі діагностичні інструменти, як ICAPS, MPQ ICQ, ICCI. Теоретичною основорю цих методик є моделі міжкультурної компетентності, в яких акумулюються різні характеристики осіб. Методологічним підґрунтям цих методик є індивідуальний підхід до розуміння міжкультурної компетентності як сукупності індивідуальних характеристик, поданих у вигляді міжкультурних рис, стійких особистісних характеристик, які визначають поведінку людей у міжкультурних ситуаціях.

Другу групу складають методики, спрямовані на вимірювання міжкультурних стосунків і світогляду. За допомогою їх відображаються індивідуальні характеристики, позитивне або негативне ставлення особистості до інших культур і міжкультурної взаємодії, наявність етноцентрованого культурного світогляду.

Опитувальники, розроблені на основі емпіричних моделей міжкультурної компетентності, варто віднести до предметно-зорієнтованих, оскільки вони зосереджені виключно або на оцінці міжкультурних рис характеру (Шкала міжкультурного адаптаційного потенціалу ICAPS, Опитувальник мультикультурної особистості MPQ), або на оцінці міжкультурних стосунків і світогляду (Опитувальник міжкультурного розвитку IDI та Шкала міжкультурної чуттєвості ISS). Теоретичними засадами опитувальників міжкультурного розвитку («Вимірювання крос-культурного психологічного капіталу PSYCA, Тест міжкультурної компетентності Дебори-Шнабель TMIC-S), виступають процесуальні моделі, у яких міжкультурна компетентність визначається не лише окремими компетенціями, а й з урахуванням зв'язків їх з іншими ключовими компетенціями.

Окрему групу методик складають такі, які включають конструкції з двох і трьох блоків і містять як оцінку міжкультурних рис, так і міжкультурних стосунків, слід віднести до змішаних. Серед них: Опитувальник міжкультурної компетентності (ICCQ), «Вимірювання міжкультурної комунікативної компетентності» (ICCI), Шкала поведінкової оцінки для міжкультурної комунікації (BASIC), «Тест для виміру міжкультурної компетентності (TMIC-S), тест «Вимірювання крос-культурного психологічного капіталу (PSYCAP).

*Перспективи подальших досліджень* з окресленої проблеми полягають у дослідженні розробці нових технологій процесу формування міжкультурної компетентності та методик успішної адаптації до нового соціокультурного середовища, Створення методичного забезпечення сприятиме розвитку й трансляції культури кожного етносу, відтворенню загальнолюдських цінностей в свідомості людей; встановленню конструктивної взаємодії в глобалізованому соціокультурному просторі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Arasaratnam L. A. The development of a new instrument of intercultural communication competence. *Journal of Intercultural Communication.* 2019. Vol. 20. P. 2–21. URL : http://www.immi.se/intercultural/nr20/arasaratnam.htm

2. Carleton, R. N., Mulvogue, M. K., Thibodeau, M. A., McCabe, R. E., Antony, M. M., & Asmundson, G. J. G. (2019). Increasingly certain about uncertainty: Intolerance of uncertainty across anxiety and depression. *Journal of Anxiety Disorder*. 26(3). 468–479.

3. Development and validation of a measure of intercultural adjustment potential in Japanese sojourners: The Intercultural Adjustment Potential Scale (ICAPS) / D. Matsumoto [et al.]. *International Journal of Intercultural Relations.* 2021. Vol. 25, № 5. P. 483–510.

4. Dollwet M., Reichard R. Assessing cross-cultural skills: validation of a new measure of cross-cultural psychological capital. *The International Journal of Human Resource Management.* 2021. Vol. 25, № 12. P. 1669–1696.

5. Examining psychometric properties, measurement invariance, and construct validity of a short version of the Test to Measure Intercultural Competence (TMIC-S) in Germany and Brazil / D.B.L. Schnabel [et al.]. *International Journal of Intercultural Relations.* 2020. Vol. 49. P. 137–155.

6. Konstruktion und Validierung eines multimethodalen berufsbezogenen Tests zur Messung interkultureller Kompetenz [Development and validation of a job-related multimethod test to measure intercultural competence] / D.B.L. Schnabel [etal.]. *Diagnostica.* 2020. Vol. 61, № 1. P. 3–21.

7. Ladouceur, R., Gosselin, P., & Dugas, M. J. (2020). Experimental manipulation of intolerance of uncertainty: A study of a theoretical model of worry. *Behaviour Research and Therapy.* 38(9), 933–941.

8. Matveev A. V., Nelson P. E. Cross cultural communication competence and multicultural team performance: Perceptions of American and Russian managers. *International Journal of Cross Cultural Management.* 2019. Vol. 4, № 2. P. 253–270.

9. Matsumoto, D., Hwang, H. C. (2020). Assessing cross-cultural competence: a review of available tests. *Journal of Cross-Cultural Psychology.* 44, 849–873.

10. Positive Psychological Capital: Measurement and Relationship With Performance and Satisfaction / F. Luthans [et al.]. *Personnel Psychology*. 2022. Vol. 60, № 3. P. 541–572.

**Шкурко Валентина,**
*канд. наук мист., старший викладач кафедри дизайну,*
*Комунальний заклад вищої освіти «Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія» Запорізької обласної ради,*
*м. Запоріжжя, Україна*

# ДИЗАЙН ЗАЧІСКИ ЯК МИСТЕЦЬКЕ ЯВИЩЕ

В умовах глобалізації, у зв'язку зі стрімким розвитком технологій комунікації, які сприяють посиленню взаємозв'язків між різними регіонами світу, державами та народами, актуальним стає пошук засобів, що перешкоджають уніфікації, збіднінню культурного різноманіття та сприяють збереженню самобутності та індивідуальності культур. Зачіска в цих умовах може стати одним з найбільш доступних репрезентантів, який сприяє обміну, сприйняттю та інтерпретації інформації про історичні, культурні, національні, етнічні та психологічні особливості комуні кантів [1]. У соціокультурній сфері візуальна мова, в основі якої лежать різні тексти зачісок, може легко адаптуватися на історичних, мистецтвознавчих, творчих, професійних заходах з метою встановлення взаємовідносин між представниками народної, елітарної та масової культур та збереження індивідуальності культур.

Мистецтво відображає різні сторони життя людини по-своєму, використовуючи мову образів. Усі види мистецтва відзеркалюють різні сторони людського буття. Їх можна згрупувати за наступними видами [2].

1. Просторове, чи пластичне, мистецтво - вид мистецтва, яке існує у просторі, не змінюючись у часі. Людина сприймає його у вигляді зору.

2. Образотворчі мистецтва - живопис, графіка, скульптура.

3. Незображувальні (тектонічні) мистецтва - вони служать створенню матеріального, предметного навколишнього середовища людини. Це декоративно-прикладне мистецтво, дизайн, архітектура. Предмети, створені цим мистецтвом, мають утилітарну функцію.

4. Тимчасові види мистецтва - література та музика.

Мистецтво малюнка набагато менш популярне, ніж живопис чи скульптура. Дуже часто малюнок служить для опрацювання, студії будь-якого мотиву, фрагмента, ідеї. Вивчивши і пропрацювавши в навчальному малюнку будь-які

деталі, наприклад частини особи або зачіски, потім, намалювавши цей мотив в цілому, людина зможе краще зрозуміти і простежити формоутворення зачіски і грамотно це висловити у своїй роботі, виконаній, наприклад, у техніці кольорового олівця. Незважаючи на часті фрагментарність, штудійність, на перший погляд легковажність і швидкість, малюнок є основою всіх видів образотворчого мистецтва.

Вибір професій, пов'язаних із художньою діяльністю, досить широкий: архітектор, будівельник, дизайнер, мистецтвознавець, скульптор, викладач та ін. Останнім часом до цього широкого переліку додалася професія перукаря. Дизайн зачіски набув широкого розвитку в сучасному житті. Стилі стають дедалі різноманітнішими. Дизайн (англ. design - проект, проектування) - це метод створення нових форм, новий вид художньо-конструкторської професійної діяльності [3]. Науковою основою дизайну є технічна естетика. Зачіски є формотворчим твором, що ріднить їх зі скульптурою. В даний час дуже модні тенденції колірного розмаїття зачісок, отже, на перший план виступають живопис та кольорознавство.

Розуміння значення зачіски як спонтанної та природної чи сконструйованої, заданої, але симптоматичної і навіть закономірної реакції на соціокультурні процеси, внутрішню і зовнішню динаміку культури, зміну культур є одним із способів інтра- і екстракультурної комунікації, так як зачіска, будучи соціокультурним знаком (системою знаків), несе інформацію про своєрідність історичного та культурного (ціннісно-смислового) шляху розвитку та стан кожної епохи, властивих їй особливостях бачення та сприйняття дійсності, а також символічних асоціацій, що склалися в кожній культурі. У сучасній ситуації, коли на перший план виходять питання діалогу культур та збереження культурних традицій, осмислення зачіски як феномена культури та засобу культурної комунікації сприяє розкриттю особливостей формування, функціонування, взаємодії та трансформації культур. За всіх часів зачіска займала значне місце у житті суспільства. Про зачіски минулих століть можна судити за витворами мистецтва: мальовничими полотнами, фресками, мозаїкою, скульптурою і т.д. Зачіска - це форма, що надається волоссю завивкою, стрижкою, розчісуванням, укладанням. З'явилася вона раніше ніж одяг. Спочатку це була потреба відкинути пасма волосся, що спадало на очі, і перев'язати їх смугою шкіри. Зачіска часто змінювала силует, форму, відчуваючи вплив моди, стилів, особистих уподобань, клімату, випадковостей тощо.

Поняття «зачіска» розглядається у двох значеннях [2]: 1) зачіска як вираз часу (образ епохи); 2) зачіска як вираз індивідуальності (образ людини). З давніх-давен зачіска була частиною ритуалу, об'єктом самовираження, приналежності до

більшості, соціальним статусом, актом впізнавання, знайомства. Таким чином, зачіску можна розглядати як певний вид комунікації, оскільки вона, будучи складовим елементом костюма, завжди несе інформацію про людину, суспільство та культуру.

Як елемент та продукт культури зачіска розглядається в рамках декоративно-прикладного мистецтва та дизайну. Декоративно-прикладне мистецтво - один із найдавніших видів художньої творчості. Воно служить для створення матеріального середовища, виробляє цінності матеріальної культури за відповідними законами краси.

Під дизайном мається на увазі художнє проектування. Дизайнер, модельєр – професії дуже близькі за своєю суттю. Моделювання зачіски пов'язане зі створенням нових образів, що залежать від стилю та моди. Моделювання пов'язані з поняттям «стилізація». Стилізація - художній прийом під час створення нових творів, який передбачає трансформацію форм, зі збереженням зв'язку з творчим джерелом. Стилізація активно використовується для створення нових зачісок. З поняттям «стиль» пов'язані поняття «стиліст», «стилістика». Стилістика - наука про стиль та стилі, знання якої використовуються у створенні іміджу (образу), підборі зачіски, одягу, взуття, аксесуарів, пластики рухів, стилю мовлення, манери спілкування.

Стиліст - фахівець у галузі створення іміджу (стилю) людини за допомогою зачіски (перукар-стиліст або топ-стиліст), макіяжу (стиліст-візажист), одягу (стиліст-імідж-мейкер) [4]. Хорошому стилісту не обійтися без розвиненого образного мислення, уяви, інтуїції (підкріпленої аналітичними навичками), креативності, комунікабельності, психологічних навичок, організаторських здібностей. У професійній діяльності йому дуже допоможуть глибока художня освіта, знання з історії образотворчого мистецтва, історії костюма та зачіски, широкий кругозір та гарна зорова пам'ять.

Можна виділити кілька етапів створення нової зачіски, кожен із яких дозволить віднести цей процес до творчого процесу. Обдумування майбутнього образу - уявне проектування. Перукар уявляє собі образ людини, її особливості, загальний стиль одягу та поведінки - все це зачіска має або виявити, або зберегти і посилити: наприклад, підкреслити динамічну манеру поведінки, жвавість рухів. Співвідношення частин у задуманій зачісці може бути аналогічно старовинній зачісці, що дала поштовх до створення сучасної. Коли внутрішній образ народжений у голові дизайнера, можна розпочати його зображення, закріплення на аркуші паперу. Для цього вже потрібні навички художника та спеціальна художня підготовка. Щоб максимально точно висловити задумане, треба правильно вибрати техніку, в якій буде виконано зображення: олівець, фарби і т.д.

Зачіска має бути представлена в об’ємі, тому її треба зобразити в кількох ракурсах. Крім цього зачіску треба співвіднести з пропорціями обличчя та фігури загалом.

Після виконання художньої частини проекту можна приступити до практичної частини, коли виконується робота схожа на роботу скульптора - об'ємно-просторову творчість. У процесі створення зачіски знадобиться неодноразова перевірка пропорцій, форми, кольору, зіставлення роботи з проектом. Це дозволить більш точно і суворо дотримуватися початкового задуму. Творчий процес створення зачісок знаходиться у певній спорідненості з будь-яким іншим видом творчої діяльності людини [5]. При моделюванні зачіски треба насамперед враховувати її функціональність, естетичне призначення, умови її використання. У цьому слід чітко уявляти собі чоловічий чи жіночий образ певного віку. Іноді потрібно враховувати і індивідуальні, а не типові риси: форму та постановку голови, обличчя, шиї, фігури в цілому, колір волосся. У цьому випадку моделювання зачіски полягає в тому, щоб задум і виконання не суперечили. Зачіска повинна наголошувати на індивідуальності моделі. Вигадуючи ту чи іншу зачіску, необхідно перевірити свій задум, прорахувати варіанти. І в цьому випадку на допомогу прийде початковий ескіз (задум) зачіски, потім уточнення малюнку деталей, кольору, фактури, аксесуарів.

Проектування дизайну видовищних зачісок потребує вирішення непростих завдань, оскільки це фантазійні, театральні, історичні зачіски, а також зачіски для конкурсів, демонстрацій моди, естради. У цьому випадку зачіску треба продумувати в комплексі з одягом, гримом та типом манекенниці. Виражаючи конкретний художній образ, зачіска може мати або головне значення, або підкорятися головному - моделі одягу або театральному образу в цілому. І для проектування цього найскладнішого образу необхідний ескіз первісного задуму, наступної стадії потрібно опрацювання та конкретизація образу. Якщо художній задум вірний, можна сміливо створювати зачіску в натурі. Якщо ж ескіз чи промальовування показує, що є недоліки, треба вносити зміни спочатку в ескіз, потім у малюнок (проект). Закінчений проект відображає всі найважливіші фактори, які треба враховувати при моделюванні зачіски: геометричний вид форми, величину, масу, фактуру, колір, характер поверхні та оздоблення. У сукупності зі стильовими характеристиками та доцільними технологіями виконання форма зачіски є вираженням індивідуальності, соціальної приналежності, іміджевого спрямування, виразником естетичних канонів часу. Проектування дизайну зачіски є процесом, що спирається на ціннісні установки моди, соціуму, культури, а також естетичні, функціональні та технологічні вимоги.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Федорова Є. В. Видовищна зачіска як історичне явище. *Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті.* 2018. № 1. С. 55–62.

2. Браїлко І. Формотворення зачіски як об’єкт дослідження в дизайні. *Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство.* 2023. Вип. 48. С. 136–143. DOI: https://doi.org/10.31866/2410-1176.48.2023.282476

3. Дихнич Л. П., Харченко А. В. Особливості розробки індивідуального стилю для жінок старшої вікової групи. *Art and Design.* 2020. № 4(12). С. 91–100. DOI: https://doi.org/10.30857/2617-0272.2020.4.7

4. Федорова Є. В. Імідж у відображенні провідних стилістичних тенденції моди сезону 2016–2017 (на прикладі вітчизняного перукарського мистецтва). *Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство*. 2017. № 36. С. 178–191. DOI: https://doi.org/10.31866/2410-1176.36.2017.157691

# ПАНЕЛЬ 3
# КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ

**Банар Марія,**
*заступниця директора з навчально-виховної роботи, вчитель-логопед,*
*Шишковецький ліцей,*
*Вашковецька ТГ Дністровського району Чернівецької області,*
*с. Шишківці, Україна*

## КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ

Безперечно, який би фах не мав фахівець – виконувана ним діяльність – це завжди міжособистісне спілкування. Інструментом реалізації спілкування і діяльності виступає комунікативна компетентність, що дає змогу виконувати зумовлені фахом складні комунікативні завдання. В останні десятиріччя спостерігаємо неухильний розвиток освітньої, комп'ютерної, інформаційної, економічної, управлінської сфер професійної діяльності, відтак сфера комунікації значно ускладнилася − з'явилися нові професійні «ролі», які допомагають спілкуватися з представниками різних спільнот. Разом з тим розвинена комунікативна компетентність – це запорука комунікативної ефективності і психологічної комфортності міжособистісної взаємодії в суспільстві.

Успішна комунікація − одна з найважливіших умов, що забезпечує можливість оцінити ситуацію спілкування в різних умовах та з різною кількістю співрозмовників.

Мова і мовлення утворюють непорушну єдність, адже мовлення – це спосіб використання мовних засобів, що забезпечує пізнавальну діяльність у засвоєнні та передачі цінностей матеріальної та духовної культури.

Тлумачення комунікативної компетентності дали змогу розглядати як складно організоване, внутрішньо суперечливе поєднання комунікативних знань і вмінь, що відображають цілі та результати здійснюваної суб'єктом спілкування комунікативної діяльності. Підґрунтям у розвитку комунікативної компетентності

від будь-якої професійної компетентності, є, за У. Ордоном (2009), "стартові компетентності", до яких відносяться загальні гуманістичні знання, особистісна культура й інтелектуальні вміння.

Комунікативна компетентність, реалізується трьома основними функціями: комунікативну, перцептивну й інтерактивну, об'єднує у своєму складі три основних групи вмінь: комунікативно-мовленнєву, соціально-перцептивну й інтерактивну.

Процес підготовки майбутнього педагога передбачає не тільки високий рівень знання мови, що і визначає ефективність професійної самореалізації. На різних рівнях і етапах професійної діяльності, мовно-комунікативна компетентність є невід'ємним компонентом педагогічної діяльності.

Формування мовно-комунікативної компетентності майбутнього вчителя, одна з ключових компетентностей, що забезпечує професійність учителя, ефективність роботи, партнерські засади взаємодії всіх учасників освітнього процесу, особливо в умовах впровадження концепції НУШ. Учитель повинен досконало володіти всіма засобами комунікації, дискурсивними навичками, бути відкритим до діалогу і вміти вирішувати конфліктні ситуації.

Період оптації, професійної підготовки, професійної адаптації, первинної та вторинної професіоналізації і професійної майстерності – визначаються низкою об'єктивних і суб'єктивних чинників:

1. Віком (період оптації припадає, за висловом Є. О. Клімова, на «вік самовизначення» (12–16 років).

2. Розвитком особистості (відбувається через очікування, самовизначення і самовдосконалення професійної, комунікативної діяльності і формування мотиваційноціннісного ставлення до своєї діяльності).

3. Загальною і спеціальною підготовленістю суб'єкта діяльності і спілкування: здійснення професійного вибору; ступенем засвоєння професійної інформації; засвоєнням і розвитком компонентів професійної діяльності за допомогою комунікативних знань, вмінь і навичок;

4. Обов'язковістю спілкування: налагодження постійного формального й емоційного насиченого контакту з іншими людьми.

5. Ступенем урахування сучасних вимог до конкретної професії – особливо до професій соціономічного профілю.

6. Типом провідної діяльності: навчальна на етапі оптації (професійної орієнтації), підготовки і навіть професійної адаптації.

На початкових етапах становлення фахівця розвиток комунікативної компетентності проходить шлях від рівня інтуїтивного освоєння до рівня свідомого

її опанування. Це пов’язано з потребою розв'язання конкретних фахових завдань та психологічним розвитком особистості, соціальною необхідністю її комунікативного та морального самовдосконалення

Головним об’єктом у професіях педагогічного профілю, як відомо, є діти. Фахівці мають постійно вступати в контакт з учнями, що вимагає від них постійного розвитку комунікативної компетентності для реалізації своїх професійних можливостей і досягнення комунікативних цілей. У зв’язку з підвищенням у суспільстві вимог до підготовки фахівців актуалізується потреба у вирішенні проблеми засвоєння ними комунікативної компетентності як інструментального самовизначення суб'єкта діяльності, тобто вони мають вільно володіти засобами, способами і прийомами комунікації. У міру розвитку комунікативного аспекту компетентності суб’єкта спілкування має місце, за даними Ю.П. Платонова (2007), більша контрольованість негативного емоційно-естетичного ставлення до зовнішності людини, звертається більша увага на цінні особистісні якості , а також на ділові якості і соціальний статус, які проявляються в різних формах невербальної і вербальної поведінки фахівця.

Так вітчизняні вчені значну увагу приділяють питанню сутності, змісту та структури мовно-комунікативної компетентності педагогів, зокрема різні її аспекти досліджували: лінгвісти та психолінгвісти (О. Горошкіна, М. Канале, О. Копусь, Н. Хомський та ін.); психологи (Г. Бенеш, Р. Білоус, Г. Богин, С. Герасіна, І. Грузіна та ін.); педагоги (Л. Березовська, І. Бех, М. Вашуленко, Т. Дрозд, Л. Заболоцька, Л. Капська, О.Савченко, Е.Тарасов та ін.). Різні аспекти мовно-комунікативної компетентності педагогів розглядалися у працях зарубіжних науковців, зокрема основоположників англомовної лінгвістики: Н. Хомський вперше визначив мовну компетентність (Хомський, 2000; 89); Д. Хаймс, М. Кенел і М. Свейн працювали над формулюванням комунікативної компетентності (Hymes, 1992) (Canale, Swaine, 1980; 20); Х. Вебер, А. Девіс, Д. Платт та інші розширили і доопрацювали поняття комунікативної компетентності (Davies, 2019) (Richards, Platt, 1985).Слід зазначити, що концепції М. Кенела, М. Свейна, Д. Ричардса, Д. Платта лягли в основу сучасних досліджень мовно-комунікативної компетентності дорослих та були використані при розробці Загальноєвропейських рекомендацій щодо мовної освіти (Common European, 2017).

Дослідження поняття «мовно-комунікативна компетентність» ґрунтується на загальнонаукових, лінгвістичних, психологічних та педагогічних засадах, розглянемо педагогічний напрям наукових розвідок щодо сутності та змісту цього поняття. Мовну компетентність учені-педагоги і мовознавці (О. Горошкіна, А. Нікітіна, Л. Заболоцька, та ін.) визначають як сукупність лінгвістичних

знань, розуміння правил аналізу і синтезу мовних одиниць, які забезпечують можливість будувати й аналізувати синтаксичні одиниці, використовувати мовну систему з метою комунікації. Дослідники зауважують, що, часто, мовну компетентність можна розглядати як процес набуття і розуміння мовних норм, що створилися в ході історичного розвитку мови і втілились в правилах фонетики, лексики, граматики, орфоепії, семантики, стилістики та, відповідно до обставин, застосування їх у мовленні, тобто в процесі використання певної мови. Зміст мовної компетентності вбачають у засвоєнні категоріального апарату мови, знанні його функцій, розумінні та адекватному вживанні закономірностей і правил системно-структурних утворень необхідних для розуміння і користування мовою в процесі мовлення, відповідно до граматичної природи висловлювання. Потрібно також враховувати зв'язок між мовними знаннями, вміннями та на-вичками, необхідними для правильної реалізації знань.

Комунікативна компетентність, на думку сучасних українських педагогів, це вмотивована здатність до комунікації із застосуванням мовленнєвої системи в різних умовах та соціальних сферах, це загальнолюдська здатність, завдяки якій проявляється сформованість інтелекту і свідомості. Заслуговують на увагу в цьому контексті результати дослідження Л. Березовської, Ю. Косенко та Є. Руденського, які визначають три рівня комунікативної компетентності: 1) соціонормативний досвід як основа когнітивного компонента; 2) сигніфікація – система специфічних символів та правил їх застосування в акті комунікативної взаємодії; 3) рівень дії передбачає персоніфікацію спілкування, тобто врахування специфіки конкретної ситуації (Березовська, 2019; 162–172), (Косенко, 2012; 131–136).

Результативність професійної діяльності майбутніх учителів напряму залежить від сформованості мовно-комунікативної компетентності. Проаналізуючи наукові думки, науковці (педагоги, психологи, лінгвісти і психолінгвісти) не розглядають цілісно поняття «мовно-комунікативна компетентність», а досліджують поняття мовної та комунікативної компетентностей як окремих наукових категорій, які взаємозумовлені та тісно пов'язані між собою. Мовну компетентність переважно трактують як знання мови, а комунікативну компетентність як ієрархічно організовану структуру, що включає знання норм і правил протікання природних актів спілкування.

У підсумку зазначимо фахівці мають володіти високорозвиненою комунікативною компетентністю як психологічним інструментом реалізації діяльності своєї особистості, професійного зростання, якісного виконання фахових завдань, а також як запорукою розвитку самих себе як суб'єктів спілкування. У процесі

професіоналізації мають опанувати весь спектр здатностей: комунікативно-мовленнєвих, соціально-перцептивних й інтерактивних. Проте, на передній план у розвитку їх комунікативної компетентності мають висуватися такі комунікативномовленнєві здатності: вміння уважно слухати співрозмовника, здатність діставати інформацію завдяки правильно поставленим запитанням, вміння уточняти правильність розуміння інформації, так і інтерактивні здатності, як вміння легко вступати в контакт і здатність поводитися відкрито на вербальному і невербальному рівнях. Фахівцю – незалежно від етапу професійного становлення – важливо повсякчас дбати про комунікативний розвиток своєї особистості, що сприятиме набуттю нею соціальної ідентичності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Корніяка О. М. Комунікативна компетентність сучасного фахівця – педагога і психолога. *Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»* : науково-теоретичний збірник. Переяслав-Хмельницький : ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький педагогічний університет імені Григорія Сковороди», 2013. Вип. 30. С. 544–551.

2. Іваннікова О., Гарачук Т. Мовно-комунікативна компетентність педагога: історико-теоретичний аспект. *Актуальні питання гуманітарних наук* : міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького педагогічного університету імені Івана Франка. 2023. Випуск 61, том 1.

***Анотація***

*Тези присвячені аналізу психолого-педагогічного змісту мовно-комунікативної компетентності педагога. Розглядається розвиток мовно-комунікативної компетентності на різних етапах становлення фахівця-педагога.*

***Ключові слова:*** *мова, мовлення, спілкування, компетентність, комунікація.*

**Брянська Юлія,**
*здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету фінансів та цифрових технологій, Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Через війну в Україні, соціальні зміни, що відбуваються упродовж останнього десятиріччя, зросла значущість розширення соціальної роботи, соціального захисту та допомоги, а конкретно – піднесення рівня військової соціальної роботи. Сучасні умови вимагають розуміння її як своєрідного спеціалізованого виду соціальної діяльності, що допомагає знайти шлях до повноцінної допомоги, духовного оздоровлення тих, хто має відношення до війська та потребує соціального захисту.

Для забезпечення добробуту всіх громадян соціальна держава повинна регулювати економічні процеси, встановлювати і застосовувати справедливі та ефективні форми перерозподілу суспільного доходу. Забезпечення прав і свобод людини та їх гарантії мають бути пріоритетними у діяльності усіх державних органів. Відтак рівень дотримання прав і свобод людини є основним критерієм демократичності держави, дотримання в ній принципів соціальної справедливості. Статус України як соціальної та правової держави задекларовано Конституцією держави. Утвердження соціальної справедливості має безпосередній вплив на рівень добробуту, демократизації та стабілізації суспільного розвитку, євроінтеграції та подолання пережитків тоталітарного режиму, побудови громадянського суспільства [1].

Створення системи військової соціальної роботи – це багатоаспектний процес, який необхідно розглядати, як тривалий та враховуючий національні традиції, міжнародний досвід та інновації сучасного суспільства. Головна роль у цьому процесі належить державним установам, зокрема, військовим органам управління. Однак, важливий внесок у підвищення ефективності соціальної роботи відносно військової сфери можуть зробити також недержавні та громадські організації, такі як партії, соціальні рухи, союзи, а також церква та комерційні структури. Державні установи та громадські організації, які відповідають за

оборону країни, взяли на себе відповідальність дбати про військовослужбовців та осіб, які тим чи іншим чином пов'язані із військовою сферою.

У такий тяжкий час професійна соціальна робота розширює напрями, методи роботи, які, з одного боку, ґрунтуються на багаторічному досвіді, в тому числі міжнародному, з іншого – формується феномен української соціальної роботи на засадах морального обов'язку, взаємопідтримки, відданості кожного громадянина у поєднанні з професійною діяльністю фахівців соціальної роботи [2].

Військова соціальна робота впливає на військову суспільну систему і сприяє приведенню її до такого рівня організації, яка в змозі буде успішно виконувати свої функціональні завдання. Сенс військової соціальної роботи полягає у постійному контролі за духовними цінностями військових, за їхнім соціально-психологічним станом та відповідній допомозі. Якщо ці цінності відхиляються від оптимального значення (до прикладу, з'являються факти соціальної несправедливості, незахищеності, психічного розладу, девіантності, просто порушення дисципліни тощо), то соціальний працівник разом з відповідними службами, органами військово-соціального управління, заступником командира з виховної роботи здійснює заходи, що впливають на військовослужбовця і військові колективи, формуючи або відновлюючи сталі позитивні вартості. Будь-яка форма соціальної роботи серед військовиків має враховувати особливості військового способу життя і завдання забезпечити безпеку країни [3]. Ці завдання переважно пов'язані із соціальною роботою у військовій сфері. Важливо зауважити, що завдання військової соціальної роботи є дуже різноманітними і обмежити їх до трьох, надаючи соціальну допомогу лише в межах військового співтовариства чи військовослужбовців строкової служби, вважається некоректним. Стабілізація колективних відносин та поліпшення соціальної сукупності військового середовища є важливим завданням для підтримки окремого бійця та загального благополуччя підрозділу. Соціальна робота впливає на соціалізацію особи в армії та допомагає безболісно адаптувати молоду людину до нових умов життя.

Отже, до початку військової агресії у наших країнах спостерігалися позитивні тенденції в розвитку соціальної роботи. Зокрема, відбувався розвиток інтегрованих соціальних служб та зміцнення ролі соціальних працівників у громадах. Також проводилася ефективна професійна підготовка соціальних працівників для роботи в місцевих соціальних службах. Але, на жаль, не тільки війна є головною проблемою соціальної роботи в сучасних умовах. За довоєнного часу відзначаємо низький рівень престижу та заробітних плат у цій сфері життя суспільства. Тож за умов війни зростає важливість оновлення законодавчого супроводу, унормування соціальних відносин, що ґрунтуються на неухильному дотриманні принципів соціальної справедливості.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Проблема соціальної справедливості в умовах воєнного стану. URL : http://lsej.org.ua/11_2022/9.pdf

2. Соціальна робота в громаді в умовах війни. URL : file:///C:/Users/1/Downloads/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0_%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0_%D0%B2_%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%B4%D1%96_%D0%B2_%D1%83%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%85.pdf

3. Особливості військової соціальної роботи з з різними категоріями клієнтів. URL : https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/4875/1/11%20-%201_9_%20-%2022.pdf

**Гапоненко Лариса,**
*канд. пед. наук, доцентка,*
*доцентка кафедри практичної психології,*
*Криворізький державний педагогічний університет,*
*м. Кривий Ріг, Україна*

# ОБҐРУНТУВАННЯ ДІАЛОГІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В АСПЕКТІ ВНУТРІШНЬОГО СВІТУ ОСОБИСТОСТІ

**Постановка проблеми**. В той мірі, в якому сучасне суспільство задає попит на зростання культури комунікації в глобалізаційних процесах, соціокультурних трансформацій, геополітичних викликах, посилених умовами повномасштабної загарбницької війни рф на теренах України, стоїть актуальне питання зберегти кращі традиції діалогічної комунікації в багатополярному світі. Перші наукові дослідження культури педагогічного спілкування розпочались в другій половині минулого століття, але важливість умінь ефективно комунікувати завжди отримує широкий інтерес. Відомий історичний факт виходу в світ книги Д. Карнегі «Як завойовувати друзів і впливати на людей» (1937), «Як перестати хвилюватися і почати жити» (1948) та інші його видання присвячені технологіям управління Іншими.

В нашій роботі ми розкриваємо іншу ідею – ідею *діалогічної комунікації,* яка за своєю суттю є не тільки приваблива, але й така, що враховує сучасні вітчизняні досягнення в галузі психології особистості і стала однією із самих перспективних й універсальних. Таємниця глибинної значимості діалогу полягає не тільки в пізнанні універсальних принципів та технологій, що лежать в основі соціально-людських стосунків та взаємодії. Переконані, що пізнання природи та функції діалогічної комунікації можливо за умов створення теоретико-методологічних підвалин генетичного аналізу структурування внутрішнього світу особи.

На жаль, нам не вдалось найти сучасних досліджень з проблеми діалогічної комунікації (від лат. communico – спілкуюся з кимось; повідомлення, зв'язок у спілкуванні), методологія яких би грунтувалась на інтегральному розумінні сутності психіки як єдності свідомого й несвідомого, як саморозвитку цілісності психіки, визначення причин порушення природного дару психіки, відсутність яких робить особу нездатну до активної комунікації, суб’єктного партнерства, щирої відкритості й довіри. Відсутність цих властивостей особу робить неспроможну впроваджувати в траєкторію свого життя будь-які технології комунікації,

а якщо часткове їх використання здійснюється, то вони несуть штучний, механічний характер.

Отже, автори цієї статті піднімають питання й розкривають можливості розуміння гуманітарно-духовної природи й функції діалогічного спілкування, знання яких дозволить успішно долати бар'єри комунікації.

**Аналіз останніх досліджень**. Теоретико-методологічною основою проведеного дослідження були визначені сучасні теорії вітчизняних науковців, а саме: генетико-моделюючий метод дослідження психіки особистості (С. Д. Максименко, 2006); концепція діалогічного підходу в психологічному аналізі соціалізації особистості (Г. В. Дьяконов, 2007); концепція внутрішнього світу особистості та її становлення (В. М. Папуча, 2011); концепція життєвого шляху особистості (Т. М. Титаренко, 1997); розуміння та інтерпретація комунікацій за теорією психологічної герменевтики (Н. В. Чепелєва, 2006).

Бажаючи залишитися в межах генетичної психології, основою якої є психологія герменевтики як методу пізнання психіки особистості за інтерпретацією «тексту мови» (вербальної / невербальної) «розуміння» особою власного досвіду та її інтерпретація, були використані досягнення класичної зарубіжної психології про: нерозривний зв'язок свідомого з несвідомим (З. Фрейд, 1923; К. Г`. Юнг, 1935); теорія самоактуалізації й саморозвитку (А. Маслоу, 1976; 1980); концепція про фундаментальну мотиваційну силу смислу життя (В. Франкл, 1947); концепція становлення особистості (Р. Роджерс, 1967).

Враховуючи специфіку діалогічної комунікації, яка відбувається за умов довіри між партнерами, ми розглянули цей аспект з трьох напрямків: довіра до світу (З. Фрейд, М. Кляйн, Ф. Дольто); довіра до інших як умова інтеграції у суспільство і набуття досвіду міжособистісних стосунків (А. Селігман, Р. Б. Шо, К. Кронік); довіра до себе – це ставлення до внутрішнього світу як духовного початку (К. Роджерс, Ф. Перлз, Г. Дьяконов).

Вище означені теорії, незважаючи на те, що вони розглядають різні аспекти розвитку особистості через інтеграцію в суспільство, тобто через комунікацію, за нашим баченням, всі вони знаходяться в одному соціально-психологічному полі опису природи, функції та генези психіки, доповнюючи один одного. Пояснимо більш конкретно: а) в кожній із перелічених авторів сучасних теорій розкриваються умови виникнення почуттів небезпеки, ворожості, недовіри та умови протилежні цим властивостям – це відчуття безпеки, доброзичливості, довіри, щирості, чесності; б) закономірності інтеграції в суспільство, які є гнучкі або, навпаки, ригідні завдяки врахуванню інструментальних цінностей довіри та термінальних у всьому різноманітті їх проявів у комунікації; в) починаючи з

теперішнього століття у вітчизняній психології відбулися позитивні зростання з пояснення структурування внутрішнього світу завдяки досягненню нових знань в генетичній психології, без яких будь-яке дослідження комунікації, діалогічної її природи, за нашим переконанням неможливо здійснити продуктивне дослідження.

Наважимось підкреслити, що розробка ефективних технологій розвитку діалогічного спілкування буде частково спрацьовувати, якщо не будуть враховані психологічні особливості внутрішнього світу комунікантів.

**Мета статті –** встановити психологічне значення діалогічної комунікації, генези її утворення й визначити її специфічну відмінність.

**Виклад основного матеріалу**. У нашому дослідженні моделювання діалогічної комунікації здійснювалось під кутом генетико-моделюючого методу, в якому визначається суб'єктна здатність особистості в побудові й розвитку внутрішньої структури психіки. Відзначимо, що поняття «особистість» не ототожнюється з поняттям «внутрішній світ», так як особистість є значно ширше поняття й враховує, що особистість є не тільки носієм внутрішнього світу, а суб'єктом (активним) в будуванні цілісної системи психіки, конструюванні структурних компонентів, утворенні «вузлових» зв'язків одного елементу з іншим для створення цілісної внутрішньої структури. За умов виявлення аномального структурування психіки, особистість як суб'єкт свого розвитку здатний корегувати цю структуру.

Слід враховувати в моделюванні діалогічного спілкування таку особливість внутрішньої структури психіки як те, що вона знаходиться в постійних динамічних процесах нелінійного характеру. Тобто, вона не є сумою окремих елементів. Наприклад, «сума» знань з комунікації, які отримує особистість в навчанні, не є заставою успіху. Хибним буде уявлення: «Чим більше знаю, тим більше вмію». Посилаючись на цитату Виготського про те що «… процеси нашої поведінки, як і наше сприймання <…> являє собою певне ціле, властивостями якого визначається функція і значення кожної окремої частини, що входить до його складу» [с. 94]. Тобто, за умов несформованої довіри до себе, до інших, до світу, особа завжди буде мати «зсув» у бік ворожості, драматизації подій, конфлікту.

Разом з тим, з точки зору отриманих сучасних наукових фактів, внутрішня система структурування психіки завжди в динамічних процесах протистояння, які відрізняється від зовнішніх, про що вдало пише Т.С. Яценко: «Якщо сутність зовнішніх суперечностей підпадає під дію діалектичного закону єдності й боротьби суперечностей, то внутрішня суперечливість психіки (інтрапсихічний конфлікт) регулюється законом єдності й поєднання суперечностей» [с. 81]. Тобто

психіка має потяг до «принципу задоволення», які зафіксовані інфантильними потягами. Це ірраціональні дифузно-хаотичні й «аморальні» інстанції, які «оживають» в умовах посиленої напруги психіки. Наприклад, в умовах екстремальних ситуацій, які сприймаються особою як «нестерпні для життя».

Виходячи з цього положення, будь-які комунікаційні акти є віддзеркалюванням внутрішньої структури психіки. Підставу такої тези є ствердження дослідників про те, що динамічна єдність внутрішніх (диспозиційних) ознак особистості та її зовнішніх актуальних переживань у ситуації емоційної напруги, є показником психологічного здоров'я людини або навпаки відхилення від норм. Якщо схильність до переживань має схильність до інтенсивної сенситивності в перебігу самої стресової ситуації, відбувається втрата балансу комунікативного «Я-образ». Така особа «зсуває» комунікацію на директивне, імпульсивне, авторитарне чи будь-яке подібне спілкування.

Одними з перших досліджень в цьому напрямку були здійснені науковцями глибинної психології. З Фрейд довів, що деструктивна ідентифікація призводить до «зсуву» в бік агресивності, описавши на прикладі Людина-вовк. М. Кляйн, фахівець дитячого психоаналізу, помітила закономірність поведінки дитини в грі – порушення доброзичливості в комунікації як з людьми, так і з предметами її оточення. Вона пише: «серйозні зміни в характері, які виражаються в порчі, більш вірогідні серед тих людей, які не встановили свій перший обєкт стійким і не здібні підтримувати вдячність до нього» []. Встановлено, що саме у цих людей за зовнішніми та внутрішніми причинами виникає персекуторна тривога (persequor - невідступно слідувати (за будь-ким), супроводжувати; переслідувати, гнатися), яка є руйнівною в створені хорошої діалогічної комунікації. Особа поглинає в неусвідомлених потягах власної переваги над партнером, спраги влади над нею.

Вихідними положеннями діалогічної комунікації виступають гуманітарно-духовний аспект психіки людини, які закладаються з перших днів народження. Цікавим підтвердженням вище означеного є дослідження українських психологів С. Д. Максименко та В. М. Папучі. Отримані ними емпіричні матеріали в перинатальній психології доводять, що всі складові (в тому числі і внутрішні) дитини є первинними по відношенню зовнішнього світу, в якому їй прийдеться жити. З цього приводу С. Д. Максименко пише, що ще до народження дитина має «універсальне енергетично-інформаційне утворення, що є носієм і чинником соціальної життєвої сили людини» [с. 6]. У цій же площин методологічних поглядів, В.М. Папуча підкреслює, що «дитина з'являється як твір двох люблячих істот і світу їх життя. <…>, коли виникла думка про неї і почуття щодо неї.

Фізично її ще не має, духовно, ідеально (а отже цілком об'єктивно) дана істота вже існує. І її світ є твором багатьох світів – це внутрішнім світом люблячих людей, соціального світу їх життя, світу біології, нарешті світу духу.<…> Тому вона й починає в перші години переживати власне Я» [с. 115]. Посилаючись на тезу С. Д. Максименко про те, що «початок особистості – це вчинок» (ідея М. О. Леонтьєва, 1983) а те, що «особистість починається з любові» [с. 68], дає підставу розглядати ґенезу діалогічної комунікації як усвідомлене сприймання «Я» фізичне, «Я» психічне, «Я» соціальне, побудоване на любові як гуманітарно-духовній єдності цих структур.

Г. В. Дьяконов, розвиває цю ідею в описі природи діалогу і визначає її властивість як протилежне утворення індивідуально-егоїстичного сприймання цих трьох «Я». Він пояснює, що і природа діалогічної комунікації є «не злиття та нерозділеності, а єдність і взаємо-доповнення цих аспектів «людина-людство» буття являє собою основу істинного діалогу» [с. 42].

У своїй монографії Дьяконов робить ретельний аналіз внутрішніх потягів здорової та аномальної психіки й приходить до висновку, що за умов стійких гуманітарно-культурних і духовно-особистісних структур внутрішнього світу, особистість вибудовує світ свого життя на принципах діалогічного спілкування. Він пише, що інтерсуб'єктивно-інтенціальні особливості цього діалогу визначаються поліфонічністю рефлексивних споглядань на себе і на партнера спілкування, процесуальності й дієвість, інтелектуально-емоційне відношення до «Ми» як утвореної цілісності двох та більше «Я». За умов недорозвиненості цих властивостей закономірно виникають конфлікти [с. 82–83; 128–130]. Психологічні особливості комунікації він розглядає в проекціях, які відображають позиції «Я»-соціальний:

- *захисна проекція* за формулою «Я-хороший, інший – поганий»;
- *пряма проекція* за формулою «Я-хороший, інший – хороший»;
- *беззахисна проекція* за формулою «Я-поганий невдаха, інший сміливий й щасливий» [с. 158–159].

Підсумовуючи вищезазначене, можемо стверджувати, що в усіх зазначених теоріях визначається здатність людини самостворювати свій внутрішній світ, властивості якого безпосередньо виявляється у зовнішніх проявах – це стилю спілкування, поведінки, вчинках. Семантичний аналіз вербальної й невербальної комунікації дозволяє «зчитати» приховані мотивації, які фіксуються як конгруентні, тобто щирі, чесні, відкриті, або як неконгруентні, такі що приховуються істину. Конгруентність діалогічної комунікації можна сформулювати оптимістичним почуття до партнера: «Рада, що Ти існуєш!!!». У такий спосіб

формується новий рівень смислового й духовно-чуттєвого зв'язку між партнерами. Щодо внутрішнього світу партнерів такої комунікації, то вони відчувають відродження екзистенційних потреб, які вдало класифікував Е. Фромм – це потреба у встановлені стосунків, потреба в подоланні своєї пасивності, потреба в укоріненні, тобто бути в єдності із навколишнім світом, потреба в ідентичності, тобто «Я – це Я», потреба в системі поглядів та відданості, тобто мати стабільну і надійну основу – це переконання, система цінностей, смислу життя.

**Висновки.** Теоретичний аналіз і узагальнення наукових підходів до розуміння сутності генези діалогічної комунікації дають підстави стверджувати, що її природа криється в особливостях структурування внутрішнього світу людини, які починаються з народження, бо дитина від народження, за виразом … сприймає власне Я. Комунікація має змістовну і процесуальну форму в залежності домінування або захисної проекції, або беззахисної проекції, в яких втрачається діалогічна комунікація. За умов домінування прямої проекції відбувається діалогічна комунікація.

Змістовні ознаки діалогічної комунікації за природою є екзистенціально-онтологічними. Це позначає, що людина від народження має природну здатність розпізнавати комунікавтино-лінгвістичні ознаки комунікантів, про що доведено в сучасних теоріях розвитку психіки особистості.

Проблему генези діалогічної комунікації вважаємо за доцільне досліджувати більш детально в аспекті аналізу внутрішньої структури особистості, зокрема такий аспект як корекція інфантильних потягів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Выготский Л. С. Мышление и речь. Соб. сочинений в 6-ти т. Т 2. URL : https://www.marxists.org/russkij/vygotsky/cw/pdf/vol2.pdf
2. Дьяконов Г. В. Основі діалогического подхода в психологической науке и практике : монография. Кировоград : РИО КГПУ им. В. Винниченко, 2007. 847с.
3. Кляйн М. Зависть и благодарность. 2014. URL : https://psychoanalysis.pro/257/klyayn-m-zavist-i-blagodarnost/7
4. Максименко С. Д. Ґенеза здійснення особистості. Київ : Видавництво ТОВ «КММ», 2006. 240 с.
5. Папуча В. М. Внутрішній світ людини та її становлення.
6. Фромм Е. Мати чи бути. Київ, 2010. URL : https://hromadalib.files.wordpress.com/2015/12/fromm_2010_have.pdf

7. Чепелєва Н. В. Теоретичні основи психологічної герменевтики. *Актуальні проблеми психології.* Том 2 : Психологічна герменевтика. Київ, 2006. Вип. 1. 127 с.

8. Яценко Т. С. Теорія і практика шрупової корекції: Активне соціально-психологічне навчання : навч. посіб. Київ : Вища школа, 2004. 679 с.

***Анотація***

*У статті піднімається проблема вивчення генези діалогічної комунікації в концептуальному полі сучасних психологічних теорій, які розкриваються закономірності структурування внутрішнього психіки людини та її віддзеркалювання в стилях комунікації. Проаналізовані наукові теорії вітчизняних психологів (С. Д. Максименко, Г. В. Дьяконов, Н. В. Чепелєва, В. М. Папуча) та зарубіжні (З. Фрейд, К.-Г`. Юнг, М. Кляйн, Е. Фромм). Посилаючись на ці теорії, автори пропонують авторський підхід до вивчення природи та функції діалогічного спілкування через дослідження внутрішньої структури психіки людини як передумови розуміння виникнення деструктивного спілкування.*

***Ключові слова:*** *діалогічна комунікація, особистість, саморозвиток, екзистенціальні потреби, проекції, внутрішній світ людини.*

***Summary***

*The article raises the problem of studying the genesis of dialogic communication in the conceptual field of modern psychological theories, which reveal the regularities of the structuring of the internal psyche of a person and its reflection in communication styles. The scientific theories of domestic psychologists (S. D. Maksimenko, G. V. Dyakonov, N. V. Chepeleva, V. M. Papucha) and foreign ones (Z. Freud, K.-G`. Jung, M. Klein, E. Fromm). Referring to these theories, the authors offer an author's approach to the study of the nature and function of dialogic communication through the study of the internal structure of the human psyche as a prerequisite for understanding the emergence of destructive communication.*

***Keywords****: dialogic communication, personality, self-development, existential needs, projections, inner world of a person.*

**Гуменюк Інна,**
*голова циклової комісії*
*фундаментальних дисциплін,*
*ВСП «Кам'янець-Подільський*
*фаховий коледж»*
*НРЗВО «Кам'янець-Подільський*
*державний інститут»,*
*м. Кам'янець-Подільський, Україна*

# КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ

Однією із ключових проблем сучасної епохи є проблема адаптації людини до радикальних соціальних і економічних перетворень. Ще в 70-х рр. минулого століття американський футуролог Е. Тоффлер зробив висновок: якщо людина оперативно не навчиться контролювати швидкість змін у своїх особистих справах, то суспільство приречене на масовий адаптаційний зрив. Щоб цього не сталося, потрібна рівновага не лише між швидкістю змін у різних секторах, але й між швидкістю змін оточення й обмеженими можливостями людської реакції.

Розвиток – якісні зміни всякої системи, відбуваються не лише в часі, а й у просторі. Традиційно показники компетентності, інформованості людини співвідносяться з її віком, життєвим досвідом. Однак, при всій однозначності цього співвідношення спостерігається унікальне явище, не притаманне попереднім століттям, – вік людини не є однозначним показником її поінформованості й компетентності. Це явище особливо зримо проявляється при оволодінні людиною конкретними загальнокультурними, професійними навичками. Через стосунки з іншими людьми фізичний час, життя людини стають змістом її «Я», регулюючи її місце в системі стосунків, визначаючи межі цього місця.

Основною умовою, способом існування особистості є комунікація. Саме завдяки здатності передавати інформацію з допомогою мови люди дізнаються про події, факти не лише сучасні, але й віддалені в часі та просторі, та водночас повідомляють про свій душевний стан або почуття. Роль комунікації в житті людини важко переоцінити. Дослідження, проведені в останні роки, свідчать, що практично для кожного виду діяльності при влаштуванні на роботу головним є

уміння володіти навичками вербальної та невербальної комунікації. Досвід розвинутих країн показує, що комунікативні навички є необхідною умовою кар'єрного успіху.

Адаптація в професійному світі, який постійно змінюється, вимагає від молодого працівника наявності певних якостей, які можна об'єднати в поняття комунікативна компетентність.

Динамічний розвиток сучасного суспільства та галузей знань висуває нові вимоги до системи вищої професійної освіти, передбачає формування і розвиток у майбутніх фахівців таких якостей, як мобільність, ініціативність, самостійність під час отримання нових знань, готовність до ефективної міжособистісної та професійної взаємодії.

Сьогодні вища школа покликана готувати спеціаліста нового типу, здатного до оперативної та продуктивної реалізації професійних задач.

Ефективність професійної діяльності залежить від багатьох факторів. Серед них особливе місце належить професійній компетентності. Динамічність суспільного розвитку передбачає, що професійна діяльність будь якого фахівця впродовж професійної кар'єри потребує неперервної освіти, процесу постійного підвищення професійної компетентності.

У загальному вигляді професійну компетентність дослідники розуміють як інтегральну характеристику, що визначає здатність вирішувати професійні проблеми й типові професійні задачі, що виникають у реальних ситуаціях професійної діяльності, з використанням знань, професійного та життєвого досвіду, цінностей та здібностей.

Професійна компетентність не обмежується окремими якостями особистості, їх сумою або окремими навичками. Вона відображає не лише потенціал, що має людина та здатність його використовувати, але й породжує нові явища, якості життя та діяльності, що дозволяють людині бути успішною [6].

Професійна компетентність – це головний компонент підсистеми професіоналізму особистості, сфера професійних знань, коло питань, що вирішуються, система знань, що постійно розширюються і дозволяють виконувати професійну діяльність з високою ефективністю. Визначення професійної компетентності включає в себе ряд взаємопов'язаних характеристик, таких як: гностичну (або когнітивну), що відображає наявність необхідних професійних знань; регулятивну, що дозволяє використовувати професійні знання для розв'язання професійних задач; рефлексивно-статусну, що надає право за рахунок визнання авторитетності діяти певним чином; нормативну характеристику, що відображає

коло повноважень, сферу професійного знання; комунікативну характеристику, оскільки поповнення знань або практична діяльність завжди здійснюються у процесі спілкування та взаємодії [1].

Таким чином, сучасний фахівець – це висококваліфікований професіонал, який поєднує загальну ерудицію із знаннями конкретної галузі діяльності, уміє виділити стратегічні питання, встановити взаєморозуміння та взаємодію із громадськістю, конкретною соціальною групою, окремими людьми, тобто володіє культурою комунікативної діяльності. Саме тому науковці, які досліджують професійну компетентність фахівців різних галузей, одностайні у думці, що обов'язковою її складовою є комунікативна компетентність. У праці "Handbook of Communicative Competence"(«Довідник з комунікативної компетентності») зазначається, що від комунікативної компетентності великою мірою залежить здатність людини досягти своїх цілей у соціальному житті [6].

Дослідженням комунікативної компетентності фахівців різних спеціальностей займалися Т.Бутенко, І Данченко, Н. Завіниченко, О.Касаткіна, І. Козубовська, О. Краєвська, С. Макаренко, В. Назаренко, М.Тимофієва, А Хом'як, В. Черевко та ін.. Професійній комунікативній компетентності присвячені праці С. Александрової, Д. Годлевської, О.Загородної, Підручної, Л. Пляки. Комунікативну компетентність з погляду лінгвістики, педагогіки, психології, соціології, теорії комунікації, культурології досліджували і зарубіжні вчені L. Bachman, M. Canale, N. Chomsky, K. Foss, O. Argie, J.Koester, D. O'Hair, A. Palmer, G. Rickheit, H. Widdowson, C. Sabee та ін.

Разом з тим, проблема формування комунікативної компетентності як складової професійної підготовки фахівця і сьогодні залишається актуальною, оскільки її підвищення в усіх сферах життєдіяльності в кінцевому результаті означає:

- раціоналізацію механізмів управління суспільством;
- утвердження діалогу в якості пріоритетної форми спілкування, як єдиного способу розв'язання глобальних проблем «цивілізаційних викликів»;
- формування моральної, духовної особистості шляхом розширення рівня відповідальності і свободи, в яких особистість шукає свої життєві смисли.

Метою статті є визначення ролі комунікативної компетентності у професійній підготовці сучасного фахівця; характеристика її основних компонентів та особливостей формування в освітньому процесі вищого навчального закладу.

Сьогодні серед науковців немає єдиної точки зору щодо визначення понять «компетенція» і «компетентність». Деякі дослідники (А. Колмогоров, М. Кабардов, Д. Новіков та ін. ) розглядають ці поняття як синонімічні, інші ж науковці диференціюють ці категорії.

Поняття компетентності прийшло до нас із зарубіжних країн. Вважається, що саме у США зародився компетентнісний підхід до навчання. Саме слово англійського походження «Competence» і у перекладі означає як компетентність та і компетенцію. Однак, у синонімічному ряду слова «компетентність» стоять кваліфікація, здібність, уміння, знання, а «компетенція» - правомочність, юрисдикція, підготовка.

Теоретичне обґрунтування феномена компетенції вчені пов'язують з ім'ям відомого американського лінгвіста Н. Хомського, який у 60-ті роки XX століття сформулював поняття «компетенція» і «компетентність» стосовно теорії мови.

На думку А. Хуторського, компетенція – це готовність використовувати засвоєні знання, уміння і навички, а також способи діяльності в житті для вирішення практичних і теоретичних завдань, а поняття компетентність він розглядає як володіння людиною відповідною компетенцією, яка включає її особистісне ставлення до цієї компетенції й предмету діяльності [5]. Відповідно до трактування В. Ягупова та В. Свистун, компетентність – це підготовленість до здійснення певної професійної діяльності та наявність професійно важливих якостей фахівця, які сприяють цій діяльності [3]. На думку українських науковців (Г. Данилова, О. Ситник, О. Лошкіна, О.Пометун, Т. Смагіна та ін. ), компетентність включає не лише професійні знання, навички та досвід, але й здатність ефективно використовувати їх у професійно-практичній діяльності [2].

Таким чином, компетентність розуміємо як більш широке поняття, складовими якого може бути сукупність певних компетенцій.

Термін «комунікативна компетентність» не є новим у педагогічній літературі, однак однозначна трактовка цього поняття на сьогодні відсутня. Найчастіше комунікативну компетентність розглядають як здатність встановлювати та підтримувати необхідні контакти з людьми. До складу комунікативної компетентності включають певну сукупність знань, умінь та навичок, що забезпечують ефективне здійснення комунікативного процесу.

Д.Ізаренков трактує комунікативну компетентність як здатність людини до спілкування в одному й декількох видах мовної діяльності, що являє собою придбану в процесі природної комунікації або спеціально організованого навчання особливу якість особистості [4].

Аналіз багатьох наукових джерел свідчить, що комунікативна компетентність – це узагальнена комунікативна властивість особистості, що включає розвинуті комунікативні здібності, сформовані уміння і навички міжособистісного спілкування, знання про основні його закономірності та правила.

Таким чином, сформована комунікативна компетентність надає можливість фахівцю успішно вступати у різного роду (вербальні та невербальні, усні й письмові) контакти для вирішення комунікативних задач (передачі інформації, ведення переговорів, встановлення та підтримки контактів, інші).

До комплексу комунікативних знань та вмінь, що складають комунікативну компетентність фахівця, дослідники відносять наступні:

- знання норм та правил спілкування (ділового, повсякденного, святкового тощо);
- високий рівень мовленнєвого розвитку, що дозволяє у процесі спілкування вільно передавати і сприймати інформацію;
- розуміння невербальної мови спілкування;
- уміння вступати в контакт з людьми з урахуванням їх статевих, вікових, соціокультурних, статусних характеристик;
- уміння вести себе адекватно ситуації та використовувати її специфіку для досягнення власних комунікативних цілей;
- уміння впливати на співрозмовника таким чином, щоб схилити його на свій бік, переконати у силі своїх аргументів;
- здатність правильно оцінити співрозмовника як особистість, як потенційного конкурента або партнера й обирати власну комунікативну стратегію в залежності від цієї оцінки;
- здатність викликати у співрозмовника позитивне сприйняття власної особистості.

Усі названі характеристики мають бути притаманні фахівцям будь якої галузі, тому комунікативна компетентність є невід’ємною складовою професійної підготовки.

З метою забезпечення якісної реалізації процесу формування комунікативної компетентності необхідно чітко визначити її структуру.

Мотиваційний аспект передбачає бажання вступати в контакт з оточуючими і передбачає формування у майбутнього фахівця розуміння необхідності встановлення комунікативних контактів з колегами та діловими партнерами задля ефективного виконання професійних завдань. Когнітивний аспект передбачає озброєння знаннями про вербальні та невербальні засоби спілкування, знаннями про особливості, структуру, функції професійного спілкування. Когнітивний компонент також включає високий рівень професійної ерудиції, знання про комунікативні стратегії, методи психологічного впливу; правила і прийоми риторики, полеміки, рефлексивного слухання.

Поведінковий компонент передбачає формування умінь реалізовувати комунікативні компетенції безпосередньо в умовах професійного і ділового спілкування.

Ціннісно-смисловий компонент – це готовність до реалізації комунікативної компетентності в професійному спілкуванні.

Емоційно-вольовий аспект забезпечує уміння впливати на слухачів, керувати їхньою увагою. А також уміння керувати своїми емоціями у процесі спілкування.

Серед складових комунікативної компетентності дослідники називають високий рівень володіння мовними засобами; знання риторичних правил і законів спілкування в різних ділових і професійних ситуаціях. Реалізація комунікативної компетентності фахівця також пов'язана з його особистісними якостями (емоційно-вольовими, креативними, перцептивними), з володінням технікою спілкування, знанням психологічних особливостей людини тощо.

Серед інших компонентів комунікативної компетентності дослідники називають лінгвістичний, соціолінгвістичний та прагматичний.

Лінгвістичні компетенції включають знання лексики, фонології, синтаксису, а також знання, пов'язані з іншими аспектами мови.

Соціолінгвістичні компетенції пов'язані з соціокультурними умовами використання мови. Сюди відносяться поняття, пов'язані з культурою носія мови та їх відображення у використанні мови, такі як: норми ввічливості, сприйняття правил поведінки у суспільстві, у тому числі й у професійному середовищі та ін. Соціолінгвістичний компонент суттєво впливає на спілкування представників різних культур, навіть якщо вони про це і не підозрюють.

Прагматичні компетенції пов'язані з функціональним використанням засобів мови у мовленнєвій діяльності. Враховуючи визначений науковцями компонентний склад комунікативної компетентності, можемо зазначити, що її розвиток передбачає знання філософських, соціальних, лінгвістичних, особистісних підходів до професійної діяльності майбутніх фахівців; розробку педагогічних основ професійної майстерності з урахуванням лінгводидактичних та управлінських напрямків. При цьому провідними у навчанні студентів мають стати проблемно-комунікативний метод та інтерактивні методи навчання як гуманітарних так і фаховоспрямованих дисциплін.

Однак, як показують дослідження багатьох науковців з питань формування комунікативної компетентності, на сьогодні у навчальних планах підготовки фахівців відсутня достатня кількість комунікативних дисциплін; недостатнє використання активних, тренінгових методів навчання; слабка теоретична поінформованість студентів про проблеми спілкування, комунікативної компетентності;

відсутня необхідна методична база та прослідковується неготовність викладачів до використання інтерактивних форм роботи із студентами під час лекційних та семінарських занять; недостатньо уваги до здобуття студентами практичних навичок ділового та міжособистісного спілкування тощо.

Аби уникнути такої ситуації необхідно, на нашу думку, змінити підходи до організації освітнього процесу, зокрема, будувати процес навчання студентів на основі інтеграції загальнопрофесійних та спеціальних дисциплін. При цьому у процесі навчально-професійної діяльності мають активно використовуватися такі технології як техніка постановки запитань та відповідей на них, робота у великих та малих групах; презентація та захист проектів, рольові та ділові ігри, дискусії, кейс-технології тощо.

Як доводять дослідження, викладання дисциплін стає більш ефективним, якщо в ньому на основі вивченого навчального матеріалу студент отримує творчі завдання, що дають йому змогу оволодіти такими компонентами комунікативної компетентності, як: прогнозування і програмування комунікативної ситуації; знання й ерудиція; засоби спілкування (вербальні та невербальні); управління комунікативною ситуацією; комунікативна культура (загальна та національна); орієнтація на соціального партнера; мовленнєва компетенція. Так, під час вивчення дисциплін психолого-педагогічного циклу, що є обов'язковими для будь-яких спеціальностей, студентам можуть бути запропоновані такі завдання: скласти низку запитань з означеної проблеми; скласти психологічну (психолого-педагогічну) характеристику на свого одногрупника; підготувати та провести дискусію з визначеної проблеми; змоделювати ситуацію спілкування з партнером, колегою, опонентом; сформулювати проблеми для виробничої наради тощо.

Слід зазначити, що будь який фахівець, який отримав університетську освіту, в кінцевому результаті здійснює діяльність, значна частина якої пов'язана з діловим спілкуванням, процес якого оцінюється як з боку колег та ділових партнерів, так і з боку керівництва. Тому можна упевнено констатувати факт беззаперечної важливості комунікативної компетентності як складової професійної підготовки фахівця.

Таким чином, комунікативна компетентність являє собою складну інтегральну характеристику особистості майбутнього фахівця. Комунікативна компетентність - це не лише наявність знань, умінь та навичок, а й готовність їх адекватного та ефективного використання у безпосередній професійній діяльності. Комунікативна компетентність носить нормативний характер, включає в себе

норми та правила комунікативної поведінки у суспільстві, є особистісною характеристикою майбутнього фахівця, у якій відображається і спрямованість студента на виконання майбутніх професійних задач і його ставлення до обраної професії, до самого себе і типу взаємодії з іншими людьми. У цьому зв'язку більш глибокого та детального вивчення потребує питання обґрунтування педагогічних умов та загальної технології формування комунікативної компетентності фахівця будь якої сфери діяльності.

Формування комунікативної компетентності передбачає: розвиток міжособистісних стосунків у професійній сфері; опанування технологій конструктивного діалогу; вміння говорити і слухати, встановлювати зворотний зв'язок у процесі спілкування, підлаштовуватися до партнера з допомогою невербальної комунікації; вироблення навичок тримати в полі зору декілька справ, швидкої реакції, адаптації й уміння «переключатися».

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ковальська Н. М. Комунікативна толерантність у публічному управлінні як чинник інтеграції в європейську систему гуманістичних цінностей. *Вісник ХНТУ*. 2021. № 4(79) : Публічне управління та адміністрування. С. 252.

2. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи : Бібліотека з освітньої політики / під заг. ред. О. В. Овчарук. Київ : К.Е.С., 2014. 112 с.

3. Смагіна Т. М. Поняття про структуру соціальної компетентності учнів як наукова проблема. *Вісник Житомирського державного університету.* 2018. Вип. 50 : Педагогічні науки. С. 138–142.

4. Богдан Ж., Середа Н., Солодовник Т. Формування комунікативної компетентності студентів закладів вищої освіти : монографія Харків : Друкарня Мадрид, 2020. с. 262. URL : http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPIPress/46292/1/Book_2020_Bohdan_Formuvannia.pdf

5. Ягупов В. В., Свистун В. І. Компетентнісний підхід до підготовки фахівців у системі вищої освіти. *Наукові записки НаУКМА. Серія «Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота»*. 2017. Т. 71. С. 3.

6. Rickheit G. Srohner H. Handbook of Communicative Competence. Gottingen : Hubert & Co., 2008. 561 h.

***Анотація***

*У статті розглядаються питання формування комунікативної компетентності як важливої складової професійної підготовки фахівців у системі вищої освіти України. Проаналізовано зміст основних понять «компетенція», «компетентність», «професійна компетентність», «комунікативна компетентність». Висвітлено різні підходи до визначення сутнісної характеристики комунікативної компетентності, її компонентний склад. Визначено, що процес формування комунікативної компетентності студентів у вищому навчальному закладі необхідно здійснювати на основі інтеграції загальнопрофесійних і спеціальних дисциплін, з використанням інтерактивних технологій і впровадження спецкурсу відповідного змісту.*

***Ключові слова:*** *компетенція, компетентність, професійна компетентність, комунікативна компетентність.*

***Summary***

*In article questions of formation of communicative competence as an important component of vocational training of specialists in system of the higher education of Ukraine are considered. The maintenance of the basic concepts "competence", "professional competence", "communicative competence" is analysed. Different approaches to definition of the main characteristic of communicative competence, its component structure are reflected. Communicative competence is considered as ability to establish and support necessary contacts with people. Include a certain set of knowledge, skills which provide effective implementation of communicative process in structure of communicative competence. Communicative competence is not only existence of knowledge, skills, but also readiness, their adequate and effective use in direct professional activity. Communicative competence has standard character, includes norms and rules of communicative behavior in society, is the personal characteristic of future expert in which also the student's orientation on performance of future professional tasks and its relation to the chosen profession, to itself and like interaction with other people is displayed. It is defined that process of formation of communicative competence of students of a higher educational institution needs to be carried out on the basis of integration all-professional and special subjects, with use of interactive technologies and introductions of a special course of the corresponding contents.*

***Keywords:*** *competence, professional competence, communicative competence.*

**Єськова Анжела,**
*викладачка вищої категорії фінансово-економічних дисциплін, Відокремлений структурний підрозділ «Костянтинівський індустріальний фаховий коледж Державного вищого навчального закладу «Донецький національний технічний університет», м. Костянтинівка, Україна*

# ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ЯК ВАЖЛИВОЇ СКЛАДОВОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ

**Постановка проблеми.** Однією з важливих якостей особистості, якою повинні володіти сучасні здобувачі вищої освіти, є комунікативна компетентність, яка надає можливості долати проблеми міжособистісної комунікації та будувати багатофункціональні взаємини між учасниками навчально-виховного процесу.

Одним із важливих завдань, що постають перед вищими навчальними закладами, є забезпечення держави фахівцями, котрі мають високий рівень професійної підготовки. Однією із пріоритетних тенденцій удосконалення навчання майбутніх фахівців є формування у них професійно значущих умінь і навичок, зокрема, комунікативних.

Сьогодні вища школа покликана готувати спеціаліста нового типу, здатного до оперативної та продуктивної реалізації професійних задач. На сучасному етапі розвитку вищої освіти є достатньо підстав розглядати професійне становлення суб'єкта праці як процес, що включає формування сукупності знань, умінь і навичок, з одного боку, і професійно значущих особистісних психологічних якостей, з іншого. Ефективність професійної діяльності залежить від багатьох факторів. Серед них особливе місце належить професійній компетентності. Динамічність суспільного розвитку передбачає, що професійна діяльність будь якого фахівця впродовж професійної кар'єри потребує неперервної освіти, процесу постійного підвищення професійної компетентності.

Сучасний фахівець – це висококваліфікований професіонал, який поєднує загальну ерудицію із знаннями конкретної галузі діяльності, уміє виділити стратегічні питання, встановити взаєморозуміння та взаємодію із громадськістю, конкретною соціальною групою, окремими людьми, тобто володіє культурою комунікативної діяльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про поглиблений інтерес науковців до визначення особливостей організації підготовки фахівців. Питанням формування комунікативної компетентності присвячені численні наукові праці. Загальні положення щодо визначення поняття та структури комунікативної компетентності були відображені в роботах Ю. Панфілова, О. Добротвора, І. Черезової, Б. Фурманець. Процеси формування комунікативної компетентності студентів досліджували Т. Бутенко, М. Галицька, О. Корніяка. Водночас потребує уваги аналіз підходів до формування комунікативної компетентності здобувачів вищої освіти з метою їх систематизації.

**Формулювання цілей тез.** Висвітлення різних підходів до визначення комунікативної компетентності та її значення у процесі здобування вищої освіти, аналіз напрямів щодо її формування в умовах навчально-виховного процесу вищої школи.

**Виклад основного матеріалу.** Сьогодні необхідність модернізації змісту освіти у відповідності до компетентнісного підходу ставить нові вимоги до змісту підготовки випускників закладів освіти. На відміну від «знаннєвого» підходу до підготовки фахівця, компетентнісний підхід передбачає володіння студентом, окрім знань, умінь та навичок, ще й додатковими компонентами, зокрема діяльнісними та емоційно-ціннісними. Це дозволяє випускнику адаптуватися до мінливих сучасних умов, бути більш конкурентоспроможним, вибирати шляхи вирішення поставлених перед ним завдань та нести за них відповідальність, бути мобільним та самостійним. слід зазначити, що впровадження компетентнісного підходу в освітню діяльність та використання результатів навчання у вигляді якісного показника підготовки фахівця до майбутньої професійної діяльності є цілком закономірним кроком нашої держави у відповідності до світових освітніх тенденцій.

Для того щоб якісно виконувати свої професійні обов’язки, сучасний фахівець повинен володіти певним набором загальних та фахових компетентностей.

Комунікативна компетентність передбачає широке коло вмінь, серед яких виділяють прості та складні комунікативні вміння, а саме:

- уміння вербального і невербального спілкування, тобто вміння говорити, слухати, використовувати жести, міміку, пантоміміку, погляд, інші невербальні засоби;
- уміння розподіляти свою увагу;
- уміння соціальної перцепції (сприймати та розуміти внутрішній стан партнера за зовнішніми ознаками);
- уміння здійснювати прогнозування реакції партнера за спілкуванням;
- уміння керувати своєю поведінкою в спілкуванні.

У структурі комунікативної компетентності студентів закладів вищої освіти можна виділити такі компетенції, як: іншомовна комунікативна компетенція; професійна компетенція; стратегічна компетенція; соціальна компетенція. Причому під поняттям «компетенція» розуміється коло питань, в яких особистість обізнана для здійснення певної діяльності [2, с. 44] формування комунікативної компетентності здобувачів вищої освіти та її структурних елементів є комплексним поняттям, яке можна розглядати як систему обґрунтованих педагогічних дій та цілеспрямованих заходів, що впроваджуються в науково-освітній процес закладу вищої освіти [6, с. 75]. Її вдосконалення повинно супроводжуватися розвитком комунікативної мотивації, позитивного ставлення до творчого засвоєння вмінь та навичок для вирішення проблемних або конфліктних ситуацій.

На думку І. Черезової, розвиток комунікативної компетентності здійснюється в процесі становлення особистості з різних джерел, а саме: міжособистісна взаємодія з людьми, вивчення культурної спадщини; спостереження за спілкуванням інших людей без особистої участі в розмові; ведення подумки розмови з опонентом; участь у різноманітних тренінгах та рольових іграх тощо [5, с. 107].

Комунікативна компетентність формується та розвивається в умовах спілкування між співрозмовниками для досягнення певної мети. від кола партнерів для спілкування, від тематичної глибини та кількості питань, які обговорюються, залежить якість формування комунікативної компетентності та системи вмінь, які є її складниками. не менш важливим для формування комунікативної компетентності є застосування культурологічного підходу, який надає можливість засвоїти загальну і національну культуру, усвідомити культурні потреби та інтереси.

Звісно, щоб досягти позитивних результатів у спілкуванні, необхідно мати стійку мотивацію на вирішення мети спілкування, орієнтуватися на позитивну розмову. можливо, певні моменти потрібно проговорити про себе перед початком діалогу, щоб у потрібний час дати відповідну відповідь. найбільш важко, коли співрозмовники негативно відносяться один до одного. у даному випадку потрібно оцінити ризики спілкування, можливо, не варто починати розмову, якщо вона призведе до загострення ситуації. крім того, на процес формування комунікативної компетентності впливають такі чинники:

- професійна спрямованість навчання;
- стійка мотивація та інтерес на оволодіння саме цією компетентністю;
- уміння навчатись самостійно [1, с. 54];
- коректний підбір форм та методів формування комунікативної компетентності у відповідності до специфіки професії та дисципліни;
- стійка потреба в самовдосконаленні;
- використання інформаційно-комунікаційних технологій.

На мою думку, формуванню комунікативної компетентності студентів найбільш сприяють такі методи навчання: ділові ігри; різноманітні тренінги; застосування інформаційно-комунікаційних технологій.

Таким чином, комунікативна компетентність являє собою складну інтегральну характеристику особистості майбутнього фахівця. Комунікативна компетентність - це не лише наявність знань, умінь та навичок, а й готовність їх адекватного та ефективного використання у безпосередній професійній діяльності. Комунікативна компетентність носить нормативний характер, включає в себе норми та правила комунікативної поведінки у суспільстві, є особистісною характеристикою майбутнього фахівця, у якій відображається і спрямованість студента на виконання майбутніх професійних задач і його ставлення до обраної професії, до самого себе і типу взаємодії з іншими людьми.

**Висновки та перспективи подальших наукових пошуків.** Отже, комунікативна компетентність є важливою якістю студента вищого навчального закладу та майбутнього фахівця взагалі, яка втілюється в системі ціннісних орієнтацій, уміннях вербального та невербального спілкування і надає можливість людині будувати ефективні взаємозв'язки зі співрозмовниками, разом вирішувати проблеми, що виникли. для її формування можна використовувати різноманітні активні навчальні методи, зокрема ділові ігри, тренінги, застосувати інформаційно-комунікаційні технології.

У цьому зв'язку більш глибокого та детального вивчення потребує питання обґрунтування педагогічних умов та загальної технології формування комунікативної компетентності фахівця будь якої сфери діяльності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Альохіна Н. В. Формування комунікативної компетентності майбутніх фахівців. *Проблеми сучасної педагогічної освіти. Педагогіка і психологія.* 2013. № 40 (2). С. 51–55.

2. Галицька М. М. Складові комунікативної компетентності студентів вищих навчальних закладів. *Освітологічний дискурс.* 2015. № 2 (10). С. 39–48.

3. Краєвська О. Д. Формування комунікативної компетентності майбутніх менеджерів-аграріїв у процесі професійної підготовки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка. Тернопіль, 2015. 25 с.

4. Панфілов Ю. І., Фурманець Б. І. Компетентнісний підхід в освіті: досвід, проблеми, перспективи.*Теорія і практика управління соціальними системами.* 2017. № 3. С. 55–67.

5. Черезова І. О. Комунікативна компетентність як інтегральна якість особистості. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Психологічні науки.* 2014. № 1 (1). С. 103–107.

6. Шарова Т., Шаров С. В., Бородіхіна О. В. Формування комунікативно-діалогічної компетентності студентів-філологів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.* 2017. Вип. 29, т. 1. С. 74–76.

**Клочкова Юлія,**
*докторка філософії,*
*Хортицька національна академія,*
*м. Запоріжжя, Україна*

# ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В ЕПОХУ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

В епоху цифрової трансформації, коли інформаційні технології перепрограмовують всі сфери життя, важливість комунікативної компетентності набуває нового звучання. З впровадженням цифрових засобів спілкування індивіди стикаються з рядом нових викликів, які вимагають адаптації та розвитку їхніх комунікативних навичок. Цифрові технології змінюють способи, якими ми взаємодіємо, відкриваючи нові можливості для спілкування, але водночас створюючи нові виклики для ефективного обміну інформацією та взаєморозуміння.

Наприклад, соціальні мережі, месенджери та інші цифрові платформи створюють нові форми комунікації, які потребують вміння виражати свої думки коротко, чітко та зрозуміло. Водночас, інтернет збільшує обсяг інформації, з якою потрібно працювати, і вимагає від людей вміння фільтрувати та аналізувати цю інформацію.

Крім того, цифрова трансформація впливає на розвиток нових форм комунікації в бізнесі, освіті, науковій сфері та громадському житті. Успішний фахівець сьогодні повинен володіти не лише традиційними усними та письмовими навичками комунікації, але й вміти працювати з цифровими інструментами, включаючи електронну пошту, відеоконференції, соціальні мережі та інші онлайн-платформи.

Вивченню теми цифрової компетентності, цифрової грамотності, особливостей комунікації присвячено роботи таких вчених: Л. Гаврілова, Г. Генсерук, В. Ковальчук, Я. Топольник, С. Федотенко, І. Чеботарьова та інших.

Мета дослідження полягає у вивченні викликів, з якими стикається сучасне суспільство у розвитку комунікативної компетентності в умовах цифрової трансформації, а також у визначенні перспектив її подальшого розвитку. Розглядаються основні аспекти впливу цифрових технологій на способи спілкування, вимоги до комунікативних навичок у цифрову епоху, а також можливості для подальшого вдосконалення комунікативної компетентності в умовах швидкозмінного інформаційного середовища.

Комунікативна компетентність визначається як здатність ефективно взаємодіяти з іншими людьми за допомогою мовленнєвих та немовленнєвих засобів з метою досягнення спільних цілей або розуміння. Вона включає в себе комплекс навичок, знань і вмінь, необхідних для успішного спілкування. До неї входять:

- здатність правильно використовувати мову для вираження думок, ідей та почуттів. Це включає граматику, лексику, фонетику та орфографію;
- здатність адаптувати спосіб спілкування до різних ситуацій, контекстів та аудиторій;
- здатність розуміти і враховувати культурні особливості, норми, цінності та стереотипи, які впливають на спілкування;
- здатність планувати, вибирати стратегії та використовувати специфічні комунікативні прийоми для досягнення мети взаємодії [4].

Вплив цифрових технологій на способи спілкування сьогодні набуває все більшої значимості в сучасному світі. Ці технології дозволяють перетворити способи комунікації, які ми колись вважали загальноприйнятими, і вносять революційні зміни у спілкування між людьми.

По-перше, цифрові технології розширюють наші можливості спілкування. Вони дозволяють нам легко зв'язуватися з людьми з усього світу у реальному часі через соціальні мережі, месенджери та відеоконференції. Такий широкий доступ створює нові можливості для взаємодії та обміну ідеями [2].

По-друге, цифрові технології змінюють формати спілкування. Тепер ми можемо обмінюватися не лише текстовими повідомленнями, а й відео та аудіо записами, зображеннями та іншими мультимедійними матеріалами. Це дозволяє нам краще виразити свої думки та емоції через більш різноманітні засоби виразності.

По-третє, з цифровими технологіями спілкування стало швидшим та доступнішим. Ми можемо легко знаходити спільність та обмінюватися інформацією з ким завгодно в будь-який час та в будь-якому місці. Це сприяє підвищенню продуктивності спілкування та покращенню його ефективності.

Зокрема, цифрові технології також впливають на соціальні норми та звичаї спілкування. Наприклад, нові форми вираження емоцій, такі як емодзі та стікери, стають не тільки засобами комунікації, але й важливим елементом культури спілкування.

Крім того, цифрові технології дозволяють зберігати інформацію, яка обмінюється під час спілкування, у різних форматах. Це дозволяє зручний доступ до неї у майбутньому та створює можливості для аналізу та обробки даних, що сприяє розвитку культури спілкування в епоху цифрової трансформації [1].

У цифрову епоху, коли комунікація стала важливою складовою сучасного життя, вимоги до комунікативних навичок значно розширилися.

Цифрова грамотність стала необхідністю, оскільки спілкування тепер відбувається в основному через електронні канали. Люди мають вміти ефективно користуватися різноманітними цифровими інструментами, такими як електронна пошта, соціальні мережі, месенджери та інші. Вони повинні бути знайомі з правилами етикету в онлайн-середовищі, розуміти принципи приватності та безпеки в мережі.

Адаптивність стала ключовою якістю, оскільки формати комунікації постійно змінюються. Від текстових повідомлень до відеоконференцій - люди повинні бути гнучкими та швидко адаптуватися до нових технологій та платформ. Розвинені навички емпатії та міжкультурної спроможності стають важливими, оскільки спілкування відбувається на міжнародному рівні. Розуміння та повага до культурних відмінностей, а також здатність до емпатії допомагають створити ефективні комунікаційні зв'язки.

Критичне мислення стає ключовим, оскільки в інтернеті доступно величезне масив інформації. Вміння критично оцінювати достовірність та значущість інформації дозволяє уникнути поширення міфів та фейків. Ефективність у вираженні набуває великого значення в умовах обмеженої уваги. Здатність виразно та лаконічно висловлювати свої думки допомагає привернути увагу та ефективно спілкуватися в цифровому середовищі.

У швидкозмінному інформаційному середовищі постійно з'являються нові можливості для вдосконалення комунікативної компетентності. Один із підходів полягає у постійному навчанні через участь у навчальних програмах, семінарах та онлайн-курсах. Такі заходи дозволяють оволодіти новими стратегіями спілкування та використовувати їх у реальних ситуаціях. Крім того, важливо використовувати різноманітні технології для самонавчання, такі як мобільні додатки та відеоуроки.

Залучення до активної практики у різноманітних суспільних заходах, дискусіях та клубах спільної діяльності є ще одним способом покращити комунікативні навички у реальних сценаріях. Це дає змогу не лише вдосконалювати способи спілкування, але й підвищує рівень ефективності взаємодії з іншими людьми [3].

Отримання зворотного зв'язку через різні канали, такі як соціальні мережі та вебінари, допомагає зрозуміти, як ефективно спілкуватися та знаходити спільну мову з аудиторією. Також важливо розвивати емоційний інтелект, що допомагає краще розуміти свої та чужі емоції, що є важливим для побудови успішних відносин та спілкування.

Перспективами подальших наукових пошуків з цієї теми є вивчення впливу новітніх технологій, таких як штучний інтелект, віртуальна реальність та розширена реальність, на комунікативні здібності та спілкування людей. Також перспективним напрямом дослідження є вивчення ефективності різних методів онлайн-комунікації та їх впливу на якість взаємодії та спілкування.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гаврілова Л. Г., Топольник Я. В. Цифрова культура, цифрова грамотність, цифрова компетентність як сучасні освітні феномени. *Інформаційні технології і засоби навчання.* 2017. № 61(5). С. 1–11.
2. Генсерук Г. Р. Цифрова компетентність як одна із професійно значущих компетентностей майбутніх учителів. *Open educational e-environment of modern University.* 2019. № 6. С. 8–16.
3. Ковальчук В. І., Федотенко С. Р. Інноваційні технології навчання – основа модернізації професійної освіти. *Молодий вчений*. 2018. № 12. С. 425–429.
4. Чеботарьова І. О. Формування мовної компетентності керівників освіти в умовах ВНЗ. *Публічне управління XXI століття: від соціального діалогу до суспільного консенсусу* : збірник тез до XIV Міжнародного наукового конгресу. 2014. 332 с.

**Козак Валентина,**
*кандидатка філологічних наук,*
*доцентка кафедри мовної підготовки,*
*Київський інститут*
*Національної гвардії України,*
*м. Київ, Україна*

# ВИКОРИСТАННЯ ПЛАТФОРМИ CLASSTIME У ПРОЦЕСІ ВИКЛАДАННЯ ГУМАНІТАРНИХ ФІЛОЛОГІЧНИХ ДИСЦИПЛІН

Онлайн-інструменти надають викладачам гуманітарних філологічних дисциплін додаткові можливості для викладання. «Сучасні інформаційно-комунікаційні технології не замінять живого спілкування здобувачів освіти з педагогом, але кожна проблема породжує нові можливості: для здобувачів освіти – навчитися вчитися самостійно, для педагогів – навчитися використовувати цифрові технології у навчанні» [2, с. 96].

Один із сучасних онлайн-ресурсів – платформа **Classtime.** Це безкоштовний онлайн-ресурс, ефективний та результативний інструмент в навчальному процесі, призначений для реалізації тестового контролю знань. Використання означеного сервісу в процесі викладання філологічних гуманітарних дисциплін дозволяє швидко перевірити рівень знань здобувачів освіти в режимі реального часу. Це можна зробити як за допомогою комп'ютера чи планшета, так і з використанням мобільних телефонів. Обов'язковоюОбов'язковою умовою тестування на платформі **Classtime** є наявність стабільного інтернет-з'єднанняз'єднання. **Classtime** не потребує встановлення на ґаджет, працює за посиланням.

Використання ресурсу **Classtime** не вимагає від викладача особливих навичок, адже сервіс має інтерфейс українською мовою (мову можна змінити за потреби), зручну навігацію, що максимально спрощує процес створення тестів. Результати тестування одразу з'являються на екранах ґаджетів здобувачів освіти і викладача.

Завдання для тестування на платформі **Classtime** доцільно створювати самостійно, хоча можна підібрати також із наявної бази. Сервіс пропонує розділ «Бібліотека», де вміщено завдання з різних дисциплін, не тільки гуманітарного циклу.

Кожна сесія, яку створює викладач, маркується унікальним кодом, що дозволяє долучитись до тестування. На розсуд викладача можна обмежити час виконання тестів, використавши таймер і планувальник сесій; відстежувати прогрес у режимі реального часу; скористатися налаштуваннями "показувати відповіді одразу" та "дозволити одну відповідь на питання"; прокоментувати найбільш поширені помилки за допомогою PDF-експорту; призначати кількість балів за завдання; здійснювати часткове оцінювання; повторно переглядати сесії конкретної групи [1].

Тестування за допомогою платформи **Classtime** суттєво економить час викладача і здобувачів освіти, адже перевірка результатів здійснюється автоматично. Відкриті відповіді можна перевірити за допомогою штучного інтелекту (поки що в тестовому режимі). Що, знову ж таки, на розсуд викладача.

Використання сучасних онлайн-інструментів у навчальному процесі дозволяє підвищити ефективність процесів визначення рівня засвоєння матеріалу здобувачами освіти: зменшує затрати часу на перевірку відповідей, автоматизує аналіз результатів тестування, робить навчальний процес більш цікавим і доступним. Платформу **Classtime** можна ефективно використовувати на всіх етапах навчального процесу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вебресурс **Classtime**. URL : https://www.classtime.com (дата звернення: 19.11.2023).

2. Ткаченко Л. В., Хмельницька О. С. Особливості впровадження дистанційного навчання в освітній процес закладу вищої освіти. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах.* 2021. № 75, т. 3. С. 91–96.

***Анотація***

*У пропонованому матеріалі йдеться про використання сучасного онлайн-ресурсу – платформи* ***Classtime,*** *його особливості під час викладання філологічних дисциплін. Цей безкоштовний онлайн-ресурс окреслюється як ефективний та результативний інструмент в навчальному процесі, призначений насамперед для реалізації тестового контролю знань.*

***Ключові слова:*** *онлайн, філологія, методика викладання, кластайм, інтерактивні технології.*

***Summary***

*The proposed material refers to the use of the modern online resource - the Classtime platform, its features in the teaching of philological disciplines. This free online resource is outlined as an effective and resultative tool in the educational process, primarily designed for the implementation of knowledge test control.*

***Keywords:*** *online, philology, teaching methodology, Classtime, interactive technologies.*

**Kornieieva Iryna,**
*PhD, associate professor,*
*associate professor at Philology*
*and translation Department,*
*Kyiv national university*
*of technologies and design,*
*Kyiv, Ukraine*

# SOCIO-COMMUNICATIVE APPROACH IN UKRAINIAN PUBLISHING AS THE CORE OF LONG-LIFE EDUCATION

Publishing in Ukraine is an important sphere of social activity, the development of which significantly affects the functioning of various branches of science and industry, education and rebuilding, medicine and reconstruction of up-to-date Ukraine.

The relevance of the present research is determined by deep structural reforms in Ukraine, modern processes of the formation of the information society. After all, modern publishing is designed to ensure the completeness and availability of information adequate to the demands of the modern discerning authors, promotes the dissemination of new knowledge and advanced technologies in society, increases the level of its intellectualization and motivates long-life education.

The analysis of modern scientific literature showed that many multifaceted studies in publishing in Ukraine have been carried out, which give an idea of its essence and features. First of all, these are works on the theory and practice of the publishing house of R. Ivanchenko, N. Zelinska, V. Rizun, A. Milchyn, M. Sikorskyi, V. Teremko, M. Tymoshik, M. Feller. In the works of N. Vernyhora, L. Horodenko, M. Zhenchenko, O. Levchuk, I. Pobidash and S. Fialka the fundamental foundations of professional training of publishing workers and authors of authentic and scientific texts are highlighted [2; 4; 7; 8; 12; 13; 14; 15].

Successful European integration of Ukraine is possible only if a number of reforms will be implemented, including in the education space. Increasing investment in human capital and improving the level of citizens' skills will facilitate adaptation to fundamental changes reflected in the world economy, such as the globalization of markets, the rapid pace of technological development and global competition.

Many scientists paid attention to the issues throughout their lives: V. P. Andrushenko, I. A. Zyazyun, V. A. Goshovska, N. B. Larina, S. D. Maksymenko, N. G. Nichkalo, S. O. Sysoeva, O. V. Chaly, Y. V. Tsekhmister and others.

The meaning of the concept of "lifelong education" was revealed by the English scientist R. H. Dave [1]. He considered it as a process of personal, social and professional development of individuals throughout life in order to improve the quality of both their own personal life and their social environment.

Nowadays, lifelong education has gained special importance. It is a purposeful process of personal development through the implementation of educational programs and services. And for Ukraine, the following development trends are particularly relevant:

- the growing role of human capital in the rising of national wealth;
- adverse demographic tendencies;
- speeding up the pace of updating professional knowledge;
- approval of the concept of lifelong education in the European educational space.

The goal of lifelong education is to provide people of all ages with equal and open access to quality education. The goals that are set and implemented in the system of continuous education have three components: the first is additional professional education; the second component provides various groups of the population with the opportunity to adapt to changing living conditions; the third one ensures the satisfaction of different individual education needs of citizens (language training, obtaining psychological, cultural and other knowledge, communicative and special skills).

As the Law of Ukraine "On Higher Education" emphasizes, the purpose of education is the comprehensive development of a person as an individual and the highest value of society, his talents, intellectual, creative and physical abilities, the formation of values and competences necessary for successful self-realization, the education of responsible citizens who are capable for continuous social choice and direction of one's activities for the benefit of other people and society, enrichment on this basis intellectual, economic, creative and cultural potential of the Ukrainian people, raising the educational level of citizens to ensure the sustainable development of Ukraine and its European choice [9].

To be interesting, to reflect connections in society, the communicator of publishing (the author) must always be in trend: be modern, flexible, authoritative, charismatic. And the reader, in turns, could also improve by choosing a qualified, informative author. Of course, both communicators must constantly learn to be adequate members of society, citizens who must also grow intellectually, informationally and technologically. This is based on the relevant experience of living and practicing together with society. Finally, the main result of publishing in Ukraine is a proactive citizen and society, who, through long-life education, are able to fight for their rights and independence.

Despite the wide range of scientific problems that they highlight, the socio-communicative essence of the publishing in Ukraine remains insufficiently researched to this day, and this determined the purpose of our investigation.

**Purpose and methods of present research.** The purpose of the article is to substantiate the role of socio-communicative approach as a methodological basis for the study of publishing in Ukraine.

We applied to the theoretical research methods, namely the analysis of the psychological, pedagogical, sociological scientific base in order to carry out the analysis of methodological approaches in the research.

**Results.** We consider the publishing in Ukraine as a set of interconnected organizational, managerial, production, creative, informational and marketing actions aimed at the preparation and release of author's scientific works. The importance of the publishing of modern Ukraine for the formation and development of a person, the complexity of its problems have determined the variety of theoretical and methodological approaches to its study. The most common among them are text-centric, anthropocentric, functional and institutional approaches. Each approach captures the peculiarities of the study of publishing in Ukraine in the relevant scientific context.

***The text-centric approach*** is based primarily on understanding the text as a speech expression. According to this, the main attention of the researcher is focused on the work of the author's text. A prominent place here is given to finding out whether the requirements of style are met and whether the given facts are properly verified and convincing.

***The anthropocentric approach*** involves the analysis of the author's text as a complex communicative structure, taking into account the personality of the communicator, who is targeted by certain psychological, mental, social, cultural, ethnic and other properties. During the analysis, the publishing is based on the principle of harmonizing the creative capabilities of all subjects, paying attention to background knowledge. Perception of the text is considered as penetration into the author's consciousness, his conceptual system [6, p. 27].

***Functional analysis*** is focused on determining the place and meaning of the publishing process in the system of social communications, on clarifying the functional features of its components and their interaction.

Each of these approaches can be applied at a certain stage of publishing research. All of them, however, are not isolated, they condition each other, which led to the emergence of synthesized methodological approaches – primarily a ***socio-communicative approach***, which allows for a thorough investigation of this multifaceted process as a social phenomenon and brings it into the broad context of social relations.

***A socio-communicative approach*** to the study of publishing in Ukraine involves a combination of various aspects of scientific research of this inherently social process. This is the unity of ontological, epistemological, hermeneutic, sociological, axiological, socio-psychological, communicative aspects of its study.

The socio-communicative approach is primarily aimed at determining the place and role of publishing in society. Therefore, the publishing is an element of society and cannot be feel economic, political and social changes. That is why, socio-communicative studies analyze the dependence of the current state of publishing on social transformations, state policy in economic, political, social and cultural spheres.

The society's reaction to the events of publishing life, attitude to publishing activity and its results in various communities is indicative. It is about determining the degree of satisfaction with this type of activity and identifying the causes of social discomfort in it.

Understanding the phenomenon of social communication in the publishing sphere is impossible without taking into account the communicative uniqueness within its socio-professional subject – the publishing organization. In particular, the attention of researchers is focused on the study of internal relationship between its structural divisions and within each of them. Any employee of a publishing organization is now considered an active subject, a partner who has understood the social purpose of this institution and its significance for society, clearly understands the purpose and tasks of his work. He is focused primarily on the result, is loyal to corporate rules and values, in order to adequately fit into the system of social relations and be ready to effective work in the team. The author is also a member of this team.

The main goal of the publishing is the socialization of the author's text. That is the transformation of the product of individual authorship into a product. It is the carrier of the results of scientific, educational, literature and artistic, advertising and information activities, intend for the storage and distribution of significant information in society. It affects the system of social relations, supports social cohesion, unites society through communication [10].

The publishing is inextricably linked with the professional activities of various social groups. Millions of people, representatives of social groups and professions interact through publishing products.

Publishing products are an important means of information provision of various types of activities, are a tool for increasing knowledge, spreading national and world culture. Thanks to it, the formation, development and socialization of the reader takes place. Passing through different communication channels, publishing products form scientific knowledge, skills, ideals of the reader, his rational and emotional picture of reality, influence ideological, aesthetic, ethical preferences.

This social reality, in turn, affects the creation of the ***text.*** That is, texts create a context and are themselves created by it. The important thing for socio-communicative analysis is the study of the social parameters of the text as a complex communicative mechanism, a mediator of communication, which fixes the strategic program of the addressee. It is interpreted by the addressee [11, p. 10].

It is also relevant to find out whether the text and the publishing product created on its basis exerts the influence on society that was laid down technologically, and how society reacted to the object of influence [10].

A prominent place is given to the study exactly how the text is constructed and its meaning is fixed in the aspect of the social and cultural situation. The initial impulse that starts the text-creative process is a motive, which includes, in a more or less conscious form, an idea of what should be presented in the future text. At the same time, the author rethinks new information from the real world and creates a different content based on it in accordance with his worldview. New information, in turn, entering the author's experience, complements or changes his picture of the world.

The reader, passing through the text, in the same way as the author, partially changes the reality in his mind, evaluating its relevance, importance and value for society at his own discretion [3, p. 54].

The text is always aimed at communication with the reader. It leads the reader through its labyrinths, engaging in communication, reflection and active penetration into the essence of the presented information, its existing and hidden meanings.

In the event that difficulties arise at some stage of decoding the text, the reader expects clues in the following text parts. For example, he hopes to understand it in combination with other words known components of the text. It will help him analyze the meaning of this word.

The text requires a certain type of competence from the reader. At the same time, the reader himself contributes to replenishing the stock of encyclopedia knowledge, because if during the comprehension of the content he discovers some discrepancies between his knowledge, he turns to scientific sources to clarify the truth of the author's statements.

On the basis of the socio-communicative approach, publishing appears as an informational and communicative process that continues in the forms of interpersonal, group and mass interaction of its subjects. The subjects of interaction are the author, who prepared the work, as well as the reader, through whose consciousness information passes, having acquired subjective reproduction-decoding [12, p. 379].

At the same time, each communicator becomes an active subject and anticipates the activity of his communication partner and, therefore, analyze the motives, the goals, predictions. In particular, when publishing a book, newspaper or magazine, the communicator (the author) expects that among the indefinite number of people who can pick them up, there is a significant number of those who will not only read, but also perceive, understand and interpret the presented information.

The author and the editor – the producers of publishing product and the reader – its main consumer become dependent both on each other and on the content and structure of the communicative process in general. The producer wants to make sure that the conclusions drawn by the reader correspond to those he expected. Similarly, the reader wants to be sure that the conclusion he draws corresponds to what the author had in mind. After all, in the case when it turns out not to be the way the recipient expects it to be, there is a misunderstanding of the essence of what has been read. The reader is more than a passive recipient of information. He is always a subject in the editorial and publishing process. That is why the common knowledge of communication partners acquires special importance.

Since communication is a dialogic meeting of two processes: a) expression, in which I-addressee addresses to You-addressee; b) interpretation, in which You-interpreter builds an image of interaction for the joint solution of communicative tasks based on the text, the author, the editor and the reader must strictly follow certain rules and principles of information exchange. This will ensure mutual understanding, as a result of which the reader will receive information from the author and editor with the least amount of misinformation.

Since the author's efforts are aimed at achieving the perfection of his own text and the editor also pursues the goal of optimizing this text as much as possible, they become allies and creative partners.

Successful cooperation of these publishing entities is facilitated by:

- concentration of attention on solving a common problem, and not on protecting personal opinion, striving for self-realization and proving to the other communicator his incompetence;
- receptivity and impartiality;
- interdependence in achieving the final result, inclination to work together in the future, focus on good relations to obtain a positive final result.

We ourselves must change our world picture and perception in order to gain new knowledge. Cognitive flexibility is of great importance nowadays. Therefore, we aim to work with a person's worldview through thinking. It must exist to equalize the intellectual level of the whole society. The publishing should also provide long-life education.

Unfortunately, this is only a hype trend today, which is not really about continuous learning and changing oneself, but about a certain kind of intellectual hedonism. However, there must be an environment where interaction with other people generates impulses. Publishing is one of them. It is a social interaction of a friendly nature. It is a challenge of real life.

So, socio-communicative approach in Ukrainian publishing is the core of long-life education for people.

**Conclusions.** ***The publishing process in Ukraine*** is a complex phenomenon, where social, psychological, linguistic and other factors are closely intertwined. It is possible to establish the socio-centricity of the publishing and all its components, to reveal their independence and mutual influence with the help of a socio-communicative approach. This approach is aimed at identifying deep communicative connections.

***The socio-communicative approach*** involves understanding publishing in Ukraine as a systemic process aimed at improving the author's text and introducing it into information and communication circulation in order to satisfy the readership needs of various social groups.

***Communicative subjects*** also anticipate the activity of their communication partner, analyze his motives, goal, product his communicative portrait. Communicators (readers) become active subjects, for their part, they encourage the author and editor to focus on their (readers') interests, requests and preferences.

***Texts*** are the product of individual authorship. The author and the publisher enter into a communicative interaction with the reader. The form in which the publishing products reach the reader depends on the editor. So, the editor must be well oriented in the course of the creative process, understand its complexity and the psychology of the author.

***The information and communication space*** affects the publishing, changing its structure. It is actually a reflection of current social reality, media and its products. All elements of publishing are social phenomena that work according to certain rules and communicative strategies. The basis of the unity of these elements is laid in common fundamental values, interests during the interaction of communicators and the rest of the publishing.

Publishing is proven to be the main social interaction with the world community provided by long-life education. The central aim of it is the proactive citizen who fights for his rights, independence and future.

# REFERENCES

1. Dave R. H. Foundations of Lifelong Education. Oxford, 1976. 314 p.

2. Socio-communicative engineering: object and subject of research / Fedonyuk A. A., Kunanets N. E., Kut V. I., Pasichnyk V. V. *Ukraine is a civilization*. Uzhorod, 2015. Vol. 4. Pp. 275–283.

3. Fihol N. M. The role of the editor in the preparation of the linguistic content of the electronic education publication. *Style and text* / The Kyiv national university named after T. Shevchenko. Kyiv, 2014. Vol. 15. Pp. 99–107.

4. Fiyalka S. B. Editing Educational Literature on Cultural Studies for Higher Education / NTUU «KPI». Kyiv, 2019. 18 p.

5. Horodenko L. Features of editing processes in network communication. *Style and text*. 2020. Vol. 11. Pp. 17–25.

6. Hromova N. M. The psychology of the dialogue interaction of the author of the newspaper text and the reader. *Modern psychological problems* / Kamyanets-Podilskyi national university named after Ivan Ogienko. Kamyanets-Podilskyi, 2021.Vol. 11. Pp. 48–58.

7. Kocherhan M. Linguistics at the present stage. *Dyvoslovo*. 2022. Vol. 5. Pp. 24–29.

8. Levchuk O. M. Editorial positions in the field of information specialization. *Scientific notes of journalist institute*. 2014. Vol. 55. Pp. 85–90.

9. Law of Ukraine «On Higher Education» from 01.07.2014 № 1556-VII. URL : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#text

10. Pobidash I. L. Editor's work: terminology, creative and functional aspects. *Visnyk of Kyiv national university named after T. Shevchenko*. 2010. Vol. 17. Pp. 46–50.

11. Rizun V. V. Sketches for the methodology of research in social communication. *Style and text*. 2022. Vol. 11. Pp. 17–25.

12. Selyvanova E. A. Fundamentals in linguistic theory of text and communication. Kyiv : Philo-socio-center, 2002. 336 p.

13. Vernihora N. Features of literary editing works for children. *Visnyk of Kyiv national university named after T. Shevchenko.* 2010. Vol. 17. Pp. 53–55.

14. Zhenchenko M. I. Methodology of legal acts drafting of the Verkhovna Rada of Ukraine. *Visnyk of Kyiv national university named after T. Shevchenko*. 2021. Vol. 11. Pp. 50–55.

15. Zhyrun O. A. Personality of the editor as the subject of the communicative process. *Bulletin of the Kyiv National technical university "Kyiv Polytechnic Institute"*. 2005. Vol. 17. Pp. 66–75.

***Анотація***

*Дане дослідження присвячене соціо-комунікативному підходу у видавничій справі в Україні. Доведено, що видавнича справа в Україні є засобом передачі соціальних цінностей, що сприяє формуванню міцної комунікативної спільноти. Існування цього процесу визначається узгодженістю таких елементів, як: суб'єкти спілкування, авторський текст, видавничий продукт, інформаційно-комунікативний простір. Усі вони є соціальними феноменами, які працюють за певними правилами та стратегіями. Нині суспільство інформаційно та технологічно трансформоване. Наголошується, що видавнича справа базується на досвіді спільного життя та практики із суспільством, що є основою освіти впродовж життя.*

***Ключові слова:*** *українське книговидання, соціо-комунікативний підхід, комунікатори, авторський текст, видавничий продукт, інформаційній простір, освіта протягом всього життя.*

***Summary***

*This research is devoted to the socio-communicative approach in publishing in Ukraine. It has been proven that publishing in Ukraine is a means is a means of transmitting social values, which contributes to the formation of a communicative community. The existence of this process is determined by the consistency of such elements as: communicating subjects, author's text, publishing product, information and communication space. All of them are social phenomena that work according to certain rules and communicative strategies. Currently, society is informationally and technologically transformed. It is emphasized that publishing is based on the experience of living and practicing together with society, which is the basis of long-life education.*

***Keywords:*** *Ukrainian publishing, socio-communicative approach, communicators, author's text, publishing product, information space, long-life education.*

**Krupko Olena,**
*PhD Chemical Sciences,*
*Assistant of the Department of Medical and Pharmaceutical Chemistry,*
*Bukovinian State Medical University,*
*Chernivtsi, Ukraine*

# COMMUNICATIVE COMPETENCE IN PHARMACEUTICAL EDUCATION AND PHARMACIST ACTIVITIES

One of the professional competencies in the professional activity of pharmacists is communicative competence, the acquisition of which involves the skills and abilities that allow you to perform your professional duties at an appropriately high level. Communication in the professional activity of pharmaceutical workers occupies the main part of their working time, and therefore is the main component in the professional activity of pharmacists. In recent years (2019–2023), the lack of communicative culture among students and graduates of pharmaceutical institutions has especially increased due to the distance form of education, which began with the beginning of the spread of the COVID-19 coronavirus infection and continued with the beginning of a full-scale war on the territory of Ukraine. However, in the professional activity of pharmacists, communicative competence is mandatory, since there is always direct "person-to-person" contact (pharmacist-consumer).

Accordingly, pharmaceutical specialists are required to be able to easily come into contact with strangers, have a good sense of well-being when working with people and endurance in stressful situations, control their emotions, be friendly and sensitive, easily find a common language with different individuals and at the same time everything, fluent in the state and foreign languages (if necessary, master facial expressions and gestures). In addition, the modern pharmacist also needs to have the ability to convince the interlocutor and to have skills in understanding the psychology of people.

The subject of communication of pharmaceutical workers is not only providing information about medicinal products, but also providing advice on choosing more effective or safer drugs, explaining the difference in the price policy of domestic and foreign medicinal products, emphasizing the conditions of their storage, and dosage during use. Communication in the professional activity of a pharmacist is a complex process, which includes initially establishing contact taking into account the external manifestations of the consumer, exchanging information during which a trusting

relationship can arise between the patient and the pharmacist, and finally - achieving the desired result on the part of the consumer. An important point in the process of communication between pharmacists and consumers is the most accessible and understandable delivery of information, the ability to listen and provide the necessary assistance.

As a generalization about the communicative competence of a pharmacist, the definition from the free encyclopedia "Wikipedia" can be used: communicative competence is the ability of an individual to establish, apply and maintain knowledge of language, methods of interaction and necessary contacts with surrounding people, a certain set of knowledge, skills and work skills in a specific communication to the group, providing effective communication, involve the ability to change the depth and range of communication, to understand and be understandable to the partner in the process of communication [1].

Future pharmacists acquire all the necessary knowledge and skills in the process of professional training while studying in the relevant institutions. In the process of training future pharmacists, in accordance with the educational and professional program "Pharmacy, industrial pharmacy" of the second (master's) level of higher education in specialty 226 "Pharmacy, industrial pharmacy", field of knowledge 22 "Health care", the list of general competencies is highlighted GC 03. Ability to communicate in the state language both orally and in writing and GC 04. Ability to communicate in a foreign language. Among the professional competencies of the specialty, it is also possible to single out those that will be associated with the use of communication skills. They include the following: PC 04. The ability to clearly and unambiguously convey one's own knowledge, conclusions and arguments in the field of pharmacy to specialists and non-specialists, in particular to persons who are studying; PC 05. The ability to carry out sanitary and educational work among the population for the purpose of prevention and prevention of common, dangerous infectious, viral and parasitic diseases, promoting timely detection and maintaining adherence to the treatment of these diseases according to their medical and biological characteristics and microbiological features; PC 06. The ability to consult on prescription and non-prescription drugs and other products of the pharmacy assortment, pharmaceutical care during the selection and sale of drugs of natural and synthetic origin by assessing the risk / benefit ratio, compatibility, taking into account their biopharmaceutical, pharmacokinetic, pharmacodynamic and physicochemical and chemical features, indications / contraindications for use, guided by data on the health status of a particular patient.

On the basis of the selected competencies for the specialty 226 "Pharmacy, Industrial Pharmacy", the following can be identified among the program learning outcomes that include communicative competence: PLO 04. Communicate freely in the state and English languages orally and in writing to discuss professional problems and results of activities, presentation of scientific research and innovation projects; PLO 09. Formulate, argue, clearly and concretely convey to specialists and non-specialists, including those seeking higher education, information based on one's own knowledge and professional experience, the main trends in the development of world pharmacy and related industries; PLO 10. To carry out sanitary and educational work among the population for the purpose of prevention and in case of outbreaks of dangerous infectious, viral and parasitic diseases [2].

The analysis of literary studies shows that communicative competence is especially actively studied in the process of assimilation of humanitarian disciplines, however, the authors O. Melnyk and O. Prystupko believe that the following teaching methods can be used in classes in chemical disciplines (general and inorganic, organic, pharmaceutical chemistry), which will contribute to the formation of communication skills in pharmaceutical students. Work [3] gives examples of the use of innovative learning methods (contextual, simulation, problem-based, modular learning) for chemical disciplines with the aim of forming communicative competence. For example, during laboratory work from the general education chemistry course in the form of collective tasks, the performance of which at a high-quality level requires the presence of communication skills at a high level, the authors recommend using brigade-group and interactive teaching methods, as well as methods of monitoring students' knowledge. There are also examples of the use of educational classes-projects, the preparation of which will contribute to the development of communication skills through the independent and practical work of students under the guidance of the teacher, the collection, processing and presentation of information in the form of photos, drawings, diagrams, diagrams, brochures and presentations. Special attention is paid to active communication and cooperation in the student team, which can be demonstrated during the defense and presentation of projects, abstracts, research works, etc. As an example of communicative situations, the method of discussion and business game during classes in organic and pharmaceutical chemistry, which contribute to the development of a professional direction with maximum approximation to practical activities in the pharmaceutical field, is highlighted.

During the entire educational process, future pharmacists learn and acquire professional skills, acquire and acquire theoretical and practical knowledge in order to obtain all the prescribed professional, general or integral competencies that are

necessary for the quality professional activity of a pharmacist. However, upon completion of the educational process, the pharmacist's development continues through the acquisition of own professional experience, improvement of acquired knowledge during training, and self-development in compliance with the rules of communication culture and professional ethics. Along with the improvement and professional development of the pharmacist, the communicative competence is also improved, which is formed in the conditions of direct "pharmacist-consumer" interaction and is the result of the experience of communication between people.

Psychological assessment of communicative competence involves the generalization of cognitive, emotional and behavioral components. The cognitive component is related to the knowledge of another person, which involves knowledge of the content of competence and consists of basic information links and automatic thoughts that arise. The emotional element, accordingly, includes components of an emotional nature: sensitivity, empathy, self-regulation, control over one's behavior, the ability to empathize, attention to the actions, behavior, and emotional state of the interlocutor. A set of verbal and non-verbal means of social behavior is united by a behavioral component, which is also important in the successful professional activity of a pharmacist. All these components cannot be acquired and assimilated only during the educational process, so it can be said that communicative competence in a field of activity such as pharmacy develops and improves throughout the conscious time of the future and practicing pharmacist.

Among the majority of components that determine communication competence, such important ones are defined as:

- orientation in various situations of communication, which is based on the knowledge and life experience of the individual;
- the ability to effectively interact with the environment thanks to the understanding of oneself and others with a constant change in mental states;
- adequate orientation of a person in himself, in the situation;
- willingness and ability to establish contact with people;
- knowledge, abilities and skills of constructive communication, etc. [4].

The process of communication in pharmaceutical activity is not limited to communication with patients, but also involves communication with colleagues, doctors, representatives of pharmaceutical enterprises and other interlocutors. That is why a modern pharmacist must be able to establish communicative relations with different individuals, be fluent in the national language, be able to clearly and succinctly provide quality consultation to the patient, constructively resolve conflict situations or avoid them, be tolerant towards interlocutors and possess all professional

competencies in the pharmaceutical field. activity The process of formation of communication competence of future pharmacists takes place during the entire period of study in educational institutions during the study of disciplines of both humanitarian and chemical profile and continues to accumulate and improve during professional activity.

## REFERENCES

1. URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B5%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C
2. URL : https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishchaosvita/zatverdzeni%20standarty/2022/11/11/226-Farmatsiya.promyslova.farmatsiya.mahistr-981-04.11.2022.pdf
3. Melnyk O, Prystupko O. Formation of communicative competence of future pharmacists in the process of studying chemical disciplines. *Perspectives and innovations of science. Series «Pedagogy».* 2023. No. 1(19). P. 247–255.
4. URL : https://eprints.pharm.zt.ua/id/eprint/123/1/%D0%91%D0%BE%D0%B1%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%86.%20%D0%90.%20%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0.pdf

**Kurepin Viacheslav,**
*Candidate of Economic Sciences, docent,*
*associate professor of the department*
*of professional training methods;*
**Bakhishova Shalala,**
*getter of the second (master's) degree*
*(Azerbaijan),*
*Mykolaiv National Agrarian University,*
*Mykolaiv, Ukraine*

# PROFESSIONAL FOREIGN LANGUAGE TRAINING OF MASTERS OF VOCATIONAL AND TECHNICAL EDUCATION AT THE MYKOLAIV NATIONAL AGRICULTURAL UNIVERSITY

Globalization processes are present in various spheres of human activity, which contribute to the development of international relations. In the conditions of real human activity, especially in the multicultural direction, communication channels between peoples are expanding. Any effective environment needs highly competitive specialists who, in addition to thorough theoretical professional knowledge and practical skills, must possess intercultural communication. High readiness for intercultural communication is necessary for a foreign language professional dialogue. This applies to future specialists in such specialties as managers, computer technologies, acrobats, hotel and restaurant business, engineers, teachers and others.

Step by step, gradually, our state is getting closer to the European community. Having joined the processes of European and world integration, Ukraine has become more open to the world [1, p. 81]. Ukraine's international relations with the world community develop and strengthen almost all branches of the economy, but such branches as higher education and professional (vocational and technical) education play a special role in such relations. The development of public education and its components, a new level of requirements for education specialists determines the public demand for competitive specialists. The persistent demand for specialists in professional education requires higher education institutions to raise the requirements for the quality of professional training of future specialists in this field, in particular, foreign language.

The specificity of the professional activity of vocational education specialists (by specialization) is the partnership interaction of the producer and the consumer.

The process of providing services in the professional education industry is conditioned by the satisfaction of special and socio-cultural needs [2, p. 13]. In the future, with the expansion of international ties in education, a significant share of consumers of such services will be foreign students, whose high-quality education is possible only under the condition of direct communication with them.

The significant role of specialists in a foreign language is not only growing, it is vital for increasing their competitiveness. The professional training of future vocational education specialists requires the mastery of foreign languages as a means of international and international communication. For high-quality professional training of such specialists, foreign language professional and communicative competence is necessary, since the professional activity of many future specialists is impossible without mastering a foreign language. A foreign language should be an integral part of their professional competence [3, p. 739].

At the level of state regulatory legal acts in Ukraine, language education is recognized as one of the most important components of higher education (Law of Ukraine «On Higher Education»). However, due to a number of objective and other reasons, there are shortcomings that inhibit the development of the National Doctrine of Education Development regarding the study of foreign languages in higher education institutions of Ukraine. We attribute to such reasons: the reduction of foreign language classes in the classroom, the insufficient number of highly professional foreign language specialists who must work with students of higher education, the insufficient effectiveness of traditional methods and forms of education (limited choice of forms and methods by foreign language teachers), low-quality extracurricular independent work of higher education students, low motivation of students [4, p. 89], lack of interdisciplinary connections, etc. To the shortcomings, one can add the inability of the modern labor market to provide competent vocational education specialists with a high level of foreign language professional and communicative competence, professional activity with adequate wealth and high wages for solving professional tasks in conditions of increased intercultural communication.

The study of scientific works confirms the interest of scientists in various aspects of professional training of future specialists in professional education. In particular, in their scientific works, the problems of training specialists in such areas of youth work were highlighted by scientists of the Mykolaiv National Agrarian University: O. Artyukhova, T. Hannichenko, Zh. Ignatenko, T. Kushcheva, K. Matveeva, O. Salamatina, N. Ponomarenko, K. Tishechkina, A. Rakova. The researches of I. Batsurovskaya, A. Velikhovskaya, A. Gumenoi, N. Dotsenko, L. Komisarova,

P. Luzan, V. Nagaev and others are devoted to the issues of training future specialists in vocational (vocational and technical) education.

Analyzing scientific research on the problems of communicative competence of future specialists and the practical experience of professional training of future specialists of professional (vocational and technical) education at the Mykolaiv National Agrarian University, we discovered a number of contradictions.

Firstly, the objective need for competitive specialists in professional (vocational and technical) education is constantly growing [5, p. 56] with a high level of formation of foreign language professional and communicative competence, but some scientists express concern about the methodical assurance of the formation of foreign language professional and communicative competence (insufficiently developed, outdated teaching methodology).

Secondly, in connection with the development and expansion of the field of activity of the industry, the requirements for the system of foreign language professional training of future specialists of professional (vocational and technical) education are increasing, this creates a need for the development of a new, higher-quality structural and functional model of such training of specialists.

Thirdly, the foreign language professional training of future specialists of professional (vocational and technical) education in higher education institutions of Ukraine requires the development of a methodology for diagnosing the quality of acquired knowledge and practical skills, which will be aimed at the consistent and effective formation of foreign language professional and communicative competence. This prompts the development of criteria for its formation in the theory and methodology of professional education [6, p. 22].

Unfortunately, in our opinion, organizational features and methodological principles, a meaningful component of professional foreign language training of future specialists in professional (vocational-technical) education, have not yet been sufficiently studied in higher education institutions of Ukraine. There is a need for created models of foreign language learning by future specialists in the above-mentioned field [7, p. 38]. The new model of education should resolve the identified contradictions and improve the level of foreign language training of future specialists in professional (vocational and technical) education. Existing problems and the need for changes in the training of professional (vocational and technical) education specialists in institutions of higher education of Ukraine constitute the scientific relevance of the study. This determined the choice of the topic of our article.

The analysis of scientific domestic and foreign sources shows that the professional foreign language training of future specialists of professional (vocational

and technical) education in higher education institutions of Ukraine, in particular in the Mykolaiv National Agrarian University, has problems. Professional training of specialists who are competitive on the domestic labor market is conditioned by the acquisition of professional education by young people, which is the result of assimilation of intellectual knowledge [8, p. 38], skills that form their personal professional qualities.

The transfer of knowledge, the acquisition of the formation of abilities, skills, foreign language communicative competence, in particular socio-cultural, intercultural, speech competences and general subject and subject, in particular branch and special competences, is the leading task of professional training of young people who have chosen specialty 015 «Professional education (Agricultural production, processing of agricultural products and food technologies)» at the Mykolaiv National Agrarian University. At the university, the emphasis in training future specialists for the field of professional (vocational and technical) education is aimed at: flexibility of educational disciplines and programs; a set of scientific and theoretical knowledge and practical abilities and skills of foreign language professional activity; practical training; taking into account the needs of the labor market in Ukraine and abroad. The formation of the emphasis of the pedagogical process is based on the principles of professionalization and a focused approach to the formation of foreign language professional competence of the future specialist in the field of professional (vocational and technical) education.

At the Mykolaiv National Agrarian University, the foreign language training of future specialists in specialty 015 «Professional education (Agricultural production, processing of agricultural products and food technologies)» is approached from the standpoint of a competency approach. Students of higher education who study in specialty 015 «Professional education (Agricultural production, processing of agricultural products and food technologies)» acquire knowledge, skills and abilities (professional and communicative competence in another language) in the process of studying the normative educational discipline «Foreign language of professional direction». In addition, foreign language competence is acquired at professional training classes held in foreign languages. Formation of important foreign language professional and communicative competence is realized during receptive and productive types of speech activity, i.e. listening, reading and speaking, writing.

The teaching staff uses a communicative and active approach in their activities, which ensures students' speech development. This approach places the person who is learning, who is or should be active, at the center of learning. In such conditions, young people have needs and motives for communicating in a foreign language, which means that communication is carried out [9, p. 156]. The integration of knowledge,

skills, and abilities acquired in the course of education in the process of communication in a foreign language contributes to interdisciplinary connections and is implemented in the professional activities of future specialists of professional (vocational and technical) education.

Students of higher education of the Mykolaiv National Agrarian University have the opportunity to acquire foreign language professional and communicative competence within the framework of autonomous learning. Conditions are created for students to independently manage educational activities while learning a foreign language. Such training is aimed at personally oriented activity, during which young people build their own educational trajectory, taking into account their real needs, as well as the possibilities of the educational environment in which they are.

It is necessary to consider the organizational and content features and the structural and functional model of foreign language training of future specialists of professional (vocational and technical) education. The content of education provides a system of knowledge, abilities and skills, methods of activity, forms of behavior that a student should master during educational activities.

There is a direct relationship between the purpose, goals and content of learning a foreign language in a professional direction. The training of future specialists in professional (vocational and technical) education aims at the formation of foreign language professional and communicative competence. The goals of the study are the mastery of sociolinguistic knowledge, the development of productive abilities and speech skills, the formation of the ability to foreign language professional communication.

From the content of the components of foreign language learning, we distinguish the subject and procedural aspects of a foreign language [10, p. 185]. The implementation of the subject aspect takes place in the spheres of communication, communicative intention, linguistic material, phonetic, lexical, grammatical, orthographic knowledge. The skills and abilities of foreign language oral and written communication cover the procedural aspect, in particular: handling language material; development of productive types of speech activity, such as speaking, reading, writing; compensatory skills, such as the use of dictionaries and reference literature, etc.; general educational skills, such as generalization and selection of received information, comparison of general and required information, etc.

The content of the professional foreign language training of future specialists of professional (vocational and technical) education of the Mykolaiv National Agrarian University is represented by a number of normative disciplines, in particular «Foreign language», «Foreign language of professional direction» (at levels A1, A2, B1, B2,

in accordance with the European recommendations of language education) and those professional disciplines that are taught in foreign languages. The component of professional foreign language training of future specialists was developed with the aim of forming the intercultural component of foreign language professional and communicative competence in higher education applicants.

Knowledge, abilities and skills of all types of foreign language activities of future specialists of professional (vocational and technical) education are formed during the educational process, for this purpose methods, forms of organization and teaching tools are used, which can qualitatively increase the effectiveness of the process of foreign language professional training.

At the Mykolaiv National Agrarian University, the educational process with the use of a foreign language among young people who have chosen the specialty 015 «Professional education (Agricultural production, processing of agricultural products and food technologies)» has the following main forms: classroom practical classes, individual and collective independent training and foreign language practices (language communication with foreign specialists, foreign language practice, etc.).

Informal educational activities are included in the curricula of specialty 015 «Professional education (Agricultural production, processing of agricultural products and food technologies)». Seekers are offered individual tasks, participation in webinars, seminars, trainings, master classes on philosophical and methodological issues, participation in open lectures and debates held both in the educational institution and outside the university. Education seekers have the right to independently choose directions and types of informal educational activities [11, p. 12]. Such a choice of non-formal education measures from foreign language educational and production practices contributes to the development of foreign language training of future specialists studying in specialty 015 «Professional education (Agricultural production, processing of agricultural products and food technologies)».

In the educational process, informal education measures are provided. It is assumed that the acquirer should apply the acquired knowledge and results in the course of life experience, for example, when studying the next topic or preparing for all kinds of practical tasks. And conversely - students use life examples to transform them into an educational process, in particular, regarding accounting.

The university has resolved issues regarding the possibility of acquiring program results by future specialists of professional (vocational and technical) education in the conditions of inclusive education. The acquisition of program results in the conditions of inclusive education is carried out in accordance with the Regulation on the organization of inclusive education of persons with special educational needs at the

Mykolaiv National Agrarian University with the use of personally oriented teaching methods and taking into account the individual characteristics of the educational and cognitive activities of all students of higher education, recommendations of the individual rehabilitation program of the person with a disability and/or a conclusion on a comprehensive psychological and pedagogical assessment of the development of students of higher education, which is provided by the inclusive resource center.

In the implementation of tasks related to the training of future specialists with higher education, teaching aids play an important role, in particular, multimedia, the Internet, training manuals and textbooks, etc. They are part of the organizational component of foreign language learning. This component integrates a number of learning methods: simulation - business and role-playing games; projects, presentations, classes-excursions, etc.

Business games can optimize and activate the educational process, increase the effectiveness of learning a foreign language in a professional direction [12, p. 146]. With their help, teachers simulate situations of professional communication. The use of other teaching methods, such as presentations, projects, essays, and excursions contribute to ensuring independence, individualization of learning, and cooperation in a team. They activate the skills of verbal and non-verbal speech behavior, form foreign language professional motivation and foreign language communicative experience.

The structural and functional model of professional foreign language training of future specialists of professional (vocational and technical) education of the Mykolaiv National Agrarian University is integral and multi-component. It reflects the connections and relationships between all components and their constituents [13, p. 146]. Such a model has the following components: target - goal, task; substantive - substantive and procedural aspects; organizational - forms of organization and means of training; effective - qualitative and quantitative criteria of the state of formation of foreign language training of future specialists based on the results of current and final control; corrective - operational correction of the process of formation of foreign language training of future specialists, the possibility of feedback between all components of the model.

Therefore, foreign language professional training of masters in professional education, modernization of foreign language professional and communicative training, development of competencies will enable future specialists to effectively carry out intercultural and interpersonal communication. It should provide an opportunity to create business, professional and cultural contacts.

Professionally oriented foreign language training of future professionals of professional (vocational and technical) education should be considered as an integrated, complex learning process. It should be aimed at the formation of foreign

language professional and communicative competence of young people. The presence of such structural components of foreign language professional and communicative competence of masters of professional education as foreign language communicative competence, general subject (branch) competence, subject (special) competence ensures the educational process and indicators of the quality of knowledge and skills.

The analysis of the educational process of the Mykolaiv National Agrarian University allowed us to check and prove the effectiveness of professional foreign language training of future specialists in professional (vocational and technical) education. Ways of implementing such approaches were determined and their qualitative impact on the formation of foreign language communicative competences was proven. Thus, the competence approach is aimed at the formation of foreign language professional and communicative competence, provides future specialists with a complex of foreign language professional knowledge, abilities and skills; the communicative-activity approach involves speech development of young people in communicative situations of professional communication in a foreign language; an integrated approach promotes the establishment of interdisciplinary connections and the integration of acquired knowledge, skills and abilities; autonomous learning directs students of higher education to personally oriented activities and ensures a high level of independence in the process of learning a foreign language of professional direction.

Qualitative and quantitative indicators of success of higher education applicants in the specialty 015 «Professional education (Agricultural production, processing of agricultural products and food technologies)» provide the main forms of organization of professional foreign language training of future specialists: classroom practical classes, individual and collective independent training, foreign language practices. At the same time, it is recommended to expand the training plans of future specialists with informal educational activities. Offer students participation in webinars, seminars, trainings, master classes with foreign language communication. During training, use interactive methods: business and role-playing games, organizational and activity games, dramatization, group discussions, debates; discussions, presentations and projects, etc., with the use of teaching aids - multimedia, the Internet, teaching aids. Such additional measures will help future specialists to acquire foreign language professional knowledge, abilities and skills, to implement foreign language professional communications not only during foreign language practice, but also during their professional activities.

# REFERENCES

1. Ivanenko V. S. Integration of youth in the education system of the EU states in the conditions of military aggression against Ukraine. *Integration of higher legal education of Ukraine with the European educational space – challenges of internal security during martial law* : materials from the International Scientific and Practical Conference, Lomza-Kharkiv, 15.02.2023 / under the editorship P. Ponichtera, Z. Sharlovich. Lomza : MANS w Łomży, 2023. P. 80–82. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/12946

2. Batsurovska I. V., Dotsenko N. A., Kurepin V. M. Peculiarities of designing an educational environment for future specialists in the agricultural industry. *Digital transformation of professional training of specialists under the conditions of application of SMART educational technologies: state, problems, prospects* : materials of the All-Ukrainian Scientific and Methodological Conference, Kharkiv, November 29–30, 2023 / in general ed. : V. M. Nagaeva, Yu. M. Sagachko, O. V. Gridina. Kharkiv : Municipal enterprise «City printing house», 2023. P. 11–16. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/15906

3. Ivanenko V. S. Values and demands of modern youth: life priorities of Ukrainian youth. *The generation of independence: value orientations and perspectives* : materials of the international scientific and practical conference of students and master's students, Kostanay, March 30, 2021. Kostanay : Kostanay Regional University named after A. Baitursynov, 2021. P. 737–741. URL : http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/9255

4. Gumennyi M. V. Professional training is the key to increasing the competitiveness of personnel in the labor market. *Participation of youth in the development of the agro-industrial complex of Ukraine* : 32nd student scientific and theoretical conference, Mykolaiv, March 18–20 2020. Mykolaiv : MNAU, 2020. P. 87–90. URL : http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/7026

5. Kurepin V. M. Development of civic competences of adults in Ukraine: problems and prospects during martial law. *Development of comparative professional pedagogy in the context of globalization and integration processes* : theses materials add. XI International Science and Methodology Internet seminar, Kyiv – Khmelnytskyi, May 19, 2022. Kyiv ; Khmelnytskyi : Khmelnytskyi National University, 2022. P. 55–57. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/11720

6. Batsurovska I. V., Kurepin V. M. Modern features of the functioning of the education system during martial law. *Learning and Teaching: After War and in Peacetime* : materials of the II International scientific and practical conference,

Kharkiv, Ukraine, November 10, 2023 / H. S. Frying pans of the Kharkiv National Pedagogical University ; ed. I. Kostikova. Kharkiv, 2023. P. 21–23. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/15843

7. Zhebko O., Gannichenko T. Project methods of teaching foreign languages in the context of modern pedagogical technologies. *General aspects of innovative development of the educational sector in the context of international cooperation of Ukraine = General Aspects of Innovation Development of Education in the Context of International Cooperation of Ukraine* : materials of the International Scientific and Practical Conference, Mykolaiv, April 25–26, 2019. Mykolaiv : MNAU, 2019. P. 37–39. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/14477

8. Batsurovska I., Kurepin V. The Impact of the War in Ukraine on the Study Results at an Agricultural University. *Tréma.* 2023. № 60. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/15314

9. Hannichenko T., Tishechkina K. Practice-oriented learning technologies in language education of future agrarians. *Innovative and investment development of the agricultural sector is the key to the country's food security* : materials of the international scientific and practical conference, Mykolaiv, May 26, 2022 / Ministry of Education and Science of Ukraine ; Mykolaiv National Agrarian University. Mykolaiv : MNAU, 2022. P. 155–157. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/14153

10. Kurepin V. Implementation of distance education in inappropriate conditions at Mykolaiv National Agrarian University. *Information technologies and management in higher education and sciences.* Vol. 2. : conference proceedings of international scientific conference., Fergana, the Republic of Uzbekistan, November 28, 2022. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2022. P. 183–187. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/12699

11. Batsurovska I. V., Kurepin V. M. Trends in innovative learning in the digital age. *Development of innovative competence of a teacher in an educational institution* : materials of the All-Ukrainian Scientific and Practical Internet Conference, October 26, 2023, Kherson / ed. G. S. Yuzbasheva. Kherson : Kherson Academy of Continuing Education, 2023. P. 10–15. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/15879

12. Palamar E. V. The game as a method of learning, its cognitive and educational value. *Participation of youth in the development of the agro-industrial complex of Ukraine* : 32nd student scientific and theoretical conference, Mykolaiv, March 18–20, 2020. Mykolaiv : MNAU, 2020. P. 144–147. URL : http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/7143

13. Artyukhova O. V. Situations of business communication in foreign language classes. *General aspects of innovative development of the educational sector in the context of international cooperation of Ukraine = General Aspects of Innovation Development of Education in the Context of International Cooperation of Ukraine* : materials of the International Scientific and Practical Conference, Mykolaiv, April 25–26, 2019. Mykolaiv : MNAU, 2019. P. 13–16. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/14464

***Анотація***

*Стаття присвячена аналізу структурно-функціональної моделі професійної іншомовної підготовки магістрів з професійної освіти у закладах вищої освіти України, зокрема у Миколаївському національному аграрному університеті. У статті обґрунтовано теоретико-методологічні основи професійної іншомовної підготовки магістрів з професійної освіти. Розглянуто особливості змісту, форм, методів і засобів професійної іншомовної підготовки магістрів з професійної освіти. Показано, як реалізується структурно-функціональна модель у межах нормативних навчальних дисциплін «Іноземна мова», «Іноземна мова професійного спрямування». Перевірено та підтверджено ефективність діючої структурно-функціональної моделі професійної іншомовної підготовки магістрів з професійної освіти у Миколаївському національному аграрному університеті.*

***Ключові слова:*** *іншомовна підготовка, професійно-комунікативна компетентність, успішність здобувачів, професійна діяльність.*

***Summary***

*The article is devoted to the analysis of the structural-functional model of professional foreign language training of masters in vocational education in higher education institutions of Ukraine, in particular, in the Mykolaiv National Agrarian University. The article substantiates the theoretical and methodological foundations of professional foreign language training of masters in vocational education. The peculiarities of the content, forms, methods and means of professional foreign language training of masters in vocational education are considered. It is shown how the structural-functional model is implemented within the normative educational disciplines «Foreign language», «Foreign language of professional direction». The effectiveness of the current structural-functional model of professional foreign language training of masters in professional education at the Mykolaiv National Agrarian University has been verified and confirmed.*

***Keywords:*** *foreign language training, professional and communicative competence, successful students, professional activity.*

**Kurepin Viacheslav,**
*Candidate of Economic Sciences, docent, associate professor of the department of professional training methods, Mykolaiv National Agrarian University;*
**Kuznetsova Iryna,**
*master of industrial training, State educational institution «Mykolaiv Higher Professional School of Technology and Design», Mykolaiv, Ukraine*

# COMMUNICATIVE COMPETENCE AS A COMPONENT OF THE PROFESSIONAL TRAINING OF A MODERN TEACHER OF A VOCATIONAL (VOCATION-TECHNICAL) EDUCATION INSTITUTION

Modernization of education in Ukraine is gaining momentum. Graduates of institutions of higher education need to navigate a wide range of modern technologies. It is not enough to be competent only in one's narrow professional field, one must be competent in related areas, to be able to use the communicative competences acquired during training in practical activities. This fully applies to future teachers of professional (vocational and technical) education.

The inner world of a young person is multifaceted and diverse [1, p. 740]. Pedagogical workers must understand and accept the world of young people, be able to build relationships based on dialogue in the process of collective activities with them. The purpose of such relations is the maximum realization of the abilities of students of professional (vocational and technical) education institutions to ensure emotional well-being in the educational process. The professional-pedagogical competence of a teacher of professional (vocational-technical) education should be expressed in the readiness to carry out pedagogical activities based on a value-oriented attitude towards the personality of the student of education.

The teacher must establish and maintain the necessary contacts with the help of communicative competence [2, p. 66]. The teacher's ability to establish the necessary contacts as soon as possible and to maintain them in a relationship of trust play a decisive role. A characteristic of communication between the learner and the teacher may be the achievement of mutual understanding between the partners; better

understanding of the situation and the subject of communication. If this happens, it is considered that the communicators have achieved the goal of the subject of communication.

The role of communicative competence in the professional activity of a teacher plays a special role, it ensures the effectiveness of his professional activity. But in our opinion, it cannot be considered a simple task to form the communicative competences of the future teacher. There are reasons for this, since the formation of a teacher's communicative competence is influenced by many factors:

- firstly, the peculiarities of the development of higher education in modern Ukraine;
- secondly, the specificity of the cultural environment of their functioning;
- thirdly, education policy in the regions.

These factors have a unifying component - the focus on the preservation of the national and cultural heritage, the education of a personality ready and able to live and work in a multicultural and multilingual communicative environment. All this actualizes the specified problem of formation of future teachers of professional (vocational and technical) education of high communicative competence in the process of professional training.

Pedagogical science has sufficient experience in preparing future teachers for communicative activities [3, p. 133]. An example can be scientific works on the essence of pedagogical interaction of modern domestic scientists, in particular I. Batsurovskaya, I. Buzhin, A. Velikhovskaya, O. Velichko, T. Herliand, A. Humeny, L. Komisarova, P. Luzan, V. Nagaev, O. Sushko and others, technologies for the development of teacher's communicative skills and their structural components were studied by M. Vergolyas, M. Zabrotskyi, O. Kolodiy, M. Mazorenko, N. Moiseyeva, P. Pidkasisty and others.

The Ukrainian system of professional (vocational and technical) education has undergone significant changes in recent years [4, p. 139]. The training of future teachers of professional (vocational and technical) education immediately requires the introduction of new innovative technologies. They are in demand by the modern development of Ukrainian society, therefore their professional training should constantly change qualitatively, and their communicative competence should grow.

In connection with the ever-increasing demands of society on teachers, contradictions arise between the real level of communicative competence of a graduate of a higher education institution and practical activities. Therefore, there are other contradictions, such as approaches to the formation of professional and pedagogical communicative competence and the real needs of future teachers. The choice of our topic of the article was determined by the relevance of the problem

and insufficient research into the formation of communicative competence of future teachers of professional (vocational and technical) education in the process of professional training.

An important component of the professional training of modern teachers of professional (vocational and technical) education institutions is their communicative competence. Here it is necessary to take into account not only the communication between the teacher and the students, but also the training of special skills and pedagogical communication skills. The task of pedagogical communication is the exchange of information, social interaction of the teacher and students of higher education.

We believe that pedagogical communication is personally and socially oriented interaction, it is a form of educational interaction that simultaneously implements interactive and communicative functions, while using the entire set of verbal, pictorial, symbolic and kinetic means. Pedagogical communication in the professional activity of a teacher of a professional (vocational and technical) education institution is important and must meet the needs of the student. This is a society in which relationships between individuals take place [5, p. 123]. These are the needs of success, achievement, recognition, protection, respect and love. In this regard, we will define the goals of pedagogical communication:

- contact - contact, willingness to communicate, establishing certain relationships between young people and the teacher;
- understanding - the commonality of goals, intentions, information, experiences, perception of the teacher's intentions by the students of education;
- informational - exchange of practical experience, life skills, knowledge, opinions, messages, information on issues that shape living conditions and future professional activity;
- coordination - coordination of actions with a communication partner, mutual orientation towards each other;
- encouraging - the development of communication activity between the teacher and students of education, which encourages certain communicative actions (common reading of the text, processing of information, finding answers to the questions, completing tasks, etc.);
- amotive – the awakening of the necessary feelings, emotions and experiences in the communication partner;
- establishing relationships - understanding, realizing and fixing one's place and position in the system of social relations in society (role, status, business, interpersonal);
- giving influence - changing the state, behavior, feelings, intentions, attitudes, desires, needs of the participants of communication.

Pedagogical communication has a multiobjective orientation. It is aimed at the interaction of education students for the purpose of their personal development. For the pedagogical system, communication is the basis for the organization of the development of educational knowledge and the formation of youth creativity on this basis [6, p. 28]. It is characterized by a triple orientation: pedagogical interaction itself; prospective development of students of vocational (vocational and technical) education institutions and their current status.

At the same time, pedagogical communication is determined by a triple subjective orientation: personal, social and subject. A teacher, working in a group with one learner to master the educational material, should always focus the result of communication on everyone present in the group and, conversely, working with the group to influence everyone present in the audience.

We believe that the originality of pedagogical communication organically combines elements of personal-oriented, socially-oriented and subject-oriented communication. Despite the fact that pedagogical communication has all the listed elements, it also has a fundamentally new quality. It is due to the educational function, which includes educational and developmental functions.

Note that the educational function of communication is implemented in a specially organized process at any level of the educational system, in particular, institutions of professional (vocational and technical) education. It is characteristic of all forms of education of young people: educational activities, everyday life, interaction with other people, etc.

Pedagogical communication has an educational function, it is considered leading, but it is not self-sufficient [7, p. 10]. This is an organic part of multilateral interaction: the teacher - the student of education - the students of education among themselves. The interactive side of communication during the interaction of education students and teachers denotes such characteristics of communication components that are related to the direct organization of their common activities.

For participants in the educational process of professional (vocational and technical) education institutions, it is extremely important not only to exchange information, but also to organize the exchange of actions, to plan a general strategy of behavior. The strategy of behavior (strategy planning) can provide for the regulation of the actions of one individual by the plans of another. When the bearer of the activity is no longer an individual, but a group, it makes the activity truly common. A communicative process is born on the basis of some common activity [8, p. 15]. With new common attempts to organize and develop activities, an exchange of knowledge and ideas inevitably takes place, a person acquires communication skills in various

life situations. It can be argued that the interaction of two parties during communication (teacher - learner) reveals their common actions and records not only the exchange of information, but also organizational common actions. This allows communication participants to implement some activity common to them.

Solving the issue in this way excludes the identification of education students with communication and the separation of interaction from communication. Communication is organized in the course of common activities, and it is in this process that education seekers need to exchange information, thoughts, and actions.

The quality of work of a modern teacher is his pedagogical competence. It largely depends on their ability to communicate with young people. The teacher needs the ability to find a common language with the students of education and to carry out purposeful interaction with them to solve the problems of the educational process. Such goals are realized with the help of communication [9, p. 367].

During the implementation of the educational process, the mediated link of information transmission to the addressee - the listener (in the classroom) has educational tools that perform their information functions, but there is also a mediator-pedagogue who carries out direct interaction - a situation of language interaction. Communicating with students on the basis of direct and feedback communication with the addressee, he conveys the necessary information (knowledge). At the same time, communication is always contact - face to face.

In contact communication, the reaction of students is important, a teacher who knows how to recognize the reaction corrects his speech actions in a timely manner and directs speech communication in the right direction. The planned didactic goals are implemented by the teacher during the implementation of the educational process and take place thanks to the ability of the teacher, as a native speaker, to use the necessary strategies and tactics.

The sphere of communication, the ease and simplicity of establishing contact with education seekers depend on the level of development of the teacher's communicative abilities and his competence. The effectiveness of this communication from the point of view of achieving pedagogical goals is also taken into account. Pedagogical communication should always be productive. The teacher himself should strive for this. Its main goal should be informational and spiritual enrichment, but at the same time the development and education of the participants of communication should take place: the learner and the teacher.

During pedagogical communication, it is very important for the teacher to achieve the goal of communication. He must be able to attract young people to him, create personal contact with them. Ways to achieve the goal are chosen by the teacher

himself, taking into account all the circumstances of communication [10, p. 5]. Their choice depends on the age of the students, place of study, development, social status, mentality of each participant in the educational process.

Showing interest in oneself is the aspiration of every student of education, but a teacher of a professional (vocational and technical) education institution must demonstrate his or her commitment and interest in a professional manner. It is very important for young people who are studying to see the friendly expression of the teacher's face, his calm look, smile, even speech intonation instills confidence and calmness, helps students study hard. It is important for the teacher to use tactile sensations when communicating - a handshake, a pat on the shoulder. This can happen with the correct execution of exercises, tasks, actions and be pleasant for the performers.

The practical experience of teaching disciplines in institutions of professional (vocational and technical education) indicates the teacher's emphasis on the individual. Some students of education need such attention to them. They like: increased visual contact; address not just by surname but by name; the teacher's use of diminutive and caressing suffixes, some mime and pantomime movements, comparison with some positive literary or historical characters (courageous, brave, resilient, stable characters from the history of our country).

The process of pedagogical communication should create a positive emotional mood, this is important [11, p. 211]. The atmosphere of joy from communication instills in students of education confidence in a better future, that everything will work out for them, in their success, helps to achieve the goals and tasks set for themselves, to solve complex professional and life tasks, to act moderately in extreme uncertain situations.

A positive emotional mood in the process of pedagogical communication is achieved by all kinds of approval of the correct actions of the students of education, paying attention even to minor achievements in education. The teacher should always provide help, and if young people are embarrassed to receive it, do it covertly, mobilizing their motivation to study. When communicating in such circumstances, it is necessary to advance future luck and achievements that will be available in the future.

We believe that in order to achieve the goals and objectives of the educational process of professional (vocational and technical) education institutions, it is necessary to carefully think through and organize four stages of pedagogical communication [12, p. 98]. The first is prognostic - the teacher's preparation for classes must be meaningful. It is necessary to play specific situations of communication in advance during classes, to think about them, to rehearse future actions and behavior algorithms.

The second - initial - the teacher's organizational actions are aimed at creating a friendly atmosphere in the audience. Introductory speech aimed at developing interest in the subject of the class, managing the psychological mood of those present at the class.

A friendly atmosphere during the educational process is usually created by the teacher. For its adaptation in the educational process, it is necessary to master the means of positive influence on the addressee. This is easy, calm and comfortable communication with students. Here it is necessary to turn to the most elementary ways of attracting the attention of young people, and even without verbal communication [13, p. 81]. You can use special mime and pantomime techniques, gestures, an expressive look, a smile, hand movements.

Attracting the attention of education students is done with the help of various intonations: questions, exclamations, orders, praises, requests, etc. It is necessary to address a specific student directly using a question, demand, request, exclamation, wish, warning. These are various communicative techniques that play an important role at the initial stage of communication.

An equally important role is played by various phrases used in pedagogical communication: «Be kind!», «Attention!», «Go to the board!» etc. They are pronounced correctly, with the right intonation (with different intonation shades) depending on the simulated situation.

A teacher must be able to learn to regulate his own pedagogical experiences, manage his facial expressions and pantomime. It is necessary to be able to hide the mood, true feelings and emotions, to talk with young people with restraint and respect. To be ready in some cases, on the contrary, to be able to vividly depict one's feelings and experiences for educational purposes. The teacher must be internally calm, feel relaxed and free.

The third - communication management - the most difficult and responsible stage. At this stage, education students are directed to a certain communicative topic, clear and specific tasks are set [14, p. 160]. The teacher must try to ensure that each student understands and understands what he heard. The teacher at the third stage faces many tasks, first of all, to learn how to explain new material to students in a qualitative way. All explanations must be clear, concise and contain specific information. At the same time, it is necessary to speak calmly, benevolently, without significant intonation.

Secondly, at this stage, the basics of pedagogical communication are being mastered, it is advisable to learn how to compose an imaginary dialogue (teacher - student of education). The leader of the dialogue should be the teacher, he should hold

the thread of the conversation in his hands, constantly focus attention on himself, interest the partner in information. Sometimes there are situations when the participant in the dialogue (the student of education) demonstrates passivity and indifference, using insignificant cues in the form of exclamations and facial expressions. We must try to change the situation, seize the initiative. This is quite difficult to do, as the interlocutor-leader will try to maintain his position.

The fourth - analysis of classes and summing up - the forms and content of communication are realized, possible options for further communication in the future are discussed. Pedagogical communication has its own style, individual characteristics of communication. The style takes into account the communicative capabilities and abilities of the teacher, reveals the creative individuality [15, p. 81], the teacher's ability for mutual relations, the level of the teacher's communicative skill.

The organization of lively and interesting communication with young people is helped by the comfort created by the teacher, it is important to recognize their capabilities and abilities. A psychologically pleasant, convenient, comfortable and productive atmosphere increases the effectiveness of the educational process. Both verbal and non-verbal means, feelings, emotions and mood of the teacher contribute to this.

Thus, one of the most important components of the professional training of a modern teacher is communicative competence. On the one hand, it acts as a means of forming the professional competence of the future teacher, on the other hand, it helps teachers of professional (vocational and technical) education institutions to master the necessary means and skills of effective pedagogical communication based on personal and professional communication qualities and skills.

## REFERENCES

1. Ivanenko V. S. Values and demands of modern youth: life priorities of Ukrainian youth. *The generation of independence: value orientations and perspectives* : materials of the International scientific and practical conference of students and master's students, Kostanay, March 30, 2021. Kostanay : Kostanay Regional University named after A. Baitursynov, 2021. P. 737–741. URL : http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/9255

2. Communication technologies: synopsis of lectures for applicants of the first (bachelor) level of higher education in specialty 241 «Hotel and restaurant business» / compilers Shebanina O. V., Tyshchenko S. I., Khilko I. I., Krainiy V. O. Mykolaiv : MNAU, 2021. 70 p. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/16835

3. Kurepin V. M., Velikhovska A. B., Komisarenko K. M. Use of information and communication technologies in the educational process institutions of higher education. *Promising equipment and technologies – 2019* : materials of the International scientific and practical conference of young scientists, graduate students and students, Mykolaiv, September 27, 2019. Mykolaiv : MNAU, 2019. P. 132–134. URL : http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/6407

4. Kurepin V. M. Ways of integration of higher education of Ukraine into the European educational space. *Integration of higher legal education of Ukraine with the European educational space - internal security challenges during martial law* : materials from the International Scientific and Practical Conference, Lomzha-Kharkiv, February 15, 2023 / under the editorship P. Ponichtera, Z. Sharlovich. Lomza : MANS w Łomży, 2023. P. 138–142. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/12945

5. Demchenko A. V. Development of professional education and training in Ukraine. *Actual problems of human life in modern society* : theses of reports of higher education graduates of the Engineering and Energy Faculty and other participants in the educational process based on the results of the thematic «round table» at the Engineering and Energy Faculty, Mykolaiv, November 18–20, 2020. Mykolaiv : Mykolaiv National Agrarian University, 2020. P. 122–124. URL : http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/8156

6. Kurepin V. M., Ivanenko V. S. Psychological and pedagogical methods of formation of creative thinking in future engineers-pedagogues. *Autumn scientific readings* : materials of the XXIII International scientific and practical internet conference, section № 10. Pedagogical sciences, Ternopil, November 27, 2019. Ternopil : PO «Science and education without borders», 2019. URL : http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/6416

7. Ivanenko V. S. Ensuring the formation of knowledge of students of higher education when studying the disciplines «Safety of Life» and «Occupational Safety». *Preservation of the planet – global challenges, threats, opportunities on the basis of effective partnership* : theses of reports of the thematic round table on environmental safety issues for World Earth Day, Mykolaiv, April 22, 2022 / Mykolaiv National Agrarian University. Mykolaiv : MNAU, 2022. P. 9–11. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/11312

8. Batsurovska I. V., Dotsenko N. A., Kurepin V. M. Peculiarities of designing an educational environment for future specialists in the agricultural industry. *Digital transformation of professional training of specialists under the conditions of application of SMART educational technologies: state, problems, prospects* : materials of the

All-Ukrainian Scientific and Methodological Conference, Kharkiv, November 29–30, 2023 / in general ed. : V. M. Nagaeva, Yu. M. Sagachko, O. V. Gridina. Kharkiv : Municipal enterprise «City printing house», 2023. P. 11–16. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/15906

9. Ovcharenko N. I. Implementation of the competence approach in training in the discipline «Occupational safety in the industry». *Actual problems of human life safety in modern society* : materials of the All-Ukrainian Scientific and Theoretical Internet Conference, Mykolaiv, November 24, 2021. Mykolaiv : MNAU, 2021. P. 362–369. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/10695

10. Batsurovska I., Kurepin V. The Impact of the War in Ukraine on the Study Results at an Agricultural University. *Tréma.* 2023. № 60. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/15314

11. The Technology of Competencies Acquisition by Bachelors in Higher Education Institutions in the Conditions of the Digital Media Communication Environment / Batsurovska I., Dotsenko N., Gorbenko O., Kim N. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research.* 2021. Vol. 557. P. 206–213. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/13457

12. Velikhovska A. B., Kurepin V. M. Pedagogical conditions for the formation of professional competences of future energy engineers when studying the discipline «Psychology» by means of distance education. *Promising engineering and technologies – 2020* : materials of the 16th International scientific and practical conference of young scientists, graduate students and students, Mykolaiv, September 22–24, 2020. Mykolaiv : MNAU, 2020. P. 95–99. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/9556

13. Ivanenko V. S. Integration of youth in the education system of the EU states in the conditions of military aggression against Ukraine. *Integration of higher legal education of Ukraine with the European educational space – challenges of internal security during martial law* : materials from the International Scientific and Practical Conference, Lomza-Kharkiv, 15.02.2023 / under the editorship P. Ponichtera, Z. Sharlovich. Lomza : MANS w Łomży, 2023. P. 80–82. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/12946

14. Batsurovska I. V., Dotsenko N. A., Kurepin V. M. Formation of digital competence among students of electrical energy specialties. *Information technologies in education and science* : III International Scientific and Practical Conference, Melitopol, May 25–26, 2023. Melitopol, 2023. Issue 13. P. 159–162. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/14573

15. Kuzmina T. M. Specifics of professional activity and professional training of future engineers-pedagogues. *Actual problems of human life in modern society* : theses of reports of higher education graduates of the Engineering and Energy Faculty and other participants in the educational process based on the results of the thematic «round table» at the Engineering and Energy Faculty, Mykolaiv, November 18–20, 2020. Mykolaiv : Mykolaiv National agricultural university, 2020. P. 142–144. URL : http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/8164

***Анотація***

*У статті розкрито теоретичні засади формування комунікативної компетентності магістрів з професійної освіти у процесі професійної підготовки. Проаналізовано стан дослідження проблем формування комунікативної компетентності майбутніх педагогів закладів професійної (професійно-технічної) освіти. Визначено місце і роль інноваційних технологій у процесі професійної підготовки майбутніх педагогів з професійної освіти. Описано розвиток комунікативної компетентності, з'ясовано рівень розвитку комунікативної компетентності у майбутніх педагогів; педагогічні умови формування комунікативної компетентності майбутніх педагогів у процесі професійної підготовки. Обґрунтовано педагогічні умови забезпечення ефективного формування комунікативної компетентності майбутніх педагогів з професійної освіти.*

***Ключові слова:*** *професійна підготовка, комунікативна компетентність, майбутні педагоги, умови формування, професійна освіта.*

***Summary***

*The article reveals the theoretical foundations of the formation of communicative competence of masters in professional education in the process of professional training. The state of research on the problems of forming communicative competence of future teachers of professional (vocational and technical) education institutions is analyzed. The place and role of innovative technologies in the process of professional training of future teachers in vocational education is determined. The development of communicative competence is described, the level of development of communicative competence among future teachers is clarified; pedagogical conditions for the formation of communicative competence of future teachers in the process of professional training. Pedagogical conditions for ensuring the effective formation of communicative competence of future teachers in vocational education are substantiated.*

***Keywords:*** *professional training, communicative competence, future teachers, conditions of formation, professional education.*

**Kurepin Viacheslav,**
*Candidate of Economic Sciences, docent, associate professor of the department of professional training methods;*
**Pindera Mykola,**
*getter of higher education,*
*Mykolaiv National Agrarian University, Mykolaiv, Ukraine*

# DEVELOPMENT OF COMMUNICATIVE COMPETENCE OF TEACHERS OF THE CYCLE OF PROFESSIONAL AND TECHNICAL TRAINING OF FUTURE SPECIALISTS IN AGRICULTURAL ENGINEERING

In the theory and practice of improving the work of a modern institution of higher education and methods of teaching disciplines, the key factors are the development of the personal qualities of students of higher education and the formation of their readiness for future professional activities, such as agricultural engineering. The primary mastering of the future profession takes place, first of all, during the educational process in a institutions of higher education.. It is during the acquisition of knowledge that the life and outlook positions of a young person are determined. Students learn various ways of interaction, forms of behavior and communication.

In the new conditions, the choice of methods and means of improving the orientation of young people will largely depend on communicative competence and is determined by understanding its nature [1, p. 6]. We need such a system of the educational process, which would optimally take into account the regularities and peculiarities of the personal development of young people. But the educational process should foster an attitude towards future professional activity. This is the main problem of building such a system of the educational process. It is necessary to investigate in more detail the interrelationships and interdependence of two processes: personality development and becoming a professional.

From time to time, research scientists pay attention to various psychological aspects of personal development, future professional activity and professionalization of young people who are getting higher education. Such questions should be considered in the context of the specifics of student age, as an important stage of personal development of young people [2, p. 465].

Research scientists in their scientific papers indicate the specific activity of teachers in the cycle of professional and technical training of future specialists in agricultural engineering. Along with other competencies, researchers distinguish psychological competence as one of the necessary for future masters of their field. Competencies that have a special type of organization of subject-specific knowledge of the «Agroengineering» specialty are also defined. They make it possible to make effective decisions in the relevant field of activity of the future specialist.

It should be noted that in the works of scientists, separate aspects of competence are considered: intellectual competence, communication competence, professional competence, etc. These competencies, in contrast to teachers of the cycle of general training, help teachers of the cycle of professional and technical training to possess educational material (knowledge) and methods of teaching it.

The specificity of the profession of the specialty «Agroengineering» requires additional types of competence, such as communicative competence, which develop communication skills (verbal and non-verbal), the objective necessity of being conditioned to collective processes and the ability to interpret and develop them.

The concept of communicative competence should be considered. Of course, it is not new in science, but scientists do not have a single definition of this concept. The interpretation of social competence as an individual's ability to effectively interact with people in the system of interpersonal relations and communicative competence as the ability to establish and maintain important contacts with other specialists in the process of collective work can be found in reference literature. It defines certain general concepts. But we remember that the composition of communicative competence includes: a certain set of knowledge, necessary skills and skills specific to the chosen profession, which will ensure the effective course of the communicative process.

We have summarized the main approaches to the definition of the above-mentioned concepts in modern literature and must state that communicative competence is:

- a system of internal means of regulating communicative actions [4, p. 88];
- knowledge that covers socio-psychological factors and necessary skills used by a specialist in a specific activity;
- understanding of motives, intentions, strategies of behavior, both own and cooperation partners;
- the ability to understand group social and professional problems, understanding of possible obstacles on the way to mutual understanding when solving complex engineering tasks;

- experience and fluency in means of personal and collective communication when solving engineering tasks;

- professional orientation, sociability, which expresses an integral characteristic of a person's moral and worldview attitude towards the positive solution of engineering problems;

- a complex formation containing cognitive, emotional and behavioral components [5, p. 14].

Some scientists attribute the ability to give a social-psychological forecast to a communicative situation to the composition of communicative competence. This is where the ability to program the communication process, the ability to adapt to the conditions of the socio-psychological atmosphere of the communicative situation take place. Others in their research emphasize that the development of interpersonal communication is most facilitated by communicative competence. Both its characteristics and the conditions that accompany communicative contact play a special role here.

The invariant components of communicative competence include: partner-participants, the situation, the task, and the relationship between them. Summarizing the above, we draw conclusions - communicative competence in a generalized plan involves the development of an adequate orientation of a person in himself. It reveals one's own psychological potential, the potential of cooperation partners in complex, uncertain situations.

Communicative competences are acquired in a social context. The main factors determining its development are a person's life experience, his general erudition, certain abilities.

Practical teachers who teach the disciplines of the cycle of professional and technical training to future specialists in agricultural engineering name the following factors of communicative competence in communicating with young people:

- knowledge in the field of psychology of the individual, group, team;

- communication skills and abilities;

- correction and development of attitudes necessary for successful communication;

- the ability to adequately and fully perceive information and evaluate oneself and work colleagues;

- relationships that arise between people;

- correction and development of the system of personal attitudes towards problems and uncertain complex situations that arise in the process of industrial communication during the solution of engineering tasks [6, p. 1079].

Analyzing the practical experience of communicating with students of higher education who mastered the specialty «Agroengineering», we came to the conclusion that the effective performance of professional tasks by future specialists depends on the presence and level of formation of a number of professionally important personal traits and qualities, among which: the ability of the future specialist in the field of agricultural engineering on dialogue and partnership in the creation of professional relations and regulation of professional thinking when performing engineering tasks; the presence of professionally important social-cognitive and communicative skills.

Partnership readiness includes:

- cognitive component - one must have the ability to be attentive to a work partner, adequately perceive, process and display communicative information, adequately see the problem, have flexibility and firmness, be able to adapt to new circumstances, restructure thinking when the situation changes, stubbornly defend the previously planned plan, not wanting to make adjustments to it;

- emotional and volitional component - to have professional interest, positive motivation, etc;

- the behavioral component - the adequacy of behavioral reactions, the absence of projections and conflict generators such as contempt, contempt, insults, hints, etc.).

In professional activity, the personality of a specialist improves over the years. Scientists and researchers have no doubts about this. However, in relation to any activity, a number of professionally important qualities can be distinguished, which, before mastering the profession, are sufficient to ensure a certain degree of success in the performance/realization of professional activity.

The quality of professional training will be significantly improved when various additional courses on professional and practical training are introduced into the educational process. Important special courses and trainings, webinars and master classes, etc. Such educational activities allow students of higher education to acquire professionally important qualities for future professional activities [7, p. 328].

Practical scientists such as I. Batsurovska, V. Gavrish, A. Galeeva, E. Horbenko, N. Dotsenko, O. Lymar, D. Marchenko and others pay special attention to active learning methods in their scientific works. They refer to them as active means of training future specialists in agricultural engineering [8, p. 161]. In research, a significant share belongs to the development of methods for the development of such an important professional quality as communicative competence. Practitioners believe that training classes in engineering disciplines are aimed at increasing competence and acquiring knowledge and skills in engineering.

Note that the term «training» has a number of meanings, it is training, education, training, training. A similar ambiguity is characteristic of the scientific definition of the concept of «training». I. Batsurovska, E. Horbenko, N. Dotsenko define it as a method of developing learning abilities and mastering any complex type of activity.

O. Lymar considers agricultural engineering training as a means of influencing students, aimed at the development of knowledge, attitudes, skills and experience in the field of interpersonal group communication for solving engineering problems and projects, a means of developing competence in communication when solving complex tasks, collective work.

I. Batsurovska, N. Dotsenko, O. Lymar, D. Marchenko refer to engineering training as an active learning method as a complex professional and technical event where young people get the necessary additional information and check their acquired knowledge, polish it.

A. Haleeva, E. Horbenko consider group counseling methods as active group training of special skills: development of professionally important qualities, adaptation to a new social role with appropriate correction and self-evaluation.

Trainings, webinars, master classes and other interactive forms of education have a common goal [9, p. 4] - to increase the competence of young people in professional disciplines, in particular, the development of practical communication on topics related to practical activities. Teachers should develop the goal and specify it in various tasks already in the disciplines of the educational process.

It is absolutely necessary to connect such measures with the acquisition of knowledge, the formation of abilities, skills, the development of attitudes that determine the behavior in communication, perceptive abilities of a person, with the correction and development of the system of personal relationships. Such skills will be especially useful in corporate work, as part of groups that will solve complex engineering tasks, when working in difficult and uncertain conditions.

Training groups for professional training in agricultural engineering are the work of a team. During such events, both individual tasks and group exercises are practiced. But all of them are aimed at one goal and purpose - to solve the task that was set before the group of specialists. Therefore, one of the conditions for the successful work of the training group is the reflection of the task that is solved during the classes. Influence can be exerted at the level of attitudes, abilities or skills, perceptive abilities of each participant.

When solving simple tasks, it is not advisable to mix different tasks when working in groups during training. This can reduce the effectiveness of the influence and cause the emergence of ethical problems, since changing tasks during the training process is possible only with the consent of the group.

In the future professional activity of specialists in agricultural engineering, conditions will arise in which, in difficult circumstances, with minimal time, it is necessary to make complex engineering decisions and perform complex tasks. Under such conditions, a change in the directions of engineering thought and problem-solving strategies will be appropriate [10, p. 146]. Therefore, at training classes, master classes, where actions will be practiced in extreme, uncertain conditions, it is appropriate to change tasks with a time limit for their completion.

The effectiveness of the training depends on the level of skill of the trainer, his practical work experience and how large an arsenal of practical tools he possesses to achieve the set goal. The work of the training group has several specific principles: the principle of a research, creative position; the principle of objectification, awareness of behavior; the principle of active behavior and work capacity; the principle of partnership, subject-subject communication.

In our opinion, management of the process of development of communicative competence of future agricultural engineers presupposes the use of a whole complex of pedagogical technologies, forms and methods of organizing the educational process. The study of mandatory and optional disciplines of the cycle of professional and technical training of future specialists in agricultural engineering involves the assimilation of theoretical and practical knowledge. This knowledge will help young people to adapt in their practical activities in the future [11, p. 738] and form a system of psychological abilities and skills for working in a team (engineering group, enterprise division).

The use of such interactive teaching methods as a binary lecture, a lecture - visualization, a problem lecture, a discussion lecture, a lecture with pre-planned mistakes, a lecture-press conference increases interest in the disciplines of the cycle of professional and technical training. Scientists I. Batsurovska, E. Horbenko, N. Dotsenko, and N. Kim express this opinion in their scientific works.

Practical scientists V. Gavrish, A. Haleeva, O. Lymar, D. Marchenko believe that consideration of problem situations, various forms of creative tasks in practical classes using such interactive methods as the role-playing method: business game, dramatization, problem situation, stimulation games, organizational and activity games; problem-search method: group discussion, debate, discussion; case method: analysis of specific situations; creative search method: brainstorming, presentation, didactic game, etc. significantly increase the efficiency of knowledge acquisition by future agricultural engineering specialists.

According to V. Havrysh, I. Batsurovska, N. Dotsenko, O. Lymar, D. Marchenko, the use of game methods promotes active communication, which is controlled and purposeful. Such purposeful communication provides a developmental opportunity

for the individual to show his essence [12, p. 730], helps to satisfy the desire for group forms of interaction and communication with others, both in student age and in corporate work in the future.

Despite the fact that the existing training of future specialists in agricultural engineering involves the entry of higher education students into various trainings only in the senior year, we believe that in order to adapt future specialists in agricultural engineering to the conditions of study, and of course for future practical activities, it is possible to introduce into the educational process various training groups, master classes, the use of their individual elements gradually, perhaps starting from the first courses. This will help future specialists in agricultural engineering to get acquainted with practical activities, gradually master communication skills, increase their emotional sensitivity, empathy, create a comfortable atmosphere from the beginning in an academic group, and then in a professional one.

In our opinion, before starting the trainings and master classes, it would be advisable to conduct a diagnosis of the level of development of the communicative competence of young people. Diagnostics of the level of development of young people's communicative competence is justified by the fact that academic groups are formed from young people who ended up in a institutions of higher education from gymnasiums and lyceums, where they obtained a full secondary education. They have better theoretical training in general and humanitarian disciplines. The second part of the academic group is made up of students who have graduated from vocational (vocational-technical) education institutions. They have better technical and professional training [13, p. 19].

Diagnosis can be made using methods of determining organizational and communicative qualities, their manifestation in interpersonal relationships using test questionnaires. Test-questionnaires are developed both by teachers of disciplines and by guarantors (working group) of educational and professional programs, in particular in agricultural engineering. You can use test questionnaires that were developed by other scientists and practitioners.

Such initial work reveals the personal traits of each participant of future group exercises, which affect the development of communicative competence. It helps the teacher to form working groups in which young people will better reveal their abilities [14, p. 10]. It is also possible to reveal the level of self-esteem of the individual and the level of development of professionally important qualities. The obtained results of psychodiagnosis of personality traits and the level of development of communicative competence allow the teacher to choose the most effective plan for conducting classes with an academic group.

Therefore, the development of communicative competence occupies a special place in the training of future specialists in agricultural engineering. Since the profession of an agricultural engineer is accompanied by active labor activity, where engineering activity is present, socionomic types of work, where communication with parties accompanying labor activity, turn into a professionally significant, essential side of activity.

The main types of work of teachers of the cycle of professional and technical training in institutions of higher education, which ensure the implementation of the goals and objectives of the educational and professional program «Agroengineering», are carried out through the organization of the educational process itself and communication with young people who study in the specified specialty, other participants of the educational process.

Of course, the multifaceted activity of teachers in the cycle of professional and technical training of future agricultural engineers makes certain demands on the individual and psychological characteristics and professional qualities of the teacher, in particular, on the level of his communicative competence.

However, in theory and practice, a reference model, requirements for the personality of a person who teaches professional and technical training has not yet been developed. As a result, in today's conditions, there is a contradiction between the urgent need for training of practicing teachers and the quality of this training. In this, we see the need for further research and testing of effective technologies for professional training of future teachers of the cycle of professional and technical training for institutions of higher education, in particular for the specialty «Agroengineering».

## REFERENCES

1. Kurepin V. M., Ivanenko V. S. Psychological and pedagogical methods of formation of creative thinking in future engineers-pedagogues. *Autumn scientific readings: materials of the XXIII international scientific and practical internet conference.* Section № 10. Pedagogical sciences, Ternopil, November 27, 2019. Ternopil : PO «Science and education without borders», 2019. URL : http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/6416

2. Velikhovska A. B., Kurepin V. M. Psychological and pedagogical problems of teachers' readiness to organize distance learning. *Science, education, culture* : materials of the international of the scientific and practical conference dedicated to the 30th anniversary of Komrat State University, February 11, 2021, Komrat. Moldova : Komratsky State University, 2021. Volume 1 : Economic Sciences.

Agriculture and processing industry. Information technologies, mathematics and physics. Law and political sciences. Psychological and Pedagogical Sciences. P. 462–466. URL : http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/8486

3. Ivanenko V. S. The role of an agricultural engineer in regional development and how mathematics helps him. *Youth participation in the development of the agro-industrial complex of Ukraine* : the 32nd student scientific and theoretical conference, Mykolaiv, March 18–20, 2020. Mykolaiv : MNAU, 2020. P. 105–108. URL : http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/7065

4. Gumennyi M. V. Professional training is the key to increasing the competitiveness of personnel in the labor market. *Youth participation in the development of the agro-industrial complex of Ukraine* : the 32nd student scientific and theoretical conference, Mykolaiv, March 18–20, 2020. Mykolaiv : MNAU, 2020. P. 87–90. URL : http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/7026

5. Batsurovska I. V., Dotsenko N. A., Kurepin V. M. Peculiarities of designing an educational environment for future specialists in the agricultural industry. *Digital transformation of professional training of specialists under the conditions of application of SMART educational technologies: state, problems, prospects* : materials of the All-Ukrainian Scientific and Methodological Conference, Kharkiv, November 29–30, 2023 / in general ed. : V. M. Nagaeva, Yu. M. Sagachko, O. V. Gridina. Kharkiv : Municipal enterprise «City printing house», 2023. P. 11–16. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/15906

6. Ivanenko V. S. State policy on personnel support of the agro-industrial complex: priorities and directions. *Actual problems, priority directions and development strategies of Ukraine* : theses of the reports of the 3rd International Science-Practice, online conference, Kyiv, October 13, 2021 / editor. O. S. Voloshkina and others. Kyiv : ITTA, 2021. P. 1076–1081. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/10108

7. Kurepin V. M. Peculiarities of the training of agricultural engineering personnel, development and self-development of the teacher in institutions of higher education of the agrarian profile. *Actual problems of human life safety in modern society* : materials of the All-Ukrainian Scientific and Theoretical Internet Conference, Mykolaiv, November 24, 2021. Mykolaiv : MNAU, 2021. P. 325–331. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/10511

8. Batsurovska I. V., Dotsenko N. A., Kurepin V. M. Formation of digital competence among students of electrical energy specialties. *Information technologies in education and science* : III International Scientific and Practical Conference, Melitopol, May 25–26, 2023. Melitopol, 2023. Issue 13. P. 159–162. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/14573

9. Batsurovska I., Kurepin V. The Impact of the War in Ukraine on the Study Results at an Agricultural University. *Tréma.* 2023. № 60. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/15314

10. Palamar E. V. The game as a method of learning, its cognitive and educational value. *Participation of youth in the development of the agro-industrial complex of Ukraine* : 32nd student scientific and theoretical conference, Mykolaiv, March 18–20, 2020. Mykolaiv : MNAU, 2020. P. 144–147. URL : http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/7143

11. Ivanenko V. S. Values and demands of modern youth: life priorities of Ukrainian youth. *The generation of independence: value orientations and perspectives* : materials of the international scientific and practical conference of students and master's students, Kostanay, March 30, 2021. Kostanay : Kostanay Regional University named after A. Baitursynov, 2021. P. 737–741. URL : http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/9255

12. Kurepin V. M., Pindera M. V. Solving problem situations using web technologies. *Resource-oriented learning in «3D»* : materials of the 3rd International Scientific and Practical Internet Conference, Poltava, February 22–23, 2023. Poltava : PUET, 2023. P. 726–731. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/13195

13. Ivanenko V. S. Stress resistance as a type of psychological personality. *Information-psychological and technogenic security: historical aspects, features of protection of society and the individual* : theses of reports based on the results of the thematic «round table», Mykolaiv, December 9, 2022. Mykolaiv : MNAU, 2022. P. 18–20. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/12066

14. Ivanenko V. S. Ensuring the formation of knowledge of students of higher education when studying the disciplines «Safety of Life» and «Occupational Safety». *Preservation of the planet – global challenges, threats, opportunities on the basis of effective partnership* : theses of reports of the thematic round table on environmental safety issues for World Earth Day, Mykolaiv, April 22, 2022 / Mykolaiv National Agrarian University. Mykolaiv : MNAU, 2022. P. 9–11. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/11312

***Анотація***

*У статті висвітлені основні теоретико-методологічні підходи до поняття комунікативна компетентність. Особлива увага акцентується на умінні викладача циклу професійної та технічної підготовки, на прикладі спеціальності «Агроінженерія» організувати освітній процес для набуття необхідних комунікативних компетентностей майбутніми фахівцями цієї галузі.*

*Проаналізовано сутність і структуру комунікативної компетентності як складного системного соціально-психологічного властивості особистості.*

***Ключові слова:*** *агроінженерія, методологічні підходи, комунікативні компетентності, майбутні фахівці, багатоаспектність діяльності.*

***Summary***

*The article highlights the main theoretical and methodological approaches to the concept of communicative competence. Special attention is focused on the ability of the teacher of the cycle of professional and technical training, on the example of the «Agroengineering» specialty, to organize an educational process for the acquisition of the necessary communicative competences by future specialists of this field. The essence and structure of communicative competence as a complex systemic social-psychological property of the individual is analyzed.*

***Keywords:*** *agricultural engineering, methodological approaches, communicative competences, future specialists, multifaceted activity.*

**Lotareva Daria,**
*getter of higher education;*
**Didnyak Anastasiia,**
*getter of higher education,*
*Mykolaiv National Agrarian University,*
*Mykolaiv, Ukraine*

# INNOVATIVE TOOLS OF MODERN LEARNING: USING MASTER CLASSES AND TRAINING IN THE EDUCATIONAL PROCESS FOR ACHIEVING COMMUNICATIVE COMPETENCES

Active implementation of innovative learning technologies require rethinking of established systems regarding techniques and methods in the field of education. The activity of a pedagog requires constant improvement and improvement of the level of his knowledge.

The educational process today is a demanding, rapidly changing environment in which the success of a pedagog depends on the effectiveness of the introduction of innovative technologies [1, p. 14]. This approach is based on didactic principles and psychological-pedagogical theories, new methodological principles that contribute to the development of a competency-based approach to education.

In the modern conditions of the development of higher education, the center of any of its activities should always be an individual, a young person who wants to acquire new knowledge. Of course, such an individual should be an active participant in the educational process and a mediator in the interaction of all subjects of education.

A competent approach involves the creation of conditions for the emergence and development of functional subject literacy of students of higher education, the educational and life experience acquired during their studies helps them. Its purpose is to create conditions for personality development in terms of functional literacy [1, p. 11].

The impetus for the development and improvement of professional competences is provided by innovative teaching methods. The level of achievement depends on the correctly selected system of methods. Scientists I. Batsurovska, N. Dotsenko, V. Kurepin, V. Nagaev note that modern education requires the teacher to perform various functions - curriculum developer, facilitator, presenter, instructor, consultant, researcher, manager, etc.

Research scientists who study the problems of pedagogical innovation, such as I. Batsurovska, A. Velikhovska, N. Dotsenko, V. Kurepin, P. Luzan, V. Nagaev, in their scientific works characterize the new in pedagogy as useful, progressive , positive, modern, advanced. Master classes and trainings are such modern innovative tools. In such innovative methods, the pedagog plays the role of a coach-trainer, and the students of higher education are members of the training group.

Thanks to master classes, trainings are achieved by effective performance of one or more types of activities. P. Luzan, V. Nagaev define master classes, trainings as planned and systematic efforts to modify or develop knowledge, abilities, skills, attitudes of a person by means of training. A. Velikhovska, V. Kurepin consider trainings and master classes as educational games. They combine educational and gaming activities, where it is always possible to reflect various life and production circumstances, including extraordinary and uncertain ones [3, p. 10].

N. Dotsenko emphasizes that training is a way of reprogramming a person's existing model of managing their behavior and activities. I. Batsurovska claims that trainings, master classes act as a subjective technique in specific procedures, as a means of influencing the personality, which is aimed at creating conditions for purposeful changes in it.

The modern educational process determines the rapid development of the innovative sphere of the educational process, interactive tools, methods and learning techniques that improve the skills and abilities of the participants of this process. The use of trainings, master classes, as methods of innovative learning, are mostly characteristic for effective implementation in the educational sphere during practical classes. In institutions of higher education, they are actively implemented when teaching general technical disciplines, engineering disciplines, and human safety disciplines.

An unconditional attribute of a training class or master class is the interaction of all participants in the practical training process. In the educational process of institutions of higher education, training, master class is an indispensable element of the system of education and development of youth. In this regard, the study of the specifics of the methods and conditions of conducting practical classes using innovative teaching methods, in particular the use of master classes and trainings, is, in our opinion, appropriate and useful.

The purpose of our article is to determine the specific features of training and master class as innovative means of learning; analysis of the main attributes of the training master class as an informal method in which any problems are solved; to analyze and project the advantages of innovative classes in practical classes, which only expand the spectrum of the educational process.

We see the main tasks for achieving the goal in the analysis of the development and emergence of innovative teaching methods [4, p. 7], in particular such as training and master class; determination of innovative training methods with the aim of improving professional competences; comparison of key aspects of training and master class with traditional teaching methods; conducting research that is used in interactive technologies, such as game-based learning methods; analysis of the methodology of using trainings and master classes.

The non-standard form of conducting innovative teaching methods is precisely their advantage. The non-standard form of conducting innovative teaching methods is precisely their advantage. They are not similar to classical classes, their main task is to establish contact between the participants of the event and the coach-trainer (pedagog).

On the one hand, a training / master class has similar structures to a regular classical class. They have a specific, well-defined topic, an established goal, and the means or techniques for achieving it [5, p. 365]. However, on the other hand, the training/master class involves a more extensive game context. They are based mostly on practice, where complex engineering tasks, various production situations and communication models in the team can be solved. In turn, in such classes, the theoretical part goes to another level - passive.

At training classes, master classes, real life situations are used for informal solutions to specific problems. This form of conducting classes is called a role-playing game. With the help of modeling uncertain situations in life and at work, empathic skills are improved, they learn to be themselves, overcoming all psychological barriers [6, p. 730].

The main attribute of this method is the use of experiments, the advantages of which are the development of skills for analyzing problem situations, critical and creative thinking, and the ability to make the right decisions in critical situations. In order to develop and improve abilities, skills and abilities within the limits of corporate responsibility, during the training / master class, it is necessary to use their characteristic elements, such as the activity of the event participants, the orientation of the educational process in the game context, and the creation of a creative atmosphere that will encourage high-quality thinking in standard and non-stereotypical situations.

Trainings / master classes push classical classes to the background, compared to them, classical classes lose their relevance, since the training itself involves a number of active and interactive learning methods. They are becoming more relevant and popular.

The training / master class is classified as an educational tool that uses active learning methods. They are an alternative to passive methods. Such innovative forms of education were formed at the beginning of the 20th century (1950–1975). They developed as a form of development of the social and psychological ability of an individual to interact with the environment.

But today the training/master class has a wide application, going beyond practical psychology and specialist training. They have become a special informal way of solving any problems. During such events, the necessary communications of corporate communication are acquired [7, p. 22].

Methods and means of innovative forms of education do not limit those who study, on the contrary, they create a favorable atmosphere that stimulates the interaction of all participants in the educational process to solve a problem. We claim that during any training / master class, regardless of their form and duration, there is an active learning process between the participants.

Various methods and tools that cover both the theoretical and practical part of the classes expand the spectrum of the educational process during trainings/master classes. When using a variety of methods and means, the level of awareness of young people on a specific subject of classes should be taken into account. The resources and conditions for conducting such an interactive class are also important.

In our opinion, the interaction between the group members and between the group members and the coach-trainer (pedagog) is a feature of such an educational process. Given that training involves the introduction of new approaches, the assimilation and processing of new information, the development of new abilities and skills for the purpose of self-improvement, it is a form of socio-pedagogical activity. This approach is aimed at acquiring life competence by enriching both knowledge [8, н. 740] and life-practical and emotional-personal experience through the use of interactive learning tools. The training/master class is a tool for the formation of new abilities and skills, they are an interesting process of getting to know yourself and others during communication.

Interactive training methods, in particular trainings / master classes, have their own attributes, such as: training groups, training circle, coach-trainer, group rules, special equipment for work, atmosphere of communication and interaction, structure of the training session, interactive training methods, performance evaluation and the quality of learning during the training / master class.

Let's consider traditional forms of education and forms of education during a training / master class. They have significant differences. Traditional education is essentially a form of information transfer and knowledge acquisition. It is more oriented towards the correct answer.

The training / master class, first of all, fully covers all potential: the level and scope of her competence (social, emotional and intellectual), independence, ability to make decisions, interaction, etc. Unlike traditional, interactive forms of learning are oriented towards questions and searching.

Any educational session has a specific purpose, including a training / master class. We can refer to the goal: changing the view on the problem; mastering new pitfalls in professional activity; informing and acquiring new professional knowledge, skills and abilities by training participants; changing the view on the learning process, etc.

We can say that trainings / master classes in institutions of higher education are becoming the most common interactive technology among game learning methods. The qualitative effectiveness of the training of future specialists in the field of engineering, energy, and other areas of the technical field occurs during such interactive classes [9, p. 186] as a training / master class. During the classes, the participants develop verbal and non-verbal competence, acquire interactive skills and abilities.

During the trainings / master-classes, there is learning by activity, where corrective influence is exerted on the problems that need to be solved. In our opinion, a coach-trainer (pedagog) should apply such creative principles as changing the style and pace of conducting a training / master class. Under such conditions, it can more successfully adapt to different types of listeners and their modality. It is clear that each member of the study group will have a different type of intelligence, knowledge, skills, experience, etc.

For the sake of diversification of education, it is necessary to use different forms and methods of design (color, music, etc.). Learning should be similar to a game in which life or industrial situations are simulated [10, p. 145].

An integral part of obtaining new information during innovative training, in particular trainings / master classes, is motivation. Motivation is a unique set of motives that encourage a young person to specific forms of life and professional activity or behavior. Motives are mostly: needs, interests, hobbies, emotions, ideals.

When we investigated the specifics of trainings / master classes, we found out that in some cases the interest is based on achieving a better result (evaluation), and in others - interest in the learning process itself (content). Therefore, we believe that interactive learning, in particular trainings/master classes, is an informal, relaxed communication of participants in the educational process, which opens up many options for solving problems to young people and strengthens motivation in learning. It is important for the teacher to widely use methods aimed at stimulating interaction between participants and between participants and the pedagog [11, p. 160].

Group work has its advantages, it consists in the fact that:

- information and experience can be read by all members of the interactive group;
- it is possible to easily and timely give necessary and useful instructions to all training participants at once;
- active participation of all members of the study group and each participant is possible thanks to the acquisition of new skills and experience.

Scientists such as O. Humeny, P. Luzan, and V. Nagaev combine active group methods into three general blocks:

- the first, discussion methods, in particular case analysis from practice, group discussion, simulation of practical situations, analysis of moral choice situations, case method, etc.;
- second, game methods, in particular simulation, didactic and creative games, including business games; role-playing games, including intonation and language, video training and master classes, psychophysiological, psychodramatic games, with elements of correction; brain storm; counterplay, in particular, a transactional method of understanding communicative behavior;
- the third, sensitive training, in particular training of self-knowledge (awareness), interpersonal sensitivity and empathy [12, p. 160].

In addition to the methods (methods) that will be used in trainings / master classes, the pedagog needs to choose the types of trainings / master classes depending on the participants of the educational process, the subject and the level of complexity of the organization's problems - individual, systemic, strategic.

So, in our opinion, in order to achieve the process of interaction between the participants of the educational process in institutions of higher education while mastering general technical, engineering disciplines and other new knowledge, it is necessary to apply innovative teaching methods, such as trainings/master classes. Trainings / master classes are both practical and effective methods of acquiring new knowledge.

Such training will always stimulate and activate young people's interest in knowledge, they provide an opportunity to discover new abilities and skills. When using multifaceted methods, thanks to the use of interactive learning tools, it can become for young people a productive form of expanding their own acquired experience, a non-standard form of socio-pedagogical activity aimed at acquiring life competence through enrichment and self-improvement of both theoretical and practical knowledge.

According to practical experts, trainings / master classes are a similar image of life itself in miniature, where various situations arise that require making life-important decisions on which the well-being of a person depends. Scientists claim: «Training is

a game in life, during which real life problems are solved that we must solve throughout our existence».

Mastering new learning and education technologies requires the pedagog internal readiness to understand the need for education throughout life, serious activity in introducing new methods of learning and teaching, adaptation to new conditions of social development.

## REFERENCES

1. Batsurovska I. V., Dotsenko N. A., Kurepin V. M. Peculiarities of designing an educational environment for future specialists in the agricultural industry. *Digital transformation of professional training of specialists under the conditions of application of SMART educational technologies: state, problems, prospects* : materials of the All-Ukrainian Scientific and Methodological Conference, Kharkiv, November 29–30, 2023 / in general ed. : V. M. Nagaeva, Yu. M. Sagachko, O. V. Gridina. Kharkiv : Municipal enterprise «City printing house», 2023. P. 11–16. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/15906

2. Kurepin V. M., Ivanenko V. S. Psychological and pedagogical methods of formation of creative thinking in future engineers-pedagogues. *Autumn scientific readings: materials of the XXIII international scientific and practical internet conference.* Section № 10. Pedagogical sciences, Ternopil, November 27, 2019. Ternopil : PO «Science and education without borders», 2019. URL : http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/6416

3. Ivanenko V. S. Ensuring the formation of knowledge of students of higher education when studying the disciplines «Safety of Life» and «Occupational Safety». *Preservation of the planet – global challenges, threats, opportunities on the basis of effective partnership* : theses of reports of the thematic round table on environmental safety issues for World Earth Day, Mykolaiv, April 22, 2022 / Mykolaiv National Agrarian University. Mykolaiv : MNAU, 2022. P. 9–11. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/11312

4. Batsurovska I., Kurepin V. The Impact of the War in Ukraine on the Study Results at an Agricultural University. *Tréma.* 2023. № 60. URL : http://journals.openedition.org/trema/8478 ; URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/15314

5. Ovcharenko N. I. Implementation of the competence approach in training in the discipline «Occupational safety in the industry». *Actual problems of human life safety in modern society* : materials of the All-Ukrainian Scientific and Theoretical Internet Conference, Mykolaiv, November 24, 2021. Mykolaiv : MNAU, 2021. P. 362–369. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/10695

6. Kurepin V. M., Pindera M. V. Solving problem situations using web technologies. *Resource-oriented learning in «3D»* : materials of the 3rd International Scientific and Practical Internet Conference, Poltava, February 22–23, 2023. Poltava : PUET, 2023. P. 726–731. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/ handle/123456789/ 13195

7. Batsurovska I. V., Kurepin V. M. Modern features of the functioning of the education system during martial law. *Learning and Teaching: After War and in Peacetime* : materials of the II International scientific and practical conference, Kharkiv, Ukraine, November 10, 2023 / H. S. Frying pans of the Kharkiv National Pedagogical University ; ed. I. Kostikova. Kharkiv, 2023. P. 21–23. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/15843

8. Ivanenko V. S. Values and demands of modern youth: life priorities of Ukrainian youth. *The generation of independence: value orientations and perspectives* : materials of the international scientific and practical conference of students and master's students, Kostanay, March 30, 2021. Kostanay : Kostanay Regional University named after A. Baitursynov, 2021. P. 737–741. URL : http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/9255

9. Kurepin V. Implementation of distance education in inappropriate conditions at Mykolaiv National Agrarian University. *Information technologies and management in higher education and sciences* : conference proceedings of international scientific conference., Fergana, the Republic of Uzbekistan, November 28, 2022. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2022. Vol. 2. P. 183–187. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/ jspui/handle/123456789/12699

10. Palamar E. V. The game as a method of learning, its cognitive and educational value. *Participation of youth in the development of the agro-industrial complex of Ukraine* : 32nd student scientific and theoretical conference, Mykolaiv, March 18–20, 2020. Mykolaiv : MNAU, 2020. P. 144–147. URL : http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/ handle/123456789/7143

11. Batsurovska I. V., Dotsenko N. A., Kurepin V. M. Formation of digital competence among students of electrical energy specialties. *Information technologies in education and science* : III International Scientific and Practical Conference, Melitopol, May 25–26, 2023. Melitopol, 2023. Issue 13. P. 159–162. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/14573

12. Krasovytskyi M., Belkina O. Modern lessons (innovative technologies: trainings, interactive forms of learning, critical thinking). *Head teacher*. 2020. No. 35. P. 12. URL : http://osvita.ua/school/method/1663

***Анотація***

*Активне впровадження інноваційних технологій навчання диктують сучасні умови розвитку національної освіти. Педагогічний успіх викладача залежить від результативності запровадження інноваційних технологій навчання, які ґрунтуються на нових методологічних засадах, сучасних дидактичних принципах. У статті ми досліджуємо інноваційні технології навчання, як-то тренінг / майстер-класи. Такі інноваційні технології навчання передбачають нестандартність освітнього процесу, в якому викладач виконує роль лідера (коуч-тренера), а здобувачі вищої освіти – учасники тренінгової групи, яка буде здобувати знання та навички. Інтерактивні засоби навчання удосконалюють уміння та навички молоді для майбутньої фахової діяльності. Використання тренінгу / майстер-класу ефективно впроваджується в освітній сфері вищої освіти на практичних заняттях. Вони є незамінним елементом системи навчання й розвитку в будь-якому закладі вищої освіти. Тренінг / майстер-клас спрямовані на набуття життєвої компетентності шляхом збагачення як знаннями так і досвідом. Тренінги / майстер-класи мають свої переваги, це не схожість на класичні уроки, нестандартність форм проведення занять тощо.*

***Ключові слова:*** *інноваційних технології, тренінг / майстер-класи, нестандартність, освітній процес, методологічні засади.*

***Summary***

*The active implementation of innovative learning technologies dictates the modern conditions of the development of national education. The teacher's pedagogical success depends on the effectiveness of the introduction of innovative learning technologies, which are based on new methodological principles, modern didactic principles. In the article, we explore innovative learning technologies, such as training / master classes. Such innovative learning technologies provide a non-standard educational process in which the teacher plays the role of a leader (coach-trainer), and students of higher education are members of a training group that will acquire knowledge and skills. Interactive learning tools improve the skills and abilities of young people for future professional activities. The use of training / master class is effectively implemented in the educational field of higher education in practical classes. They are an indispensable element of the system of training and development in any institution of higher education. The training / master class is aimed at acquiring life competence by enriching both knowledge and experience. Trainings / master classes have their advantages, they are not similar to classic lessons, non-standard forms of classes, etc.*

***Keywords:*** *innovative technologies, training / master classes, non-standardization, educational process, methodological principles.*

**Макаренко Андрій,**
*канд. пед. наук, доцент кафедри медико-біологічних основ охорони життя та цивільного захисту факультету фізичного виховання;*
**Кузнєцов Олексій,**
*магістрант факультету фізичного виховання;*
**Яковенко Вікторія,**
*канд. мед. наук, доцентка кафедри медико-біологічних основ охорони життя та цивільного захисту, ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет», м. Слов'янськ, Україна*

# ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ

Сучасна освіта, виконуючи соціальне замовлення на підготовку конкурентоспроможних фахівців, здатних адаптуватися до соціально економічних перетворень у професійній діяльності, переживає етап якісних змін. Пошук нових, більш ефективних, диверсифікованих, відкритих і мобільних систем навчання зумовив формування нової освітньої парадигми, сутність якої визначають гуманістичність і спрямованість на задоволення потреб кожної особистості. Згідно з її провідними положеннями пріоритетом вищої освіти є орієнтація на інтереси особистості, адекватні сучасним тенденціям суспільного розвитку. З огляду на це педагогічна наука нині характеризується пошуком інновацій, спрямованих на формування і розвиток гармонійної, творчої, вільної особистості, здатної до соціалізації та самореалізації в глобалізованому суспільстві.

Філософсько-методологічне осмислення феномену фізичної культури як важливого явища соціального життя визначає на початку XXI ст. якісно новий рівень дослідження фізкультурно - спортивної практики, її ролі у формуванні фізичної культури кожної особистості та суспільства загалом. Мета фізичного виховання, що полягає у всебічному розвитку фізичних і духовних сил, здібностей людини в аспекті формування її фізичної культури, здоров'я, довголіття та працездатності, детермінує завдання та функції вчителів і викладачів фізичного виховання.

Випускники ЗВО галузі ФК мають бути фахівцями широкого профілю у сфері здоров'я людини, фізичної культури та спорту з фундаментальною педагогічною підготовленістю, що підвищує соціальну мобільність й ефективність їхньої діяльності. Ці домінанти визначають основні тенденції розвитку вищої освіти України в галузі фізичної культури та підготовки майбутніх учителів фізичного виховання шляхом удосконалення освітніх стандартів, змісту, форм і методів психолого-педагогічної підготовки, налагодження інтегративних зв'язків психологічних і педагогічних дисциплін з комплексом спортивно-спеціалізованих, природничих і гуманітарних курсів, оновлення методичного супроводу й упровадження сучасних технологій навчання.

Зміни в освіті викликають усе більші вимоги до особистості вчителів, їхньої компетентності та майстерності, активізують пошук механізмів максимального розкриття задатків, обдарованості студентів, удосконалення навчання з педагогічних дисциплін. За сучасними концепціями, професійна підготовка вчителя фізичного виховання є цілісним педагогічним процесом, під час якого відбувається становлення його особистості, розвиток загальної та професійної культури, формується компетентність, закладаються основи педагогічної майстерності [5].

Педагогічна мета вчителя фізичної культури - соціально формуюча, просвітницька, сприяюча, організуюча, діагностична та відома своєю реалізацією сукупністю громадських ресурсів. Вона забезпечує не тільки розумовий, а й фізіологічно виховний ефект. У цьому контексті соціально-педагогічні завдання фізичної культури (освітня, оздоровча, виховна) постійно реалізуються та ускладняються. Професійна майстерність вчителя фізичної культури будується завдяки:

- морфологічні особливості вищої нервової діяльності, які визначають потенціал дії, мобільність і толерантність головних психічних процесів;
- відмінний фізичний стан; високий рівень загальної, духовного та морального ступеня досконалості;
- присутність академічної майстерності;
- жага до роботи в галузі фізичної культури;
- естетично-юридичний світогляд тощо.

Аналізуючи підходи до процесу підготовки фахівця фізичної культури дає можливість вважати, що процес заснований на суміжних фізкультурно-педагогічних та психологічних вмінь та навичок, які являють базу професійної компетентності майбутнього фахівця фізичної культури.

Це інтегрована, багаторівнева та багатокомпонентна освіта, яка поєднує: індивідуальні світоглядні позиції та професійні знання та вміння, особистісні якості, мотиваційно-ціннісні, пізнавальні, конструктивно-планувальні, організаційно-управлінські, операційно-технологічні реалізації, аналітичну та рефлексивну

функції, а також діагностично-прогностичну, навчально-розвивальну, оздоровчо-профілактичну, навчально-методичну, виховну, комунікативну, здоров'язберігаючу, контрольну, спостережну, фізкультурно-виховну сторони її функціонування і є важливим для творчої педагогічної діяльності у фізичній культурі та спорті на місцях, прагнення до соціально-педагогічної діяльності, розумового та фізичного саморозвитку особистості майбутнього вчителя.

Професійно-педагогічна кваліфікація вчителя фізичної культури – це сукупність елементів, які взаємодіють, проникають один в одного і суттєво впливають на гуманізацію світогляду, формування духовно-ціннісних орієнтацій, формування громадянсько-педагогічного статусу, розвиток особистості та педагогічної компетентності.

Навчально-виховний процес вищих навчальних закладів відіграє провідну роль у вирішенні завдань професійної освіти студентів, та формуванні особистості майбутніх фахівців. Навчальний процес – це особлива форма передачі та засвоєння суспільно-історичного досвіду, котра утворює комплексне ціле діяльності викладача-дослідника та студента, метою є досягнення спільної цілі – управління науковими знаннями, уміннями і здібностями студентів та різнобічний розвиток майбутніх спеціалістів як особистості. Навчальна діяльність вчителя прийнято називати викладанням, а студента – навчанням [3].

Процес освіти студента ми досліджуємо як вид навчально-професійної діяльності, в якій відбувається перевірка засвоєного матеріалу та професійної навички (особливо інтелектуальних процесів та абстрактно-логічний світоглядів), необхідних вмінь, які реалізуються як фахові компетентності.

Л. С. Виготський, С. Л. Рубінштейн розглядають навчання як процес засвоєння знань, умінь і навичок, то розвиток – це набуття здібностей і нових якостей. Навчання – це система пізнавальних дій, спрямованих на досягнення мети навчання та розв'язання певних навчальних завдань. Результатом навчання є елементи індивідуального досвіду (знання, уміння та навички). Навчання означає різні способи здобуття знань, формування вмінь і навичок роботи з ними під час вирішення пізнавальних і практичних завдань. Видається дивним, що деякі першокурсники не вміють вчитися, хоча цим займалися останні одинадцять років свого шкільного життя. Проте навчально-професійна діяльність студента суттєво відрізняється від навчання школяра [2].

Процес освіти у ЗВО має більшу практичну направленість, оскільки навчальна дисципліна направляє студента на фахову компетентність, орієнтує на реалізацію професійних обов'язків, здобувати певні навички, вміння і знанням. Чим більше цілеспрямовано та визначено професійний задум, тим ліпше

студент усвідомлює який йому потрібно буде знати предмет і наскільки добре він його вивчає. Тому ставлення до процесу навчання залежить від чіткої професійної спрямованості майбутнього фахівця.

Об’єктом діяльності здобувачів вищої освіти є дослідження науки шляхом організації процесу отримання академічних знань, ознайомлення з підходами вирішення наукових завдань, оволодіння професійними навичками та активність в реалізації соціальних ролей у дорослому трудовому житті.

Отримання освіти у вищому навчальному закладі потребує перебудови всієї розумової діяльності студента. На думку Б. Г. Ананьєва, студентський вік – це вік складного конструювання розумових процесів. Спеціальні засоби діяльності (мультимедійні засоби, технічне і лабораторне обладнання, наукова література, підручники і навчальні посібники та методичні рекомендації, професіограма майбутнього фахівця для успішного виконання своєї діяльності спілкування з однолітками, представниками професії,професорсько-викладацькім складом). Учбовий процес майбутнього фахівця проходить у заранні спланованих умовах (затверджена освітньо-професійна програма навчального процесу та чіткій термін навчання, зміст навчально-професійної діяльності визначається програмою професійної підготовки та специфікою режиму роботи вищого навчального закладу) [6].

Поважною характерною рисою вищої освіти є менш жорсткий (порівнюючи зі ЗОШ) контроль з боку батьків та педагогів за поведінкою та роботою студентів щодо використання їхнього часу. Нерідко особистий час студент не застосовує для освітніх цілей або навіть, для власного удосконалення. В умовах «ринкового життя» деякі студенти працюють, затрачуючи на це значну кількість часу та розумових сил, тому навички планування свого життя стануть в нагоді.

З'являються сучасні організаційні заходи процесу освіти (конференції, семінари, практичні та лабораторні заняття), значно збільшується частина самостійної роботи (самостійний пошук навчальної інформації, пояснення та конспектування наукової літератури, реалізація практичних завдань, виконання функцій під час проходження практики, здійснення наукових досліджень тощо). Студенту непросто з’ясувати, які предмети є найважливішими для його професійного майбутнього, якщо є можливість самостійно обрати дисципліни широкого вибору .

Здійснення наукового та навчального процесів, самостійної навчально-пізнавальної діяльності відбувається разом з науково-дослідною роботою під керівництвом освітян (написання магістерських та дипломних робіт, участь у наукових конференціях та семінарах тощо) [1].

Навчання у вищому навчальному закладі – складний і важкий процес, який вимагає активності та високої свідомості, надзвичайної інтелектуальної напруженості, зосередженості, мобілізованої волі та підвищеної працездатності, самоорганізації, раціонального розподілу часу на навчання та відпочинок.

Різноманітність студентського освітнього процесу (аудиторна робота, самостійна та індивідуальна з інформаційними джерелами, участь у культурному та громадська діяльність, багатоманітні зустрічі тощо) вимагає від студента провідної ідеї, особистої мети життя, в протилежному випадку стреси та розчарування.

Складність задач та змісту навчально-професійної діяльності можуть спричинити надмірне психічне навантаження, психофізіологічну напругу, реакції стресового характеру (особливо під час екзаменаційного періоду). Дослідження продемонстрували, що утруднення у процесі навчання виникають через відсутність навички раціонального розподілу свого часу (65,8 % респондентів, з них 73,9 % дівчата); недоліки в процесі самостійного навчання; складнощі в роботі з науковою літературою (24,8 % - уповільнене сприйняття інформації; 19,8 % - труднощі з орієнтацією в друкованому матеріалі), невміння керувати когнітивними функціями [4].

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Інноваційні технології у фізичному вихованні школярів: навч.посібник для студ. вищ. навч. закладів / Н. В. Москаленко, О. О. Власюк, І. В. Степанова, О. В. Шиян, А. В. Самошкіна, Т. Г. Кожедуб ; під ред. Н. В. Москаленко. 2-е вид. Дніпропетровськ : Інновація, 2014. 332 с.

2. Інформаційні технології у фізичному вихованні : навч. посібник / Москаленко Н. В., Борисова Ю. Ю., Сидорчук Т. В., Лядська О. Ю. Дніпропетровськ : Інновація, 2014. 128 с.

3. Носко М. О., Данілов О. О., Маслов В. М. Фізичне виховання і спорт у вищих навчальних закладах при організації кредитно-модульної технології : підручник. К. : Видавничий Дім «Слово», 2011. 264 с.

4. Освітні технології : навч.-метод. посіб. / О. М. Пєхота, Кіктенко, О. М. Любарська та ін. ; за ред. О. М. Пєхоти. К. : АСК, 2003. 235с.

5. Палеха Ю. І., Леміш Н. О. Основи науково-дослідної роботи : навчальний посібник для вищ. навч. закладів / МОНМСУ. Київ : Ліра-К, 2017. 336 с.

6. Сергієнко Л. П. Технології наукових досліджень у фізичній культурі : підручник для студентів вищих навчальних закладів : у 2 кн. Кн. 2. Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2015. 900 с.

**Науменко Ліана,**
*канд. філол. наук, доцентка кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури,*
*Державний податковий університет,*
*м. Ірпінь, Україна*

# СПІЧРАЙТИНГ ЯК МИСТЕЦТВО Й ТЕХНОЛОГІЯ КОМУНІКАЦІЇ

Третє тисячоліття ставить вимоги перед професіоналами щодо вміння налагоджувати та підтримувати комунікацію з різними групами населення. Багато відомих бізнесменів та політиків звертаються до особливих фахівців, які допомагають створити доповіді, промови, підготуватися до інтерв'ю. Мова йде про спічрайтерів. Особливо затребуваним спічрайтерство є у політичній сфері.

Дослідженню зазначеної теми присвячено роботи вітчизняних та зарубіжних дослідників. Варто звернути увагу на доробки О. Ісайкіної, Л. Кочубей, Г. Почепцова, О. Шевченко. Корисними можуть бути практичні поради А. Біденко, В. Зеленіна, Д. Лубківського, Р. Ейлса, Ф. Лунца та інших.

Саме спічрайтинг є тією сучасною технологією на міжнародній арені, яка допомагає в першу чергу політичним діячам налагоджувати зв'язок з різноманітною аудиторією, бути публічними, формувати позитивний імідж.

Спічрайтер (від англ. *speech* – мова, промова і англ. *write* – писати) – рід занять людини, яка готує доповіді та промови для посадовців, бізнесменів, публічних людей [2]. Головне завдання спічрайтера – писати тексти, промови іншим особам для успішного виступу перед аудиторією. Окремі дослідники вважають спічрайтера різновидом піарника. Залежно від обсягів діяльності він може працювати лише над створенням різних видів текстів або виконувати й іншу PR-роботу. Останнім часом спостерігається тенденція до виокремлення спічрайтингу та зростання запиту на професійних спічрайтерів. Від спічрайтера значною мірою залежить формування іміджу політика. Спічрайтер виконує інтелектуальну роботу пишучи текст для замовника, але при цьому повинен враховувати особливості характеру ритора, його словниковий запас, інтелектуальні можливості, уміння співпрацювати з аудиторією, імпровізувати [1].

Початки розвитку спічрайтингу сягають часів Стародавньої Греції, де логографи писали промови на замовлення, щоб вільні громадяни з ними виступали у суді. Завдання логографів було – написати таку промову під оратора, щоб

присяжні йому повірили. Але навіть тогочасні політики повинні були володіти мистецтвом публічного виступу та комунікативними навичками. Такий попит сприяв появі різноманітних риторичних шкіл, в яких вчителі навчали тогочасних прийомів та технік ораторського мистецтва політиків [3].

Дослідники цього питання стверджують, що нова хвиля інтересу до спічрайтингу пов'язана з американською традицією виголошення промов президентом під час інавгурації. Політики залишаються в пам'яті найчастіше саме завдяки вдалим прикладам, неординарним висловлюванням, доречним жартам. Сьогодні як і в усі часи складно привернути увагу аудиторії сірими , буденними фразами, фактами, що звучать з вуст багатьох публічних людей. Тому у більшості випадків керівники мають готові тексти або тези їхніх виступів, над якими попередньо попрацювали фахівці-спічрайтери. Останні продумали мету виступу, врахували особливості аудиторії, характеру самого виступаючого, його особливу манеру спілкування. Серед завдань спічрайтера – вміння залишатися завжди в тіні свого замовника, при цьому по максимуму підлаштуватися під його потреби, підготувати такий текст, щоб слухач повірив у його оригінальність [4]. Отже, спічрайтер безпосередньо відповідає за створення іміджу політика. Він добровільно дозволяє іншій людині скористатися результатами своєї інтелектуальної праці. Погоджуємося з думкою тих дослідників, хто вказує на постійність як одну з ознак особливо політичного спічрайтингу [1]. Більшість політичних діячів прагне мати власного спічрайтера, хоча багато хто з них спроможний самостійно формулювати та доносити до співгромадян свою позицію. Співпраця між спічрайтером та замовником може бути різною за формою та методами, але завжди має спільну мету: переконати, вплинути на слухачів, отримати належну підтримку суспільства та об'єднати якомога більше людей навколо проголошеної ідеї.

Певний інтерес становлять дослідження закордонних та вітчизняних науковців, які аналізують результати співпраці між відомими політиками ХХ ст. та їхніми спічрайтерами. Важливо, що автори звертають увагу не лише на успіхи, а й певні прорахунки та недопрацювання, що призводили до певних непорозумінь та потреби виступати з вибаченнями та коментарями в пресі.

Окрему групу становлять дослідження про співпрацю українських президентів зі своїми спічрайтерами [5; 7]. За свідченнями оточення першого президента України Леоніда Кравчука, останній переважно самостійно готував свої промови, вмів їх виголошувати та імпровізувати під час виступів. Леонід Кучма активно співпрацював зі спічрайтерами, які готували для нього повноцінні тексти. Не відмовлявся від послуг спічрайтерів і Віктор Ющенко, але досить

часто відходив від текстів промов. Віктор Янукович повністю залежав від підготовлених для нього текстів. Готували спічрайтери тексти і для Петра Порошенка, але він мав попередній досвід публічної комунікації і не був повністю прив'язаний до тексту. Чинний президент Володимир Зеленський не зважаючи на досвід публічної комунікації, артистичні здібності, також звертається до професіоналів за допомогою у підготовці текстів публічних виступів.

Підсумовуючи, можемо стверджувати, що сучасний спічрайтинг є найбільш затребуваним у сфері бізнесу і особливо політики. Оскільки спічрайтер відповідає не лише за сам текст публічного виступу, а й подальший вплив його на аудиторію, то автор промови повинен досконало володіти культурою комунікації, професійними навичками роботи з текстом, повинен мати високий рівень загальної культури, галузевої підготовки. Серед особистих якостей спічрайтера мають бути вміння мислити оперативно, подеколи нестандартно, залишатися емоційно стійким в стресових ситуаціях. Спічрайтинг сформувався як базова технологія для оптимізації процесу комунікації між політиками і суспільством, роль якої постійно зростає.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Буджак Н.В. Політичний спічрайтинг на міжнародній арені сьогодення. Крос-медійний аналіз. *Modern Science* : Abstracts of the 19 th International scientific and practical conference. Primedia E-launch LLC, USA, Houston. 2021. Pp. 27–30. URL : http://el-conf.com.ua/

2. Вікіпедія. URL : http://surl.li/pvmhb (дата звернення: 27.01.2024).

3. Ісайкіна О. Д. Історичні аспекти розвитку спічрайтерства. URL : https://dspace.kntu.kr.ua/server/api/core/bitstreams/9f490178-9b3e-4181-8602-99f8c815f0b5/content

4. Ісайкіна О. Д. Спічрайтинг як базова технологія політичного піару. *Соціум. Документ. Комунікація.* 2016. Вип. 26. С. 177–188.

5. Литвин А. В. Публічні комунікації президентів України та роль спічрайтингу у цьому процесі. *Обрії друкарства.* 2020. № 1 (8). С. 109–119.

6. Почепцов Г. Спічрайтер і його робота. URL : https://ms.detector.media/manipulyatsii/post/8459/2011-12-11-spichrayter-i-yogo-robota/ (дата звернення: 28.01.2024).

7. Промови українських президентів до Дня Незалежності. URL : https://www.radiosvoboda.org/a/promovi-president-rossia-analysis/32562942.html (дата звернення: 11.02.2024).

8. Стадніченко О. Спічрайтинг: мистецтво і технологія політичного PR. URL : https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/32490/1/O_Stadnichenko_SMIPT.pdf (дата звернення: 09.02.2024).

9. Чередник Л. А. Риторика та спічрайтинг у системі підготовки фахівців зі спеціальності 029 інформаційна, бібліотечна та архівна справа. Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття. Одеса, 14–16 вересня 2022 року. С. 189–194.

**Окунькова Лілія,**
*старша викладачка кафедри іноземних мов за професійним спрямуванням,*
*Луганський національний університет імені Тараса Шевченка,*
*м. Полтава, Україна;*
**Башинська Діана,**
*викладачка Старобільського фахового коледжу,*
*Луганський національний університет імені Тараса Шевченка,*
*м. Лубни, Україна*

# ВАЛІДНІСТЬ БІЛІНГВІЗМУ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ ДІТЬМИ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ

Кінець XX ст. початок XXI ст. – це революційний прорив у вивченні мов, продиктований необхідністю міжкультурного спілкування. Відкриття кордонів і розширення горизонтів комунікації сприяє швидкому розповсюдженню інтересу до вивчення нових, невідомих, а інколи і протилежних за полюсом мов. Так як люди завжди перебувають у мовному оточенні, то їхнє життя протікає в навколишньому середовищі, яке включає більше ніж одну мову. Згідно статистичним даним 75 % населення планети є білінгвальним, тобто говорить двома мовами, а інколи і більше.

На політичній мапі світу існують країни в яких цілком природно мешканці спілкуються двома державними мовами. Наприклад Люксембург – (німецька і французька), Канада – (англійська і французька), Індія, Швеція і тощо. Мультилінгвальність формує полікультурну особистість, розвиває її креативність, а також позитивно впливає на функціонування мозку і навіть запобігає хворобі Альцгеймера.

Сучасні лінгвісти являються посередниками, працюючи з перекладом різноманітних анотацій, інструкцій та публікацій, привертаючи тим самим увагу до полікультурного простору і виступають у ролі агентів культурної дипломатії. Отже така діяльність безпосередньо впливає на бажання оволодіти однією або двома іноземними мовами для порозуміння в побуті та суспільстві.

Аналізуючи педагогічні дебати освіти України щодо віку початку вивчення іноземної мови, можна зауважити, що більшість з них схильні до думки, що почати вивчати, наприклад, англійську краще в дошкільний період життя дитини, але інша група науковців вважає дуже раннє вивчення іноземної мови дитиною

в 3–4 роки суцільним “соціальним лихом”. Отже ця проблема залишається актуальною і вирішення якої допоможе молодим батькам та педагогам в подальшому розвитку дитини та її гармонійному становленню у майбутньому соціумі.

Метою даної статі є проаналізувати умови розвитку мовленнєвої діяльності дитини у двомовному середовищі, які валідно впливають на вивчення іноземних мов на основі білінгвізму.

Валідність – це комплексна характеристика, що включає, з одного боку, відомості про те, чи придатна методика для вимірювання того, для чого вона була створена, а з іншого боку, яка її дієвість, ефективність, практична корисність [7, с. 9].

Білінгвізм – це здатність особи володіти двома мовами на рівні рідної мови. Це може означати здатність спілкуватися, розуміти, читати і писати як на першій, так і на другій мові на прийнятному рівні. Білінгвізм може виникнути як у результаті навчання двох мов з дитинства, так і внаслідок засвоєння другої мови пізніше у житті.

Багато вчених і дослідників присвятили свою роботу вивченню білінгвізму у дітей, досліджуючи його вплив на розвиток мовлення, когнітивні процеси та соціальні аспекти.

Наприклад Робота Еллен Біалісток "Bilingualism: The good, the bad, and the indifferent" аналізує позитивні, негативні та нейтральні аспекти білінгвізму. Вона розглядає вплив білінгвізму на мовленнєвий розвиток дітей і з'ясовує, що білінгвальні діти мають кращі навички управління мовленням.

Робота Франсуа Гросьє "Bilingual: Life and Reality" присвячена вивченню реального життя білінгвів. Він досліджує вплив білінгвізму на когнітивний розвиток дітей і виявляє, що білінгвальні діти мають кращі навички уваги, пам'яті та креативного мислення.

Стосовно цього Лаури-Анн Петіто "The bilingual brain: Scientific evidence for neural plasticity" розглядає вплив білінгвізму на мозок. Вона досліджує розвиток мови у дітей, які виростають білінгвальними, і виявляє, що мозок білінгвальних дітей адаптується до обробки двох мов і має більш гнучкі мережі зв'язків [1, 2, 3].

Вченими були розглянуті різні аспекти білінгвізму. Цікавим виявляється той факт що двомовність може бути природною і штучною. Тобто в Люксембурзі дитина народжується і опиняється в середовищі де говорити двома мовами прийнято на законодавчому рівні. Такі умови сприяють швидкому засвоєнню лексичних і граматичних структур, а процес вважається природним. Ефективність такого методу засвоєння матеріалу в десятки разів вища за штучний, коли дитина переїздить в іншу країну. Тоді іноземна мова буде сприйматися як рідна

через кількість часу витраченого на спілкування нею. Таким чином штучно вивчена мова досягає високого рівня володіння та становиться на один п'єдестал з рідною. Для дітей-білінгвів одне слово має два значення, для трилінгва – 3 значення і так далі, це як сприйняття сенсу слів в форматі 3-Д. Такий процес глибоко фізіологічний та направлений на збагачення світогляду дитя, а також креативності ще зовсім юної особи. Та слід зазначити, що поряд з перевагами є і недоліки, які можуть бути визвані так-званими "помилковими друзям перекладача", що призводять до конфузу, а інколи і до непорозуміння. Наприклад: sympathy– симпатія – співчуття; complexion – комплекція – колір обличчя; Oh, bother! – О, Боже! – який клопіт! Galina (італ.) – курка – Галина тощо.

Найкращий спосіб засвоєння двох мов на високому рівні для дитини – це змога говорити різними мовами в сім'ї. Теорія OPOL (One parent one language) спрацьовує на практиці, тому що з перших днів життя дитина чує і розуміє мови тата і мами. Малюк уважно слухає і спостерігає за артикуляцією звуків, намагаючись розрізняти за довготою, інтонацією та наголосом. Таку фазу називають періодом мовчання. Це період накопичення фонетичних патернів, або період розвитку фонематичного слуху.

Наступна фаза – це період формування мовного ядра. Повторення слів; окремих дієслів – команди до дії; емоційних кліше; звернення. Якщо в перший період активними являються батьки, котрі постійно розмовляють з немовлям (чим більше тим краще), то друга фраза – це вже активний процес мовлення дитини з елементами розвитку зорової та слухової пам'яті.

На даному етапі можна впроваджувати гру "Вгадай". Наприклад тато розкидає речі по кімнаті і говорить англійською: "Bring me a shirt!" – "Thank you." "Bring me a sock!" – "Thank's." Якщо дитя приносить не ту річ, тато не бере, а питає "Where is a hat? – This is a hat! Bring me a hat!" І так щодня з різними речами. Якщо дитина хоче щось взяти і показує пальцем на іграшку, то тато питає "Elephant?" "Do you want the elephant?" Тато носій англійської мови, він спілкується англійською, яка є його рідною мовою, він носій цієї мови і це природній шлях вивчення слів і вміння спілкуватися. А мама робить те саме тільки грає з дитиною і спілкується виключно українською, долучаючи до цього процесу бабусю та інших україномовних родичів-учасників. Таким чином дитина одночасно навчається двом мовам.

Третя фаза – це неконтрольоване мовлення; називання навмання, часте переплутування фраз, або вживання конструкцій мови з помилками. Обов'язок батьків допомагати і виправляти наголоси (pr**e**sent – pres**e**nt); (dark – duck); (three – tree), довготу звуків та артикуляцію. Такий підхід допоможе сформувати правильну вимову і прискорить процес порозуміння.

Четверта фаза – найскладніша і найдовша, вона базується на основі академічного методу, тобто процесу навчання. Для цього необхідно оточити дитину всім англомовним:

1. дивитися мультфільми англійською;
2. слухати англійське радіо та пісні;
3. переключити телефон на англійську версію;
4. починати спілкуватися реченнями;
5. Говорити повідомлення і запитувати багато питань.

Робити це потрібно щодня. На даному етапі психологи радять використовувати 30 % активного часу мовлення, якщо часу буде приділятися менше – то дитина зможе лише розуміти, а говорити не зможе.

Таким чином в 3-4 роки дитина зможе спілкуватися двома мовами і легко переходити з однієї мови на іншу. Таке підґрунтя стає сприятливим для вивчення другої іноземної мови з років 6-7. До цього періоду у дітей повністю формується структуральне спілкування з невеликим стилістичним забарвленням у формі епітетів, кліше або говірок.

Отже, білінгвізм позитивно впливає на вивчення іноземних мов в майбутньому. Перша мова (зазвичай називається материнською мовою) буде виконувати домінуючу роль, так як має багате культурне підґрунтя, спираючись на традиції, звичаї та устої. Друга мова буде засвоюватись дитиною набагато легше і рівень володіння нею неодмінно буде високим. Третя мова хоча і буде вивчатися штучно, але відношення до мовного колориту сприйматиметься як щось цілком нормальне, безтурботне, необхідне і матиме ефект новизни. Порівняльні структури географічно-близьких мов, їх подібне фонетичне звучання, схожість у граматичних формах даватимуть змогу розуміти іноземну мову без перекладу, розвиваючи тим самим мовну здогадку дитини. Наприклад: cat, gato, gatto, katze, кіт.

Отже, якщо на базі двох мов вивчати третю, роблячи процес навчання якомога частіше, а то і щодня, то дитина зможе швидко вгадувати значення цілого речення з контексту. Згідно експерименту трирічний японський хлопчик, який з народження говорить японською с татом, а англійською з мамою (батько – японець, мати – українка і батьки між собою спілкуються англійською) потрапивши до українського дитячого садочку, приїхавши на все літо до родини матері, в перші хвилини спостерігає за тим що відбувається на гральному майданчику. Один з малюків приніс іграшкову машинку і решта дітей виявили велике бажання погратися цим предметом. “Дай машинку!” – говорить хлопчик і володар іграшки дає йому саму іграшку, через деякий час ще одна дитина підходить і просить “Дай машинку!” і так відбувається декілька разів. Дитя з Японії теж

зробило спробу отримати іграшку, але питання японською не мало успіху. Після ще однієї невдалої спроби оволодіти цікавим предметом, хлопчик говорить чітко українською мовою "Дай машинку!", після чого отримує довгоочікувану машинку, зрозумівши, що його мова не спрацювала, він швидко переключився на ту мову, яка є зрозумілою в даному середовищі. Такий білінгвізм вчені називають істотно – побутовий, який виникає в дитинстві внаслідок ситуацій описаних вище. Отже починаючи з раннього віку користування двома мовами поліпшує увагу, яку використовують для переключення з одного типу інформації на інший і цей фактор є дуже важливим для оволодіння іноземною мовою. Спираючись на білінгвальну основу дитина сприймає вивчення третьої мови майже природно, без стресових ситуацій і негативу. Такий лінгвістичний фундамент буде запорукою в майбутньому для вивчення ще однієї мови дитиною в середній школі.

Таким чином можна зробити висновок, що валідність білінгвізму на вивчення іноземної мови сприяє пізнавальному процесу дошкільнят, прищеплює їм вміння відбирати та проводити аналіз інформації і найголовніше адаптуватися ефективно в соціумі. Почувати себе впевнено, мовно-захищено і бути готовим до подолання будь-яких лінгвістичних бар'єрів – це те, що так потребує кожна дитина: зрозуміти і бути зрозумілою. Задача батьків не відлякувати, а спонукати дітей до вивчення іноземних слів, римувань та лозунгів. Задача вчителів і вихователів яскраво і цілісно використовувати дидактичні ігри, емоційно і весело провидити заняття, влаштовувати онлайн екскурсії та зустрічі з однолітками-носіями іноземних мов.

Отже, для вивчення іноземних мов і розвитку полілінгвальної культури має бути співпраця педагогічного колективу, дітей та їхніх батьків.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bialystok, E. Bilingualism: The good, the bad, and the indifferent. Bilingualism : Language and Cognition, 2009. № 12(1). P. 3–11.

2. Cain, E., & Oakhill, J. Matthew effects in young readers: Reading comprehension and reading experience aid vocabulary development. *Journal of Learning Disabilities.* 2011. № 44(5). P. 431–443.

3. Petitto, L. A. The bilingual brain: Scientific evidence for neural plasticity. In The Handbook of Bilingualism and Multilingualism. 2012. P. 215–242.

4. Глінка Н. В. Явище білінгвізму у сучасній англомовній літературі та його збереження в українському перекладі. Курсова робота. Київ, 2022.

5. Лінтварьова А. Д. Вплив інформаційно-комунікаційних технологій на україно-англійський білінгвізм дітей дошкільного віку. Кваліфікаційна робота. Херсон, 2020.

6. Осадча О. В. Вплив білінгвізму на формування навичок перекладу. *Науковий вісник /І/У імені І. Франка. Серія «Філологічні науки». Мовознавство*. Дніпропетровськ, 2016. № 6. С. 125–127.

7. Текст лекції з навчальної дисципліни «Психодіагностика» / доцент кафедри соціології та психології, кандидат психологічних наук, доцент Ю. Л. Твердохвалова. Харків, 2023. С. 9.

***Анотація***

*Формування мовної компетентності дитини починається з її народження, і пов'язане з низкою питань як теоретичного так і практичного характеру. Великий вплив суспільства з його вимогами до знань декількох, а той і багатьох іноземних мов спонукаючи молоде покоління заглибитися у світ полілінгвізму.*

*Незважаючи на велику кількість праць, присвячених дослідженню здібностей білінгвальних дітей, необхідно констатувати що саме валідність даного феномену у вивченні іноземних мов в майбутньому дитиною дошкільного віку потребує більш повноцінної дефініції.*

*Дана робота присвячена дослідженню питання ролі двомовності у процесі оволодіння другою, третьою іноземними мовами в повсякденному житті та під час навчального процесу дошкільнятами.*

*Для успішного досягнення поставленої мети розглянуто та проаналізовано декілька прикладів не тільки за методикою OPOL, а також і за наявності штучного білінгвального середовища.*

*У разі використання широкого підходу, який включає діяльність з одного боку діяльність батьків та вчителів а з другого боку дитини а також його аналізу можна констатувати факт формування збагаченого світогляду дитини, розвиток креативного мислення і розвиток комунікативних навиків у спілкуванні як з однолітками так і з дорослими.*

*У роботі розглянуто сучасний стан питання білінгвізму, та його вплив на засвоєння іноземної мови, уникаючи конфузу при вивченні вокабуляру.*

*Ключові слова: валідність, білінгвізм, артикуляція, полікультурний, соціум, дошкільнята, теорія OPOL, креативний підхід.*

***Summary***

*The formation of a child's linguistic competence begins at birth and is connected with a number of issues of both theoretical and practical nature. The great influence of society with its requirements for the knowledge of several, and even many, foreign languages encourages the younger generation to delve into the world of multilingualism.*

*Despite the large number of works dedicated to the study of the abilities of bilingual children, it is necessary to state that the validity of this phenomenon in the future learning of foreign languages by preschool children needs a more complete definition.*

*This work is devoted to the study of the role of bilingualism in the process of mastering a second and third foreign languages in everyday life and during the educational process by preschoolers.*

*In order to successfully achieve the set goal, several examples were considered and analyzed not only using the OPOL method, but also in the presence of an artificial bilingual environment.*

*In the case of using a broad approach, which includes the activities of parents and teachers on the one hand, and the activities of the child on the other, as well as its analysis, it is possible to state the fact of the formation of an enriched worldview of the child, the development of creative thinking and the development of speakable skills in communication with both peers and adults.*

*The work examines the current state of the issue of bilingualism and its impact on learning a foreign language, avoiding confusion during learning vocabulary.*

***Keywords:*** *validity, bilingualism, articulation, multicultural, society, preschoolers, OPOL theory, creative approach.*

**П'ятничка Тетяна,**
*канд. філол. наук, доцентка, доцентка кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій;*
**Шилінська Інна,**
*канд. пед. наук, доцентка,*
*доцентка кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій,*
*Західноукраїнський національний університет,*
*Україна*

# АКТУАЛЬНІ ПЕРСПЕКТИВИ ДОСЛІДЖЕНЬ ФАХІВЦІВ ГАЛУЗІ МОВОЗНАВСТВА

**Постановка проблеми.** Актуальні питання лінгвістики як науки постійно розвиваються і змінюються відповідно до потреб сучасного суспільства, технологічного прогресу, змін у мовних середовищах та інших факторів. Наприклад, з появою штучного інтелекту та машинного навчання виникають нові можливості для дослідження мови, розвитку мовних технологій та автоматизації процесів аналізу мови. Крім того, глобалізація та міграційні процеси спричиняють зміни у мовних спільнотах, що вимагає нетрадиційного розуміння та вирішення нових лінгвістичних проблем. До того ж, зростання інтересу до мовних прав та мовної рівноправності в сучасному світі ставить перед лінгвістикою завдання захисту мовних меншин, підтримки багатомовності та розвитку мовної свободи. Таким чином, актуальні питання досліджень для фахівців у галузі лінгвістики безперевно еволюціонують у контексті викликів та можливостей сучасності, що вимагає постійного оновлення методів дослідження та підходів до вирішення проблем.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Вивчення сучасної лінгвістичної парадигми пов'язане загалом із дослідженням сучасних тенденцій функціонування галузей макролінгвістики, які визначають різносторонні підходи до вивчення мови, орієнтуються на комплексний аналіз мовних конструктів з метою цілісного розуміння багатовимірної природи мови як інструменту мислення, засобу комунікації та взаєморозуміння між людьми.

Теоретико-методологічне упорядкування пізнання у галузі лінгвістики охоплює наступні аспекти:

1. Методологічні засади пропонують основні принципи, методи та підходи, які використовуються для дослідження певної проблеми або області знань, зокрема лінгвістики, які визначають способи збору, аналізу та інтерпретації даних, встановлення зв'язків між явищами та формулювання висновків.

2. Теоретичні концепції передбачають систематизацію та узагальнення знань про певну область (у нашому випадку: когнітивну і прикладну лінгвістику, еко- та етно- лінгвістику, інтернет лінгвістику тощо); включають основні ідеї, теорії, гіпотези та концепції, які служать основою для подальших грунтовних досліджень, теоретичним каркасом, на якому будується подальше наукове пізнання. Теоретичні концепції допомагають встановити зв'язки між різними фактами та явищами, розробити узагальнені моделі для пояснення складних систем, презентувати ментальний конструкт для розвитку лінгвістичних знань.

3. Емпіричні спостереження полягають у зборі, аналізі, критичному осмисленні конкретних статистичних даних для формулювання і перевірки нових гіпотез, висновків про мовну систему.

4. Мультимодальний підхід враховує не лише вербальний аспект мови, а й інші способи комунікації, сприйняття та трансляції інформації.

Отже, ґрунтовне вивчення сучасної лінгвістичної парадигми допомагає лінгвістам розширити свої знання про мову та розвинути нові підходи до вивчення мовних явищ і мовленнєвих ситуацій у різних мовно-культурних просторах і соціально-мовленнєвих середовищах.

**Мета дослідження.** Наша наукова розвідка присвячена окремим площинам мовознавчої науки, які набувають особливої ваги у просторі сьогодення у зв’язку із зміною траєкторій розвитку суспільних процесів, моделей комунікації людства та способів обміну інформації, що, без сумнівів, торкається мови як основного засобу інтерактивної взаємодії.

До прикладу, галузь прикладної лінгвістики використовує мовознавчі знання для розв'язання практичних різноцільових завдань життєдіяльності людства, і охоплює такі сфери як мовна педагогіка, технологія, політика, психологія, переклад та інші.

Наочним свідченням практичного функціонування досліджень прикладної лінгвістики є розвиток програм штучного інтелекту для автоматичного перекладу текстів з однієї мови на іншу. Це складний процес, який вимагає знань мовних структур, культурних контекстів та інших аспектів мови.

Мовна політика вважається одним з напрямків прикладної лінгвістики, оскільки моніторить мовне регулювання, захист мовних прав, розвиток мовної освіти, підтримку багатомовності та досліджує способи застосування лінгвістичних знань, що сприяють ефективному вирішенню мовних проблем сучасного суспільства. Таким чином, мовна політика і прикладна лінгвістика взаємодіють у сфері вивчення та реалізації мовних стратегій. Перша визначає загальні цілі та принципи управління мовною ситуацією в країні або спільноті, включаючи питання мовного розвитку, збереження мовної різноманітності, сприяння багатомовності, а друга ініціює розробку та реалізацію конкретних мовних стратегій, які випливають з мовної політики. Наприклад, лінгвісти можуть допомагати у вивченні ефективних методів, прийомів чи технологій навчання мовам, проводити дослідження щодо мовного складу населення для визначення потреб у мовних послугах та розробки програм для задоволення цих потреб.

Автоматизовані процеси аналізу мови застосовуються в різних галузях, включаючи комп'ютерну лінгвістику. Перед комп’ютерної лінгвістикою стоять, насамперед, завдання лінгвістичного забезпечення процесів збору, накопичення, обробки та пошуку інформації. Великі технологічні компанії такі як Google, Microsoft, Amazon, Facebook займаються розробкою програмних засобів, продуктів та сервісів, які здійснюють широкий спектр діяльності, включаючи машинний переклад, розпізнання мови, аналіз текстів, виявлення емоцій, автоматичне створення контенту тощо. Наприклад, Google Translate використовується для перекладу тексту між різними мовами, а голосові асистенти від Amazon, Google та Microsoft здатні розпізнавати й виконувати голосові команди користувачів. У свою чергу університети та дослідницькі центри продовжують активно працювати над розвитком нових методів та алгоритмів з метою вдосконалення автоматизованого моніторингу мовних одиниць.

Інтернет лінгвістика вивчає мовні явища та процеси в онлайн середовищі, досліджує використання мови в інтернеті, включаючи мовлення соціальних мереж, електронної пошти, чатів, форумів та різновекторних комунікаційних платформ. Ця галузь також прослідковує вплив інтернету на мову, розвиток нових мовних форматів та способів спілкування. Варто зазначити, що комунікаційно-інформаційні технології значно змінили мовні практики та способи взаємодії між людьми. Актуальні питання інтернет лінгвістики охоплюють наступні аспекти:

1. Мовну адаптацію в інтернеті: тобто як мова змінюється під впливом онлайн середовища, включаючи скорочення та абревіатури для швидкої та зручної комунікації (наприклад, "lol" (laugh out loud), "brb" (be right back), "omg" (oh my god), емодзі, мовлення в групах чату та інші інновації (популярні символи, що допомагають передати емоції та виразити почуття в текстових повідомленнях).

2. Мовну взаємодію в соціальних мережах: або дослідження способів комунікації та арсеналу мовних засобів, вжитих користувачами в соціальних мережах, включаючи коментарі, пости, реакції та спільноти.

3. Мовну ідентичність в онлайн середовищі: питання про те як користувачі виражають свою мовну ідентичність через мовлення в Інтернеті, включаючи використання діалектних форм, жаргону та інших мовних ознак. Адже інтернет розвинув багатий жаргон та сленг, який є унікальним для певних онлайн спільнот. Віртуальний простір надає можливість виражати мовну ідентичність через використання численного мовного інструментарію, що засвідчує приналежність до певної групи або культури.

4. Мовну агресію та культурний контекст у мережі: чи дослідження способів і засобів виявлення мовленнєвої агресії або образ в Інтернеті, а також як культурний контекст впливає на розуміння мовних висловлювань.

5. Мовну технологію та автоматичне опрацювання мовних одиниць: або вивчення інструментів для аналізу мовлення в Інтернеті, таких як програми для аналізу тексту, машинного навчання та інші технології.

Перечислені аспекти є лише деякими з актуальних напрямків досліджень у галузі інтернет лінгвістики, яка постійно розвивається з появою технологій та зміною способів комунікації в онлайн середовищі цифрового віку.

Окрему увагу варто приділити етнолінгвістиці як науці, що має актуальні проблеми та виклики, які потребують дослідження і детального висвітлення у площині сьогодення. Відтак, спробуємо їх окреслити:

1. Повноцінне збереження мовних ресурсів, оскільки багато мов знаходяться під загрозою вимирання через процеси глобалізації та асиміляції.

2. Грунтовне вивчення мовних відмінностей з огляду етнолінгвістики, яка досліджує різноманітність мовних систем у різних культурах та способи, якими вони впливають на сприйняття світу.

3. Унікальність проявів культурної ідентичність народів та етносів з точки зору етнолінгвістики.

4. Широке коло питань щодо визначення статусу та функцій різних мов і діалектів у суспільстві, враховуючи політичні, соціокультурні, економічні, освітні аспекти.

У контексті нашого аналізу ми не можемо обійти еколінгвістику, у якій, відповідно до принципу екологізму, мова тлумачиться як засіб розумної організації суспільства і освоєння дійсності, як сполучна ланка між матеріальним, соціокультурним і когнітивним середовищами існування людини, як вимір науки, котра фокусується на різнобічних проблемах: вимирання мов через фактори, що

асоціюються з глобалізацією, асиміляцією та втратою культурної ідентичності; екологічної безпеки, яка співвідноситься як з екологічним використанням мови, так і екоповедінкою людей по відношенню один до одного, природи та навколишнього середовища; мовної маніпуляції у питаннях управління громадською думкою щодо екологічності загалом; співвідношення еко-грамотності та мовної грамотності в контексті боротьби за чистоту мови.

**Висновки.** Узагальнюючи зазначене вище можна стверджувати, що мова як суспільно-соціальне явище та інструмент пізнання потребує постійного, глибокого, усестороннього вивчення й осмислення різними галузями лінгвістичної науки, у зв'язку нескінченністю її еволюції через зміни потреб та запитів людства, його прагнення до самовдосконалення і самоствердження, прагнення до отримання знань про реальність і середовище в якому живе та функціонує.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Екологія мовної динаміки. Еколінгвістика. URL : https://vuzlit.com/849357/ekologiya_movnoyi_dinamiki_ekolingvistika

2. Проблеми комп'ютерної лінгвістики. URL : https://kumlk.kpi.ua/2016/01/19https://kumlk.kpi.ua/2016/01/19/%D1%80

3. Степаненко О., Волошина В., Медвідь Н. Інтернет-лінгвістика як новий напрям у мовознавстві. *Вісник науки та освіти.* 2023. № 4 (10). С. 181–191.

4. Dillon D. People, Environment, Language and Meaning: values in nature and the nature of 'values'. *Language and Ecology.* 2010. Vol. 3. No. 2.

**Тєлєжкіна Олеся,**
*д-рка філол. наук, професорка,*
*професорка кафедри психології,*
*педагогіки і мовної підготовки,*
*Харківський національний університет*
*міського господарства*
*імені О. М. Бекетова,*
*м. Харків, Україна*

# КОМУНІКАТИВНІ НАВИЧКИ: ТРЕНД В ОСВІТІ ЧИ ГНУЧКІ НАВИЧКИ ДЛЯ ЖИТТЯ?

Проблема розвитку комунікативних навичок час від часу актуалізується, і це засвідчує значна кількість наукових і науково-методичних публікацій у той чи той період. Однак чи доречно говорити про актуалізацію того, що ніколи не втрачає своєї актуальності? І те, що нині ми часто натрапляємо на пропозиції взяти участь у тренінгових програмах і вебінарах, долучитися до комунікативних практикумів чи розмовних клубів, а це все підтверджує трендовість таких ініціатив на ринку освітніх послуг, аж ніяк не означає, що такі напрями не мали розвитку в усі попередні роки життєдіяльності суспільства. Питання полягає в тому, які підходи застосовували для їх формування й удосконалення в освітній системі. Позаяк вироблення навички лише задля того, щоб вона була представлена в колекції з-поміж інших навичок і не мала, так би мовити, «практичної апробації», навряд чи видається доцільним. І саме зміна тенденції «навчання задля навчання» на «навчання задля життя» дало новий поштовх у розвитку цього напряму.

У сучасній науковій літературі комунікативні навички розглядають у сукупності «м'яких навичок для життя» (рис. 1), які своєю чергою потрактовують як комплекс психологічних і соціальних навичок, без яких неможливі досягнення гармонії у внутрішньому світі людини і реалізація її продуктивної взаємодії із зовнішнім оточенням [1-8].

І всі ці навички надзвичайно важливі, але їх не можна розглядати відокремлено, а отже, і розвивати поокремо, адже вони не реалізовуються осібно, вони взаємопов'язані, й одна виступає базисом для іншої.

Наприклад, скільки б ми не говорили про важливість вироблення навички працювати в команді, ми не зможемо її сформувати, якщо не будуть розвинуті комунікативні навички, емоційний інтелект, навички креативності і гнучкості, уміння розв'язувати проблеми й ухвалювати рішення.




Рисунок 1 – М’які навички для життя

*Джерело: створено авторкою на основі опрацьованих наукових джерел [1–8].*

Що своєю чергою передбачає виформовування навички практичного застосування знань про культуру і суспільство, навички співпереживання. І це засвідчуватиме сформованість комунікативних навичок. Виформовування навичок критичного мислення і позитивного мислення, розвинутий емоційний інтелект засвідчать виробленість навичок розв’язання проблем та ухвалення рішень.

І це дуже узагальнена схема. Якщо створювати удокладену картину, то матимемо густе мереживо ниточок-зв’язків різних навичок, які спочатку видавалися зовсім недотичними одна до одної.

А основою розвитку таких гнучких навичок є уміння ефективно навчатися, тобто самонавчання. За такого підходу учень чи студент з об’єкта навчання перетворюється на його активного учасника. Педагог дає підказку – як можна отримати те чи те знання, тобто підказує шлях до цього знання, але не дає саме знання. Хоча й зараз, незважаючи на усвідомлення важливості розвитку навичок самонавчання, окремі представники студентства схильні до того, щоб «споживати» готовий матеріал, який викладач подає на лекції, а не брати участь у занятті, де педагог пропонує «випробувати» на собі ті чи ті техніки, наприклад, розвитку критичного мислення, які, як ми щойно згадували, безпосередньо зв’язані з комунікативними навичками. На запитання «Чи вважаєте ви за доцільне застосування технік, з якими ми сьогодні працювали?» викладач з-поміж

усіх інших відповідей почув такі: «Навіщо ви мене примусили думати? Просто дайте мені завдання, я його виконаю, й отримаю оцінку. Думки в кожного свої» або «Значно корисніше слухати, що розповідає викладач, аніж робити щось самому». Тобто подеколи зберігаються застарілі підходи, до пасивного вияву в яких здобувачі освіти дуже швидко звикають і не можуть налаштуватися, як-то кажуть, на іншу, активну, хвилю.

Більшість студентів усе ж таки відгукуються на пропозиції активного пізнання і беруть діяльну участь у заняттях. І самі визначають важливість комунікації, а отже, і значущість формування комунікативних навичок для них самих. Підтвердженням цього є варіативність добору «своїх» синонімів до слова «комунікація», тобто тих, які відображають сприйняття обговорюваного явища кожним учасником (рис. 2) і запитань, які студенти ставили самі до себе (рис. 3).

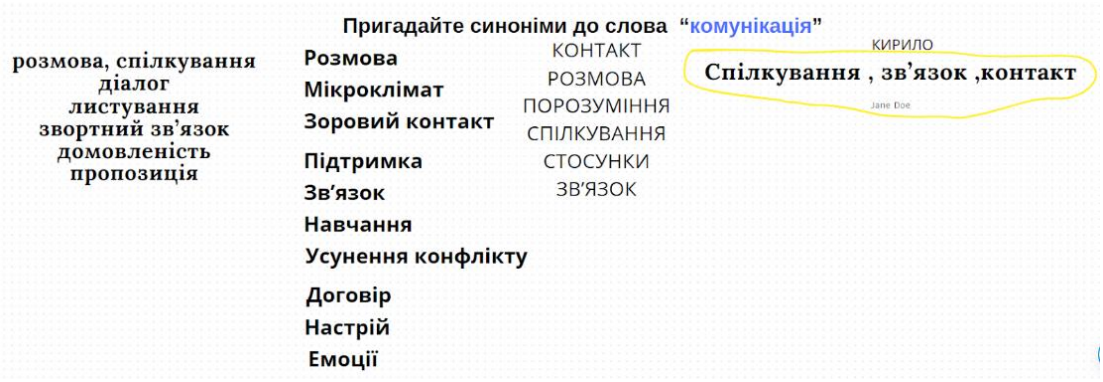



Рисунок 2 – Фрагмент застосування техніки з розвитку критичного мислення

*Джерело: фрагмент виконання студентами завдань на практичному занятті (із досвіду викладацької діяльності авторки).*

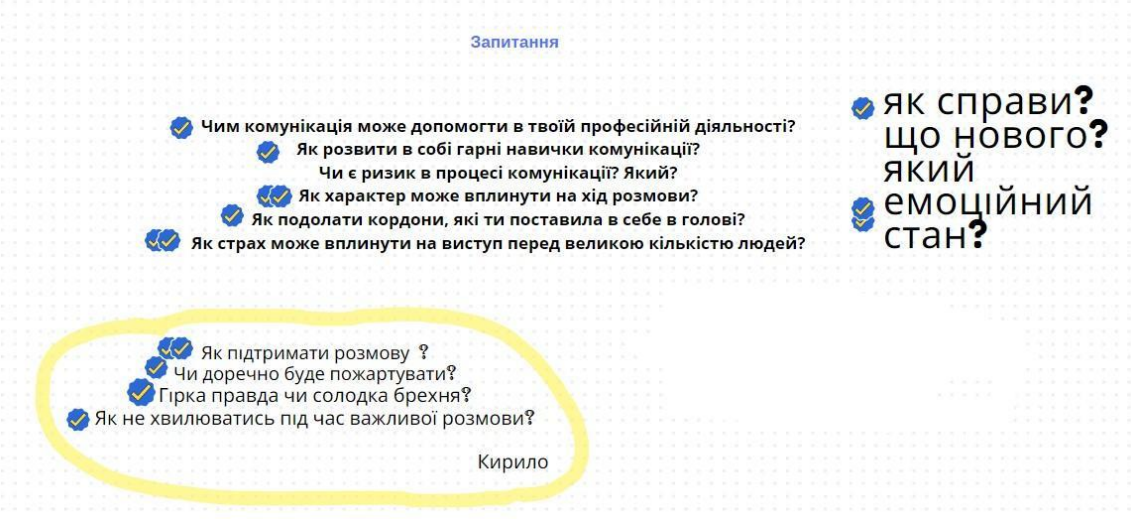



Рисунок 3 – Фрагмент застосування техніки «Формулювання запитань»

*Джерело: фрагмент виконання студентами завдань на практичному занятті (із досвіду викладацької діяльності авторки).*

Своїми запитаннями студенти окреслювали найбільш важливі для них аспекти в реалізації спілкування. І це окреслення стало першим кроком до розуміння ваги цього вияву у комунікації, а отже, і першим кроком до можливого розв'язання цього питання. Оскільки сформулювавши запитання, здобувачі освіти потім пояснювали, чому розв'язання саме цієї проблеми для них важливе. А усвідомивши проблему, людина починає шукати способи її розв'язання. І в нашому контексті – визначитися, як виробити комунікативні навички, які допоможуть подолати окреслену перешкоду на шляху до успіху (незалежно від сфери реалізації людини).

Отож, повертаючись до запитання, яке ми окреслили в заголовку, можна упевнено сказати, що комунікативні навички – це м'які навички для життя, які вирізняються начасністю, попри будь-які тренди.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамова О. В., Пуляк О. В., Терещук А. І. Формування м'яких навичок у здобувачів освіти через застосування тренігових технологій. *Вісник післядипломної освіти. Серія «Педагогічні науки».* 2021. Вип. 18 (47). С. 10–28.

2. Карузо Девід Р., Саловей Пітер. Емоційний інтелект керівника. Переклад: Д. Яровий. Київ : Саміт-книга, 2016. 296 с.

3. Навички для успішної кар'єри: курс для здобувачів освіти закладів професійної (професійно-технічної) освіти. Київ, 2020, 300 с. URL : https://mon.gov.ua/storage/app/media/pto/2021/02/24/Metodychni%20materialy%20kursu%20Navychky%20dlya%20uspishnoyi%20karyery_02_24.pdf

4. Семеног О., Кульбабська О. Формування м'яких навичок студентів-філологів у міжрегіональному проєкті з інфомедійної грамотності. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології.* 2021. № 4 (108). С. 231–247.

5. Cam Philip. Twenty thinking tools. 2006 116 c.

6. Haselberger D., Oberhuemer P., Perez E., Cinque M. Mediating Soft Skills at Higher Education Institutions: Guidelines for the design of learning situations supporting soft skills achievement. California : Modes, 2012. 133 p.

7. O'Mahony J. Soft Skills for Business Success. Deloitt : Deloitte Access Economics, 2017. 44 p.

8. The Importance of Soft Skills / British Council : website. URL : https://www.britishcouncil.my/english/courses-adults/learning-tips/importance-of-soft-skills

**Шапошник Галина,**
*старша викладачка кафедри іноземних мов,*
*Державний податковий університет,*
*м. Ірпінь, Україна*

# ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НАВЧАННЯ НА ЗАНЯТТЯХ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ У ФОРМУВАННІ КОМУНІКАТИВНОЇ АКТИВНОСТІ ТА КРЕАТИВНОГО МИСЛЕННЯ СТУДЕНТІВ

Процеси реформування національної системи освіти України вимагають оновлення й модернізації навчальних технологій і методів навчання. Особливої актуальності в сучасних умовах розвитку ринку набуває використання інноваційних технологій навчання, які стимулюють до змін у культурному і соціальному середовищі. Найпотужнішим джерелом пізнавальної активності студентів, розвитку їхніх творчих здібностей, інтересів, умінь і навичок є сьогодні інноваційні технології. Важливу роль у сучасному суспільстві відіграє система освіти, метою якої є формування нової генерації молоді, високоінтелектуальної, креативно мислячої, комунікабельної, яка практично володіє іноземною мовою, вміє самостійно здобувати та використовувати інформацію у будь-яких життєвих ситуаціях. Сьогодні недостатньо лише володіти іноземною мовою для повноцінного взаєморозуміння, необхідні знання усього комплексу форм комунікативного спілкування та формування креативної особистості, її здатність до творчого, нестандартного мислення. Для сучасної мовної освіти необхідні:

- комунікативна доцільність користуватися засобами мови в різноманітних ситуаціях спілкування;
- багаторівневість;
- варіативність;
- креативність.

Пріоритетної значимості набуває вивчення мови як засобу спілкування, знання іноземної мови — це не примха, а необхідність часу. Отже, зрозуміло, що навчання іноземної мови спрямовується на «розвиток сучасного креативного студента, який володіє усіма видами мовленнєвої компетенції, на розвиток усного та писемного мовлення іноземною мовою, поглиблення знань про спосіб життя в країні, мова якої вивчається». Питання розвитку комунікативної активності студентів знайшло теоретичне обґрунтування в працях багатьох науковців. Зокрема Вєтхов О. зазначає, що рівень комунікативної активності студентів

залежить від багатства словникового запасу та умінь використовувати всю різноманітність граматичних засобів мови при побудові власних висловлювань. Відомі вчені В.Поляков та С.Сисоєва розглядають креативне мислення студентів як механізм, що зумовлює творчу активність для самоактуалізації та творчої самореалізації в різних видах мовленнєвої діяльності. За визначенням американського психолога Е. Фромма, суть творчості - «дивувати і пізнавати, це вміння знаходити рішення у нестандартних ситуаціях, це зацікавленість та відкриття нового і здатність до глибокого пізнання особистого досвіду». Використовуючи у своїй роботі інноваційні технології навчання я намагаюсь розвивати у своїх студенів:

- глибину і об'ємність знань, уміння застосовувати їх у різноманітних ситуаціях, формувати стійку потребу до постійного відновлення знань і придбання інших;
- цілеспрямоване прагнення до істини, здатність глибоко проникати у сутність проблеми, знаходити зв'язки між явищами;
- можливість заохочувати творчу самостійність, прагнення до самовдосконалення, до свідомого розвитку і формування своїх здібностей до творчості, прагнення до самореалізації;
- конструктивний критицизм і самокритичність, уміння погоджувати нове із набутим вже досвідом і досвідом інших.
- Одним зі шляхів розв'язання проблеми підвищення комунікативної активності та розвитку креативних здібностей у процесі набування знань є застосування в навчальному процесі інноваційних технологій навчання, бо емоційне забарвлення останніх, сприяє глибокому і міцному засвоєнню матеріалу, розвитку особистості кожного студента. Зміни видів завдань, уміле керування навчальним процесом сприяють розвитку креативних здібностей. Хоча процес цей довготривалий, і отримати результат одразу неможливо, та вже через деякий час студенти розв'язують поставлені завдання не за аналогією, а кожний вибирає свій, зручний йому шлях.
- Креативний підхід у процесі вивчення німецької мови випливає з її загальної стратегії. Цією стратегією є комунікативний підхід. Мова розглядається як засіб спілкування й вивчається через особисту діяльність студентів.
- Термін "інтерактивна педагогіка" відносно новий, його ввів 1975 року німецький дослідник Ганс Фрінц. Лінгвістичне тлумачення слова, представлене в іншомовних словниках, свідчить, що поняття "інтерактивність" прийшло до нас з англійської мови "inter" - взаємо-, act - діяти, отже можна пояснити як взаємодію студентів, перебування їх у режимі бесіди, діалогу, спільної дії. Інтерактивним є метод, у якому той, хто навчається, є учасником, який щось здійснює,

говорить, управляє, моделює, пише, малює тощо, тобто не виступає слухачем, спостерігачем, а бере активну участь у тому, що відбувається, власноруч створюючи це. У навчанні студентів старших курсів викладачі віддають перевагу лекційним заняттям, що лише інколи перериваються спонтанними обговореннями певної проблеми грою, розігруванням рольової ситуації.

- Сучасний студент - це продукт інформаційного суспільства. Він відрізняється різноманітністю, рухливістю й мінливістю. Кожен із студентів - яскрава особистість, яка характеризує особу індивідуальним рівнем інтелектуального розвитку і стилем уміння (сприймання, запам'ятовування, дослідження...). Інтенсивне навчання необхідне для забезпечення індивідуальних потреб студента у навчанні.

- Китайський філософ Конфуцій сказав більш як 2400 років тому “Те, що я чую я забуваю. Те, що я бачу, я пам'ятаю. Те, що я роблю, я розумію”. Ці три прості твердження обґрунтовують потребу людини в активному навчанні. Дещо змінивши слова великого китайського педагога, можна сформулювати кредо (великого) інтерактивного навчання: “Те, що я чую, я забуваю. Те, що я бачу і чую, я трохи пам'ятую. Те, що я бачу, обговорюю, я починаю розуміти. Коли я чую, бачу, обговорюю й роблю, я набуваю знань і навичок. Коли я передаю знання іншим, я стаю майстром”.

- На своїх заняттях я найчастіше використовую групову і парну форми роботи. Ці форми мають велике значення для формування творчої особистості студентів. Вони тренують позитивну взаємозалежність та індивідуальну відповідальність. Взаємодія віч-на-віч формує товариську вправність. Сам процес роботи у групах чи парах є завжди творчо пошуковим: завдання ставиться перед групою й у кожного є стимул відзначитись і зробити свій внесок. Використання групових форм роботи створює умови як для розвитку мислення, так і для самоствердження.

- Парну і групову роботу організовую як на заняттях засвоєння, так і на заняттях застосування знань, умінь та навичок. Це може відбуватися одразу ж після викладу нового навчального матеріалу, на початку нового заняття замість опитування, на спеціальному занятті, присвяченому застосуванню знань, умінь та навичок, або бути частиною повторювально-узагальнюючого заняття.

Нові інформаційні технології навчання - це сукупність методології та технології навчання, в основу якої покладено використання комп’ютерних навчальних програм, електронних посібників і підручників, що забезпечують інтерактивний програмно-методичний супровід навчального процесу і є однією з форм реалізації мети та змісту сучасної парадигми гуманізованої освіти.

Комп'ютерні технології, увібравши в себе елементи різних методик (особистісно-орієнтованого, розвивального, проектного навчання) надають кожному студентові, спираючись на його інтереси, здібності, особисті цінності й суб'єктивний досвід, можливість самореалізації в пізнавальній та інших видах діяльності, створюють комфортні умови для самовизначення особистості в інформаційному суспільстві.

На нинішньому етапі розвитку суспільства наявність знань і вмінь інформаційних технологій стає базовою вимогою для студента. Молода людина, яка не знайома з інтернетом, не володіє ІКТ, буде неминуче відкинута за межі сучасного інформаційного суспільства.

Компетентнісний підхід до вивчення німецької мови вимагає систематизації існуючих і пошуку нових ІКТ, які сприяли б становленню компетентної особистості, готової до життя в сучасному суспільстві. Нові інформаційні технології, на мою думку, сприяють:

- розвитку критичного мислення;
- забезпеченню диференціації, індивідуалізації навчання;
- інтенсифікації навчального процесу, підвищенню його якості та ефективності;
- забезпеченню доступності знань;
- формуванню інформаційної культури.

Створення презентацій – ефективне завдання для самостійної дослідницько-пошукової роботи студентів, яке згуртовує і вчить працювати у групі й нести колективну відповідальність за виконану роботу. З досвіду навчання студентів технології створення презентацій виділю кілька важливих моментів.

Розвиток комунікативної активності та креативного мислення шляхом впровадження інноваційних методів навчання полягає насамперед у тому, що:

- інформація має бути не кінцевим результатом – метою навчання, а її початковим пунктом та інструментом;
- навчання не зводиться до запам'ятовування інформації, автократично визначеної в посібниках, а полягає в розвитку здібностей студентів самостійно просуватися в інформаційному просторі;
- викладач не повинен випереджати ствердженням своїх ідей студентську мисленнєву ініціативу;
- навчання має базуватися на принципі порівняння однієї інформації або точки зору з іншою з метою досягнення розуміння того, що знання не обмежується сумою інформації і не є скінченним, а являє собою процес співвідношення різних знань;

- сутність навчання полягає у приєднанні нових знань до відомих, для чого ці відомі знання слід попередньо відтворити і в такий спосіб дізнатися, що ми знаємо про те, що ми насправді знаємо з приводу певної теми.

Такий підхід дає можливість наблизити процес навчання до якомога природнішого стану. При цьому завдання викладача полягає не в тому, щоб засвідчити блискучий рівень власного володіння предметом, а в тому, щоб створити максимально сприятливі умови для осмислення запропонованої інформації й самостійного її здобуття, критичного перегляду та застосування на практиці творчих робіт шляхом партнерської співпраці студентів.

Тобто знання, уміння, навички можна розглядати як засіб діяльності викладача, засіб творчого процесу. Основне – навчити студентів вірити самим собі, своїм діям, умінню продуктивно витрачати свою енергію. В таких умовах викладач і студент перетворюються на творчий тандем, у якому вони діють разом. Роль ведучого, організатора дій належить викладачу, який володіє методом, алгоритмом розв’язання поставленого завдання або проблеми, і показує студенту, як це робиться. Спостереження за процесом вирішення проблем викладачем, переймання дій, ходу думок з боку студента сприяє запровадженню нових ідей та маленьких відкриттів у його душі.

Робота викладача німецької мови – безперервна праця. Без творчості не може бути нових підходів до вивчення предмета. Нове бачення світу має на меті створення мотиваційного середовища для студентів у процесі вивчення німецької мови. У цьому підході комунікативність, як основна функція мови, більш повно формується, як у лінгвістичному, так і в концептуально-тематичному спрямуванні, адже ця функція відіграє головну роль у процесі вираження думок та засвоєння знань, що подаються в креативній формі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Інтерактивні технології навчання: теорія, практика, досвід : метод. посібник / авт. укл. : О. Пометун, Л. Пироженко. Київ : АПН, 2018.

2. Семчук Д. Творчо-дослідницькі та інтерактивні технології навчання на уроках словесності : метод. посібник. Тернопіль : Підручники і посібники, 2018.

3. Бех П. О., Биркун Л. В. Концепція викладання іноземних мов в Україні. *Іноземні мови.* 2019. № 4. С. 3–8.

4. Боделан О. В. Вплив інтелектуальних і комунікативних особливостей студентів на їхню психологічну адаптацію у школі. *Наука і освіта.* Одеса, 2012. № 5. С. 32–34.

5. Вєтхов О. Важлива складова комунікативної активності студентів. *Іноземні мови в навчальних закладах.* 2018. № 4. С. 76–84.

6. Малієнко В. Навчальна діяльність як діяльність спілкування. *Іноземні мови в навчальних закладах.* 2019. № 1. С. 37–41.

***Анотація***

*Особливої актуальності в сучасних умовах розвитку ринку набуває використання інноваційних технологій навчання, які стимулюють до змін у культурному і соціальному середовищі. Найпотужнішим джерелом пізнавальної активності студентів, розвитку їхніх творчих здібностей, інтересів, умінь і навичок є сьогодні інноваційні технології. Важливу роль у сучасному суспільстві відіграє система освіти, метою якої є формування нової генерації молоді, високоінтелектуальної, креативно мислячої, комунікабельної, яка практично володіє іноземною мовою, вміє самостійно здобувати та використовувати інформацію у будь-яких життєвих ситуаціях.*

***Ключові слова:*** *інноваційні технології, система освіти, суспільство, засоби мови, засоби діяльності.*

***Summary***

*The use of innovative learning technologies, which stimulates changes in the cultural and social environment, is of particular relevance in the modern conditions of market development. The most powerful source of students' cognitive activity, development of their creative abilities, interests and skills are today's innovative technologies. An important role in modern society is played by the education system, the goal of which is the formation of a new generation of young people, highly intelligent, creatively thinking, communicative, who practically knows a foreign language, knows how to independently acquire and use information in any life situations.*

***Keywords:*** *innovative technologies, education system, society, means of language, means of activity.*

**Штохман Лілія,**
*канд. філол. наук, доцентка,*
*Західноукраїнський національний університет,*
*м. Тернопіль, Україна*

# РОЗВИТОК МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ ЗВО ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Міжкультурна обізнаність є процесом усвідомлення та самим розумінням власної культури та у взаємозв'язку із іншими світовими культурами. Метою такого навчання є підвищення міжнаціональної та міжкультурної толерантності та розуміння. Це може відбуватись різноманітними способами, адже крос-культурне навчання жодним чином не обмежується вивченням мови, а проявляється у всіх галузях освіти.

Метою нашої роботи є представлення компаративної розвідки щодо вивчення феномену міжкультурної компетентності українськими та зарубіжними науковцями і практиками, зокрема у зв'язку із вивченням іноземної мови.

Міжкультурна компетентність розглядається як одна зі складових іншомовної комунікативної компетентності. На думку прихильників цієї точки зору, культура є п'ятим вмінням, яке треба розвивати в процесі іншомовної підготовки разом із говорінням, читанням, аудіюванням та письмом. Звідси, міжкультурний компонент є органічним доповненням комунікативної компетентності. Він модифікує інші компоненти іншомовної компетентності, додаючи їм міжкультурного виміру. На цьому наголошує О. Пасічник у своїй статті «Міжкультурна компетентність як складова іншомовної комунікативної компетентності» [1].

Як доповнення до цього І. Філіпова зазначає, що поняття міжкультурної компетентності є здатністю особистості пізнавати власну культуру, а також навчитись новій культурі, новій мові, іншим позитивним навичкам поведінки, вміти їх застосовувати у власному культурному просторі та ефективно взаємодіяти з представниками інших культур. У цьому зв'язку важливим і невід'ємним від поняття міжкультурної компетентності є, на її думку, розуміння толерантності, емпатії, національної ідентичності, але в той же час яскраве прагнення пізнання іншої культури, іншого народу [2].

Британська дослідниця Кріс Роуз розглядає поняття культурної компетентності, пов'язуючи його передусім із мовою, адже, якщо мова розцінюється як соціальна практика, культура стає основою вивчення мови. Культурна обізнаність

повинна розглядатись, за її словами, як шлях до оволодіння мовою, ряд практик, що потребують обізнаності та власної точки зору, а не як п'яте вміння поряд із читанням, письмом чи говорінням [3].

Міжкультурна обізнаність у вивченні іноземної мови, як визначає британська дослідниця Клер Крамш, є запорукою успішного володіння мовою. Культура не є п'ятою навичкою поряд із навичками говоріння, читання чи письма, мова визначається саме культурою. Ми не можемо бути компетентними у мові, якщо не розуміємо культуру, яка її сформувала, зазначає науковиця. Неможливо вивчити мову, якщо не маємо розуміння її культури і того, як ця культура пов'язана із нашою власною культурою та мовою. Саме тому важливою є обізнаність не лише культурна, але і міжкультурна. Звідси, як вона наголошує, міжкультурна обізнаність сама не є вмінням, а радше набором вмінь та ставлення, які можна назвати компетенцією. І хоч ця компетенція виходить за межі простого набору знань, вмінь міжкультурної обізнаності можливо навчити, розробивши матеріали за темами, що стосуються культури та міжкультурних зв'язків як їх основи [4].

Кріс Роуз розглядає поняття культурної компетентності, пов'язуючи його передусім із мовою, адже, якщо мова розцінюється як соціальна практика, культура стає основою вивчення мови. Вербальне спілкування – це не тільки мета і кінцевий результат, але й одночасно засіб навчання [3].

Значення високої мотивації навчальної діяльності у концептуальному сприйнятті іноземної мови неодноразово відзначалось спеціалістами в області психології навчання і методики викладання. Визнано, що вивчення ділової іноземної мови має бути головною характерною рисою навчання іноземної мови у вищих навчальних закладах немовного профілю, бо воно ґрунтується на врахуванні потреб майбутніх фахівців і є запорукою успіху і вдалої кар'єри. Питання мотивації розглядається також у зв'язку із культурою. Один з аспектів - вміння орієнтуватися в соціокультурному середовищі країни, мова якої вивчається.

Соціально-психологічні умови, в яких існує реально діючий мотив, визначають формування мовленнєвих навичок і вмінь, необхідних для оволодіння іноземною мовою. Відповідаючи життєвим потребам, цей мотив співпадає з метою кожної конкретної навчальної дії. За теорією діяльності, тотожність мотиву і мети робить діяльність ефективною [5].

Мотивація є, за результатами досліджень, найбільш незаперечним і вивченим фактором успішності навчання в цілому та вивчення іноземних мов, зокрема. Вона є пусковим механізмом будь-якої діяльності, чи то праця, спілкування чи пізнання. Крім широко відомої зовнішньої і внутрішньої мотивації, в

зарубіжній психології розрізняють глобальну, ситуаційну та інструментальну мотивацію. Дослідження показали, що всі ці види мотивації необхідні при вивченні іноземних мов. Цікаво, що мотивація як задоволення потреб дуже тісно пов'язана з біхевіористскою теорією підкріплення. Підкріплення відбувається кожного разу, коли задовольняється потреба, а це у свою чергу, посилює мотивацію [6].

Відповідно до дидактичної теорії, у руслі якої здійснюється процес навчання, визначаються особливості підготовки і проведення навчальних занять. Досить докладно описана їхня специфіка в пояснювально-ілюстративному і проблемному навчанні (І. Лернер, А. Матюшкін, М.Махмутов, І. Черг та ін.) [7]. Його суть полягає у виході за межі сучасного світогляду, інтегруванні традиційного і нетрадиційного знання, у пошуку нестандартних шляхів вирішення професійних задач, посиленні суб'єктивної поведінки студента (С. Сисоєва, В. Рибалка, О. Піхота).

Активізація та інтенсифікація навчання відбувається за рахунок більш активного використання психологічних, особистісних можливостей, якими володіють викладачі та студенти, а також соціально-психологічних можливостей, які закладені у характерній для розвинутого навчального колективу взаємодії та взаємостосунках. Мотивація навчання відіграє вагому роль у засвоєнні знань, особливо тоді, коли воно здійснюється у порівняно стислий проміжок часу в умовах включення студента в різні види життєдіяльності.

Звідси, домінуючими мотивами навчальної діяльності студентів повинні стати мотиви пізнання навколишнього світу. При цьому важливо, щоб вони оволодівали діями й засобами цього пізнання, щоб на першому місці були мотиви їх реалізації себе як особистості. Тому необхідно казати про мотивацію, як результат внутрішніх потреб людини, її інтересів й емоцій, цілей та задач, наявність мотивів, направлених на активізацію її діяльності.

Соціально-психологічні умови, в яких існує реально діючий мотив, визначають формування мовленнєвих навичок і вмінь, необхідних для оволодіння іноземною мовою. Відповідаючи життєвим потребам, цей мотив співпадає з метою кожної конкретної навчальної дії. За теорією діяльності, тотожність мотиву і мети робить діяльність ефективною [5].

Незважаючи на те, що ці вміння відточуються у ході інших видів діяльності, міжкультурна компетентність відрізняється підвищеною увагою до цих умінь, що робить її особливо досяжним завданням. Ба більше, хоч компетенція і виходить за межі простого набору знань, вмінь міжкультурної обізнаності можливо навчити, розробивши матеріали за темами, що стосуються культури та

міжкультурних зв’язків як їх основи. Зазвичай видається, що міжкультурної комунікації можна навчитись без проблем. Багато вважають, що студенти одразу вивчають і культуру, якщо вона є невід’ємною частиною мови, що вчити окремо її неможливо [4].

Психологічні та методичні дослідження показали, що успішність оволодіння іноземною мовою визначають не тільки розумові когнітивні процеси, пов'язані з розумом, розсудливістю, а й афективна сфера, що відноситься до емоцій і почуттів. У психології активно вивчалися так звані особистісні фактори, багато з яких виявилися релевантними для вивчення іноземних мов. Початок цьому був покладений Карлом Роджерсом (Carl Rogers), засновником гуманістичної психології, який, будучи лікарем-психіатром, ще в 1951 році у своїй монографії описав 19 принципів людської поведінки, згідно з якими людина - перш за все емоційне істота, залишаючись при цьому фізичним і суб'єктом, який пізнає. По-справжньому гармонійна людина "живе в мирі зі своїми почуттями та емоціями, повністю реалізуючи свій потенціал, вона позбавлена оборонних стратегій, вона творить, створюючи себе заново в кожен момент кожної дії, в кожному прийнятому рішенні" [8].

Отож, домінуючими мотивами навчальної діяльності студентів повинні стати мотиви пізнання навколишнього світу. При цьому важливо, щоб вони оволодівали діями й засобами цього пізнання, щоб на першому місці були мотиви їх реалізації себе як особистості. Але також життєво важливим є навчання студентів міжкультурної обізнаності , якщо сучасний педагог має на меті давати актуальні та значущі знання. У сучасному світі це саме та робота, що неухильно доводить свою важливість.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пасічник О. Міжкультурна компетентність як складова іншомовної комунікативної компетентності / Lib.iitta.gov : вебсайт. URL : https://lib.iitta.gov.ua/725323/1/Pasichnyk_Intercultural_Competence.pdf

2. Філіпова І. Формування та розвиток міжкультурної компетенції як важливе завдання університетської освіти / Inforum : вебсайт. URL : https://www.inforum.in.ua/conferences/12/8/5

3. Rose C. Intercultural learning / Teachingenglish : вебсайт. URL : https://www.teachingenglish.org.uk/professional-development/teachers/understanding-learners/articles/intercultural-learning-2

4. Kramsch C. Context and Culture in Language Teaching OUP. Oxford, 1993. 308 c.

5. Теорія діяльності. URL : https://pidru4niki.com/16641013/psihologiya/teoriyi_diyalnosti

6. Зробок Н. М., Пономаренко Н. Г. Роль мотивації у вивченні іноземної мови. URL : http://intkonf.org/zrobok-nm-ponomarenko-ng-rol-motivatsiyi-u-vivchenni-inozemnoyi-movi

7. Серьожникова Р. К. Семінарське заняття як інтегральна форма організації самостійної навчальної діяльності студентів. URL : https://studentam.net.ua/content/view/7783/97/

8. Інтерактивний метод вивчення мови / Silent way : вебсайт. URL : https://buki.com.ua/blogs/interaktyvnyy-metod-vyvchennya-movy-silent-way/

**Чернобай Ольга,**
*канд. фіз.-мат. наук, доцентка кафедри кібернетики та прикладної математики,*
*Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# ПЕДАГОГІЧНИЙ ДІАЛОГ У НАВЧАННІ МАТЕМАТИКИ

Освітньо-професійна програма «Середня освіта: математика», що реалізується на кафедрі кібернетики та прикладної математики Державного податкового університету, визначає професійні компетентності та програмні результати навчання відповідно до професійного стандарту вчителя загальноосвітніх шкіл [1].

Одними з найважливіших професійних компетентностей спеціальності 014 «Середня освіта» є компетентність педагогічного партнерства, тобто здатність до суб'єкт-суб'єктної (рівноправної) взаємодії з учнями в освітньому процесі. Відповідні програмні результати навчання - це вміння застосовувати механізм реалізації суб'єкт-суб'єктних відносин з учнями в освітньому середовищі [2].

Інструментом для забезпечення професійних компетентностей та програмних результатів навчання за вказаною освітньою програмою є професійний педагогічний діалог.

Діалог, як правило, виникає у процесі комунікації двох або кількох осіб, коли репліка-стимул спонукає співрозмовника до відповіді або дії, а репліка-реакція звучить у відповідь. Отже, при неперервній зміні вказаних ролей відбувається безпосередній процес взаємного спілкування. Важливою скалодовою здійснення діалогу є діючий контакт співрозмовників, кожен з яких почергово слухає (сприймає), або говорить. Зберігаючи усвоїй пам'яті початок розмови (зміст попередніх реплік), кожен співрозмовник у внутрішньому мовленні планує зміст наступної репліки, основну тезу спілкування, логічно рухаючись до задуманої мети діалогу, визначено відповідно у [3].

Педагогічне діалогічне спілкування є типом професійного спілкування, що відповідає критеріям діалогу, забезпечує суб'єкт-суб'єктний принцип взаємодії педагога та учнів.

Професійний педагогічний діалог – дія в педагогічному процесі, яка дає змогу кожному партнерові самовиразитись у спілкуванні. Такий діалог особливо є актуальним при навчанні математики та всіх математичних дисциплін.

Провідна роль в організації діалогу на уроках математики та і в поза урочний час належить сбезпосередньо вчителю математики, який має бути професійно підготовленим, зацікавленим у результатах продуктивної взаємодії з учнями. Вчитель математики повинен бути орієнтований на особистість (суб'єктність) учня, але при цьому він навчає, а учень вчиться математичним дисциплінам. Рівновага учасників педагогічного діалогу визначена зацікавленістю обох сторін навчального процесу, кожна з яких усвідомлює інтерес у даному співрозмовникові. Разом з тим, межі професійного педагогічного діалогу з математики в партнерстві "вчитель – учень" визначає тільки вчитель математики. Такі учасники педагогічного діалогу стають активними співробітниками, але з різним рівнем знань, умінь, досвідом спілкування, цілями педагогічного діалогу.

Але нажаль саме при навчанні математики досить часто виникають бар'єри у педагогічному спілкуванні. Бар'єри педагогічного спілкування – перешкоди, що спричиняють опір партнера впливові співрозмовника (опір учня впливові педагога-вчителя математики).

Отже, барєри у педагогічному спілкуванні вчителя математики можуть мати: соціальний, фізичний, психологічний, емоційний, естетичний, смисловий зміст. Для подолання бар'єрів у педагогічному спілкуванні потрібно дотримуватись всіх основних етапів педагогічного спілкування вчителем математикики. Застосуванні педагогічного

Одним з прикладів педагогічного діалогу на уроках математики та інших математичних дисциплін є використання алгоритмів при введенні базових математичних понять, виконанні різноманітних вправ, розв'язанні задач, виведенні формул, доведенні теорем та ін. [4–5].

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про затвердження професійного стандарту за професіями «Вчитель початкових класів закладу загальної середньої освіти», «Вчитель закладу загальної середньої освіти», «Вчитель початкової освіти (з дипломом молодшого спеціаліста)» : наказ Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України від 23.12.2020 № 2736.

2. Освітньо-професійна програма «Середня освіта: математика». URL : http://surl.li/kobch

3. Технології навчання математики у закладах освіти. Конспект лекцій : навчальний посібник / Петришин Р. І., Житарюк І. В., Мартинюк О. В., Колісник Р. С. Київ : Видавництво «Людмила», 2023. 648 с. ISBN 978-617

4. Чернобай О. Б. Особливості викладання теорії ймовірностей у сучасних умовах. Облік і оподаткування: реалії та перспективи : у матеріалах III Всеукраїнської науково-практичній інтернет-конференції. Ірпінь, 2018. С. 18–20.

5. Чернобай О. Б., Розанович Д. Про задачі з фінансовим та податковим змістом в шкільному курсі математики. *EDITOR COORDINATOR*, 120.

**Чорноус Оксана,**
*канд. філол. наук, доцентка,*
*Донецький державний університет*
*внутрішніх справ,*
*м. Кропивницький, Україна*

# ЗАСОБИ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПРАЦІВНИКА ПРАВООХОРОННИХ ОРГАНІВ

Комунікативні навички вважаються основним інструментом роботи працівників правоохоронних органів, діяльність яких здебільшого має непередбачуваний характер: виконуючи професійні обов'язки, поліцейські мають справу з найрізноманітнішими ситуаціями, які щоразу вимагають нових підходів та методів для їхнього вирішення. При цьому виокремлюють два найважливіші аспекти комунікації в поліцейській діяльності – це надання інформації (наприклад, судові слухання, інструкції для правопорушників і жертв) та отримання / пошук інформації (запис показів свідків, взаємодія з громадськими організаціями, заохочення до співпраці правопорушників, жертв) [1]. У кожному з цих випадків ефективність комунікації може справити значний вплив на учасників, саме тому виявлення можливих шляхів її підвищення є нагальним та своєчасним.

У межах комунікативної лінгвістики відомі численні наукові розвідки з питань мовної та мовленнєвої компетенції поліцейських. Окремі аспекти ґрунтовно опрацьовані й схарактеризовані такими дослідниками, як Н. Бардин, С. Зотіна, О. Балинська, Н. Жук, О. Туринська та ін. Спираючись на їхні спостереження, вважаємо також за необхідне залучити до опису закордонну практику з огляду на її позитивні результати.

Метою пропонованої роботи є окреслення можливих шляхів збагачення комунікативних навичок працівників правоохоронних органів для підвищення ефективності виконання професійних обов'язків.

Щоб посилити ефективність комунікації, працівники правоохоронних органів повинні глибоко усвідомлювати, що являють собою різні спільноти, як взаємодіють їхні члени та які існують механізми регулювання контактів між ними. Останній аспект набуває особливої значущості, адже недотримання учасниками «правил гри» може спричинити руйнування соціальних зв'язків, тоді як відповідно до ст. 11 Закону України «Про Національну поліцію» її діяльність спрямована на задоволення потреб населення та провадиться в тісній співпраці

й взаємодії з ним на засадах партнерства, а «рівень довіри населення до поліції є основним критерієм оцінки ефективності діяльності органів і підрозділів поліції» [2]. Тобто поліцейський служить не собі, а суспільству, тож важливо розуміти, які саме потреби, мотиви та проблеми мають його члени. Зазвичай представники громад висловлюють готовність об'єднати зусилля, прагнуть бути корисними для подолання злочинності й забезпечення порядку. Це бажання повною мірою використовується поліцією Лос-Анджелесу, де взаємодія з громадою не обмежується впровадженням піших чи велосипедних патрулів, а переосмислює роль офіцера на вулиці, перетворюючи його із суто борця зі злочинністю на представника громади, який може вирішити її проблему [3, с. 97]. Пріоритетне значення тут має ефективна комунікація, що досягається шляхом відкритого діалогу для кращого розуміння. Але цей спосіб буде цілком неможливий, якщо поліцейський у комунікації з громадянами буде поводитися зверхньо, вдаватися до відкритої вербальної чи невербальної агресії, застосовувати тактику залякування, прискіпування, висловлювати саркастичні зауваження й образи, необґрунтовано критикувати. Опановуючи мистецтво конструктивної комунікації, поліцейські зможуть уникнути багатьох негативних наслідків, зокрема конфліктів, роздратування, загального погіршення атмосфери взаємодії з громадою.

Ще одним кроком з метою налагодження ефективної комунікації є залучення громади. Ідеться про інформування її членів щодо місії, цілей та можливих напрямів співпраці, а також роз'яснення особливостей спілкування з працівниками правоохоронних органів. Наприклад, як певні слова, дії, поведінка й навіть тон голосу можуть вплинути на перебіг комунікації з поліцейським [3, с. 106]. Також варто активно залучати членів громади до участі в заходах, запрошувати до волонтерства, організувати знайомство [4, с. 9]. У зв'язку з цим варто закцентувати на можливих мовних бар'єрах, які часом перетворюються на потужну перешкоду для ефективної комунікації. Наприклад, в умовах сьогодення, коли кількість громадян США невпинно зростає та етнічно диверсифікується, поліцейські департаменти все частіше потребують офіцерів, які можуть спілкуватися американською жестовою мовою, володіють іншими мовами, знають діалекти [5]. Прикладом може послугувати описана Л. Санабрія гіпотетична ситуація, коли жертва з повною втратою слуху викликає правоохоронців через домашнє насильство, а поліцейські просять її спілкуватися через співрозмовника, який може бути підозрюваним. Задля уникнення таких випадків потрібно звертати особливу увагу на наявність необхідних умінь та навичок для спілкування з різними категоріями населення.

Отже, оптимізація комунікаційних процесів під час виконання професійних обов'язків представниками правоохоронних органів є одним із актуальних питань, які сьогодні постають перед науковцями та практиками як в Україні, так і за її межами, оскільки ефективна комунікація сприяє встановленню високого рівня довіри громади до правоохоронних органів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Davies, A. & Roberts, K. (2011). Communications in Policing. In *Policing in Practice*. Chapter 4. Palgrave.
2. Про Національну поліцію : Закон України від 2015 р. № 580-VIII. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/580-19#Text
3. The police responsibility to community-oriented policing in a diverse society / Glenn, R. W., Panitch, B. R., Barnes-Proby, D., Williams, E., Christian, J., Lewis, M. W., et al. In *Training the 21st Century Police Officer: Redefining Police Professionalism for the Los Angeles Police Department*. 2003. Pp. 91–118. RAND Corporation.
4. Four Pillars of Communication. Metropolitan Police Academy. URL : https://mpdc.dc.gov/sites/default/files/dc/sites/mpdc/publication/attachments/5.3%20Four%20Pillars%20of%20Communication%20FINAL.pdf
5. Sanabria L. (2022). What is Effective Communication in Law Enforcement? URL : https://www.accessibility.com/blog/what-is-effective-communication-in-law-enforcement

**Yurchenko Kyryl,**
*getter of higher education;*
**Oleinyk Dmytro,**
*getter of higher education,*
*Mykolaiv National Agrarian University,*
*Mykolaiv, Ukraine*

# PERSONAL CREATIVE QUALITIES OF TEACHING STAFF INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION AS THE BASIS OF THEIR CREATIVE ACTIVITIES

Numerous educational documents of Ukraine constantly emphasize the tasks that should make modern education promising, high-quality, and attractive. One of the most important tasks today is to ensure the creative development of young people.

From the first days of our state's independence, education became the Ukrainian people's own business [1, p. 5]. The tasks that are set, in particular for higher education, consist in radical reformation to reproduce the intellectual and spiritual potential of young people, and their integration into the European space.

The rapid change in equipment and technologies, the growth of the social role of the individual requires the creation of such conditions under which the people of Ukraine would become a nation that is constantly learning. Unfortunately, in the conditions of the development of Ukrainian statehood, the existing education system does not meet the requirements of the spiritual revival of the Ukrainian people. This situation occurs primarily due to the devaluation of the social prestige of education and intellectual activity; inadequacy of education to the needs of the individual, in particular young people; distortion of goals and functions of education.

Education should be the Ukrainian people's own business, its reform should become the basis of reproduction of the intellectual potential of the people of Ukraine. One of the strategic tasks of modern education consists in the created conditions for the formation of educated, originative, creative young people, the realization and self-realization of their natural talents [2, p. 120].

Accomplishing the tasks that have arisen before education is possible primarily thanks to originative, creative pedagogs who are able to make original and non-standard decisions in situations that arise in professional activity; to act in today's conditions. Only such pedagogs can prepare a competent, qualified, creative, originative future specialist capable of applying knowledge, skills and abilities in practice and meeting public needs.

Famous pedagogs of the past and present paid enough attention to the problems of developing the originative potential of pedagogs, their role in teaching and educating the young generation of Ukraine. Such scientists as H. Batishchev, A. Gurzhii, O. Semenog, M. Kachan, L. Puzep, V. Pylypivska consider communicative competence through the prism of communication. In the works of I. Batsurovska, A. Velikhovska, N. Dotsenko, V. Kurepin, P. Luzan, and V. Nagaev, theories of the development of the originative process in various types of activities, problems of personality formation are considered. Scientists L. Darinska, N. Kuzmina, O. Kutsevol, O. Leontiev, and S. Sysoeva studied the ability to quickly orientate themselves in a communication situation based on an individual's communicative experience.

A sufficient number of studies and publications on the personal creative qualities of the pedagog, his originative activity speaks of the relevance of this topic. But despite everything, the issue of creativity development of pedagogs institutions of higher education has not lost its relevance even today. It is necessary to determine the theoretical and methodical foundations of the development of originative potential, creativity, readiness for originative activity [3, p. 120]. Therefore, in the article, we will consider the main creative qualities of the teaching staff institutions of higher education, which pedagogs the disciplines of the cycle of general training, in particular, physics, higher mathematics, and theoretical mechanics. The purpose of our article is to consider the main creative qualities of pedagogs of the discipline of the cycle of general training, which determine his originative activity and originative potential, to analyze the views of pedagogs regarding the set of personal creative qualities of a pedagog, to determine the system of these qualities within the framework of our own research.

The development of creativity, the originative potential of the teaching staff institutions of higher education, which pedagogs the disciplines of the cycle of general training, has theoretical and methodological foundations, they are based on the psychological and pedagogical concept of the correspondence of the personality structure to the psychological structure of its activity. I. Batsurovska claims that the development of personal, creative qualities of professors and teaching staff who teach the disciplines of the cycle of general training in institutions of higher education should be determined by the requirements of the educational and professional program by which young people acquire knowledge. If this does not happen, it is possible to obtain a discrepancy between professional functions and the system of necessary professional qualities [4, p. 330], which a modern pedagogs of exact sciences (physics, higher mathematics, theoretical mechanics) must possess.

The basis of the originative activity of the teaching staff, which teaches the disciplines of the cycle of general training, in particular physics, higher mathematics, theoretical mechanics, should have not only general pedagogical qualities, but also possess a number of their own creative qualities. In order to characterize the set of personal creative qualities of pedagogs of the cycle of general training of institutions of higher education, which are professionally significant in their professional activity, we analyzed the scientific works of scientists and researchers, both in the past and today. The results of the analysis revealed that the structure of one's own creative qualities depends on the conditions of the educational process at the university [5, p. 13], the individual qualities of the personality of the teaching staff and students of higher education, etc.

The creative qualities of professors and students of higher education should be, somehow:

- the necessary productive number of ideas arising per unit of time - the so-called speed of thought;
- the ability to switch from one idea to another in a timely manner - the so-called flexibility of thought;
- the ability to produce distant associations, unusual responses, to respond to stimuli in a non-standard way - the so-called originality;
- sensitivity to problems in the environment, society, the ability to deepen existing hypotheses and develop new ones [6, p. 10] - the so-called curiosity;
- logical independence of the reaction from the stimulus - unreality;
- the ability to change the form of the stimulus so that new features and opportunities for use are determined - the so-called imaginative and adaptive flexibility;
- the ability to recognize the main property of the object - semantic flexibility;
- production of necessary productive ideas in uncertain situations - the so-called spontaneous semantic flexibility;
- complete disconnection of the answer from reality in the presence of a logical connection between the stimulus and the reaction - fantastic.

In the scientific works of N. Sharata and O. Shebanina, such personal creative qualities of the personality are indicated, such as: confidence in oneself and one's abilities; independence of judgment in any conditions, including changing and uncertain ones; propensity to a justified risk without deterioration of the individual's health. Freedom of spirit and self-understanding can be added to the creative qualities of modern youth and young pedagogs.

Scientists A. Velikhovska, V. Kurepin, V. Nagaev emphasize the importance of the presence in the teaching staff institutions of higher education, in particular pedagogs who teach the disciplines of the cycle of general training, such creative qualities of the pedagog as:

- the ability to predict certain events, properties of objects - intuition [7, p. 106];
- the ability to quickly use existing emerging ideas (manipulation) - the ability to combine;
- the ability to restore and establish logical connections between events, objects and their properties - associativity;
- the ability to produce unusual, non-standard ideas, using their combination to determine the main thing - originality;
- the number of ideas that arise in a unit of time - the fleetingness of thought;
- the ability to apply various, non-standard strategies, solving existing problems - flexibility of thinking.

Analyzing the scientific works of domestic and foreign scientists who research the criteria of originative creativity of pedagogs, we believe that the ability to use computer equipment and technologies in the educational process, the level of development of creative thinking, and the ability for pedagogical creativity should be added to the special criteria of creativity of pedagogs. Together with research scientists, we can determine the model of creative qualities of an individual, professionally necessary for the originative methodical activity of a pedagog, including the teaching staff institutions of higher education that teach the disciplines of the cycle of general training, they include:

- motivational and creative property and its components, such as: the need for self-realization, motives, originative position, interests;
- emotional-creative property and its components: expressive and impressive emotionality, wealth of emotional experience, empathy;
- intellectual and creative properties and abilities with their components, such as: intuition, imagination and fantasy; the ability to transform, divergent thinking, forecasting;
- aesthetic-creative properties and abilities with their components, such as: desire for beauty, aesthetic empathy, sense of form, style; sense of humor;
- communicative-creative property and its components, such as: cooperation in originative activity [8, p. 261], the ability to motivate the creativity of others, both pedagogs and students of higher education, accumulation of originative experience;
- existential-creative property: individual activity style, positive self-concept.

Some practicing scientists see such creative qualities of a pedagog as: manifestation of sensitivity to problems in education; lack of necessary knowledge, inconsistency between acquired knowledge and those that need to be acquired; disharmony both in knowledge and organization of the educational process, etc; fixing such urgent problems; search for the necessary correct solutions to these problems, putting forward new hypotheses for their solution; testing, changes and retesting of hypotheses; formulation of results.

Domestic scientists-practitioners P. Luzan, N. Dotsenko call creative qualities the focus on new things, the ability to find solutions in non-standard and changing situations, the ability to deeply understand one's own experience, and the ability to be surprised. We, studying this problem, can state that creative qualities include the ability to express unusual and unexpected ideas; non-traditional thoughts about the problems that need to be solved; the ability to quickly solve problematic situations and tasks.

A. Velikhovska, researching the creativity of both pedagogs and students of higher education, paid a lot of attention to the creative qualities of the individual and the problems of their acquisition. She sees them as a set of originative endowments, abilities, and skills of an individual, which determine the necessary level and nature of the development of an individual's originative qualities [9, p. 97], his cognitive processes, thinking, knowledge, abilities, and skills, taking into account certain conditions of development.

Scientists who research their own creative qualities, including professors and teaching staff who teach disciplines of the cycle of general training, in particular physics, higher mathematics, have various approaches to their definition. But all of them point to the dominant nature of their own creative qualities and those that influence the pedagogical and psychological nature of the pedagogical professional activity.

Motivational and value components gain importance within the framework of research and include such personal creative qualities as needs for self-realization, interests, interest in the development of creativity, motives; psychological motivation and readiness for innovations in pedagogical professional activity; confidence in one's abilities and strengths; willingness to overcome and change internal motivation, to resist the opinion of any environment; motivation that helps a person focus on creative work.

The cognitive component contains creative qualities such as: the ability to analyze and synthesize, which allows solving problems, including complex ones [10, p. 4]; a person's ability to use theory in practice, based on acquired knowledge,

including from the disciplines of the cycle of general training; imagination and fantasy, intuition, the ability to transform for the better [11, p. 39]; own laws of movement and development of thinking and thought, the ability to plan one's professional actions, make inferences and general conclusions that will help to develop a personality; ability to pedagogical creativity.

The operational and technological component includes:

- flexibility - the ability to identify the main properties of an object and propose a new way of using it;
- semantic spontaneous flexibility – production of various ideas in unregulated/undefined situations;
- originality - the ability to produce original non-standard ideas that differ from generally accepted views [12, p. 39], the ability to create unusual methods and ways of solving tasks, including when teaching disciplines of the cycle of general training;
- fluency of thought - the number of quality ideas that arise per unit of time;
- curiosity - sensitivity to problems in the environment, society, the world, the ability to develop hypotheses that will be able to solve these problems;
- associativity - the ability to establish logical connections between events, etc;
- the use of a personal computer in the educational process, the development of algorithmic thinking, the ability to work with information sources, the productive use of the latest information technologies.

Personal creative qualities are included in the reflective component, in particular:

- enrichment of mental experience, systems of individual intellectual resources that determine the peculiarities of the subject's cognitive relationship to the world, the ability to reproduce reality in individual consciousness;
- the ability to self-analyze one's own pedagogical activity, self-assess one's professional preparation and compliance of the obtained results of professional and pedagogical activity with the planned;
- self-understanding, focus on the new, creative and the ability to deeply understand one's own experience, the ability for independent pedagogical activity in the process of developing creativity;
- the ability to improve the object of study by adding the necessary details, to make corrections in the process of creativity development, to see the mistakes made and ways to eliminate them.

Communicative competence regarding the personal creative qualities of a pedagog, his originative activity is one of the main factors of a positive image of a professional pedagog [13, p. 39], contributes to his successful self-presentation, the effectiveness of solving professional pedagogical tasks.

Thus, the basis of the development of creativity, originative potential and the foundations of originative activity of the teaching staff, which teaches the disciplines of the cycle of general training, in particular physics, higher mathematics, theoretical mechanics, etc., will be the development of the indicated personal qualities of pedagogs. For the further development of creativity and originative potential, a quality system for the development of a pedagogical personal creativity and his originative activity in the conditions institutions of higher education is necessary. In our opinion, there should be special development conditions for the motivational and value component, which contains personal creative qualities, such as: motives, interests, the need for self-realization, the presence of interest in the development of creativity, acceptance of it as a vital value; self-confidence, etc.

## REFERENCES

1. Batsurovska I., Kurepin V. The Impact of the War in Ukraine on the Study Results at an Agricultural University. *Tréma.* 2023. № 60. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/15314

2. Kurepin V. M. Mykolaiv National Agrarian University is a cradle of agricultural personnel. Actual questions of the history of science and technology : materials of the 21st All-Ukrainian Scientific Conference, Kyiv, October 20–21, 2022. Kyiv : Center for Historical Studies of the National Academy of Sciences of Ukraine, 2022. P. 118–121. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/11871

3. Ovcharenko N. I. Implementation of the competence approach in training in the discipline «Occupational safety in the industry». *Actual problems of human life safety in modern society* : materials of the All-Ukrainian Scientific and Theoretical Internet Conference, Mykolaiv, November 24, 2021. Mykolaiv : MNAU, 2021. P. 362–369. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/10695

4. Kurepin V. M. Peculiarities of the training of agricultural engineering personnel, development and self-development of the teacher in institutions of higher education of the agrarian profile. *Actual problems of human life safety in modern society* : materials of the All-Ukrainian Scientific and Theoretical Internet Conference, Mykolaiv, November 24, 2021. Mykolaiv : MNAU, 2021. P. 325–331. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/10511

5. Batsurovska I. V., Dotsenko N. A., Kurepin V. M. Peculiarities of designing an educational environment for future specialists in the agricultural industry. *Digital transformation of professional training of specialists under the conditions of application of SMART educational technologies: state, problems, prospects* :

materials of the All-Ukrainian Scientific and Methodological Conference, Kharkiv, November 29–30, 2023 / in general ed. : V. M. Nagaeva, Yu. M. Sagachko, O. V. Gridina. Kharkiv : Municipal enterprise «City printing house», 2023. P. 11–16. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/15906

6. Ivanenko V. S. Ensuring the formation of knowledge of students of higher education when studying the disciplines «Safety of Life» and «Occupational Safety». *Preservation of the planet – global challenges, threats, opportunities on the basis of effective partnership* : theses of reports of the thematic round table on environmental safety issues for World Earth Day, Mykolaiv, April 22, 2022 / Mykolaiv National Agrarian University. Mykolaiv : MNAU, 2022. P. 9–11. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/11312

7. Kurepin V. M. Scientific and research work as educational and professional training of future specialists. *Management of the quality of specialist training in the conditions of digital pedagogy* : materials of the All-Ukrainian Scientific and Methodological Internet Conference, Kharkiv, December 22–23, 2021 / edited by V. M. Nagaeva ; KRPO «Scientific center of didactics of management education». Kharkiv : CE «City printing house», 2021. P. 105–107. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/10671

8. Kurepin V., Bakhishova S. Scitnce during the war: realities, challenges and ways of overcoming. *Ekologia i racjonalne zarządzanie przyrodą: edukacja, nauka i praktyka* [Zasób elektroniczny] : materiały z międzynarodowej konferencji naukowo-praktycznej, Łomża – Żytomierz, 15.11.2023. Łomża : MANS w Łomży, 2023. C. 256–264. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/16203

9. Velikhovska A. B., Kurepin V. M. Pedagogical conditions for the formation of professional competences of future energy engineers when studying the discipline «Psychology» by means of distance education. *Promising engineering and technologies – 2020* : materials of the 16th International scientific and practical conference of young scientists, graduate students and students, Mykolaiv, September 22–24, 2020. Mykolaiv : MNAU, 2020. P. 95–99. URL : https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/9556

10. Kurepin V. M., Ivanenko V. S. Psychological and pedagogical methods of formation of creative thinking in future engineers-pedagogues. *Autumn scientific readings* : materials of the XXIII international scientific and practical internet conference, section № 10. Pedagogical sciences, Ternopil, November 27, 2019. Ternopil : PO «Science and education without borders», 2019. URL : http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/6416

11. Lazis M. I. Human activity and its essence. *Actual problems of human life in modern society* : theses of the reports of higher education graduates of the engineering and energy faculty and other participants in the educational process based on the results of the thematic «round table» at the engineering and energy faculty, Mykolaiv, November 18–20, 2020. Mykolaiv : Mykolaiv National Agrarian University, 2020. P. 39–40. URL : http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/8140

12. Ivanenko V. S. Values and demands of modern youth: life priorities of Ukrainian youth. *The generation of independence: value orientations and perspectives* : materials of the international scientific and practical conference of students and master's students, Kostanay, March 30, 2021. Kostanay : Kostanay Regional University named after A. Baitursynov, 2021. P. 737–741. URL : http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/9255

13. Palamar E. V. The game as a method of learning, its cognitive and educational value. *Participation of youth in the development of the agro-industrial complex of Ukraine* : 32nd student scientific and theoretical conference, March 18–20, 2020, Mykolaiv. Mykolaiv : MNAU, 2020. P. 144–147. URL : http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/7143

***Анотація***

*У публікації представлено аналіз різних поглядів сучасних науковців щодо основних креативних якостей професорсько-викладацького складу, які викладають дисципліни циклу загальної підготовки у закладах вищої освіти. Визначено набір креативних якостей особистості педагога, що становлять основу його творчої діяльності й творчого потенціалу. Доведено, що професорсько-викладацький склад повинен мати низку власних креативних якостей разом із загально-педагогічними, зокрема мотиваційно-ціннісний компонент, які допомагають розвивати потребу в самореалізації, розвитку креативності, упевненості у собі, готовність переборювати внутрішню мотивацію; креативні якості, які розвивають здатність до аналізу й синтезу, інтуїцію, уяву й фантазію, уміння планувати свої дії, здатність до педагогічної творчості.*

*Для професорсько-викладацького складу закладів вищої освіти дуже важливі операційно-технологічні компоненти, які допомагають розвивати спроможність виробляти нестандартні, креативні ідеї, гнучкість, допитливість, уміння працювати зі джерелами інформації. Повинен бути присутній рефлексивний компонент, який розвиває ментальний досвід, розуміння себе, здатність до самоаналізу власної діяльності тощо.*

***Ключові слова:*** *креативність, особисті креативні якості педагога, компонентні складники, заклад вищої освіти, упевненості у собі.*

***Summary***

*The publication presents an analysis of different views of modern scientists regarding the main creative qualities of professors and teaching staff who teach the disciplines of the cycle of general training in institutions of higher education. A set of creative qualities of the pedagog's personality, which form the basis of his originative activity and originative potential, is defined. It has been proven that the teaching staff should have a number of their own creative qualities along with general pedagogical ones, in particular a motivational and value component, which help to develop the need for self-realization, development of creativity, self-confidence, readiness to overcome internal motivation; creative qualities that develop the ability to analyze and synthesize, intuition, imagination and fantasy, the ability to plan one's actions, the ability for pedagogical creativity.*

*Operational and technological components that help develop the ability to produce non-standard, creative ideas, flexibility, inquisitiveness, and the ability to work with information sources are very important for the teaching staff institutions of higher education. There must be a reflective component that develops mental experience, self-understanding, the ability to introspect one's own activities, etc.*

***Keywords:*** *creativity, personal creative qualities of the pedagog, component parts, institution of higher education, self-confidence.*

**Юрчишин Тетяна,**
*канд. філол. наук, доцентка,*
*Західноукраїнський національний університет,*
*м. Тернопіль, Україна*

# ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ ФАХОВОГО МОВЛЕННЯ МАЙБУТНІХ ПЕРЕКЛАДАЧІВ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Для майбутньої успішної кар'єри перекладача надзвичайно важливими є фундаментальні знання рідної та іноземної мов, ефективне формування комунікативної компетентності, що передбачає нормативно-правильне й функціонально-адекватне володіння всіма видами мовленнєвої діяльності.

Мета цієї статті полягає у визначенні ефективних шляхів та методів навчання, що сприяють формуванню й удосконаленню професійно необхідних мовленнєвих умінь та навичок сучасного перекладача, зокрема культури фахового мовлення при вивченні української мови.

Професія перекладача, як зазначає О. Чередниченко, вимагає від її носіїв високого ступеня білінгвізму та бікультуризму [1, с. 174]. Проте компетентний перекладач повинен досконало володіти державною українською мовою. До основних мовленнєвих умінь належать: грамотно та чітко формулювати свою думку; здійснювати головні мовленнєві функції (підтвердити, спростувати, висловити сумнів, схвалити, погодитися, запропонувати, дізнатися, запросити); говорити виразно (вибрати правильний тон розмови, правильну синтагмативність мовлення, поставити логічний наголос, знайти точну інтонацію); висловлюватися цілісно, логічно та зв'язно; говорити самостійно без опори на письмовий текст; висловлювати власну оцінку прочитаного або почутого; передавати у мовленні бачене та результати власних спостережень. Ці мовленнєві вміння дають певне уявлення про операційне наповнення комунікативної культури особистості майбутнього перекладача. Йдеться про те, що необхідно вільно користуватися мовами оригіналу та перекладу, вміти правильно приймати перекладацькі рішення, мати високий рівень комунікативної культури. Фахівець з перекладу виступає в ролі міжкультурного посередника в процесі міжмовної комунікації.

Останнім часом проблема ефективної підготовки майбутніх перекладачів перебуває в полі зору багатьох дослідників, зокрема у розрізі формування професійної компетентності майбутніх лінгвістів і перекладачів. Варто відмітити

студії І. Бахова, Д. Іщенко, В. Калініна, Т. Колодько, О. Павлик, Т. Пастрик, З. Підручної, К. Скиби, Н. Соболь, Ж. Таланової, Л. Тархової, Ю. Тельпуховської, О. Шупти, А. Янковця та ін. Окремі аспекти полікультурної підготовки в процесі навчання української мови визначено в наукових працях З. Бакум, Г. Дідук-Ступ'як, А. Кочеткової, О. Пальчикової та інших.

На формування комунікативної культури майбутніх перекладачів суттєво впливає базова лінгвістична підготовка, головна мета якої – розвиток професійної мовної особистості перекладача з високим рівнем комунікативної культури [2, с. 86]. Особливе значення у цьому контексті належить таким навчальним дисциплінам, як «Українська мова за професійним спрямуванням», «Сучасна українська мова (практична стилістика)», «Основи теорії мовної комунікації та культура українського мовлення».

Однією зі складових культури мовлення є фахова перекладацька компетенція, котру необхідно брати до уваги при вивченні української мови. Її визначають як наявність відповідних знань, умінь та навичок для ефективного виконання своєї професійної діяльності: знання теорії перекладу та суміжних дисциплін (порівняльних лексикології, граматики й стилістики); усвідомлення норм обох мов; вміння професійно перекладати у межах одного або декількох жанрів та стилів письмового та/або усного перекладу; навички роботи з довідковими джерелами інформації, володіння новітніми інформаційними технологіями; психічні якості перекладача, його поведінка, вміння контролювати емоції, вирішувати типові професійні завдання.

Задля збагачення словникового запасу майбутніх перекладачів та формування вмінь доцільного вживання слів у професійному мовленні рекомендовано використовувати словники різних типів. На заняттях з української мови за професійним спрямуванням, як показали спостереження, викладачі використовують насамперед тлумачні, перекладні, орфоепічні, орфографічні, фразеологічні та інші словники [3, с. 102].

Особливої актуальності набуває оптимізація змісту навчальних планів і освітніх програм з мовознавчих дисциплін. В умовах сучасних реалій науковці шукають ефективні шляхи формування перекладацької компетентності студентів, при цьому особлива роль належить опануванню студентами українською мовою.

Як свідчить аналіз навчальних планів, на І курсі студенти перекладацьких спеціальностей вивчають дисципліну „Українська мова за професійним спілкуванням", мета якої полягає у формуванні комунікативної компетентності студентів; усвідомленої позитивної мовної поведінки; оволодінні нормами сучасної

української літературної мови; набутті навичок оперування термінологією майбутнього фаху; уміння користуватися різними функціональними стилями й підстилями в навчальній діяльності та професійному вжитку; формуванні навичок комунікативно виправданого використання засобів мови з дотриманням етикету професійного спілкування; забезпеченні вмінь грамотного укладання фахової документації.

Процес лінгвістичної підготовки майбутнього перекладача передбачає роботу на заняттях із відповідними підручниками та посіібниками, котрі сприяють розвитку професійних компетенцій. На формування усного й писемного мовлення майбутніх фахівців зорієнтовано посібник „Українська мова (за професійним спрямуванням”) (за ред. С. Карамана, О. Копусь) [4]. Запропонована авторами система вправ і завдань сприяє активізації та поглибленню знань студентів із усіх розділів сучасної української мови, а також розвиткові й удосконаленню в них умінь і навичок роботи з текстами наукового та офіційно-ділового стилю в межах сфери професійного спілкування.

Значну роль у формуванні мовної особистості майбутніх перекладачів має книжка К. Городенської „Українське слово у вимірах сьогодення” (К., 2014), у якій зібрано рекомендації з найскладніших, найсуперечливіших уживань та проблемного написання слів і словосполучень у сучасній українській літературній мові.

У навчальному посібнику Л. Мацько, Л. Кравець „Культура української фахової мови” [5] подано загальні відомості з курсу сучасної української мови, її стилістичну диференціацію, своєрідність професійної, наукової та ділової мови, текстові норми наукового й офіційно-ділового стилів, правила оформлення наукової роботи й ділових паперів. Автори зосереджують увагу студентів на специфіці публічного виступу, діалогу, етиці мовного й професійного спілкування.

Посібник „Українська мова. Мова фаху, мова науки, мова спілкування. Текстово-комунікативне навчання” [6] ґрунтується на текстово-комунікативному підході до навчання української мови за професійним спрямуванням, що зумовлює систематичне впровадження професійно зорієнтованого тексту.

Таким чином, у процесі формування культури фахового мовлення студенти-майбутні перекладачі повинні не лише оволодіти нормами сучасної української літературної мови, алгоритмами швидкого й правильного складання різних документів, а й збагачувати свій словниковий запас, передусім власне українською лексикою та фразеологізмами.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чередниченко О. І. Про мову і переклад. Київ : Либідь, 2007. 248 с.
2. Дяченко Д. М. Формування комунікативної культури майбутніх перекладачів у процесі вивчення української мови. *Науковий огляд.* Київ, 2108. № 9 (52). С. 86–90.
3. Горошкін І. О. Лінгводидактичні засади формування мовної особистості майбутнього перекладача у процесі навчання української мови. Старобільськ, 2017. 262 с.
4. Караман С., Копусь О., Тихоша В. Українська мова (за професійним спрямуванням). Київ : Літера ЛТД, 2012. 564 с.
5. Мацько Л. І. Культура української фахової мови : навч. посіб. Київ, 2007. 360 с.
6. Ткаченко Л. О., Любашенко О. В., Мельник С. Є. Українська мова. Мова фаху, мова науки, мова спілкування. Текстово-комунікативне навчання. Київ : ТОВ ВПП «Компас». 2014. 256 с.

# ПАНЕЛЬ 4
# МЕДІАДИЗАЙН І ВІЗУАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ У СУЧАСНОМУ КУЛЬТУРНОМУ ВИМІРІ

**Бобрицька Марія,**
*магістрантка;*
**Гальчинська Ольга,**
*д-рка філософії (PhD), доцентка кафедри графічного дизайну,*
*Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва та дизайну імені Михайла Бойчука,*
*м. Київ, Україна*

## КОЛАЖ ЯК ЗАСІБ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТАХ

У світі, де різноманітний інформаційний потік створює шум, а увага авдиторії швидко розсіюється, сучасним дизайнерам доводиться застосовувати різноманітні техніки для розроблення візуальної комунікації [1; 2]. Серед різноманітних технік або підходів створення дизайнерських концепцій, для висловлення або вираження ідей та акцентування уваги на соціальних питаннях митці досить часто звертаються до застосування колажу.

«Поняття «колаж» походить від французького collage – приклеювання, наклейка. Це техніка та вид образотворчого мистецтва, які полягають у створенні кольорових або графічних творів шляхом наклеювання на будь-яку основу матеріалів, різних за кольором і фактурою (тканина, мотузка, мереживо, шкіра, намисто, дерево, кора, фольга, метал та ін)» [3]. Композиційні групи для колажу можуть бути взяті з різних джерел, таких як фотографії, рисунки, текстові частини, або будь-які інші візуальні матеріали. Ідея полягає в тому, щоб створити новий, унікальний образ або інформаційний носій, використовуючи різноманітні компоненти.

Цей формат візуального мистецтва вирізняється не лише своєю художньою експресією, але й здатністю об'єднувати різноманітні матеріали, створюючи враження цілісності та активно взаємодіючи з глядачем. На сьогодення, колаж

є не тільки засобом творчого вираження думки, але й інструментом візуальної комунікації в соціальних плакатах, надаючи можливість передати складні ідеї та заохочувати суспільство на тему глобальних проблем.

Колаж як засіб візуальної комунікації в плакатах є актуальним в сучасному світі з кількох причин:

- Естетична виразність та творчий підхід: колаж являє собою творчий спосіб об'єднання різноманітних елементів, що дозволяє використовувати естетичні прийоми для створення унікальних і привабливих зображень. Це дозволяє підвищити ефективність візуального впливу плакатів та забезпечує їхню естетичну привабливість.
- Мультиперсональний підхід: колаж дозволяє поєднувати різноманітні елементи, щоб створити зображення, яке взаємодіє з різними аудиторіями. Цей метод сприяє підвищенню ефективності візуальної комунікації з різноманітними соціокультурними групами та створює можливість для розширення впливу плакатів на різні сегменти суспільства.
- Відкриття нових тлумачень: колаж, як творчий процес, залишає простір для різноманітних пояснень та сприяє створенню багатошарових елементів. Це дозволяє ефективно комунікувати складні ідеї та проблеми, а також залишає простір для самовираження та інтерактивності глядача.
- Адаптабельність до викликів сучасності: в умовах стрімкого розвитку сучасних технологій та змін у соціокультурному оточенні, колаж залишається адаптабельним інструментом для візуальної комунікації. Він може легко адаптуватися до різних медіаформатів, включаючи соціальні мережі, екранізацію та інші способи взаємодії з аудиторією.
- Ефективність візуального вираження ідеї: колаж дозволяє поєднувати різні зображення, текст та графіку, щоб передати складні ідеї чи викликати емоційний відгук. У соціальних плакатах важливо бути виразним та привертати увагу, і колаж є ідеальним інструментом для цього.
- Сучасна культура та інформаційний потік: в умовах інформаційного перенасичення важливо виділятися серед інших. Колаж може створити унікальний стиль та вираження, що робить його привабливим для аудиторії, яка швидко сприймає інформацію.
- Глобальні проблеми і активізм: соціальні плакати часто висвітлюють глобальні проблеми, такі як екологічні кризи, соціальна несправедливість, права людини тощо. Колаж, об’єднуючи композиційні елементні групи, може ефективно відобразити складність сучасних проблем та підкреслити необхідність дії.



а




б



в



г

Рисунок 1 – Приклади використання техніки колаж у соціальному плакаті:
а) «Mental Health & Sur», Вікторія Бойко, м. Українка, Україна, 2019 р.;
б) колаж присвячений психічному здоров'ю, Єлизавета Макалюк,
м. Івано-Франківськ, Україна, 2023 р.; в) «Магічний реалізм, Колаж психічного
здоров'я», Vintage Flower Remix rawpixel, Великобританія, 2023 р.;
г) «Депресія», Самсон Комуржи, м. Дніпропетровськ, Україна, 2023 р.
*Джерело: автори соціальних плакатів зазначені в описі назви рисунку.*

Дані колажі є зразками візуальної комунікації, задіяною у соціальних проєктах, допомагають урізноманітнити візуальний образ на гострі проблеми в суспільстві. Залишаючи в ньому емоційний слід та реакції серед глядачів. Розглянуті зразки колажів свідчать, що дана техніка широко застосовується митцями України і світу. Отже, використання колажу в соціальних плакатах має важливе значення для розуміння його потенціалу у відображенні та розв'язанні актуальних проблем та спілкуванні з різними групами суспільства піднімаючи гострі проблеми в світі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Brewer J. Pentagram's paula scher reveals powerful "anti-sanitarium" identity for the mental health coalition. *Its nice that.* URL : https://www.itsnicethat.com/news/mental-health-coalition-identity-pentagram-paula-scher-graphic-design-200520 (дата звернення: 27.01.2024).

2. Сілогаєва В. В. Особливості мистецтва колажу. *Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects*, м. Berlin, 20 лют. 2022 р. Берлін, 2022. С. 303–306.

3. Удріс-Бородавко Н. Колаж у формуванні національної моделі графічного дизайну України XXI століття. *Вісник КНУКіМ*. Серія «Мистецтвознавство». 2018. Випуск 38. С. 268–280. DOI: https://doi.org/10.31866/2410-1176.38.2018.141829

***Анотація***

*В роботі досліджено поняття колаж, розглянуто переваги та зразки, де використовується дана техніка графічного дизайну в соціальному плакаті. Надано зразки соціальних плакатів митців України і світу. Встановлено, що застосування колажу в соціальному плакаті є актуальним підходом у візуальній мові.*

***Ключові слова:*** *дизайн, графічний дизайн, колаж, соціальний плакат, візуальна комунікація.*

***Summary***

*The work explores the concept of collage, considers the advantages and examples of using this technique of graphic design in a social poster. Samples of social posters by artists of Ukraine and the world are provided. It has been established that the use of collage in a social poster is a relevant approach in visual language.*

***Keywords:*** *design, graphic design, collage, social poster, visual communication*

**Борець Андрій,**
*канд. наук із соц. ком., доцент кафедри журналістики та нових медіа факультету журналістики, Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, м. Київ, Україна*

# FAKE NEWS ВОЄННОГО ЧАСУ: МАНІПУЛЯЦІЇ З ВІЗУАЛЬНИМ БРЕНДИНГОМ ТЕЛЕМАРАФОНУ «ЄДИНІ НОВИНИ»

Повномасштабна російська агресія призвела до драматичного зростання кількості дезінформації в українському інформаційному просторі. Країна-агресор використовує різні технології та платформи для дискредитації військового та політичного керівництва України, нагнітання зневіри та паніки серед населення. В державному Центрі стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки, який діє при Міністерстві культури та інформаційної політики України, стверджують, що найбільшим джерелом дезінформації є анонімні канали в соцмережі Telegram. А основною тактикою російської дезінформаційної машини залишається масовість [6].

Однією з технологій, яку застосовує російська машина з виробництва фейків, є використання елементів візуального брендингу телевізійного марафону «Єдині новини» та шістьох телеканалів, які беруть участь в проєкті: «Студія 1+1», «Ми – Україна», «Старлайт медіа» (об'єднана команда ICTV та СТБ, працюють під логотипом ICTV), «Інтер», Суспільне та парламентський телеканал «Рада». Розглянемо кілька таких випадків, зафіксованих за останні півроку.

21 вересня 2023 року російські та деякі українські джерела поширили фейкове відео та текстовий коментар щодо виступу президента В. Зеленського на тижні Високих дебатів на Генеральній асамблеї ООН. Стверджувалося, що Зеленський виступав у напівпорожній залі, а щоб приховати цей факт «Єдиний марафон» зробив невдалий монтаж відео, помилково вставивши план із Зеленським, який сидить в залі Генасамблеї. Таким чином, автори фейку планували дискредитувати і президента Зеленський, який нібито «слухає сам себе», і редакцію телемарафону, яка начебто створює фейкове відео, до того ж, робить це непрофесійно [7]. Ввечері того ж дня фейкове повідомлення було спростовано телеканалом «Студія 1+1». За його даними, його першоджерелом був проросійський блогер А. Шарій. В повідомленні телеканалу, зокрема, наголошувалося

на невідповідності візуальних маркувань, оскільки учасники марафону використовують додаткові графічні елементи: геотитр, плашку, рухомий рядок, яких не було в сфальшованому відеоролику [5]. Втім на час спростування фейк встигли поширити не лише численні російські пропагандистські ЗМІ, а й деякі українські ресурси, зокрема Telegram-канали видань «Страна.ua» (доступ до якого обмежено за рішенням РНБО), Klymenko Time (нині видалений з соцмережі) та «Труха Україна». Лише на останньому каналі новина отримала 1,1 мільйон переглядів переважно української аудиторії.

17 жовтня 2023 року мережею поширився відеосюжет з логотипом «Єдиних новини» про нібито графік відключення світла по всіх містах України з посиланням на заяву голови «Укренерго» В. Кудрицького. Команда марафону оперативно спростувала фейк та закликала зробити так само ЗМІ та блогерів, які встигли його поширити [9].

Наприкінці листопада 2023 року низка російських пропагандистських ЗМІ та Telegrem-каналів поширили сфальсифікований відеоролик начебто з телемарафону. У ньому в рухомому новинному рядку з'являлося повідомлення про втрати України загиблими та зниклими безвісти понад 1,1 млн військовослужбовців з посиланням на «міністерство оборони». В оригінальній трансляції рухомий рядок не містив такої інформації [11].

Наприкінці грудня 2023 року низка видань зафіксували фейкове відео з телеведучою та шефредакторкою програми «Факти тижня» телеканалу ICTV О. Соколовою. На ньому вона нібито розповідає в ефірі марафону про появу в Україні так званих «мобілізаційних блокпостів», на яких громадяни начебто одразу «проходитимуть військово-лікарську комісію» та «відправлятимуться на навчання». Автори відеофейку використали зображення О. Соколової, наклавши на неї голос іншої ведучої. Як зазначило видання «Детектор медіа», відео- та аудіодоріжки фейкового ролику не збігаються, а деякі інтонації в голосі можуть свідчити про використання електронних сервісів озвучування текстів [1].

31 січня 2024 року Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки спростував відео з використанням технології deepfake, на якому мер тимчасово окупованого Мелітополя І. Федоров начебто заявив, що на тимчасово окуповані території Запорізької області також завозяться основні медикаменти російського виробництва у великій кількості, а приїзд лікарів з Санкт-Петербурга значно покращив ситуація з охороною здоров'я. Для створення фейку було використано відео із реальним включенням І. Федорова в телемарафон 16 грудня 2023 року, в якому він навпаки розповідав про критичний стан медичної системи на тимчасово окупованих територіях. Виявлене фейкове відео мало всі

ознаки підробки: розмиті дата і час етеру, відеозапис низької якості, непритаманна людині міміка, відсутність мовних пауз, розсинхронізація губ і прямої мови [2].

Це лише кілька прикладів дезінформації під прикриттям «Єдиних новин». Очевидно, їх значно більше, і далеко не всі з них були виявлені редакцією телеканалів чи командами фактчекерів. Наміри авторів таких фейків зрозумілі. Попри почасти справедливу критику телемарафону з боку багатьох медіаекспертів, він залишається важливим джерелом інформації для мільйонів українців, переважно старшого віку, якому довіряють. Як свідчить опитування Київського міжнародного інституту соціології, проведене в грудні 2023 року, «Єдині новини» зберігали позитивний баланс довіри (43 % – довіряють, 38 % – не довіряють) [4]. Марафон залишається одним із головним інструментів військово-політичного керівництва України для комунікації з населенням. Сфальшовані відеоролики чи скріншоти з брендингом телемарафону викликають значно більшу довіру серед українців, ніж схожий дезінформаційний контент, поширений російськими пропагандистськими ресурсами, рівень довіри до яких в Україні від початку повномасштабного вторгнення є мізерним [3].

Стратегію маскування дезінформації під авторитетні джерела Росія так само використовує й проти західних країн. Ще у вересні 2022 року міжнародна неурядова організація EU DisinfoLab опублікувала звіт про масове використання російською машиною з дезінформації «клонів» 17 європейських медіа, зокрема, німецького видання Bild, британського The Guardian, українського «РБК-Україна». Інформаційна кампанія отримала назву Doppelgänger (з нім. «злий двійник»). Вона змальовувала Україну як failed state, просувала російські наративи щодо війни (зокрема, заперечували масові вбивства в Бучі), лякала жителів європейських країн зниження рівня життя через санкції проти Росії. У соцмережах Facebook та X (Twitter) було створено цілу мережу фейкових акаунтів для поширення сфальшованих новин [13].

13 червня 2023 року тодішня міністерка закордонних справ Франції К. Колонна з посиланням на звіт французького агентства з нагляду за зовнішньою дезінформацією Viginum заявила про викриття російської інформаційної кампанії з дезінформації, яка зокрема, використовувала фальшиві сайти, які мали візуальний брендинг, що нагадував провідні французькі ЗМІ. Йдеться про видання 20 Minutes, Le Monde, Le Parisien та Le Figaro. Крім того, було виявлено факти підробки інтернет-сторінки Міністерства закордонних справ Франції [16].

Пізніше російська дезінформаційна кампанія з європейських країн поширилася на США та Ізраїль і, за оцінкою компанії Meta, стала наймасштабнішою з 2017 року [14].

Головне запитання – як протидіяти фейкам, які «прикриваються» візуальним брендингом авторитетних джерел, зокрема, телемарафону «Єдині новини», поки не має відповіді. Усі наявні стратегії виглядають мало ефективними. Розглянемо деякі з них.

1. Фактчекінг. В Україні є низка як державних органів, так і недержавних ресурсів, головне завдання яких – спростування російських фейків. Зокрема, при РНБО України діє Центр протидії дезінформації, а при Міністерстві культури та інформаційної політики України – вже згаданий Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки. Втім, їхніх ресурсів фізично не вистачає для виявлення та спростування всіх фейків, а охоплення аудиторії – в рази менше, ніж у ресурсів, які ці фейки поширюють. Є сумніви й щодо самої стратегії. Як пише Г. Почепцов: «Дезінформація подає спотворене уявлення про дійсність як істину. При цьому відомо, що, коли її починають спростовувати, це знову ж таки активує в масовій свідомості дезінформацію. Тобто, спростовуючи, ми зміцнюємо цю викривлену інформацію в мізках мас» [8, с. 117]. Ця теза експериментально підтверджена й низкою західних дослідників [15].

2. Медіаосвіта та медіаграмотність. Формування навичок розрізнення

правдивої інформації та дезінформації, безперечно, важливі. Відповідний курс уже інтегровані в українську шкільну освіту. Втім, підвищити медіаграмотність людей старшого віку, особливо в умовах війни, виглядає надзвичайно важким завданням. Жертвами фейків стають навіть люди з професійного середовища. Характерний приклад: дезінформацію щодо сфальшованого відео телемарафону, на якому президент Зеленський начебто «слухає сам себе» поширила (і, звісно ж, видалила після спростування) народна депутатка І. Геращенко, людина з багатим медіабекграундом.

3. Соцмережі. Законодавче регулювання соцмереж та створення алгоритмів з розпізнавання та видалення, а також маркування повідомлень, що мають ознаки неправдивих, імовірно, найперспективніший, проте нині так само не надто ефективний шлях боротьби з дезінформацією. Зокрема, в опублікованому в серпні 2023 року офіційному звіті Єврокомісії щодо результатів боротьби найбільших соцмереж з російською дезінформаційною кампанією відповідно до Digital Service Act (європейський законодавчий акт нелегального контенту, прозорої реклами та дезінформації) констатується її низька ефективність [12].

Попри це, для протидії використанню брендингу телемарафону «Єдині новини» вважаємо можливим дати такі рекомендації:

1. Створення ІТ-алгоритмів раннього виявлення дезінформації з брендингом телемарафону з подальшою оцінкою загроз та розставлянням пріоритетів щодо протидії найбільш небезпечним.
2. Створення внутрішніх груп моніторингу всередині самих редакцій.

Очевидно, це менш ефективний спосіб, який, втім, потребуватиме й менше часу для втілення, що в умовах війни може мати вирішальне значення.

3. Активніше просування контенту телемарафону в соцмережах, створення офіційних акаунтів «Єдиного марафону» в найбільш популярних соцмережах. Як слушно зауважили науковці Національного інституту стратегічних досліджень, «необхідне не лише виявлення та де-конструювання фейків, а й більш чітке визначення аудиторій, на які вони спрямовані, та формування ефективного контенту протидії» [10, с. 388].

Важливим завданням для держави залишається подальше законодавче регулювання соцмереж, адже ухваленого закону «Про медіа», очевидно, замало. Інструментів законодавчого впливу, на зразок вже згаданого європейського Digital Service Act, які б регулювали інтернет-платформи та соцмережі задля захисту користувачів, зокрема, від дезінформації, в Україні сьогодні не існує.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Буняк В. У фейсбуці поширюють фейкове відео з телеведучою Оксаною Соколовою, яка нібито в ефірі розповідає про так звані «мобілізаційні блокпости по всій Україні». URL : https://detector.media/infospace/article/221097/2023-12-27-u-feysbutsi-poshyryuyut-feykove-video-z-televeduchoyu-oksanoyu-sokolovoyu-yaka-nibyto-v-efiri-rozpovidaie-pro-tak-zvani-mobilizatsiyni-blokposty-po-vsiy-ukraini/ (дата звернення: 01.02.2024).

2. Відеофейк: «росіяни подолали медичний колапс у Мелітополі завдяки лікарям з Санкт-Петербурга». URL : https://spravdi.gov.ua/videofejk-rosiyany-podolaly-medychnyj-kolaps-u-melitopoli-zavdyaky-likaryam-z-sankt-peterburga/ (дата звернення: 01.02.2024).

3. Динаміка довіри соціальним інститутам у 2021–2022 роках / Пресреліз підготовлений заступником директора КМІС Антоном Грушецьким. URL : https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1174&page=1 (дата звернення: 01.02.2024).

4. Довіра телемарафону «Єдині новини» / Пресреліз підготовлений виконавчим директором КМІС Антоном Грушецьким. URL : https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1347&page=1 (дата звернення: 01.02.2024).

5. Заява марафону «Єдині новини» щодо фейку про зміни в трансляції виступу Президента України в ООН. URL : https://1plus1.ua/novyny/zaava-marafonu-edini-novini-sodo-fejku-pro-zmini-v-translacii-vistupu-prezidenta-ukraini-v-oon?fbclid=IwAR1WCHD7_K0EIhUT8UjNc21XPW8zLCU5QT6G1x7Igrf_07s1IN5i-F5EWEc (дата звернення: 01.02.2024).

6. Котубей В. Про що цього року брехала Росія: фейки, дезінформація та вкиди про російсько-українську війну і як їм протидіяти. URL : https://suspilne.media/culture/636550-pro-so-cogo-roku-brehala-rosia-fejki-dezinformacia-ta-vkidi-pro-rosijsko-ukrainsku-vijnu-i-ak-im-protidiati/ (дата звернення: 01.02.2024).

7. Пєнов В. Слухав сам себе: на телемарафоні осоромилися з виступом Зеленського в ООН (відео). URL : https://focus.ua/uk/world/594166-sluhav-sam-sebe-na-telemarafoni-osoromilisya-z-vistupom-zelenskogo-v-oon-video (дата звернення: 01.02.2024).

8. Почепцов Г. Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дій. Київ : Vivat, 2022. 384 с.

9. Ролик про тривалі відключення світла з посиланням на Укренерго – фейк / Офіційна заява марафону Єдині новини. URL : https://fakty.com.ua/ua/ukraine/20231017-rolyk-pro-tryvali-vidklyuchennya-svitla-z-posylannyam-na-ukrenergo-fejk-oficzijna-zayava-marafonu-yedyni-novyny/ (дата звернення: 01.02.2024).

10. Світова гібридна війна: український фронт / за заг. ред. В. П. Горбуліна ; Національний інститут стратегічних досліджень. Київ : НІСД, 2017. 496 с.

11. Хмельницька В. Спростування 1+1 media щодо фейкового відео про нібито втрати ЗСУ під брендингом телеканалу 1+1. URL : https://tsn.ua/ukrayina/sprostuvannya-1-1-media-schodo-feykovogo-video-pro-nibito-vtrati-zsu-pid-brendingom-telekanalu-2459110.html (дата звернення: 01.02.2024).

12. Digital Services Act: Application of the Risk Management Framework to Russian disinformation campaigns. URL : file:///C:/Users/Main_User/Downloads/digital%20services%20act-KK0923294ENN.pdf (дата звернення: 01.02.2024).

13. Doppelganger. Media clones serving Russian propaganda / Alaphilippe A. And others. URL : https://www.disinfo.eu/wp-content/uploads/2022/09/Doppelganger-1.pdf (дата звернення: 01.02.2024).

14. Nimo D., Torrey M. Detailed Report. Taking down coordinated inauthentic behavior from Russia and China. URL : https://www.politico.eu/wp-content/uploads/2022/09/27/NEAR-FINAL-DRAFT-CIB-Report-ChinaRussia-Sept-2022.pdf (дата звернення: 01.02.2024).

15. Pennycook, G., Rand, D. G. The psychology of fake news. *Trends in Cognitive Sciences.* 2021. № *25*(5). P. 388–402. URL : https://psycnet.apa.org/record/2021-29301-001 (дата звернення: 01.02.2024).

16. RRN: une campagne numérique de manipulation de l'information complexe et persistante. URL : https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/20230612_np_viginum_synthese_rapport-campagne-rrn_vf_cle0aa6f9.pdf (дата звернення: 01.02.2024).

**Дерев'янко Наталія,**
*канд. пед. наук, доцентка, завідувачка кафедри дизайну,*
*Хортицька національна академія,*
*м. Запоріжжя, Україна*

# ПЕРСОНАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ – ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ МИТЦЯ

Мистецтво не тільки переплітається з комунікацією, але й використовує її стратегічно. Комунікація стає знаряддям існування мистецтва через посередництво цифрових та соціальних медіа. Сьогодні медіаінструменти ефективно інтегровані в стратегію спілкування митців із аудиторією. Через персональний бренд митець робить себе впізнаваним.

Поняття брендинг визначається як, комплекс заходів з просування бренду компанії або товару, спрямований на формування іміджу продукту, а також оцінка обізнаності, яка відображає присутність бренду в свідомості споживачів [1].

Однак, коли йдеться про «персональний бренд», ми маємо на увазі розуміння, якому складно дати чітку дефініцію. Так Декерс і Лесі підкреслюють: «Якщо ви запитаєте 100 людей, що таке персональний бренд, ви отримаєте 100 різних відповідей». Тим не менш, дослідники визначають брендинг, як діяльність спрямовану «на себе», брендування себе означає стрворення правильної емоційної реакції, яку ви хочете отримати в результаті сприйняття споживацькою аудиторією вашої особистості і результатів вашої творчості [2].

Синонімом «персонального брендингу» є вираз «самореклама» своєї особистості та своїх дій, таких як події, перемоги, труднощі, пережиті як на професійному, так і на особистісному рівні. Дійсно, зауважують Декерс і Лейсі «Єдиний спосіб змусити людей дізнатися, хто ти і що ти робиш – це розповісти їм» [2]. Тому персональний брендинг може стати ключовим інструментом для комунікаційної стратегії митця, оскільки останній прагне проявити себе і власні роботи з метою самоствердження. Митець, підпорядковуючись тому, що відбувається у світі бізнесу, повинен побудувати навколо себе дуже чіткий, впізнаваний імідж, що здатний викликати певні емоції у своєї аудиторії.

Кожен, хто прагне зробити себе відомим і визнаним, потребує самореклами. Однак є категорії, яким це потрібно ще більше, серед яких ми визначаємо митців і дизайнерів. Отже, виникає потреба в тому, щоб митець розумів в загальному сенсі як взаємодіяти із цифровою культурою 21 століття, в якій бізнес

диктує власні правила. Сьогодні, успішних митців можна вважати бренд-менеджерами, які активно займаються розвитком та просуванням себе як «продукту» в конкурентоспроможній сфері культури.

Піонеркою використання інструменту персонального брендингу в Україні новітнього часу можня вважати Євгенію Гапчинську. Авторка дитячо-дорослих образів, використовуючи цифрові технології та маркетингові схеми інтеграції образотворчого мистецтва у сферу дизайну, змогла створити відомий і пізнаваний бренд Gapchinska. Власний життєвий шлях та вдалий сторітеллінг, які мисткиня використала як інстументи «програмування» власної творчості так формування та розвитку персонального бренду, дозволили їй стати «Постачальником щастя № 1» на артринку України поруч з іншими художниками.

Ідея особистого бренду митця не нова, з появою Web 2.0 і соціальних медіа для розвитку персонального брендингу і самомаркетингу митці запозичили прийоми типових стратегій великих компаній. До класичних поліграфічних елементів реклами, як наприклад візитні картки, брошури, календарі, флаери, слогани були додані складніші витонченіші канали соціальних мереж, в яких демонструються особисті і навіть інтимні стосунки, що сприяє зацікавленню великої аудиторії.

Власне, в результаті більшої динамічності набутої інтернет мережами у другій половині 2000-х, народжуються реалії персональних блогів. Поява соціальних мереж відкрила альтернативні двері для митців, хто не може або не хоче співпрацювати з галереями та дизайнерськими студіями, які вимагають великих фінансових вкладень. Такі платформи, як Tumblr, Youtube або Instagram, Pinterest, надають можливість безпосереднього зв'язку з користувачами, ділитися з ними своїми оригінальними роботами без посередників чи обмежень, демонструвати власну «мистецьку кухню». Ці платформи стають середовищем, за допомогою якого митець формує і розвиває власну цільову аудиторію. Підписники є вирішальним фактором, їх кількість не тільки приносить славу, але й можливість фінансового збагачення. Таким чином, персональний брендинг є життєво важливим інструментом, який дозволяє встановити міцний зв’язок із лояльною базою шанувальників, що є основою становлення творчої особистості.

Навички персонального брендингу, засновані на самопізнанні та самоідентифікації є вирішальним для сучасних молодих митців і дизайнерів і для їх майбутнього професійного успіху через формування мережі професіоналів, які володіють певними унікальними навичками та знаннями [3].

Підсумовуючи, підкреслимо що створення персонального бренду сьогодні означає «показати власну особистість». Звеличуючи особисті чесноти, якості та

здібності, які притаманні особистості, вибудовуючи цілісний комунікативний профіль, митець може бути поміченим значно швидше ніж проста демонстрація творчості. Митець комунікує з аудиторію через власну повсякденність, через манеру вдягатися, через їжу, захоплення, через все що створює рутин кожного пересічного глядача. Відчуваючи митця одним з власного соціуму, глядач краще розуміє і запам'ятовую продукт митця. Така взаємодію має позитивний вплив на формування персонального брендингу.

Отже, особистий брендинг означає можливість спрямування вектору сприйняття і розуміння митця. Власними діями митець керує розумінням аудиторією власною творчості, робить її позитивною і «теплою», готовою до сприйняття і слідування нових творчих та професійних пошуків.

Персональний брендинг є одним із ефективних маркетингових інструментів, який слід вивчати здобувачами освіти напряму 02 Мистецтво. Наведемо п’ять універсальних принципів персонального брендингу за Декерсом та Лейсі, які є актуальними в процесі становлення персонального брендингу:

- розкрити власне захоплення, яке є основою для досягнення цілей, коренем, з якого виросте майбутній ефективний персональний бренд;
- бути хоробрим говорити про себе, про персональні події та досягнуті перемоги;
- розповісти свою історію, свої переконання, показати їх і продемонструвати;
- створювати зв'язки у «соціальних мережах» і в «реальних мережах», кожна зустріч може виявитися неймовірною несподіваною можливістю;
- діяти, навіть маленький крок є кроком вперед у формуванні розробленої стратегії персонального бренду [2].

Отже персональний брендинг є специфічним інструментом комунікації, який може бути ефективним для митця і дизайнера, оскільки він здатний просувати особистість та результати її діяльності. Формування ефективного брендингу сприяє становленню особистості митця і дизайнера у професійній сфері, розкриття ідей та цілей митця, передачі цільовій аудиторії власних поглядів світосприйняття. Персональний брендинг в епоху сучасних соціальних мереж розкриває особистість митця безпосередньо цільовій аудиторії, робить її зрозумілою і близькою, що в свою чергу створює сприятливі умови для формування пізнаваності та успішності митця.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акімов Д. І. Сучасний артринок та позиціонування на ньому бренду митця. *Культура і сучасність*. Київ, 2023. № 1. С. 93–98.
2. Deckers E. e K. Lacy 2011, Branding Yourself. How to Use Social Media to Invent or Reinvent Yourself, Pearson Education Inc, Indianapolis.
3. Kucharska W. e P. Mikolajczak 2018, Personal branding of artists and art-designers: necessity or desire? Vol. 27, n. 3. Pp. 249–261.

***Анотація***

*В статі розглядається поняття персонального брендингу, як ефективного інструменту комунікаційної стратегії митця. Підкреслено актуальність комплексу заходів з формування пізнаваності та успішності митця в епоху цифрових соціальних мереж. Наголошено на важливості розвитку навичок персонального брендингу для здобувачів вищої освіти напряму 02 Мистецтво з метою формування їх майбутнього професійного успіху. Наведено п'ять основних принципів розвитку персонального брендингу.*

***Ключові слова**: особистий бренд, персональний брендинг, митець, дизайнер, комунікаційні стратегії, соціальні мережі.*

***Summary***

*The article considers the concept of personal branding as an effective tool of the artist's communication strategy. The relevance of a set of activities for the formation of recognition and success of the artist in the era of digital social networks is emphasized. Emphasis is placed on the importance of developing personal branding skills for students of higher education in the 02 Art direction in order to shape their future professional success. Five main principles of personal branding development are presented.*

***Keywords**: personal brand, personal branding, artist, designer, communication strategies, social networks.*

**Коваль Лідія,**
*д-рка техн. наук, доц., завідувачка кафедри графічного дизайну, Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і дизайну ім. Михайла Бойчука, м. Київ, Україна*

# ЕМОЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ ОСВІТЛЕННЯ У ВІЗУАЛЬНІЙ ЕКРАННІЙ КУЛЬТУРІ

Протягом останніх десятиліть у галузі освітлення проводиться велика кількість досліджень, пов'язаних із впливом світла на циркадну систему або біологічний годинник людини [1], який регулюється завдяки циклічному чергуванню сигналів світла і темряви і синхронізований із сонячним добовим циклом [2, с. 80–87]. Вплив світла на циркадну систему відрізняється від його впливу на візуальну систему. Циркадна система найбільш чутлива до блакитного світла, значна частка якого присутня у випромінюванні більшості типів екранів. Тому, однією з основних рекомендацій щодо уникнення порушень циклу сну / бадьорості є вимога повної відсутності світла вночі, а також категорична відмова від використання перед сном пристроїв які містять світлові екрани [3].

Однак, таке вирішення проблеми не є однозначним, адже з розвитком передових технологій екрани все частіше оточують людину в повсякденному житті, а візуальна екранна культура є характерною рисою сучасного етапу розвитку суспільства. На сьогодні екрани мають велику різноманітність світлових характеристик, і відповідно, можуть по різному впливати на сприйняття людини. Популярність екранних пристроїв пояснюється не тільки їх технологічними можливостями, а й впливом на підсвідомість кожного користувача. Зазвичай екрани є або джерелами світла, або сприймаються як об'єкти, що випромінюють світло (наприклад, кіноекрани). Явище сприйняття світла обумовлене складною системою різних аспектів. Наприклад, сприйняття світла від екранів включає не лише усвідомлене сприйняття контенту, який транслюється на екрані (візуальне сприйняття), але і неусвідомлене сприйняття світла, яке випромінюється екраном (не візуальне сприйняття). І відповідно, залежно від типу екрана, один з цих аспектів може бути домінуючим.

Будь-яке неусвідомлене сприйняття визначається глибинними конструкціями людської психіки, які, як вважає сучасна наукова думка, виражаються архетипами. Архетипи, що відображають такі космологічні явища, як сонце, веселка, зірки тощо, зафіксовані в міфології більшості народів світу. Наприклад, емоційне значення архетипу сонця – це божественне начало, захист, втілення життя. З розвитком первісного суспільства архетип сонця отримав символічне тлумачення у вигляді вогню. Завдяки тісному семантичному взаємозв'язку архетипів сонця та вогню проявляється підсвідоме сприйняття вогню як земної еманації сонця [4].

Цей зв'язок підтверджується історією розвитку штучного освітлення [5, с. 6–43], більше мільйона років людська свідомість і структури підсвідомості формувалися двома джерелами світла: сонцем як джерелом денного світла, яке визначало період активної роботи і жвавої діяльності, а також полум'ям як джерелом світла у вечірній і нічний час, яке на початкових етапах еволюції людини стало своєрідним портативним сонцем первісних спільнот і визначало період спокою, створюючи відповідні умови для спілкування між учасниками соціального об'єднання, даючи відчуття безпеки, комфорту та довіри членам цієї групи, сприяючи передачі соціального досвіду майбутнім поколінням.

У сучасної людини екран телевізора звичайного розміру підсвідомо асоціюється з полум'ям. Динаміка зменшення і збільшення інтенсивності світла, яка формується зміною кадрів, схожа на динаміку, яку створює полум'я при найменших порухах повітря. Типова відстань від телевізора до глядача тотожна безпечній відстані від відкритого вогню до навколишніх предметів. Загальна колірна температура світла, яке продукується екраном телевізора, ближче до блакитного, ніж до жовто-гарячого відтінку полум'я. Однак, при низьких рівнях освітленості та інтенсивності світла зоровий аналізатор людини проявляє більшу чутливість до змін яскравості, ніж до відтінків колірної температури.

Усі ці спостереження свідчать про те, що такі характеристики світла від екрану телевізора, як динаміка, відстань до глядача, задоволення від тривалого споглядання сприяють створенню атмосфери відпочинку та активізують підсвідоме відчуття комфорту і безпеки.

Проте малогабаритні екрани телефонів, планшетів, ноутбуків, персональних комп'ютерів мають зовсім інші світлові властивості. При їх використанні без додаткового освітлення контраст між темним оточенням і світлим екраном такий, що бічний зір залишається майже не задіяним. Відстань до глядача мінімальна, тому інтенсивність світла досить висока, а вплив світла на навколишнє середовище непомітний через фокусування на екрані та обмеження ширини

огляду його розміром. У всіх випадках, крім перегляду відео, різниця яскравості практично відсутня. При перегляді відео близьке до очей розташування екрану і підвищена інтенсивність світла послаблюють ефект світлової динаміки.

Відповідно, властивості світла від екранів таких портативних пристроїв не мають нічого спільного з властивостями світла полум'я, втрачається зв'язок з підсвідомими конструкціями базових архетипів і емоційний вплив від свідомого сприйняття семантичного змісту екранного повідомлення збільшується завдяки інтеграції уваги користувача у віртуальну реальність екранних подій.

Отже, емоційно-комунікативний аспект освітлення у візуальній екранній культурі виражається через свідоме та підсвідоме сприйняття світла від екранів. Екрани, які за світловими характеристиками можна порівняти зі світлом полум'я, сприяють створенню у приміщенні атмосфери спокою та захищеності. І навпаки, якщо світлові характеристики екрана значно відрізняться від властивостей світла полум'я, втрачається зв'язок із підсвідомими архетиповими конструкціями, зникає заспокійливий ефект і такі екрани можуть сприяти порушенням циркадного ритму людини.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Luger Research e.U. CIE Calls for Focused Research Efforts to Support Healthful Lighting Recommendations. *LED professional (The Global Information Hub for Lighting Technologies)*. Sep 25, 2017. URL : https://www.led-professional.com/resources-1/articles/cie-calls-for-focused-research-efforts-to-support-healthful-lighting-recommendations

2. Green Schools: Attributes for Health and Learning. Washington : National Academy of Sciences USA, 2007. 192 p.

3. Ballantyne Sarah. The New Science of Sleep-Wake Cycles, August 29, 2015. URL : https://www.thepaleomom.com/the-new-science-of-sleep-wake-cycles/?cn-reloaded=1

4. Карась І. Архетип вогню в українській культурі. *Тенденції і перспективи розвитку історичної науки та філософії в умовах глобалізації* : матеріали Всеукраїнської наукової конференції. Київ, 2017. С. 241–251.

5. 14 Charlotte & Peter Fiell. 1000 Lights. Köln : TASCHEN GmbH, 2013. 639 p.

**Костенко Ігор,**
*канд. техн. наук, доцент кафедри графічного дизайну;*
**Яремчук Ірина,**
*магістрантка,*
*Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва та дизайну імені Михайла Бойчука,*
*м. Київ, Україна*

# ЗАСОБИ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В РЕКЛАМНОМУ СУПРОВОДІ ТУРИСТИЧНИХ АГЕНЦІЙ

В умовах загостреної конкуренції в туристичній галузі, ефективна візуальна комунікація стає невід'ємною складовою стратегії успіху туристичних агенцій. Застосування візуальних засобів, зокрема фірмового стилю, обумовлене потребою у високоякісній візуальній ідентифікації, що являється не лише естетичним аспектом, але й стратегічним інструментом у формуванні конкурентоспроможності туристичного бренду.

Чому взагалі важливо розглядати аспекти візуальної комунікації у контексті туристичного бізнесу? Саме, визначення питання про важливість візуальної комунікації у контексті туристичного бізнесу є обґрунтованою у зв'язку з сучасною реальністю. Інформаційний шум та зростаюча конкуренція зобов'язують туристичні агентства не лише створювати унікальні туристичні продукти, але також відзначатися виразним, легким для сприйняття та легко впізнаваним візуальним обличчям. Фірмовий стиль, як невід'ємна складова цілісного образу компанії, виступає ключовим фактором у взаємодії зі споживачем та визначенні його уявлення про бренд. Однак важливість фірмового стилю не обмежується лише емоційним впливом, цей елемент візуальної комунікації є мовником, що передає цінності, цілі та ідеї компанії, впливаючи на формування споживчого попиту.

У сфері рекламного супроводу туристичних агентств використання засобів візуальної комунікації визначається комплексом ключових факторів, які вимагають глибокого аналізу та ефективної реалізації. Специфіка цього сегменту передбачає ретельне вивчення та аналіз аналогів, що є критично важливим етапом у формуванні власного візуального образу. Проведення спостережень за практикою конкурентів дозволяє ідентифікувати сильні та слабкі сторони їхніх рекламних стратегій, а також розуміти, яким чином вони привертають увагу цільової аудиторії.

На основі проведеного аналізу можна відокремити ключові елементи візуальної комунікації, які ефективно працюють у туристичній галузі. Такі елементи можуть включати не лише логотип, але й використання кольорів, шрифтів, графічних елементів та композицій, які являються привабливими для потенційних клієнтів. Додатковим аспектом, на який слід звернути увагу, є досягнення збалансованості та узгодженості між цими елементами згідно з основами графічного дизайну. Узгодженість в застосуванні візуальних елементів на різних платформах та носіях інформації є ключовою для створення єдності в сприйнятті бренду споживачами.

Не менш важливим фактором є адаптація візуальної комунікації до сучасних тенденцій та технологічних змін. З розвитком інтернет-технологій, соціальних мереж та мобільних платформ змінюється спосіб споживання інформації. Важливо забезпечити адаптивність фірмового стилю туристичної агенції до різних каналів комунікації.

Після розгляду значущості візуальної комунікації в туристичній галузі та визначення фірмового стилю як ключового стратегічного інструменту для формування конкурентоспроможності, наступний етап аналізу базується на інтенсивному дослідженні аналогів у сфері туристичних агентств.

Один із важливих аспектів, який варто детально вивчити - це логотипи та їх ефективне використання. Дослідження показує, що успішні туристичні агентства приділяють значний обсяг часу та ресурсів на створення не лише легко впізнаваних, але й позитивно сприйнятних логотипів, розглядаючи їх як потужний інструмент для візуальної комунікації та формування емоційного зв'язку з клієнтами. У рамках аналізу логотипів важливо розглядати їх вплив на візуальний образ бренду. Логотип, як основний елемент фірмового стилю, тісно пов'язаний з усіма іншими атрибутами, стратегічними цілями, географічними та історичними аспектами, менталітетом цільових аудиторій, особливостями впливу на психіку людини кольору та форми тощо [1, с.27]. При належному проєктуванні логотипа та використанні символів, що асоціюються із подорожами й пригодами, він може сприяти формуванню іміджу туристичного агентства як динамічного та захопливого; викликати емоції; асоціюватися з конкретними враженнями й створювати позитивне сприйняття. Встановлення зв'язку між логотипом та емоційною реакцією клієнта визначає ключовий аспект успіху в галузі туристичного бізнесу.

Дослідження колірної палітри у контексті візуальної ідентифікації туристичних агентств визначає важливість цього аспекту у стратегії бренду. Аналіз конкурентів виявляє популярні кольорові схеми, що асоціюються з ключовими

концепціями, такими як комфорт, пригоди та відпочинок. Зазвичай обирають не більше трьох кольорів, що поєднуються один з одним, і потім використовують на усій продукції торгової марки [2, с. 44]. Ефективне використання цих психологічно налаштованих кольорів може значно підвищити рівень позитивного сприйняття бренду та привернути увагу цільового сегмента.

Наступним, не менш важливим аспектом є детальний розгляд шрифтів, використовуваних успішними туристичними агентствами. Шрифти визначають стиль та характер бренду, вносячи свій внесок у створення узгодженого візуального образу. Успішні туристичні агентства нерідко обирають шрифти, які відображають їхню основну концепцію: чи то елегантний та стильний для преміум-турів, чи динамічний та сучасний для молодіжної аудиторії. Крім естетики, агентства приділяють увагу читабельності шрифту, щоб забезпечити зручне сприйняття інформації. Вони також враховують здатність шрифту передавати необхідні емоції, створюючи асоціації з пригодами та розкриваючи характер подорожі. Шрифти інтегруються із загальним візуальним стилем компанії, створюючи цілісний та привабливий образ.

Додатковий аспект, який слід врахувати під час проведення аналізу візуальної ідентифікації туристичних агентств - це графічні елементи, такі як ілюстрації, фотографії та графічні візерунки. За допомогою цих елементів компанії можуть розширити свій вплив, передаючи конкретні враження та створюючи атмосферу подорожі. Туристичні агентства вдаються до ретельного вибору фотографій, адже вони не лише ілюструють послуги агентства, але й сприяють створенню атмосфери та враження. Успішні фірми обирають зображення, які відображають різноманітність місць, високий рівень сервісу та незабутні моменти подорожей, але також дотримуються єдності стилю і концепційного підходу в цьому контексті.

Дослідження візуальної комунікації у туристичній галузі вказує на стратегічну важливість вищезазначених аспектів в умовах конкурентного середовища. Використання фірмового стилю є ключовим елементом формування конкурентоспроможного туристичного бренду, де завдяки відповідному логотипу, що ідентифікує фірму, кольорам, шрифтам та відповідній їхній композиції, компанія веде діалог з клієнтом у певний спосіб, розповідаючи йому про себе та спонукаючи до придбання послуг, забезпечуючи при цьому їх професіоналізм [3, с.8], тим самим стимулюючи формування споживчого попиту. Глибокий аналіз аналогів й адаптація до тенденцій та технологічних змін є необхідними етапами для успішної реалізації візуальної комунікації в умовах постійної трансформації інформаційного середовища.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Котул Д. В. Формування і просування бренду кіберспортивного клубу (Кваліфікаційна робота магістра) / Національний університет фізичного виховання і спорту України, тренерський факультет, кафедра кіберспорту та інформаційних технологій. Київ, 2022. С. 24–30.

2. Жаркова В. Є., Обласова О. І. Фірмовий стиль як технологія просування бренду : Масова комунікація у глобальному та національному вимірах. Дніпро : ДНУ імені О. Гончара, факультет систем і засобів масової комунікації, 2019. Вип. 11. 119, [41–45] с.

3. Баб’як В. С., Вовк О. В. Візуально-графічні і конструктивні особливості розробки фірмового стилю. *Поліграфічні, мультимедійні та web-технології* : матеріали молодіжної школи-семінару VII Міжнародної наук.-техн. конф., м. Харків, 17 травня 2022 р. Харків : ХНУРЕ, 2022. С. 7–8.

**Крупа Семен,**
*здобувач освіти першого (бакалаврського) рівня факультету соціальних комунікацій, спорту та реабілітації, Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# РОЛЬ ЗОБРАЖЕННЯ ТА ВІЗУАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РЕКЛАМІ, ЇХ ВПЛИВ НА ЦІЛЬОВУ АУДИТОРІЮ

Розвиток потреб людини в інформації призвів до того, що графічний дизайн перестав бути просто способом оформлення видань різного типу. Графічний дизайн почав використовуватися у віртуальному просторі більше, оскільки привабливість певних ілюстрацій почала використовуватися людьми з комерційною метою. Так, якщо раніше яскраво оформлений логотип інтернет-магазину дозволяв розширити цільову аудиторію, то нині це сприяє розвитку електронної торгівлі та зростанні прибутковості тієї компанії, яка використовує візуальні комунікаційні засоби з метою продажу продукції [1, с. 64].

Загалом протягом останніх років візуальні комунікаційні засоби зазнали значних змін. Раніше графічний дизайн переважно відображався шляхом використання різного роду шрифтів та ліній, накладання фігур, стирання чи домальовування певних елементів. Також зображення могло містити різнокольорові підписи, а картинка отримувала різноманітний фон. Зараз графічний дизайн зазнав значних змін. Так, картинки можна поєднувати між собою та створювати своєрідні колажі, легко видаляти чи додавати елементи, незвично оформлювати деталі світлин. Все це виглядає не лише естетично, але й змістовно, функціонально та раціонально. Фактично зображення створене за допомогою графічного дизайну здатне замінити довгий текст та подати інформацію більш змістовно, ніж це можна зробити за допомогою повідомлення [2, с. 202].

Із розвитком графічного дизайну з’явилася можливість додавати на зображення можна додавати різноманітні ефекти, при цьому важливою є не лише естетика, але й ціль опрацювання зображення. Адже необхідно зрозуміти як саме воно вплине на людину і відповідно, якої саме мети буде досягнуто [3, с. 2].

Графічний дизайн базується на трьох основних аспектах: візуальній установці, фізіологічному аспекті, співвідношені побаченого та видимого. Візуальна установка виявляється у виділенні деталей, які мають спонукати людину

до певних думок. Нерідко це відображення того, що нагадує життя людини чи того, що вона прагне. До картинок додається те, що найбільше обговорюється суспільством чи може привернути увагу.

Фізіологічний аспект це те, що людина може побачити. Тут враховуються зорові можливості кожної людини. Наприклад, розмір шрифту на зображенні, що визначає чи зрозуміє людина написане. Нерідко обирається текстове повідомлення на зображенні, яке виділене окремою рамкою чи іншим шрифтом. Так само найбільш важливі деталі картинки, зазвичай, мають більший розмір, ніж інші. Проте тут важливо дотриматися логіки, оскільки якщо предмет виглядатиме неприродно, то це може викликати критику у тих, хто бачить зображення.

Співвідношення побаченого і видимого є одним із найбільш важливих аспектів. На основі побаченого, людина формує уявлення про предмет та своє розуміння змісту. Так, зображення з чітко визначеною візуальною установкою привабить більше людей, ніж те, де зміст картинки зрозуміють лише певні категорії населення.

Візуальні комунікаційні засоби відтворюють для людини знайомі їй образи. Вони володіють здатністю стимулювати людину до певних дій та формують у ній певну установку. Переважно, це пов’язано із мотивом щось купити чи заволодіти чимось. Наприклад, сайт туристичної компанії оформлюється фотографіями чи зображеннями, які мають сформувати у людини думку, що вона повинна відпочити, вона заслужила на цей відпочинок, вона повинна відвідати для досягнення душевної гармонії відвідати саме місце на фото. При цьому легкість подачі інформації у вигляді інфографіки, формує у людини розуміння того, що організувати відпочинок самостійно складно, а от за допомогою туристичного агентства досить легко та просто [3, с. 146].

На сьогоднішньому етапі візуальні комунікаційні засоби найбільше впливають на людей, які відвідують соціальні медіа. Це обумовлено тим, що у соціальних мережах, блогах, форумах, спеціальних сторінках, люди проводять великий відрізок часу. При цьому у першу чергу користувачі звертають увагу на картинку, а потім вже на зміст. Тому часто розмір зображення перевищує обсяг текстового повідомлення чи взагалі його заміняє. При цьому шукаючи певну інтернет-компанію, користувач першочергово звертає увагу на логотип, а вже потім на оформлення сторінки, де теж основними факторами впливу на користувача є наявність фотографій та картинок. До того ж установа чи підприємство, яке веде свою сторінку, має не лише багато фотографій та відповідних зображень, але й оформлений сайт в одному стилі. Це підвищує увагу користувача до сторінки, оскільки засвідчує, що власники сайту дбають не лише про контент, а й про естетику сторінки у соціальній мережі [4, с. 303].

Отже, на сучасному етапі більше уваги в повідомленнях приділяється більше зображенню ніж тексту. Графічний дизайн перестав бути просто способом оформлення картинок, він набув більшої креативності: з‘явилася можливість створювати колажі та інші види комбінації зображень. Також в графічному дизайні активно використовуються величезна кількість ефектів. Графічний дизайн базується на трьох основних аспектах: візуальній установці (виділенні деталей, які мають спонукати людину до певних думок), фізіологічному аспекті, співвідношені побаченого та видимого (те, що людина може побачити, при створенні повідомлення треба враховувати, чи всі будуть в змозі побачити та зрозуміти його) та співвідношення побаченого й видимого (людина формує уявлення про предмет та своє розуміння змісту на основі побаченого).

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Стратюк В. Соціально-комунікативний потенціал соціальних медіа в контексті побудови персонального бренду. *Педагогічні концепти*. 2022. Вип. 1. С. 63–88.

2. Рудак М. Вплив соціальних медіа на формування громадської думки. *Вісник Львівського університету*. 2020. Вип. 48. С. 198–206.

3. Суровцев О. Соціальний медіа-маркетинг як маркетингова комунікація під час виходу на зовнішні ринки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Вип. 9. С. 145–148.

4. Зайко Л. Соціальні медіа та інтернет-маркетинг у контексті цифровізації. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. 2023. Вип. 34. С. 302–307.

**Лежнев Олександр,**
*канд. мист., доцент кафедри графічного дизайну;*
**Бармак Діана,**
*магістрантка,*
*Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва та дизайну імені Михайла Бойчука,*
*м. Київ, Україна*

# ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ТА ІЛЮСТРАЦІЇ КНИЖОК ДЛЯ ДІТЕЙ У ВІКОВИХ КАТЕГОРІЯХ ВІД 3 ДО 12 РОКІВ

Дитяча література - це винятковий жанр, який вирізняється з-поміж інших творчих жанрів своєю оригінальністю. Досвідчені письменники та видавці визнають, що створення дитячої літератури - найскладніше з усіх. Це пов'язано з тим, що юні читачі надзвичайно чутливі до неймовірного та володіють унікальним світоглядом. Створити літературні твори, які сподобаються їм, - справжній виклик. Ілюстративний дизайн - важливий чинник розвитку їхнього світогляду та формування уявлень про навколишню дійсність із самого раннього віку. Створення найкращих і найпривабливіших ілюстрацій для дитячої літератури - важлива частина редакційно-видавничого процесу створення дитячої книжки. На учасників цього процесу - видавців, художніх редакторів, дизайнерів і верстальників - покладається велика відповідальність, адже від їхніх дій залежить якість видань для особливих читачів. Вони мають дотримуватися всіх стандартів, встановлених сучасними видавничими нормами, особливостями поліграфії та санітарно-гігієнічними нормами, а також зважати на психологічні та вікові особливості дітей та їхні читацькі вподобання.

Сьогодні особливо важливо визначити основні вимоги, які фахівці видавничої справи висувають до відбору ілюстрованого контенту для дитячих книжок. Однією з головних умов успішного звернення до дитячої тематики в літературних творах є якісні ілюстрації та художнє оформлення. Ілюстрації, створені для дитячих видань, мають низку особливостей, які необхідно враховувати при розробці графічного контенту для літературних творів, адресованих юним читачам. Дослідницька праця спрямована на систематичний аналіз характерних рис дизайну та ілюстрацій у літературних творах, призначених для читачів віком від 3 до 12 років. Метою є визначення впливу цих елементів на аудиторію

та вивчення педагогічних аспектів їхнього використання в освітньому процесі. Під час виконання стажування було реалізовано більш поглиблений аналіз на основі відібраних аналогів, розподілених за різними віковими категоріями. Це обумовлено тим, що кожна категорія виокремлюється своїми унікальними особливостями. Друковані літературні твори відрізняються своєю важливістю, оскільки викликають у людини тактильні та естетичні враження. Фізичний контакт з книгою приємний, особливо якщо книга має якісний дизайн. Для дітей цей аспект має ще більшу вагу, навіть якщо вони не завжди усвідомлено розуміють це. Перевага друкованих робіт в порівнянні з цифровими полягає в "фізіології", яка враховує фізіологічні особливості дитини. Формат, текстурована поверхня паперу, розмір шрифту, характеристики друку, вибір зразкових матеріалів, поєднання кольорів і графічних елементів спрямовані на досягнення максимальної зручності при сприйнятті візуальної інформації. [1, с. 59].

Створення літературних творів для дітей вимагає від авторів не лише вміння творити ілюстрації, але й глибокого розуміння рівня психологічного сприйняття ілюстративного матеріалу різними віковими категоріями дітей [2, с. 100]. У цьому контексті акцент робиться на культурній адаптації, психологічних, та естетичних аспектах, а також на інноваційних стратегіях у дизайні та ілюстраціях для створення сучасних та ефективних літературних творів для дітей. Зображення у дитячих книгах виконують різноманітні функції, такі як інтерпретаційна, пізнавально-навчальна та виховна. Книжкова ілюстрація сприяє розвитку художнього смаку та фантазії дитини, а отже, впливає на її розвиток. При створенні ілюстрацій для книг важливо враховувати вікові особливості дитини, щоб краще розуміти його чи її сприйняття [3, с. 153]. Згідно з цим, ілюстровані видання призначені для різних вікових груп та впливають на читачів. Глибоке розуміння психологічних особливостей різних вікових категорій та їхнього сприйняття ілюстративного матеріалу дозволяє авторам та ілюстраторам створювати контент, що відповідає потребам та інтересам маленьких читачів. Урахування цих аспектів сприяє глибшому розумінню дітьми навколишнього світу та розвитку їхньої психологічної особистості. Подальший аналіз дитячих ілюстрацій, здійснено систематичний підхід до розгляду спільних рис та особливостей між ними. З метою ретельного вивчення та класифікації ілюстративних творів, вони були розподілені на три ключові категорії. Цей підхід спрямований на створення універсального каркаса для аналізу, який враховує основні аспекти, що визначають художній вимір ілюстрацій для дітей. З метою узагальнення та зручності, було поділено аналізовані ілюстрації на три основні категорії, кожна з яких відображає вікові особливості дитячої аудиторії. Це

дозволить глибше розуміти та класифікувати спільні риси в кожній віковій групі. У дослідженні особливостей та спільностей дитячої ілюстрації для вікової категорії від 0 до 4 років, виявлено ряд характерних аспектів, що визначають ефективність сприйняття малюнків дітьми цього віку. Перше, що привертає увагу, - це використання насичених та яскравих кольорів. Вивчення різних ілюстрацій показало, що дитячі книги для цієї вікової групи активно використовують живі та насичені кольори, що відповідають ступеню розвитку зорової системи немовлят і малюків. Вона сприяє виробленню та зміцненню їхнього зорового сприйняття та сприяє розвитку кольорового сприйняття взагалі. Щодо розмірів та форм персонажів, спільним аспектом є їхня простота та доступність для сприйняття. Великі, округлі форми та зрозумілі контури створюють дружні та безпечне візуальне середовище для малюка. Це сприяє розвитку раннього розпізнавання образів та сприйняття дитиною навколишнього світу. Наступна вікова категорія для аналізу дитячої ілюстрації припадає від 5 до 8 років. Однією із ключових аспектів є використання різноманітних та живих кольорів у ілюстраціях. Дитячі книги для цієї вікової групи часто відзначаються насиченими та енергійними кольорами, що показують радісну та динамічну атмосферу. Це сприяє зацікавленню та активній участі читачів. Персонажі стають більш реалістичними та складними в обличчях та міміці, що зображають розвиток спроможностей дитячого сприйняття та інтересів у цьому віковому періоді.

Додатково, в ілюстраціях для дітей 5-8 років важливу роль відіграє просторова композиція. Ілюстратори акцентують на взаємодії персонажів та деталей фону, сприяючи розвитку дитячої уваги та уяви.Також слід відзначити важливість наявності динамічних сцен та взаємодії між персонажами, що підтримує інтелектуальний та емоційний розвиток дитини. Ілюстрації створюють не лише візуальний, але і наративний контекст, розширюючи уявлення читача про події та сюжет. Загалом, в ілюстративних творах для дітей 5-8 років спостерігається тенденція до більшої складності та деталізації в використанні кольору, розмірах та формах персонажів. Ці характеристики демонструють врахування розвинутих когнітивних та візуальних спроможностей дітей цього вікового діапазону.

У віковій категорії від 8 до 12 років спостерігається розширення художніх можливостей ілюстраторів у створенні дитячих ілюстративних творів. Колірна палітра стає більш різноманітною та нюансованою, враховуючи розвиток здатності дітей у сприйнятті та апреціації різних кольорових відтінків. Важливо враховувати психологічний вплив кольорів на емоційний стан та сприйняття дитиною ілюстрацій. Ілюстратори активно використовують теплі та холодні тони, створюючи глибокий і мультисенсорний ефект. Колір стає важливим засобом

для вираження атмосфери та нюансів в ілюстративних композиціях. Зміцнення зорової грамотності у цьому віці дозволяє дітям більше уваги приділяти деталям та виражальним засобам кольору. Щодо розмірів та форм персонажів, спостерігається нахил до більшої реалістичності та виразності. Персонажі набувають більше глибини та структури в обличчях, їхня постава стає більш динамічною та виразною. У коміксах, які часто є популярним видом ілюстративного мистецтва в цьому віковому діапазоні, персонажі можуть виконувати велику роль у визначенні наративу, зокрема, за допомогою поз та виразів обличчя. Вони являють собою важливу форму художньої ілюстрації, що об'єднує текст та зображення, активізуючи читацьку уяву. Вони вирізняються яскравими образами, динамічними кадрами та варіативністю стилізацій. Ця форма мистецтва взаємодіє з читачем за допомогою виразної мови образів та розширює сприйняття дитини художнього слова.

Добре структуровані та ретельно продумані ілюстрації надають процесу сприйняття нового рівня, роблячи його більш структурованим і цілеспрямованим. Кожна сторінка супроводжується зображеннями та запитаннями, які активізують дитяче сприйняття та спостережливість. Чітка організація завдань та активне використання принципу візуалізації в художніх і метафоричних зображеннях сприяють розумінню, узагальненню та диференціації сприйняття. Візуалізація - один із найважливіших засобів розвитку та збагачення дитячого сприйняття. У процесі розвитку дитини зростає інтерес до книги та читання, формуються звички читати та слухати літературні твори. Це зумовлено необхідністю сенсорного сприйняття предметів і явищ як основи для формування уявлень і понять, а також важливістю навчання дітей уважного спостереження за явищами навколишнього світу. Для дітей дошкільного віку характерна атмосфера, що сприяє розвитку уяви, образного та пізнавального мислення. Діти активно досліджують літературні твори, виявляють самостійність у виборі та аналізі літературних творів. Як дослідники книжок вони уважно вивчають ілюстрації до літературних творів, що сприяє розвитку їхньої уяви. Тож низька якість дитячних ілюстрацій у книжках може викликати негативний вплив на формування ментальних паттернів у розвитку дитини. Цей вплив може проявлятися у майбутньому когнітивному та емоційному розвитку, сприяючи формуванню неточних переконань та уявлень. Отже, якість дитячних ілюстрацій відіграє значущу роль у позитивному стимулюванні розвитку та формуванні особистості малюка.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шевчук С. В. Урахування вікових особливостей читачів під час художнього оформлення дитячих видань (на прикладі видавництва «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА»). *Актуальні проблеми теорії соціальних комунікацій* : матеріали науково-звітної конференції викладачів кафедри журналістики Інституту української філології НПУ ім. М. П. Драгоманова. ЗБІРНИК НАУКОВИХ ДОПОВІДЕЙ. Київ, 2011. С. 59–67.

2. Калниболотчук А. О., Завгородня Л. В. Види ілюстрацій у книжкових виданнях для дітей дошкільного та молодшого шкільного віку. *Актуальні проблеми природничих та гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка 2018»* : XX Всеукраїнська наукова конференція молодих учених. Черкаси, 2018. С. 99–102.

3. Шульська Н., Манюхіна А. Ілюстративна культура сучасної дитячої книги: видавничі норми й читацькі вимоги. Зб. наук. пр. *Scripta manent* : молодіжний науковий вісник Інституту філології та журналістики. Луцьк : Вежа-Друк, 2016. Вип. 3. С. 152–154.

**Павлова Ольга,**
*здобувачка кафедри графічного дизайну освітньої програми «Графічний дизайн»;*
**Оліфіренко Віталіна,**
*викладачка кафедри графічного дизайну, Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука, м. Київ, Україна*

# ШРИФТ ЯК ЕЛЕМЕНТ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Шрифт є одним з базових інструментів при побудові візуальних комунікацій в графічному дизайні, але це не лише те, завдяки чому ми можемо передавати текст, але й потужний інструмент, який грає велику роль у сприйнятті та емоційній взаємодії з графічним зображенням.

Писемність є частиною загальної культури певного народу і є невід'ємною частиною історії світової писемності та культури. Ключовою умовою для розвитку писемності є її алфавіт. Слово «алфавіт» походить від назви двох перших давньогрецьких слів: альфа і бета. В Україні ми користуємося терміном «азбука», який походить від двох перших літер слов'янського алфавіту: аз (а) і буки (б). Знаки алфавіту, що графічно відрізняються один від одного у простій умовній схемі вважаються графемами.

Сучасний алфавіт давно втратив ілюстративну суть образних уявлень і став умовною графічною схемою. Алфавіт, де літери мають спільну закономірність форм і накреслення, називається шрифтом. Як і кожний вид мистецтва, мистецтво шрифту відтворює стилістичні особливості епохи, в якій був створений той чи інший шрифт.

В аспекті питання шрифтів, варто зазначити, що історія писемності триває кілька тисячоліть, і сучасний алфавіт являє собою результат її тривалого розвитку, поступового переходу від складних накреслень до більш простих. Історія розвитку писемності показує, що кількість знаків того або іншого алфавіту залежить від специфіки мови. Кожна система письма має свої графічні форми, тобто шрифти.

Сучасне розуміння «письма» розходиться з поняттям «шрифт». Шрифт є найвищим етапом розвитку письма, коли писання стає мистецтвом, коли букви можна розглядати не тільки як графічні знаки звуків, але і як знаки, естетично оформлені, несучі в собі відбиток епохи, стилю, характеру художника.

Вибір шрифту відіграє вирішальну роль у передачі контексту та настрою меседжів. Від лаконічних гротескних літер до виразних та художніх каліграфічних літерацій – кожен шрифт має свою унікальну історію. А характеризуються шрифти за такими пунктами: гарнітурою, нахилом, насиченістю, шириною, ілюміновкою та розміром.

Шрифт також визначає структуру тексту, впливає на читабельність, формує ієрархію та підкреслює ключові моменти. Його правильне використання може покращити візуальну частину та полегшити сприйняття меседжу.

Крім того, шрифт відіграє значну роль у визначенні стилю та бренду. Компанії обирають шрифти, які відображатимуть їхні цінності, характер та корпоративний стиль. У цьому випадку шрифт стає не лише інструментом маркетингу, але й важливою частиною визначення ідентичності компанії.

Об’єкти графічного дизайну не можуть існувати без шрифту. Будь то дизайн рекламного плаката, театральної афіші, книги, журналу, етикетки чи упаковки, всі вони передбачають наявність шрифтового напису. Залежно від суті головного меседжу напис може бути активним, виразним, спокійним, малопомітним та ін. Дизайнер повинен уміти підібрати найбільш підходящий шрифт: строгий або вільний, контурний або об’ємний, легко читабельний або ж декоративний.

Декоративність шрифту, з одного боку, суперечить його основним призначенням, оскільки це може ускладнити графічний вигляд літер і впливати на читабельність. Але, з іншого боку, декоративна стилізація, ускладнення форми основних і сполучних штрихів, зарубок, внесених елементів, своєрідна ритмічна і пластична організація букв, слів або написів надають шрифтовим композиціям унікальну ідентичність.

Головні вимоги до шрифтів:

- чіткість (колір фону – колір шрифту, тональність);
- ясність (виправдана простота графіки літер, індивідуальність графем);
- графема – графічне зображення фонеми (звукової характеристики літери), завдяки якій візуально відрізняється одна літера від іншої;
- співвідношення товщини головного штриха (кегля) та внутрішнього літерного пробілу, а також характеру засічок (серифів), нахил;
- оптимальність міжлітерних пробілів (розрядка, потіснення літер у рядку);
- пропорційність відношення ширини літери до висоти;
- контрастність головних та допоміжних штрихів;
- розмір шрифту (формат, розмір відбивок, полів, смуг та ін.).

Отже, графічний дизайн постійно розвивається і шрифти відіграють важливу роль у цих новаціях та основних тенденціях його розвитку. Дизайнери можуть експериментувати з новими стилями, комбінаціями та шрифтовими техніками для створення сучасних та інноваційних графічних рішень.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Василишин Д. В., Василишин О. М. Технологія набору та верстки / за ред. О. В. Мельникова ; рец. : О. М. Величко, М. С. Антоник, Ю. Ц. Жидецький. Львів : Укр. акад. друкарства, 2011. 272 с.
2. Романько С. Шрифт як один з інструментів візуальних комунікацій у графічному дизайні. *Гуманітарний Вісник Запорізької Державної Інженерної Академії*. 2019. С. 143–145. URL : https://doi.org/10.30839/2072-7941.2019.189236
3. Методичні рекомендації до проведення практичних занять та організації самостійної роботи з навчальної дисципліни «Графічний дизайн, типографіка та шрифти» (для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання зі спеціальності 022 – Дизайн) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова ; уклад. : В. А. Голіус, А. Г. Зінченко, Л. А. Звенігородський, О. М. Левадний. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 24 с.
4. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну / за ред. проф. Є. А. Антоновича. Вид. третє, перероб. і доповн. Київ : Кондор-Видавництво, 2015. 544 с.

**Оліфіренко Віталіна,**
*викладачка кафедри графічного дизайну,*
*Київська державна академія*
*декоративно-прикладного мистецтва і*
*дизайну імені Михайла Бойчука,*
*м. Київ, Україна*

# ГРАФІЧНА ВИРАЗНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ШРИФТОВИХ КОМПОЗИЦІЙ В ОБКЛАДИНКАХ СВЯТОСЛАВА ГОРДИНСЬКОГО 1920–1930-Х РР.

Мистецький доробок Святослава Гординського довоєнного львівського періоду дає безсумнівні підстави вважати його одним з найяскравіших представників передового у свій час авангардного руху в Україні 20-30-х рр. минулого століття. У міжвоєнний період особливо інтенсивно Гординський працює в області графіки – книжкової та ужиткової – проектує книжкові обкладинки, екслібриси, плакати, промислову рекламу. Його твори користуються успіхом на виставках української графіки у Львові (1932), Берліні (1933), Римі (1938) [1]. Книжкові обкладинки у виконанні С. Гординського надзвичайно виразні завдяки оригінальним прийомам композиційної організації, прагненню вибудувати ієрархію зображувальних елементів у просторі аркуша. Також помітною є детальна робота над графікою літер. Вміння створити художньо оригінальні та якісні літерації вирізняє Гординського і його колегу Павла Ковжуна у ряду львівських художників 1920-30-х рр.

У процесі аналізу шрифтових рішень в обкладинках Гординського 1920-30-х рр. виявлені окремі характерні композиційні рішення та художні прийоми, а саме:

1. Перша і найважливіша ознака індивідуальної творчої манери Гординського – оригінальний шрифт, а точніше, авторські літерації, які мають особливий рисунок літер. Написи у значній кількості обкладинок ніби набрані єдиним авторським шрифтом – літери побудовані на базі простих геометричних фігур (коло, прямокутник, трикутник, квадрат); штрихи літер неконтрастні, однакової товщини. Разом з тим літери виглядають формально цікаво: мають асиметричні засічки, вирізняються застосуванням вильоту серединних елементів за стем (зокрема, у літерах Е, Ш, Ю, Я). Іншою характерною відзнакою авторського шрифтового стилю є специфічне накреслення літер з округлими елементами, які становлять суцільну пляму. Варто підкреслити, що літерації були створені художником окремо для кожної конкретної обкладинки.

На основі цих літерацій студенти 3 року навчання КДАДПМіД ім. М. Бойчука у рамках навчальної дисципліни «Шрифт» виконують розробки акцидентних шрифтів, присвячені Святославу Гординському.

2. Літерації у книжкових обкладинках Гординського становлять цілісну композицію у поєднанні з графічними елементами. Як зазначав сам художник: «Графік (людина що відчуває «чорне і біле») бере сюжет і перекладає його на мову плями, при чому буква «а» у письмі однакова важна, що й голова Апольона чи архітектурний мотив» [2, с. 22]. Рівнозначність сприйняття шрифтових і зображувальних елементів простежується також у постерах і екслібрисах автора.

3. Гординський виконав декілька шрифтових обкладинок та екслібрисів без залучення ілюстративних елементів, виключно засобами типографії. Яскравий приклад подібного рішення – обкладинка часопису «Нові шляхи» (Львів, 1932 р.). Автор вільно почувається у композиційному розташуванні написів: літери орієнтовані для читання не лише по горизонталі, але й по вертикалі або за довільною звивистою базовою лінією. Вміння організувати аркуш виключно засобами шрифту свідчить про майстерність автора та його прагнення максимально виразно використовувати скупі композиційні засоби, насиченість літер, розрядку в написах тощо.

Книжкові обкладинки Святослава Гординського 20-30-х рр. ХХ ст. демонструють різноманітність прийомів поєднання літерацій із зображеннями; художник однаково вправно працює як з графічними елементами, так і зі шрифтовими рішеннями. Авторські літерації Гординського сьогодні є джерелом вивчення та фундаментом розробки логотипів і акцидентних шрифтів для українських шрифтових дизайнерів і студентів КДАДПМіД ім. М. Бойчука.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Волошин Л. Рання графіка Святослава Гординського 1920-1930 рр. Львів : Афіша, 2007. С. 10–11.

2. Гординський Св. За новий екслібріс. *Екслібріс* : збірник АНУМ. Львів, 1932. Вип. І. 22 с.

**Фесенко Галина,**
*д-рка філос. наук, професорка,*
*Харківський національний*
*університет міського господарства*
*імені О. М. Бекетова,*
*м. Харків, Україна*

# ВІЗУАЛЬНА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ ПАМ'ЯТІ

Візуальна медіаграмотність є важливим елементом інтелектуального, освітнього ландшафту, а також інструментом формування культури пам'яті. Культура пам'яті виражає те, як люди та суспільство ставляться до свого минулого та історії. За висловом німецької дослідниці Алейди Ассман, «культура пам'яті формує наше усвідомлення часу та історії, нашої самооцінки та погляду на світ» [1, с. 67]. Культурна пам'ять включає археологічну та письмову спадщину людства, транслюється усно, письмово, нормативно та наративно.

Щоб зробити минуле більш значущим для спільнот, важливо зберігати та інтерпретувати національну та локальну історію, а також залучати широкі кола людей до історії. Саме тому історичні проекти часто реалізуються у віртуальному середовищі, яке дозволяє використовувати користувачам спільні бази даних, виробляти колективне знання в режимі реального часу [2, с. 67]. Цифровий контент історичного проєкту може бути представлений у зображеннях, відео, аудіо та мультимедіа, а також текстах.

Візуальна медіаграмотність постає важливим концептом, що потребує спеціального осмислення. Існує значний науковий доробок у цій проблематиці, представлений як зарубіжними дослідженнями (Ханна Мёкель-Рике, Бенджамин Шторм), так і вітчизняними (Тетяна Іванова, Любов Найдьонова, Марина Осюхина та ін.). Водночас питання візуальної медіаграмотності в контексті культурно-історичної освіти потребують подальшого аналізу.

Мета даного дослідження полягає у концептуальному окресленні візуальної медіаграмотності в освітніх параметрах «культури пам'яті».

Візуальна грамотність може слугувати ефективним педагогічним інструментом для сприяння глибокому вивченню предметної області, особливо серед студентів, які інтегровані в медіакультуру. Відомо, що молодь активно залучена у візуальну культуру, використовуючи мобільні телефони для фотографування та розміщуючі фото у соціальних мережах. У такий спосіб фотографування стає

інструментом для формування особистості та спілкування. І водночас постає педагогічне питання: як заклади вищої освіти можуть використовувати візуальні навички студентства для покращення якості навчання, зокрема, в опануванні історико-гуманітарними навчальними дисциплінами? Адже бути учасником багатої медіакультури не обов'язково означає, що студенти знають, як вибрати найбільш ефективний засіб візуальної презентації для своїх освітніх цілей.

Різноманітність цифрових форм історичного матеріалу дозволяє підвищити обізнаність студентства в національній та локальній історіях. Так, наявність великих цифрових наборів даних (архівів, музеїв, наукових установ тощо) відкриває можливість для переоцінки класичних інтерпретацій історії. Завдяки цифровізації історичних проектів та публікації контенту на веб-сайтах, «роботу з пам'яттю» може здійснювати широке коло користувачів, у тому числі здобувачі вищої освіти. Наприклад, Google Ukraine в партнерстві з Міністерством культури України оцифрували музеї в різних регіонах України та створили спеціальний сайт «Музеї України просто неба», де можна здійснити віртуальну подорож, дізнатися більше про традиційну українську культуру.

При вивченні навчальних дисциплін історико-культурологічного спрямування, здобувачам вищої освіти пропонуються завдання з опрацювання історичного матеріалу, що потребують навичок критичного аналізу, уміння визначити проблему, зібрати необхідну інформацію з первинних і вторинних джерел, оцінити цю інформацію у ширших контекстах. Крім того, набуття комунікативних компетентностей у значній мірі залежить від особистісного прогресу у медіаграмотності. Медіаграмотність передбачає здатність отримувати доступ, аналізувати, оцінювати та створювати медіаконтент на різних он-лайн платформах [3, с. 438].

Наразі концепція медіа та інформаційної грамотності стала більш багатогранною: «медіаграмотність» означає навички, знання та розуміння, які дозволяють особі ефективно, безпечно та відповідально використовувати медіа. Медіаграмотність не повинна обмежуватися знаннями про інструменти та технології, а має бути спрямована на вироблення навичок конструювання логіки суджень та умовиводів, аналізу складних реалій і розпізнавання відмінностей між думкою та фактом [4, с. 45].

Медіатексти не лише репрезентують реальність, але самі по собі формують її значення. Загалом, медіатексти виробляються, структуруються та «споживаються». Важливими ознаками медіа, яку окреслили культурологи, є «репрезентація» та «реальність». Реальність ніколи не переживається безпосередньо, а завжди через символічні категорії, що доступні суспільству. Усі медійні повідомлення

є «сконструйованими» за допомогою творчої мови. І тут важливо дозволяти студентам обирати конкретні технологічні засоби для представлення свого медіатексту.

Щодо застосування прийомів створення медіатекстів з точки зору педагогіки вищої школи, то слід зазначити, що, наприклад, в історичній гуманітаристиці цифровий наратив збагачує наявні когнітивні ресурси «суспільної пам'яті» та академічної історії. Робота з минулим відбувається через репрезентацію пам'яті та історії в сьогоденні створюваному здобувачами вищої освіти медіатексті. При цьому береться до уваги, що «історія» (як наша репрезентація минулого), походить від багатьох різних центрів зі своїми власними способами діяльності, формами, нормами та вимогами.

Здобувачі вищої освіти, приступаючи до опанування навчального матеріалу історико-культурних дисциплін, вже мають певний набір припущень, переконань та звичок розуму, що формують способи, якими вони сприймають історію. Для того щоб навчання було трансформаційним, потрібно залучати студентство до критичного осмислення історичних подій, змінюючи їхні рамки сприйняття. З цієї точки зору, навчання схоже на переплетення ниток, які з'єднують ізольовані та розрізнені частини попередніх знань студентів. А це, зі свого боку, актуалізує потребу у розширенні «пізнавального базису» для досягнення «глобального консенсусу» суспільної пам'яті та академічної історії.

Саме через поєднання аналогового та цифрового контенту, виробляються сучасні історичні знання. Для «роботи з пам'яттю» здобувачі вищої освіти мають активно працювати з цифровими джерелами, вміти їх інтерпретувати, а також створювати нові медіатексти (з відео, анімацією, зображеннями, графікою тощо), зокрема, про історію конкретних місць пам'яті. За французьким істориком П'єром Нора, «місцями пам'яті» символізують колективну пам'ять соціальної групи (наприклад, нації) та формує ідентичність відповідної групи. Місця пам'яті, особливо у міських ландшафтах, можуть стати обєктом історичної рефлексії здобувачів вищої освіти, завдяки створенню медіатекстів. Меморіальні місця можна відчути, «ожививши» їх шляхом медіа інструментів (з аудіо, відео та графічні матеріалів). З цією метою студентсву пропонуються до виконання візуальні історичні проекти, що дозволяють їм долучитися до більш публічного «рефлексивного дискурсу». Наприклад, візуальні презентації історичних будівель, коли автори під час польових досліджень міських ландшафтів, застосовують оригінальний фотоприйом: перебуваючи безпосередньо біля історичної локації, роблять «подвійне фото», тримаючи історичну фотографію місця, припасовуючи її до сучасного вигляду будівлі [5]. Створення таких медіатекстів

дозволяє студентству пов'язувати свій власний досвід сприйняття місця пам'яті зі спогадами колективними. Такі дослідження конкретних місць пам'яті відбуваються у своєрідний спосіб – через креативну взаємодію з конкретним місцем пам'яті.

Процес конструювання цифрового наративу визнано ефективним педагогічним методом навчання історії, оскільки передбачає застосування численних когнітивних стратегій, таких як порівняння, вибір, висновок, упорядкування та перегляд інформації. Через поєднання аналогового та цифрового контенту, виконання таких історичних проєктів забезпечує інтерактивне пізнання історії, а також привносить етичний вимір. Наприклад, створюючи медіатекст про меморальні місця, присвячені жертвам геноцидів (Голодомору 1932-1933, Голокост та ін.), вожливо усвідомлювати відповідальність сучасників за збереження пам'яті про жертв, неприпустимості викривлення чи заперечення історичних фактів.

У цьому сенсі, ще одним візуальним інструментом для створення медіатекстів про трагічні історичні події є залучення студентства до роботи з цифровими архівами свідчень вижившних в геноцидах. Це дозволяє встановити зв'язки між минулим та сучасним шляхом емпатійного сприйняття історії. У такий спосіб можливим стає «трансформаційне навчання», а цифрове дослідження меморіального місця перетворює студентів з простих «споживачів» меморіальних місць на «виробників» колективноъ пам'яті. Студенти, опрацьовуючи нові історичні джерела та створюючи візуальний контекст своєї усної доповіді про меморіальне місце, здійснюють і власну «рефлексивну подорож» для виробництва знань та особистого ставлення до історичної теми. Сконструйований наратив стає резуальтатом сприйняття та саморефлексії про історичні події чи місця.

Підсумовуючи наведене вище, відзначимо, що сформовані таким чином уміння й навички медіаграмотності сприяють не тільки ґрунтовному опануванню історичного знання, а й формуванню культури пам'яті. З педагогічної точки зору, такі форми навчання створюють простір для розвитку вмінь здобувачів вищої освіти вільно орієнтуватися в сучасному інформаційному середовищі, відповідально використовувати та творчо презентувати різноманітні джерела. Візуальна грамотність дозволяє викладачам переформатувати студентську аудиторію на освітнє середовище, де навчання розглядається як процес спільного конструювання знань та колективної пам'яті. Студентство отримує можливість взаємодіяти за допомогою тексту та графіки, створюючи спільну базу знань і розширити контексти спільного розуміння історичної теми.

Перспективами подальших досліджень вважаємо вивчення методологічних засад застосування навичок медіаграмотності для «роботи з пам'яттю» та з метою розширення дидактичної спроможності педагогів у роботі з молоддю.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Assmann A. Erinnerungsräume. Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses / 3 Auflage. München, 2006.

2. Фесенко Г. Г. Історичні проєкти щодо культри пам’яті: дискурс цифровізації. *Традиційна культура в умовах глобалізації: виклики війни* : матер. наук.-практ. конф. (17–18 червня 2022 р.). Харків, 2022. С. 220–224.

3. Ivanović M. Development of media literacy – an important aspect of modern education. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2014. № 49. P. 438–442.

4. Understanding media and information literacy in the Digital Age. A Question of Democracy / ed. by U. Carlsson. Göteborg: UNESCO, 2019. 272 p.

5. Семенець О. О. Місця пам’яті. URL : http://mcmc.tilda.ws/memory

**Ходосов Віктор,**
*аспірант,*
*Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука,*
*м. Київ, Україна*

# СПЕЦИФІКА ЗАСТОСУВАННЯ КІНЕТИЧНОЇ ТИПОГРАФІКИ В МУЛЬТИМЕДІЙНОМУ ДИЗАЙНІ

У сучасному світі важко уявити будь-який бізнес чи організацію без використання в їхній діяльності засобів мультимедійного дизайну. Це можна назвати елементом еволюції в діджиталізованому суспільстві, де дизайн дозволяє нам виражати та сприймати інформацію шляхом об'єднання різних медіа-форм, таких як тексти, графіка, аудіо та відео [2]. Мультимедійні елементи широко використовуються в інтернет-ресурсах: від веб-сайтів до соціальних мереж, що дозволяє нам сприймати та обмінюватися інформацією за допомогою різноманітних форматів.

Далеко не останню роль в цій категорії дизайну відіграє текст. Через надто велику кількість інформації в мережі необхідно знаходити ефективні шляхи захоплення уваги глядача. Одним із найпоширеніших методів візуального зацікавлення користувача текстом є його анімація. Згідно сучасної професійної термінології таку анімацію прийнято називати кінетична типографіка.

Кінетична типографіка – це техніка анімації, яка поєднує в собі елементи руху із текстом, тому її також іноді називають моушн-типографікою. Не існує єдиного способу анімації тексту, написи можуть зменшуватися або збільшуватися за масштабом, змінювати позицію на сторінці, набувати різної кольорової заливки, спотворюватися (деформуватися) або підлягати будь-якій комбінації цих творчих прийомів, які може використовувати графічний дизайнер. Текстові анімації можуть бути короткими та простими або більш детальними та складними [1].

Зв'язок між кінетичною типографікою та дизайном будь-якого інтерфейсу має сенс, якщо вважати елементи інтерфейсу такими, які порівнюються з типографічними елементами на екрані. Іншими словами, семантичні та синтаксичні міркування повинні враховуватись як у кінетичній типографіці, так і в динамічних елементах інтерфейсу [3].

В історії прикладом першого застосування кінетичної типографіки можна вважати художній фільм Альфреда Гічкока «На північ через північний захід» [1]. У цьому фільмі було використано революційну послідовність заголовків саме кінетичного стилю, завдяки чому було покладено початок використання моушн-типографіки в дизайні заголовків мультимедійних проєктів. Зараз створення заголовків по праву вважається окремим видом мистецтва, оскільки багато прийомів креативного розвитку в кінетичній типографіці може завдячувати саме цій категорії візуалізації.

Кінетична типографіка в мультимедійному дизайні використовує рухливий текст для створення динамічних та ефектних візуальних елементів. Це може бути застосовано в різних контекстах, таких як відео, веб-сайти, анімації тощо. Такий спосіб візуальної взаємодії може привертати увагу глядача шляхом створення динамічних ефектів.

Анімація параметрів тексту може додати виразності та емоційності до візуальних проєктів. Вона може передавати настрій, підкреслювати ключові моменти чи виділяти важливі слова. Для прикладу можна відвідати офіційні вебсайти провідних ЗМІ Сполучених Штатів Америки [6], де дизайн тексту відіграє провідну роль.

Також кінетична типографіка може бути використана для створення інтерактивних елементів, які реагують на дії користувачів. Це може включати анімовані кнопки, взаємодію зі шкалою часу або зміни тексту при наведенні миші. Більшість сучасних веб-сайтів та мобільних додатків мають в своєму інтерфейсі такий функціонал, адже це неодмінно привертає увагу користувачів. Платформа Wordpress має велику кількість інструментів для створення таких елементів в інтерфейсі.

Рухомий текст може використовуватися для покрокової подачі інформації чи надання вказівок. Це особливо корисно в навчальних проєктах, експлікативних [4] відеороликах або презентаціях. Завдяки анімації тексту в цих проєктах можна виділяти ключові моменти зосередження уваги, завдяки яким інформація буде засвоюватись більш ефективно.

Кінетична типографіка може допомагати створювати візуальні ефекти, які відтворюють ритм та темп проєкту або враження, яке хоче передати автор. Зміна швидкості руху тексту відповідно до темпу або емоційного настрою сцени дозволяє покращити візуальне уявлення глядача. Наприклад, швидкий текст може викликати враження напруження чи енергії, тоді як повільний текст може передавати стани спокою чи задумливості [5]. Анімація розміру та положення текстових елементів може надавати відчуття ритму композиції. Для прикладу, текст

може починатися розміщенням великого символу, а потім поступово зменшуватися або зміщуватися, відтворюючи певний ритм. Також анімований текст часто використовують у відеокліпах чи музичних візуальних проєктах, букви та символи синхронізуються з аудіо та дають відчуття ритму та темпу пісні або конкретних фрагментів сцени. Не менш важливим є те, що кінетична типографіка може взаємодіяти з іншими графічними елементами, такими як лінії, фігури чи фон. Комбінація цих елементів додає сцені динамічності.

Узагальнюючи все вище наведене, можна констатувати, що мультимедійний дизайн взаємодіє з сучасними звичками людей, сприяє зручності та різноманітності сприйняття інформації, що робить його невід'ємною частиною дизайнерських проєктів сьогодення. А кінетична анімація як сучасний компонент мультимедіа додає елементи руху та живості до візуальних проєктів, роблячи їх більш привабливими та виразними для аудиторії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Jonny Tiernan. Kinetic typography: the what, why, and how. Published 15 August 2022. URL : https://www.linearity.io/blog/kinetic-typography/

2. What Is a Multimedia Designer? (And How To Become One). Published 10 March, 2023. URL : https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/multimedia-designing

3. Boyarski D. Kinetic Typography: a new direction for communication design. Pittsburgh: Carnegie Mellon University, 2019. С. 25–26.

4. Експлікативний: тлумачення слова. Великий тлумачний словник сучасної української мови. URL : https://slovnyk.me/dict/vts/експлікативний

5. J. Cardello. 10 Text Animation Examples for Dynamic Web Design. Published 22 April, 2022. URL : https://www.vev.design/blog/text-animation-examples/

6. The New York Times official website. URL : https://www.nytimes.com/international/

# ПАНЕЛЬ 5
# СУЧАСНІ ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА ДУХОВНИЙ УНІВЕРСУМ ЛЮДИНИ

**Бачинська Марина,**
*канд. пед. наук, викладачка кафедри цифрових, освітніх та соціоекономічних технологій, Навчально-реабілітаційний заклад вищої освіти «Кам'янець-Подільський державний інститут», м. Кам'янець-Подільський, Україна*

## ІДЕЇ ДУХОВНОГО ТА КУЛЬТУРНОГО ВИХОВАННЯ ОСОБИСТОСТІ МУЛЬТИМЕДІЙНИМИ ЗАСОБАМИ УКРАЇНСЬКОГО ЛІТЕРАТУРНОГО СЛОВА В ПЕДАГОГІЧНИХ ПОГЛЯДАХ НІЛИ ВОЛОШИНОЇ

Цілком очевидно, що в сучасному цифровому віці мультимедійні засоби стали невід'ємною частиною життя підростаючого покоління. Вони мають велику цінність для навчання й виховання молодих людей, надають широкі можливості для отримання знань, розвитку творчості та підвищення мотивації до навчання.

Перевагою мультимедійних засобів є їх інтерактивний характер, який дозволяє активно залучати учнів до процесу навчання.

Широко використовуваними в сучасному освітньому процесі можуть бути мультимедійні простори під час навчання та виховання підростаючої молоді засобами літературного слова.

Помірковане та цілеспрямоване літературне слово несе за собою силу та сутність. Сила художнього літературного слова, яке звучатиме для молодих людей через аудіовізуальні засоби має духовний вплив на особистість, її культуру та може збудовувати дух та душу людини, зміцнювати моральність та спонукати до моральної поведінки, також надихати до пошуків істини, сенсу життя та пізнання Бога.

В нашій статті вважаємо за корисне висвітлити науково-педагогічні ідеї відомої української вченої, методиста та педагога Ніли Йосипівни Волошиної відносно виховання духовних та культурних ціннісних орієнтирів молоді завдяки мультимедійними засобами висвітлення й трансляції літературного твору. Адже для Ніли Волошиної очевидним було те, що найвищим рівнем розвитку особистості, на якому основними мотиваційно-смисловими регуляторами її життєдіяльності постають вищі людські цінності, є духовність. Вона виступає тим етапом зрілості людського індивідуума, коли особистість стає відповідальною не лише перед іншими, а й перед самим собою, і здатна не тільки пізнавати та відображати довколишній світ, а й творити та відтворювати його.

Зауважимо, духовність вчена розглядала як категорію, яка розкриває істоту, яка глибоко вкорінена в людську культуру, має широкі пізнавальні інтереси. Тому поняття духовності всеохоплююче, синтетичне і специфічне, оскільки становить специфічні ознаки людської сутності [17, с. 50]. Духовність є інтегративною якістю особистості, що визначає життєві цінності, які формують людяне відношення до інших, гуманізм та забезпечують духовний розвиток молодої особистості [19, с. 68–69].

Н. Волошина вважала, що розвиток духовності вихованця має бути найвищою метою педагогів і вихователів, адже в міцному ґрунті духовності зростає особистість людини. А ціннісні орієнтації у духовному світі молоді, зокрема релігійні переконання, моральні орієнтири, естетичність, почуття любові до Батьківщини, відданість інтересам нації, рідній мові, повинні стати одними з найбільш комплексних, багаторівневих утворень у структурі особистості, які відповідно й виконуватимуть роль регуляторів поведінки молодої генерації. Вона вважала, що своєчасно та ефективно розвинені найважливіші позитивні духовні якості в світоглядній позиції молодої особистості, зокрема учнівської молоді, важко зможуть викорінитись і змінитись у її свідомості та самосвідомості.

Зазначимо, на погляд, Н. Й. Волошиної формування духовного світу школяра є не тільки найважливішим завданням української національної школи, а й системотворчим фактором, який об’єднує завдання, що стоять перед учителями-словесниками, форми і методи його роботи в єдине ціле. Тому цілком закономірно, що розроблення цієї проблеми стає однією з центральних у педагогічній та методичній науці. Однак, засвідчувала вона, незважаючи на появу низки наукових досліджень, присвячених розвитку окремих складників духовного світу молодої особистості, цілісної концепції розвитку духовних ціннісних орієнтирів особистості школяра засобами літератури ще не розроблено, адже формування духовного світу учня має здійснюватися через ефективне та цілковите

його проникнення у духовний світ автора твору та його героїв і засвоєння морального ідеалу, формування національної самосвідомості, волі, обов'язку, честі, гідності як одних із основних складників в ієрархії моральних рис молоді [5, с. 2].

Вчена констатувала, що через художню літературу під час мультимедійного заняття учитель має змогу залучити учнів до духовних здобутків культури людства, розвиває не лише гуманітарне мислення та уміння вести діалог з представниками інших культур, а й формує в першу чергу духовно-ціннісні орієнтації та естетичні потреби особистості. Навчати мистецтвом слова труд нелегкий, підкреслювала педагог, адже учитель повинен звертати особливу увагу на індивідуальний підхід до учнів, самоорганізацію їх у навчанні, проблемність на уроках літератури, психологічну комфортність, самостійність у характеристиці літературних явищ [13, с. 2].

Наголосимо, шляхи формування духовного світу і стійких морально-духовних переконань засобами художнього слова Ніла Волошина відносила до групи методів, пов'язаних із посиленням виховної функції школи [10, с. 2–3]. Вона вважала, що слово має велику силу надихати, вселяти віру, підтримувати такі духовні якості, як надію, кликати до правди і справедливості в ім'я майбутнього, в тому числі і майбутнього України [12, с. 56].

Справжньою скарбницею для розвитку духовності багатьох народів вчена вважала Біблію. Вона надавала їй досить великого значення як пам'ятці християнської релігії [10, с. 3].

Саме беззаперечним та невичерпним джерелом духовного збагачення вважала вчена релігійно-християнську літературу, зокрема Священне Писання християн, а також життєвий і творчий шлях «святих церкви Христової» тобто релігійно-духовних провідників нації. Тому, складаючи рецензію на книгу О. Крилашка із серії «Духовна грамота», «Життя святих Руси-України православних», Ніла Волошина прихилялась до думки автора книги, що знати своїх угодників Божих є не лише релігійним, а й національним обов'язком українців. Вчена підтримувала погляди творця книги, що важливо відокремити святих нашої землі України і показати їхнє життя для того, аби можна було в чомусь наслідувати їх та духовно збагачувати внутрішній світ особистості. Вчена цілком погоджувалась із переконаннями Олександра Крилашка нібито прийняти у свої душі смиренну, просту, високу подвижницьку місію наших вітчизняних святих необхідно для національного населення, особливо молодого покоління нашої держави як із позиції членів десятивікової Христової Церкви з мільйонами її віруючих, так і з погляду патріотичного! [2, с. 53]. Крім того, в рецензії на духовну книгу автора Ніла Волошина акцентувала увагу на заповіді святого апостола Павла про те, що треба поминати своїх духовних наставників [2, с. 54], тобто потрібно

зберігати відомості про життя та діяння духовних пасторів, а також наслідувати в своєму житті ті ціннісні орієнтири в світоглядній позиції, які демонстрували своїм життям істинно віруючі, духовно збагачені постаті.

Сама будучи глибоко віруючою, духовно багатою постаттю, Ніла Йосипівна усіляко схвалювала літературу релігійно-християнського духовного характеру. Вважала що вона має силу формувати та розвивати духовне начало в особистості, забезпечувати єднання з Тим, хто дає справжнє духовно-світоглядне збагачення, тобто з небесними силами, що «об'єднані священним словом Бог». Вона щиросердечно бажала, аби кожен із нас, людей, умів і бажав дарувати один одному справжнє тепло, щиру доброту. І тільки тоді, вважала Ніла Волошина, легше стане душі нашій, посвітлішає у нашому серці [11, с. 2].

Свого часу один із учнів, вихідців наукової школи Ніли Йосипівни пригадував, що вчена не лише розвивала в кожному з них «Розум, а й Дух», а й зуміла розвивати духовність в них завдяки тому, що прийняла її від своєї мами, прийняла віру, і вирила у Бога, Господні заповіді, сповідуючи такі якості, як працелюбність, прискіпливість та людяність при цьому всьому. Саме цим і уміла вона збагачувати і дух і розум своїх «учнів», пригадував Василь Шуляр [19, с. 2].

Вважаємо за доцільне підкреслити, що любов до України, до літератури, до Слова було святим для Ніли Йосипівни [19, с. 2]. Це і збагачувало її як особистість.

Рецензуючи книгу О. Крилашка про святих української землі, вчена схвалювала його за те, що у його роботі відкрито імена тих духовних праотців, які ще не були відкриті раніше. Адже вони були не лише справжніми синами Божими, а й патріотами та захисниками рідної землі і віри, і прокладали шлях історії землі нашої і історії віри нашої [2, с. 56].

У статті «Основи християнської моралі», у якій педагог рецензує духовну книгу О. Крилашка «Уроки для спасіння», Ніла Волошина підтримує погляди автора книги у тому, що важливо виховувати молоде покоління, зокрема школярів, на засадах християнської моралі, християнських духовних цінностей, відповідно до вікових особливостей учнів. Ніла Йосипівна наголошувала також на силі слова у проповідях. Проповіді, зазначала вона, несуть світло духовної віри, правди, добра, справедливості. Сила слова проповіді здатна примирити навіть ворогуючих особистостей та соціальних груп [7, с. 19]. У своїй статті вчена детально зупиняється на ствердженнях автора про те, що найдосконаліші риси людини потрібно поступово виховувати. Адже людьми то ми народилися, а от Людиною з великої букви потрібно ще стати, деталізувала вона. Тому потрібно привчати людину думати і запитувати у себе, для кого і для чого вона живе.

І саме в цьому контексті підкреслювала, що гарно може жити той, хто являє собою щиру любов до людей і гідними своїми вчинками виковує волю Божу. Ніла Йосипівна стверджувала, що через такі книги, як книга О. Крилашка «Уроки для спасіння», дарується сила душі людини, радість спілкування, вселяється віра у перемогу доброго, щирого, вічного. Тому вчена плекала надію на те, що з часом в навчальних школах України з'явиться новий предмет «Основи християнської моралі», як це впроваджено у навчальних планах окремих європейських країн [7, с. 21].

Варто також зазначити, що педагог наголошувала, нібито в основі духовного шляху лежить і національний шлях. Тому наявність духовності в національному характері, а також сам характер національного духу визначатиме рівень формування патріотичності, наявності почуттів любові до Батьківщини. Саме в любові до духовності та духовного життя свого народу і творчому зміцненні себе в силах і засобах останнього, визначатиметься і сприйнятливість усього національного (української пісні, мови, історії, держави-України) як своїх власних [16, с. 156].

Ніла Волошина переконувала, окрім того що вчитель у процесі роботи над змістом творів має формувати національний та естетичний ідеали, він також має збагачувати гуманістичний світогляд та по-особливому збагачувати духовний світ особистості через звичаї і традиції народу, відображені в художньому творі, а також виховувати повагу до культурних традицій інших народів. Літературна освіта покликана формувати в учнів ціннісні орієнтири, і це має відбуватися під час роботи над художнім словом, текстом творів, його образами, мовним багатством [10, с. 2].

Аналізуючи праці Н. Й. Волошиної «Підручникотворення на порозі третього тисячоліття», «Іван Іванович Огієнко (Митрополит Іларіон)», «Письменник, педагог і патріот. Микола Никанорович Магера», «Національний мислитель нашого часу. Іван Михайлович Дзюба», «Крокуймо до успіхів разом», «Спогади про незабутніх» та ін., вважаємо за необхідне підкреслити, що педагог розглядала саме *культурологію* як галузь знань, що пов'язана з вивченням духовної культури, духовності суспільства. У роботі «Підручникотворення на порозі третього тисячоліття» педагог зазначала, що сьогодні вчених України турбує питання: як дати учнівській молоді такі знання, вміння і навички, що допоможуть їм збагатитися в першу чергу духовно, не втрачаючи розуміння національної самобутності нашого народу в різних галузях культури, в тому числі й у мистецтві слова. Вчена констатувала, що компетентнісно орієнтований підхід до формування змісту освіти має бути врахований обов'язково і авторами

підручників [16, с. 157]. На її погляд, окрім того, що навчальна книжка має виховувати молодь, яка орієнтується в сучасному суспільстві, інформаційному просторі, ринкових відносинах, на передньому плані має стояти формування та розвиток духовно багатої особистості, яка знає свою духовну культуру, яка проявляє себе у мові, історії, літературі. І знає без перекручень, тобто без ганебного впливу ідеологічних догм [8, с. 2].

Безперечно, у духовності закладена й культура відповідної нації. Тому Ніла Волошина пригадувала, що вони, учителі-словесники, учені-методисти, намагалися допомогти учителям розкрити своїм вихованцям красу слова, реалізувати завдання літературної освіти за закладеними у стандартах лініями, серед яких крім аксіологічної та літературознавчої чільне місце належить і культурологічній [4, с. 2]. Крім того, Волошина Н. Й. була переконана, що випускник загальноосвітньої школи має знати про визначний внесок в українську культуру таких славетних культурно-духовних провідників як Іван Огієнко, Софія Русова, Іван Пулюй, Дмитро Яворський, Борис Грінченко, Михайло Драгоманов, Михайло Грушевський, Володимир Винниченко, Григорій Ващенко, Дмитро Чижевський та ін. Вона із своїми колегами писала про них наукові матеріали, аби донести до відома громадян, особливо молодого покоління нашої держави, відомості про тих Великих українців, які духовно супроводжували націю, шанували, розвивали і оберігали нашу мову і літературу в тих умовах, коли українське слово перебувало у важких умовах.

Також вона планувала і складала матеріали про О. Потебню, А. Кримського, Д. Чижевського, Б. Грінченка, С. Єфремова, Ю. Шереха, Є. Кирилюка, В. Стуса, В. Марченка, І. Світлицького, Є. Сверстюка та багатьох інших наставників [9, с. 6]. Їх подвижницька праця, на її погляд, має бути представлена в підручниках цікаво, захоплюючи. Так у статті «Іван Іванович Огієнко (Митрополит Іларіон)» вчена підкреслює, що сьогодні, в добу нашого духовного відродження, ми маємо змогу написати про тих, хто упродовж нашої драматичної історії сіяв духовно збагачені зерна правди, історичної справедливості. Наша молодь, та й люди старшого покоління, повинні знати імена тих синів і дочок України, діячів культури, освіти, які, незважаючи на тяжкі випробовування, всі свої сили, талант і навіть життя віддавали служінню рідному народові, розвивали його культуру та формували його духовність. У своїй статті Волошина Н. Й. зазначає, що якщо вижила наша мова, твориться рідним словом наша література, розвивається культура, то й наша нація жива. А зберегли ці скарби українці – духовні провідники нації. Серед них відповідно й Іван Огієнко [16, с. 157].

Ніла Волошина притримувалася думки, що життя наше змінюється, змінюються погляди, переконання… Але ніколи не змінюється і не зміняться такі духовні якості в особистості, як доброта, порядність, щирість таких справжніх людей. І спогади про зустрічі з такими людьми не забуваються, а залишаються у серці назавжди. [13, с. 2].

Вчена стверджувала, що подаючи у підручниках з української літератури духовно збагачений матеріал, зокрема Біблійні матеріали із Священного Писання, та інформацію про саму Біблію, потрібно доносити до відома учнівської молоді відомості про тих вітчизняних славетних діячів, хто займався її перекладом. Так, подаючи у навчальних посібниках матеріал про Біблію, необхідно, наприклад, відзначити, що текст Біблії перекладався на українську мову П. Кулішем, І. Нечуєм-Левицьким та І. Пулюєм. А найповніший переклад, варто наголосити, був зроблений І. Огієнком, над яким він працював аж 41 рік. Причому, крім безпосереднього перекладу, десятиліттями вивчав давньоєврейську і давньогрецьку мови, виробляв методологію перекладу Священного Писання, працював з експертами Біблійного Товариства. [8, с. 3]. І такими шляхами при урочних бесідах з учнівською молоддю у них поступово буде вкладатися почуття гордості за своїх національних духовних провідників, а також розвиватиметься поважливе ставлення до світоглядних ціннісних орієнтирів, що ідейно проносили через своє життя ці культуропровідники.

Для того, щоб збагачувати свідомість учня та розвивати у нього духовні цінності, педагог рекомендувала у підручниках з української літератури давати хоча б по кілька творчих праць духовних супровідників нації, зокрема, бажано було б дати декілька поезій Івана Івановича Огієнка. А на факультативних заняттях такі матеріали можна вже подавати ширше, доручати учням спеціальні теми для досліджень, рекомендуючи літературу, яка вже є в Україні [8, с. 4].

Методист акцентувала увагу, що матеріал у будь-якому з підручників культурнопровідного циклу повинен подаватися цікаво, захоплююче. Щоб учень, почавши читати, не помітив, як він прочитав уже більше, ніж задав опрацювати вчитель. Саме при захоплюючому читанні художньої духовно багатої літератури учень вникатиме у внутрішній світ героїв, в обставини їхнього життя і діяльності, у сфери стосунків з іншими дійовими особами, якщо, наприклад, це художня література, що вивчається на уроках української літератури. Тому, щоб ефективно вкладати у свідомість молодої особистості ціннісні орієнтири, учитель має досконало знати художні особливості аналізованого твору і вікові особливості учнів, а також уміти викликати інтерес до поданого матеріалу в підручнику.

Вчена вважала, що в культурі суспільства криється джерело духовності народу. Саме мову, історію, літературу вона рахувала невичерпним джерелом нашої духовності, тобто духовності українського народу. І ця духовність була тим цілющим джерелом, з якого на всіх етапах історичного шляху України черпали силу й наснагу борці за утвердження української культури й державності. Стверджувала, що через усі предмети гуманітарного циклу в загальноосвітніх школах проходить і повинна проходити культурологічна лінія, яка пов'язуватиме навчальні уроки учнівської молоді з вивченням духовної культури суспільства [8, с. 2].

Наголосимо, вчена була переконана і турбувалась про те, що скорочення годин на уроки літератури зводитиме нанівець не лише формування національної самосвідомості та гуманістичне виховання учнівської молоді засобами мистецтва, а й формування цілісного духовного світу особистості. Шляхи формування духовного світу і стійких морально-духовних переконань засобами художнього слова Ніла Волошина відносила до групи методів, зв'язаних з посиленням виховної функції школи [6, с. 5–6].

Ніла Волошина констатувала, що художні твори з української літератури є носіями духовності нашого народу, тому формуючи духовні ціннісні орієнтири в учнівської молоді цими засобами мистецтва, потрібно обов'язково виконувати такі завдання при його аналізі: осягнути з учнями естетичне багатство художнього твору, який вивчається; посилити виховний вплив художнього твору на формування в учнів національних та загальнолюдських вартостей; формувати національну самосвідомість та високі патріотичні почуття; розвивати художнє й логічне мислення; поповнювати історико- і теоретико-літературні знання учнів новими відомостями; збагачувати знання учнів морально-етичними поняттями [1, с. 2]. Таким чином, дотримуючись таких методичних вказівок при впливі на учнів засобами художньої літератури поступово буде формуватись і збагачуватись духовний світ особистості.

Зауважимо, художню літературу Ніла Йосипівна вважала одним із тих найпопулярніших і найдоступніших видів мистецтва, що покликане підносити людину саме духовно, а така духовність, як наслідок, - приноситиме людині істинну радість. Це пояснюється тим, що *художнє слово* є гуманістичним за своєю суттю. А крім того, що твори української літератури відіграють значиме значення в естетичному вихованні, у формуванні національно свідомої та зорієнтованої на творчу діяльність особистості, художня література вкладає і морально-світоглядні цінності в учня. І завдяки духовному багатству такий учень зможе «знайти себе в суспільстві, себе в людині, себе у Всесвіті». Саме на

літературних взірцях є можливість «розвинути людину в людині з такими ціннісними началами, як стійким характером, сильною волею, добрим серцем, чистою совістю». Українську літературу вчена вважала не лише національним скарбом наших пращурів, а й справжнім відображенням їх духовного світу. Саме тому учитель має ознайомлювати учнів з давньою українською літературою [3, с. 2].

Ніла Волошина наголошувала: «Предмет «Українська література» − це наша духовність, наша історія в художньому слові». Тому вона переконувала, що скорочення годин на вивчення української літератури в загальноосвітній підготовці учнів неодмінно буде негативно впливати саме на формування духовного світу молодої особистості [3, с. 3].

Загалом, Ніла Йосипівна Волошина акцентувала для педагогічної громадськості на важливості формування духовних ціннісних орієнтирів в учнівської молоді під час сучасних урочних та позаурочних інтерактивних навчально-виховних занять. Вона наголошувала на тому, що слово, наповнене духовністю, безперечно, несе за собою «цілющу силу». Зауважимо, духовними провідниками вона вважала тих постатей, які своїм життям збагачували національну мову, історію, літературу та культуру загалом. Тому рекомендувала саме засобами художнього слова на уроках дисциплін гуманітарного циклу, зокрема на заняттях з української літератури, виховувати в учнівської молоді морально-етичні, естетичні, національно-патріотичні світоглядні цінності, як показники розвитку їхньої духовності. Вважаємо, що в умовах сьогодення ідеї Ніли Волошиної несуть, без перебільшення, надзвичайно доцільний й актуальний характер. І як цікаво та впливло можуть виглядати ідеї цієї педагогині в наш час, коли є змога не лише візуально побачити портрет духовного вихователя й діяча, і не лише почитати його тексти, а завдяки мультимедійним засобам відтворити звучання текстів, інтонаційний вплив автора та відобразити емоційний стан літератора. Адже мультимедійні засоби можуть бути адаптовані до потреб кожного учня. Вони навіть в змозі пропонувати різний рівень складності, інтерактивні завдання для самостійної роботи та можливість повторного відтворення матеріалу. Все це, відповідно, стимулює підростаючу молодь до активної участі навчатися, а також до стремління удосконалюватись в своїй моральній, світоглядній позиції.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Волошина Н. Й. Вивчення української літератури в новому навчальному році / Н. Й. Волошина. *Українська література в загальноосвітній школі.* 2002. № 4. С. 2–3.

2. Волошина Н. Й. Життя святих Руси-України. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2008. № 6. С. 53–56.

3. Критерії оцінювання навчальних здобутків учнів / Н. Й. Волошината ін. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2001. № 4. С. 2–4.

4. Волошина Н. Й. Крокуймо до успіхів разом. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2006. № 1. С. 2.

5. Волошина Н. Й. Методика літератури: проблеми. Пошуки. Здобутки. Перспективи. *Українська література в загальноосвітній школі*. 1999. № 1. С. 2–3.

6. Волошина Н. Й. Наукові і прикладні функції методики літератури. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2004. № 10. С. 5–6.

7. Волошина Н. Й. Основи християнської моралі. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2006. № 1. С. 19–21.

8. Волошина Н. Й. Підручникотворення на порозі третього тисячоліття. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2006. № 3. С. 2–4.

9. Волошина Н. Й. Прагнемо виховати людину-творця. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2007. № 5. С. 4–6.

10. Волошина Н. Й. Про державні стандарти базової і повної середньої освіти учнів з української та зарубіжної літератури. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2004. № 4. С. 2–3.

11. Волошина Н. Й. Сім новорічних запитань (Ексклюзивне інтерв'ю головного редактора Ніли Волошиної). *Українська література в загальноосвітній школі.* 2004. № 1. С. 2–3.

12. Волошина Н. Й. «Словом диво зросло…». *Українська література в загальноосвітній школі*. 2005. № 5. С. 56.

13. Волошина Н. Й. Спогади про незабутніх. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2006. № 11. С. 2.

14. Волошина Н. Й. Якість освіти і перспективні педагогічні технології. *Українська література в загальноосвітній школі*. 2006. № 9. С. 2–3.

***Анотація***

*Стаття присвячена проблемі духовно-культурного розвитку учнівської молоді мультимедійними засобами українського літературного слова в умовах сьогодення. Розкрито педагогічні ідеї педагога-методиста Н. Волошиної щодо шляхів формування духовних, світоглядних ціннісних орієнтирів сучасної молоді. Обґрунтовано провідні науково-методичні погляди вченої відносно шляхів забезпечення в закладах освіти ефективного педагогічного впливу на формування духовності та особистої культури учнів. Висвітлено вимоги вченої-педагога щодо укладання та роботи з підручниками й навчально-методичними*

*посібниками культуропровідного циклу. Подано специфіку науково-педагогіних поглядів Ніли Йосипівни Волошиної щодо особливості формування духовної культури особистості, зроблено акцент на Священному Писанні як скарбниці для розвитку духовності в особистостей. Здійснено аналіз поглядів вченої відносно національно-патріотичного виховання як складової частини загальної мети особистої культури й духовності вихованця. Окреслено методичні й педагогічні вимоги та напрацювання вченої щодо методів та прийомів роботи з учнями в напрямку формування світоглядної позиції. Деталізовано погляди методиста відносно формування естетичності в духовності та культурі особистості. Вказано ключові компоненти процесу виховання естетичної культури учнів. Звертається увага на актуальних для умов сьогодення засобах впливу на формування ціннісних світоглядних орієнтирів особистості школяра. Розкрито основні методичні вимоги вченої відносно аналізу художнього твору як засобу для формування всесторонніх культурних надбань учнів. Підкреслено значущість літературного мистецтва та літературної освіти для формування в підростаючої особистості комплексної системи світоглядних ціннісних орієнтирів, громадських та загальнолюдських вартостей, культуротворчих позицій і надбань.*

***Ключові слова**: духовність, культура, культурний розвиток особистості, виховання, учнівська молодь, мультимедійні засоби навчання, формування особистості, ціннісні орієнтири.*

***Summary***

*The article is devoted to the problem of spiritual and cultural development of school youth using multimedia means of the Ukrainian literary word in today's conditions. Pedagogical ideas of methodist pedagogue N. Voloshina regarding ways of forming spiritual, worldview value orientations of modern youth are disclosed. The leading scientific and methodical views of the scientist regarding the ways of ensuring effective pedagogical influence on the formation of spirituality and personal culture of students in educational institutions are substantiated. The requirements of the scientist-pedagogue regarding the compilation and work with textbooks and teaching-methodical guides of the cultural cycle are highlighted. The specifics of the scientific and pedagogical views of Nila Yosypivna Voloshina regarding the specifics of the formation of the spiritual culture of the individual are given, the emphasis is placed on the Holy Scriptures as a treasury for the development of spirituality in individuals. An analysis of the scientist's views on national-patriotic education as a component of the overall goal of the pupil's personal culture and spirituality was carried out. The methodical and pedagogical requirements and work of the scientist regarding the*

*methods and techniques of working with students in the direction of the formation of a worldview are outlined. The views of the methodologist regarding the formation of aesthetics in the spirituality and culture of the individual are detailed. The key components of the process of educating students' aesthetic culture are indicated. Attention is drawn to the means of influencing the formation of valuable worldview orientations of the schoolboy's personality, which are relevant for today's conditions. The main methodological requirements of the scientist regarding the analysis of an artistic work as a means for the formation of comprehensive cultural heritage of students are disclosed. The importance of literary art and literary education for the formation of a complex system of worldview value orientations, public and universal values, cultural positions and assets in a growing personality is emphasized.*

***Keywords**: spirituality, culture, cultural development of personality, upbringing, student youth, multimedia teaching aids, personality formation, value orientations.*

**Брадов Володимир,**
*д-р філософії (PhD), доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури,*
*Державний податковий університет,*
*м. Ірпінь, Україна*

# САНКЦІЙНА ПОЛІТИКА ЄВРОСОЮЗУ ЯК ПРОТИДІЯ МАСМЕДІА КРАЇНИ-АГРЕСОРА

З початком повномасштабного збройного вторгнення РФ в Україну 24 лютого 2022 року Європейський союз значною мірою активізував введення обмежувальних заходів проти країни-агресора. В ролі фігурантів під санкційним тиском опинилися і російські масмедіа, як злочинний інструмент загарбницької зовнішньої політики керівництва РФ. Вже з третього санкційного пакету (28.02.2022) у телеетері країн ЄС персонами нон ґрата стали Sputnik та Russia Today (RT), «Россия РТР/РТР Планета», «Россия 24», які були відключені там від кабельної, супутникової та інтернет-трансляції. Після введення в дію шостого (03.06.2022), сьомого (21.07.2022) та дев'ятого (15.12.2022) санкційних пакетів цей перелік значно розширився [1].

Російські ТБ-канали перебувають під постійним прямим чи непрямим контролем керівництва РФ та використовуються ним для безперервних, узгоджених дій щодо дезінформації та військової пропаганди, які легітимізують агресію Росії, а також спрямовані на дестабілізацію країн ЄС та підривають підтримку ними України. Саме це стало підґрунтям кардинальних санкційних рішень Европейського союзу.

З початком повномасштабного вторгнення з рекламного ринку РФ пішли майже 1150 зарубіжних компаній, а в цьому сегменті частка бюджетів компаній-резидентів країн, що виступають проти російської війни в Україні, складав тільки в пресі 28 відсотків, що в абсолютних цифрах перевищує 2,6 млрд руб. Ускладнилося становище і на ринку інтернет-реклами, головним фактором чого стала зупинку інвестицій західними рекламодавцями (про це заявили PepsiCo, Procter&Gamble, L'Oreal Groupe та багато інших брендів) [2, с. 15]. На процес вплинуло й унеможливлення розміщувати рекламний контент на ряді іноземних платформ, таких як YouTube й Google Ads.

Також санкційний тиск чинить і негативно впливає на діяльність усіх підприємств, пов'язаних з виданням та розповсюдженням друкованої продукції.

На це спрямована заборона Радою ЄС експорту до РФ фактично всіх фарб для друку, крейдованого паперу, а також поліграфічного обладнання. Більшість позицій з переліку в РФ не виробляється зовсім, а замінити їх на китайські чи індійські аналоги виявилося значно дорожче (до 80 відсотків) [3]. Дефіцит, що утворився таким чином, послужив поштовхом для зростання вартості поліграфічних послуг (до 25 відсотків) до чого редакції, здебільше й так дотаційні, виявилися не готові. Крім цього, видавцям довелося шукати також заміну західним системам верстки, у тому числі популярному InDesign, так як Adobe зупинив продаж своїх продуктів у РФ. Припинили постачання програмного забезпечення й конкуренти Adobe компанії Serif та Quark.

В ситуації, що склалася внаслідок санкцій, російські масмедіа чекають від влади обнуління податку на прибуток та зниження податку на додану вартість, звертаються до неї за пільговим кредитуванням, за субсидіями на фонд оплати праці, за пом'якшенням у регулюванні реклами алкоголю та тютюну. Влада, щоб зберегти підконтрольні ЗМІ як складову механізму реалізації своєї внутрішньої та зовнішньої політики, змушена йти назустріч цим проханням-випрошуванням, використовуючи бюджетні можливості. У 2022 році на їх фінансування була закладена сума, що дорівнює більше 111 млрд руб [2, с. 18]. Так, телеканал Russia Today (RT) отримав майже 30 млрд руб, 10 млрд – МІА «Россия сегодня», частку бюджетних грошей отримав ТАСС.

В умовах поступового посилення санкційного тиску, скорочення рекламних доходів, подорожчання інформаційних та поліграфічних послуг, дефіциту рекламних інструментів медіасфера РФ потребує все більших асигнувань з бюджету. Бюджету, який сьогодні потерпає від щоденних витрат на війну і вирішення багатьох інших проблем, пов'язаних з агресивними діями керівництва Росії. Саме це й визначає ефективність санкційної політики ЄС.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ЄС остаточно схвалив 9-ий пакет санкцій проти Росії. *Економічна правда.* URL : https://www.epravda.com.ua/news/2022/12/16/695102/ (дата звернення: 22.11.2023).

2. Брадов В. Особливості впливу та ефективність санкційного інструментарію протидії інформаційній агресії РФ: сучасний аспект. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації.* 2023. Вип. №2 (54). С. 12–22.

3. Санкції, запроваджені ЄС щодо Росії через вторгнення в Україну. *Європейська комісія. Солідарність ЄС з Україною.* URL : https://eu-solidarity-ukraine.ec.europa.eu/eu-sanctions-against-russia-following-invasion-ukraine_uk (дата звернення: 28.11.2023).

**Вертипорох Вікторія,**
*здобувачка вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності «Журналістика», Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# СТВОРЕННЯ ВРАЖАЮЧИХ ДІЛОВИХ ІСТОРІЙ З ОСОБИСТІСТЮ У ЦЕНТРІ ЕКОНОМІЧНОГО СТОРІТЕЛІНГУ

Ще одна особливість криється в ракурсі (підході), який економічний журналіст використовує. Наприклад в матеріалі про будівництво нового житла, яке субсидується урядом, автора цікавитиме: за яким механізмом обиратимуть підрядника, скільки йому платитимуть, чи мають дотичніть до цих процесів депутати, державні службовці, хто є бенефіціарами приватної фірми підрядника, хто ще претендував на отримання тендеру і чому їхні пропозиції не перемогли, скільки працівників його виконуватимуть, звідки надходить капітал (гроші) для фінансування проекту, чи повернуть та за яким механізмом не використані кошти. Це не виключний, проте приблизний перелік аспектів. Які потребують дослідницької уваги автора. Але саме деталі про цифри та гроші часто відсутні в матеріалах медіа, в чому і криється перспективність для тих, хто хоче побудувати успішну кар'єру в галузі.

Відправною точкою для значної кількості журналістських матеріалів на економічну тематику є статистичні дані. Однак попри те, що кінцевий твір буде присвячено економіці, фінансам, корпоративним угодам, прибуткам і збиткам, за ними криється доля людей, історія конкретних родин, які передбачають увагу до особистості. Конкретні дані ніби оживають, коли набувають обрисів людських постатей. Часто початківці ділової журналістики настільки зосереджуються на цифрах і технічній інформації, що забувають показати як ці зміни (оподаткування, монетарна політика, курс валют та ін.) вплинуть на пересічних громадян, одна саме вони є рушійною силою бізнесу і без них жодне підприємство не працюватиме. В основі кожної успішної бізнесової та економічної історії має лежати людина та через неї показувати, як ця тема вплине на її покупців, постачальників, виробників і громадськість.

Зв'язок між змістом ділової статті та людьми, а особливо аудиторією, надає їй довіри. Наприклад, повідомлення про зростання інфляції стає безглуздим, якщо воно не показує, як це ускладнює досягнення цілей звичайної людини. Роль бізнес-журналіста – попіклуватися про те, щоб за цифрами проглядалися долі.

Візитівкою матеріалу є його заголовок, він увиразнює та привертає увагу аудиторії. В середньому 8 з 10 людей читають заголовок, але лише 2 з 10 відкривають / переходять до основного тексту. В основі вдалого заголовку правило "50/50", тобто половина часу необхідного на написання матеріалу відводиться на формулювання його заголовку. Структура ділової новини така ж, як і будь-якої новини. Розповідь ділитися на провідну, основну і заключну частину. Лід – початок, тобто структурний елемент історії та спроба відповіді на якомога більше запитань із формули "5ws & 1h", не надто обтяжуючи текст. В економічній журналістиці це завдання ускладнене притаманним нагромадженням цифр, дат, конкретних значень, присутність яких, за можливості, треба мінімізувати. Тому такі повідомлення можна умовно розділити на важкі (сухі) ліди та сюжетні. Важкі зазвичай акумулюють усі моменти новини та включають підсумкові цифри (статистику, застарілі цифри, прибутки тощо). Однак більшість матеріалів обрамлюють м'якими лідами, вони описують особу чи подію, пов'язану із загальною темою новини [2, с. 11].

Подібно до будь-якого типу інформації економічні новини можуть з'являтися спонтанно, бути запланованими чи оприлюднюватися за результатами проведеного журналістом рослідування.

Спонтанні новини найчастіше екстренні. Це сюжетні новини, які висвітлюють події, які відбуваються без попереднього оголошення. У ділових новинах раптові зміни або "крахи" фондового ринку можуть вважатися екстреними новинами. Якщо завод згорів або розбився літак, репортери загального відділу інформації спробують з'ясувати, "що сталося, хто це зробив, чому це сталося" та іншу загальну інформацію про цю подію. Економічний журналіст почне повідомляти та досліджувати історію розглядаючи економічні чи фінансові наслідки інциденту. Економічний журналіст з'ясує в яку суму збитку це обійдеться компанії, проаналізує страхові претензії, а також як інцидент вплине на цілу галузь [1].

Окремим джерелом економічних даних є заплановані події. Попри те, що новина – це те, про що не було відомо раніше більшість щоденних економічних історій відомі задовго до фактичної їх презентації. Оголошення урядового бюджету, економічні конференції, запуск продукту (новий продукт, оголошений компанією), фінансові звіти компанії (квартальні або річні прибутки), церемонії перерізання стрічки та будь-які заходи, заплановані заздалегідь події ділових новин. Якщо репортер знає час, місце, головних учасників і пункти порядку денного, матеріал можна запланувати на день. Коли відбудеться подія. Єдиною змінною є фактичний результат події, коментар отриманий на місці після заходу

Журналістські розслідування є найскладнішим, об'ємнішим, однак ефективнішим та перспективнішим напрямком роботи в економічній журналістиці. Вивчення документів, робота з реєстрами, великими масивами числових даних та взаємозв'язків, співставлення фактів та зв'язків за продуктивної праці матиме результатом викриття фінансової схеми, презентації успішного матеріалу. Економічні журналісти, які здатні проводити самостійно чи працювати в команді над розслідуванням, високо цінуються як в професійному середовищі, так і глядачами оскільки вони розкривають сенси, які криються за нагромадженнями числових даних. Журналісти-розслідувачі висвітлюють потенційні випадки корупції та безгосподарності, "підсвічують" надважливі проблеми, як-от погані умови для робітників на заводах або компанії, які фальсифікують прибутки. Багато хороших економічних історій спонукали чи навіть змусили уряди змінити свою політику чи прийняти нові закони, що впливають на бізнес і захищають споживачів [2, с. 22].

Ділові та економічні історії можуть надходити звідки завгодно, але одна з найбільших претензій до бізнес-журналістів полягає в тому, що вони недостатньо знають про теми, які висвітлюють. Кожен журналіст потребує певного розуміння економіки, а організований розподіл предметних областей може допомогти репортерам і редакторам переконатися, що вони стежать за всією картиною. Знову ж таки не обов'язково бути експертом із цієї галузі, але, безумовно, треба розібратися в азах теми, яка стає предметом відображення в журналістському матеріалі. Політики, бюрократи, компанії використовують статистику, щоб рекламувати свої успіхи та приховувати свої невдачі, а гроші також стоять за багатьма діями політиків.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Business Storytelling and Postcolonialism. A World Scientific Encyclopedia of Business Storytelling / Nadir Alakavuklar O., Narciso de Barros A., Jammulamadaka N., Peredo A. M. 2023. URL : https://www.worldscientific.com/worldscibooks/10.1142/13336-vol3#t=aboutBook

2. Pani P., Fischer-Butmaloiu U. Introduction to business and economic journalism. Friedrich Naumann Foundation for Freedom. 2022. 89 p. URL : https://www.idem-institute.org/downloads/introductiontobusinessandeconomic journalism.pdf

***Анотація***

*Осмислено підхід економічних журналістів до викладу матеріалів на економічну тематику через призму особистості; наголошено на необхідності для журналістів подолати розрив між цифрами та людиноцентричним відображенням матеріалу. У тексті також розглядається значення заголовків, структури ділової історії та баланс між технічною інформацією та сторітелінгом, отримав подальший розвиток комплексний підхід до економічної журналістики, який розглядає як аналіз даних, так і сторітелінг, які є двома вимірами одного відображуваного явища.*

***Ключові слова**: вражаюча інформація, економічна журналістика, планові новини, спонтанні новини, статистичні дані, сторітелінг.*

***Summary***

*The approach of economic journalists to the presentation of materials on economic topics is assessed through the prism of particularity; called for the need for journalists to bridge the gap between numbers and people-centric reporting. The text also considers the meaning of headlines, the structure of a business story, and the balance between technical information and storytelling, with a further development of an integrated approach to economic journalism, which is seen as anal From the data, so from the story, they are two versions of one imaginary box.*

***Keywords**: damaging information, economic journalism, planned news, spontaneous news, statistical data, storytelling.*

**Гиріна Тетяна,**
*д-рка наук із соц. ком., професорка, завідувачка кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури, Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬНОГО СПРИЙНЯТТЯ ГАЛУЗЕВИХ ЗМК В УКРАЇНСЬКОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ МЕДІАЛАНДШАФТІ

За останні роки український економічний медіа-ландшафт зазнав значних трансформацій, оскільки цифровізація та зміна споживчих уподобань змінили спосіб виробництва та споживання економічних новин. Український економічний медіа-ринок відіграє важливу роль у формуванні суспільного сприйняття економічних питань і політики, надаючи цінну інформацію для бізнесу, управлінців і широкої громадськості. В епоху, яка характеризується поширенням цифрових медіа, розуміння динаміки цього ринку, особливо щодо перевірки аудиторії, є важливим. Верифікація аудиторії передбачає оцінку надійності та її довіри, яка переглядає економічні новини, що є вкрай важливим як для ЗМІ, так і для їхніх рекламодавців.

Український економічний медіаландшафт представлений традиційними та цифровими медіа, які у форматі мультимедійних проєктів на платформатх конвергентних редакцій створюють конкурентоспроможний галузевий контент. Традиційні засоби масової інформації, включаючи газети та телебачення, займають вагоме місце в структурі медіаспоивання проте це відбувається на фоні зниження тиражів і кількості глядацької аудиторії. Розвиток цифрових медіа, таких як онлайн-портали новин, соціальні медіа та спеціалізовані економічні блоги, значно послабив цей сектор.

До відомих гравців українського ринку економічних медіа входять популярні газети, як-от “Економічна правда” та “Дзеркало тижня”, телевізійні канали, як-от “Еспресо ТВ”, а також зростаюча кількість онлайн-платформ для новин. Ці торгові точки обслуговують різноманітну аудиторію, від бізнес-професіоналів до широкої громадськості.

Серед традиційних медіа варто розглянути “Економічну правду”, яка є однією з провідних економічних газет України, зарекомендувала себе як надійне джерело економічних новин та аналітики. Починаючи відлік своєї історії від

2001 р., видання пропонує детальну аналітику фінансових ринків, державної політики та бізнес-тенденцій. Його друкована версія, а також надійна присутність в інтернеті приваблюють різноманітну читацьку аудиторію, яка включає як бізнес-професіоналів, політиків так і науковців [1].

Одне з найповажніших видань незалежної України, яке зарекомендувало себе як традиційне друковане видання, а пізніше цифровому форматі сайту "Дзеркало тижня" є авторитетною українською щотижневою газетою, яка приділяє значну увагу економічним питанням. Заснована в 1994 році, вона забезпечує всебічне висвітлення внутрішньої та міжнародної економічних подій. Його аналітичні статті та авторські колонки сприяють формуванню економічного дискурсу в країні [1]. Дослідниця історико-культурного контенту інформаційно-аналітичного тижневика "Дзеркало тижня. Україна" (2004–2019 рр.) А. Мадей констатує, що "За час функціонування паперового суспільно-політичного тижневика «Дзеркало тижня» (2002–2011 р.) та його правонаступника – інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (2011–2019) воно здобуло визнання якісного українського видання, попри складні суспільно-політичні процеси та жорсткі політичні протистояння" [3, с. 8]. Нині онлайн видання є " якісним та авторитетним – одним з тих, які не зазнають впливу таблоїдних видань і не функціонують за принципом "попит породжує пропо-зицію" [3, с. 8].

Економічна ж тематика, яка представлена на сторінках означеного видання характеризується об'єктивним відображенням економічних тенденцій, що характеризують суспільство на різних етапах його історичного розвитку в контексті формування української державності. Інформаційний аналітичний щотижневик "Дзеркало тижня. Україна" є високоякісним виданням у суспільно-політичній сфері, яке розповсюджується на засадах демократизму, системності та опозиційності, а його робота сприяє формуванню національної свідомості серед українців на різних рівнях – в історико-культурному, суспільно-політичному та, безперечно, економічному аспектах.

Мультимедійний сектор економічної тематики в Україні представлено, зокрема, телеканалом "Еспресо ТВ", який серед загального інтересу до тематики політики, культури, спорту, науки, кінематографу особливий наголос робить на економічні та політичні новини. Він містить прямі трансляції, інтерв'ю та панельні дискусії, які аналізують економічну політику, інвестиційні можливості та ринкові тенденції. Програми каналу звертаються до широкого кола глядачів, від бізнес-лідерів, які шукають розуміння ринку, до широкої громадськості, зацікавленої у впливі економічних рішень на їхнє повсякденне життя [2].

Незалежна журналістика зразка онлайн мовника "Hromadske TV" попри наголос на військову та політичну тематику також заглиблюється в економічні теми. Це онлайн платформа для поглиблених дискусій щодо економічних реформ, корупції та проблем, з якими стикається економіка України. Його аудиторія – ті, хто цікавиться соціально-економічною динамікою країни [6].

Онлайн платформа "Українська правда" окрім своєї ролі політичного медіа пропонує висвітлення широкого кола економічних питань. Маючи сильну присутність у цифровому світі публікує статті, аналітичні матеріали та коментарі щодо економічної політики та розвитку ринків. Особливістю видання є підготовка динамічної інфографіки, яка отримує схвальні відгуки аудиторії. [4].

Регіональне рівненське онлайн видання "ІНВЕСТОР-ЮА.КОМ" спеціалізується на наданні вичерпної інформації про інвестиційні можливості в Україні. Він є цінним ресурсом для вітчизняних і міжнародних інвесторів, які прагнуть отримати знання про такі сектори, як нерухомість, енергетика та сільське господарство. Платформа також пропонує аналіз ринку та звіти для полегшення прийняття обґрунтованих інвестиційних рішень [7]. Одним із головних своїх завдань видання вбачає в інформуванні українців та закордонних партнерів про "те, куди та як інвестувати в Україну та щодня готує головні новини зі світу бізнесу та аналітичні матеріали про світовий та вітчизняний ринки" [7]. Журналісти ставлять перед собою амбітне завдання не лише повідомити про подію, але й зрозуміти її та роз'яснити суть подій, тенденцій та трендів у економічному житті країни і світу. Іншим виданням, яке робить ставку на висвітлення економічної тематики є "Delo.ua (Бізнес Онлайн)". Фактично це галузева інформаційна платформа для ділових та економічних новин в Україні, яка охоплює широкий спектр економічних тем, включаючи підприємництво, фінанси та технології. Редакція працює над створенням актуального та цінного контенту для бізнес-професіоналів та інвесторів, які бажають бути в курсі економічних подій [5].

Український економічний медіаландшафт зазнав трансформаційних змін, спричинених цифровізацією та зміною споживчих уподобань. Ця метаморфоза, відзначена співіснуванням традиційних і цифрових платформ, підкреслює ключову роль, яку відіграють економічні ЗМк у формуванні суспільного сприйняття економічних питань і політики. Підтримка аудиторією – критично важливий аспект цифрової епохи, вимагає ретельної оцінки надійності рецензентів економічних новин, що впливає на довіру медіа як для аудиторії, так і для рекламодавців. Водночас традиційні засоби масової інформації зберігають свою значущість, попри те, що сплеск цифрових платформ, включаючи онлайн-портали новин і спеціалізовані економічні блоги, переосмислив динаміку сектора, створюючи виклики для традиційних ЗМК.

Такі відомі гравці, як «Економічна правда» з 2001-го року та «Дзеркало тижня», засноване у 1994 році, вирізняються всебічністю висвітлення та аналітичною інформацією. Ці джерела значною мірою сприяють формуванню економічного дискурсу в Україні. «Еспресо ТВ», мультимедійна платформа, ще більше збагачує сектор економічних ЗМІ, акцентуючи увагу на економічних і політичних новинах у своїх програмах.

Оскільки медіа-ландшафт постійно розвивається, взаємодія між традиційними та цифровими платформами формує поліфонію інформування про економічні тенденції, політичні рішення та вплив на суспільство. Багатогранний характер економічної журналістики, що охоплює друковані, цифрові та мультимедійні сфери, відображає різноманітні інтереси її аудиторії, від бізнесу до широкої громадськості. Нині економічні медіа не лише поширюють факти, а й відіграють вирішальну роль у вихованні національної свідомості та розуміння економічних сил, які впливають на траєкторію розвитку України.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Економічна правда / Epravda.com.ua. 2023. URL : https://www.epravda.com.ua/

2. Еспресо ТВ (Espreso.tv). 2023. URL : https://espreso.tv/

3. Мадей А. С. Історико-культурний контент інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (2004–2019 рр.) [Текст] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. ком. : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. Київ, 2021. 18 с.

4. Українська правда. 2023. URL : https://www.pravda.com.ua/

5. Delo.ua. 2023. URL : https://delo.ua/ru/donate/

6. Hromadske TV / Hromadske.ua. 2023. URL : https://hromadske.ua/

7. Investor.ua / Investor-ua.com. 2023. URL : https://investor-ua.com/

***Анотація***

*Досліджено ландшафт українських економічних медіа з акцентом на вплив цифровізації виробництва та розповсюдження контенту; наголошено на ролі економічних засобів масової інформації в інформуванні бізнесу, менеджерів і широкої спільноти, окреслено перехід від традиційних медіа до цифрових із акцентом на відомих гравців українського ринку економічних медіа, зокрема газети «Економічна правда» та «Дзеркало тижня», телеканали на кшталт «Еспресо ТВ» та онлайн-платформи; акцентовано на ролі мультимедійних каналів, таких як "Еспресо ТВ", у висвітленні широкого спектру тем, включаючи економічні та політичні новини.*

***Ключові слова:*** *економічні ЗМК, інтернет-портали новин, мультимедійні проекти, традиційні ЗМК, українські економічні ЗМК, цифровізація.*

***Summary***

*The landscape of Ukrainian economic media was investigated with an emphasis on the impact of digitization of content production and distribution; the role of economic mass media in informing business, managers and the wider community is emphasized, the transition from traditional media to digital media is outlined with an emphasis on well-known players of the Ukrainian market of economic media, in particular the newspapers "Economichna Pravda" and "Dzerkalo Tyzhnia", TV channels such as "Espresso" TV" and online platforms; emphasized the role of multimedia channels such as Espresso TV in covering a wide range of topics, including economic and political news.*

***Keywords****: economic ZMK, Internet news portals, multimedia projects, traditional ZMK, Ukrainian economic ZMK, digitalization.*

**Григораш Аліна,**
*здобувачка освіти першого (бакалаврського) рівня факультету соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації, Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# МЕДІАУПЕРЕДЖЕНІСТЬ І ПРОПАГАНДА У ВИСВІТЛЕННІ ВІЙНИ

Вплив інформації на українське суспільство набуло величезного значення, одна з причин цього – інформаційні війни. Їх цілями є отримання або знищення переваги противника, виправдання агресивних дій, підтвердження перемоги в конфлікті в разі дискредитації противника, зміна державних кордонів без застосування вогнепальної зброї. Таким чином, у сучасних ЗМІ можна побачити інформаційно-психологічний вплив, адже вони маніпулюють громадською думкою та використовують різні технології для посилення свого впливу на процеси прийняття рішень. У зв'язку з введенням воєнного стану на території України рушійною силою залишається потужний інформаційний наступ з пропагандистським контентом.

Необхідність дослідження медіаупередженості і пропаганди у висвітленні війни обумовлюється низкою факторів.

1. Вплив на сприйняття війни: Медіаупередженість і пропаганда можуть спотворювати сприйняття війни людьми, що може призвести до неправильних рішень та негативних наслідків.

2. Розпалювання ненависті. Пропаганда може розпалювати ненависть до ворога і призвести до етнічних чисток та інших злочинів.

3. Підтримка авторитарних режимів. Пропаганда може використовуватися для підтримки авторитарних режимів і придушення інакомислення.

4. Зростання ролі медіа: У сучасному світі медіа відіграють все більшу роль у формуванні громадської думки. Це робить їх потужним інструментом для поширення медіаупередженості та пропаганди.

5. Розвиток нових технологій. Нові технології, такі як соціальні мережі, полегшують поширення дезінформації та фейкових новин.

Дослідження медіаупередженості і пропаганди у висвітленні війни може допомогти підвищити обізнаність людей про цю проблему, навчити людей критично мислити про інформацію, яку вони отримують, розробити методи боротьби з медіаупередженістю та пропагандою.

Актуальність дослідження медіаупередженості і пропаганди у висвітленні війни зростає в контексті наступного. Війна в Україні продемонструвала, як інформаційна війна може використовуватися для маніпулювання людьми та впливу на хід війни. Глобалізація призвела до того, що люди з усього світу отримують інформацію про одні й ті ж події з різних джерел. Це робить їх більш вразливими до медіаупередженості та пропаганди. Додає ускладнень зростання недовіри до медіа, що робить людей більш сприйнятливими до дезінформації та фейкових новин. Дослідження медіаупередженості і пропаганди у висвітленні війни може допомогти зробити світ більш безпечним і справедливим [4].

Теоретико-емпіричний аналіз сучасних напрацювань з питань протидії інформаційно-психологічної пропаганди дає змогу переконатися в зацікавленості науковців щодо анонсованої проблематики. Це важливий напрямок наукової діяльності, який має значний потенціал.

Українська журналістика в умовах повномасштабної війни переживає трансформацію, яка передається аудиторії через зміну медійної риторики, збільшення візуального контенту та вплив реалізму. З одного боку, війна а Україні збільшила ризики для життя та безпеки журналістів, ускладнила доступ до інформації, спричинила цензуру, а з іншого – підвищила значення журналістики у суспільстві, стимулювала інновації та згуртувала журналістів.

До ключових моментів трансформації української журналістики під час війни варто віднести: зростання ролі соціальних мереж, розвиток фактичної перевірки інформації, ініціатив для боротьби з дезінформацією, зростання популярності лонгрідів, фокус на людських історіях, які допомагають краще зрозуміти трагедію.

Питання дотримання журналістських стандартів у воєнний час також є важливим, оскільки аудиторія усвідомлює труднощі, з якими стикаються українські журналісти. Важливими видаються також рекомендації Управління зв'язків з громадськістю Збройних Сил України для журналістів. Корисними також можуть бути рекомендації Інституту масової інформації (IMI) щодо «Правил роботи журналістів зі збройними силами». Деякі інші важливі поради можна знайти в редакційних настановах Бі-Бі-Сі.

1. Тон повідомлення повинен бути настільки ж важливий, як і його достовірність.

2. Слід поважати людську гідність, не висвітлюючи реальність війни. Використання дуже графічних зображень війни або сцен насильства повинно мати чітке редакційне обґрунтування.

3. Там, де це можливо, слід запобігати тому, щоб люди дізнавалися про смерть і поранення своїх родичів з новинних репортажів, веб-сайтів і програм [1].

Журналісти завжди повинні балансувати між суспільним інтересом у повній і достовірній інформації та потребою у співчутті. Необхідно завжди поважати приватне життя та гідність померлих. Слід також уникати необґрунтованих великих планів обличчя і серйозно поранених, а також матеріалів, пов'язаних із насильством.

Такі нововведення свідчать про те, що соціальна відповідальність журналістів значно зросла, адже вони виступають безпосереднім інформаційним містком між адресатом і адресантом. Оскільки одне із завдань журналістики як такої – формування громадської думки, наразі до працівників медіасфери прикута особлива увага, адже вони створюють картину світу більшості людей. Публікуючи контент, важливо зважати на всі майбутні можливі загрози.

Журналісти, які висвітлюють війну, мають дотримуватися високих стандартів точності, неупередженості та балансу. Деякі з цих стандартів стосуються перевірки фактів перед публікацією інформації, неупередженості, тобто журналісти повинні уникати висловлення власних думок або переконань у своїх матеріалах, балансу, представляючи всі сторони історії, гуманності, а саме журналісти повинні поважати гідність людей, які постраждали від війни [2].

Медіаупередженість та пропаганда - це складні проблеми, які потребують ретельного вивчення. Журналісти, які висвітлюють війну, мають дотримуватися високих стандартів точності, неупередженості та балансу.

Нижче наведені практики різних українських медіа-організацій, положення редакційних конвенцій всесвітньо визнаних медіа-організацій та принципи міжнародних журналістських і професійних організацій.

1. Неможливо висвітлювати воєнні події, які спричинили стільки жертв, не розкриваючи фактів про загиблих.

2. Одну й ту саму інформацію можна доносити по-різному. Говорячи про жертви війни, журналістам недостатньо просто констатувати факти.

3. Неетично повідомляти про смерть людини, не поінформувавши родину.

4. Слід використовувати відповідні слова, такі як «труп», «померлий» або «вбитий» замість «мертве тіло» або «небіжчик», уникаючи використання емоційних слів та виразів в інформаційних матеріалах.

5. Виважено підходити до використання фото- та відеоматеріалів із зображенням загиблих.

6. Багато українських ЗМІ використовують контент із соціальних мереж. Це стосується і матеріалів про смерть людей. Неприпустимо подавати фотографії та відео з соціальних мереж без будь-якої перевірки.

7. Фотографій має бути небагато і вони мають бути розрідженими.

8. Кожна людина заслуговує на повагу і гідність навіть після смерті.

9. Багато українців активно шукають, переглядають і поширюють фото та відео загиблих російських солдатів. Водночас журналістам варто шукати альтернативні способи донесення інформації про величезні втрати російських військ в Україні, оскільки такий контент може мати негативний вплив на певну аудиторію, зокрема неповнолітніх.

10. Уникайте сенсаційності та клікбейтових заголовків. Також важливо уникати нагнітання негативних емоцій на задньому плані.

11. Не слід використовувати архівні фотографії або відео з ідентифікованими жертвами для ілюстрації поточних подій. Треба поважати почуття родичів, які будуть бачити своїх загиблих близьких знову і знову.

Журналіст на фронті – це завжди відповідальність за поширювану інформацію. Яскравими прикладами воєнних кореспондентів є Андрій Цаплієнко, Костянтин Мельников, Антон Коломієць, Денис Казанський, Юрій Бутусов та інші. Процес розуміння того, що можна показувати, а що ні, як правильно розмовляти з військовими, де починається потенційно неприйнятний контент – навички, що журналісти здобувають під час роботи [3].

Війна привернула увагу американських інформаційних організацій, які надали конфлікту безпрецедентного рівня висвітлення, зокрема: The New York Times і CNN. Для аналізу цих матеріалів було використано два періоди часу: з 24 лютого 2022 р. по 9 березня 2022 р. та з 17 вересня 2022 р. по 30 вересня 2022 р. Вибрані часові рамки були обрані з різних причин. 24 лютого 2022 року відзначається перший день, коли Росія вторглася в Україну, і, отже, висвітлення було найважчим і найглибшим протягом цих перших двох тижнів вторгнення. Інший двотижневий часовий відрізок був обраний як 29 тижнів і два дні, або трохи більше семи місяців після вторгнення в Україну. Ці тижні були використані для визначення того, скільки уваги ЗМІ продовжувала приділяти війна в Україні через сім місяців після вторгнення 24 лютого. У дослідженні використовувалися три категорії висвітлення: типи сюжетів і повторювані теми, використання джерел і використання технології, щоб перевірити, як CNN і Times повідомляли новини. CNN і Times присвятили багато своїх репортажів війні в Україні.

The New York Times висвітлювала війну в Україні широко і включала багато форм репортажів. Протягом перших двох тижнів війни 95 % усіх чотирьох першосторінок друкованої газети стосувалися війни в Україні, що є неймовірно високим відсотком висвітлення, особливо якщо порівнювати з іншими війнами, де були розгорнуті війська США. Майже через сім місяців висвітлення залишалося відносно високим: 36 % із чотирьох найкращих історій на перших сторінках продовжували розповідати про Україну. У цих матеріалах розповідалося про кілька тем і тем, включаючи військові операції, українських цивільних, російські новини та реакцію Заходу. Вони також використовували багато різних типів російських і українських відомих і невідомих джерел, хоча українські джерела використовувалися більше, ніж російські. Нарешті, нові технології дали поштовх новому типу цифрової військової журналістики, здатної знаходити детальну інформацію для викриття російських військових злочинів.

CNN присвятив багато часу та ресурсів, щоб детально висвітлити війну в Україні. Вони присвятили 96 % шоу CNN Newsroom війні в Україні протягом перших двох тижнів війни, що є вражаюче високим показником. Цей репортаж показав дивовижні кадри вибухів, палаючих будівель, котячих танків і трупів українців і росіян. CNN також залучила низку військових експертів, журналістів і професорів, щоб покращити висвітлення війни. Через сім місяців обсяг висвітлення війни в Україні впав до 10% за два тижні вересня. Новини у вересні в основному були зосереджені на російському призові, фіктивних референдумах в Україні та ядерних загрозах Путіна. Більшість джерел у цей проміжок часу були експертними джерелами, а не відомими та невідомими українськими чи російськими джерелами. Нарешті, нові технології були вирішальними для CNN для створення ефективного візуального мовлення для аудиторії. Кадри, зняті відеореєстраторами, відео з соцмереж і відеоспостереження з дронів стали головними ефірами CNN в Україні.

Протидія негативним інформаційно-психологічним впливам - це спеціальний комплекс інформаційних, психологічних та організаційних заходів, спрямованих на попередження, виявлення та нейтралізацію ворожих впливів. Виходячи з вищезазначеного, основні напрямки інформаційно-психологічного протистояння з ворогом можна визначити наступним чином:

- руйнування каналів поширення російської пропаганди, викриття фейків та маніпуляцій, які поширює ворог;
- створення мережі каналів поширення неупередженої інформації, захищених від кібератак;

• підвищення медіаграмотності населення. Люди повинні вміти критично ставитися до отриманої інформації та вміти відрізняти правду від брехні;

• використання слабких місць у російській ідеології.

Насамперед, йдеться про блокування каналів, якими поширюється російська пропаганда. Враховуючи тактику Кремля «керувати і слідувати», а не придушувати Інтернет, а також бажання людей «отримувати інсайти, жарти, неперевірені чутки та інформацію про політиків і громадських діячів», аудиторія інформаційних каналів, зокрема Telegram, останніми роками стрімко зросла в Україні. Певний час про канал Telegram не згадували, побоюючись звинувачень у наступі на свободу слова [6].

Інформаційно-психологічне протистояння – це комплексна та багатогранна задача, яка потребує скоординованих зусиль з боку держави, ЗМІ, громадських організацій та громадян.

Для дослідження громадської думки щодо медіаупередженості і пропаганди у висвітленні війни було використані інтерв'ю, в якому пропонувалось респондентам відповісти на декілька запитань. Цільова аудиторія: українці віком від 18 до 70 років. Методи опитування: телефонне інтерв'ю. Вибірка: 120 опитаних. Більшість респондентів 54 % отримують новини про війну з інтернет-джерел. 40 % респондентів отримують новини з державних засобів масової інформації під час пошуку інформації про війну. Однак викликає занепокоєння той факт що більшість респондентів не завжди послуговується офіційними джерелами інформації. 32% респондентів взагалі не користуються цими джерелами. Звідси логічним постає питання довіри до державних засобів масової інформації. Респонденти найбільше довіряють приватним експертам, політичним оглядачам, лідерам думок, журналістам – 38 % опитаних, однак і державним засобам масової інформації довіряють 28 %. А от третина опитаних довіряють недержавним та іноземним засобам масової інформації. Це вказує на те, що українці на 100 % не довіряють нікому, і шукають альтернативні джерела інформації, крім офіційних.

Опитування показало, що українці загалом краще розрізняють російську пропаганду. Крім того, вони добре ідентифікують нові меседжі, що з'являються в умовах повномасштабної окупації, і здебільшого погоджуються з проукраїнськими заявами. З іншого боку, тези про нацизм і державні перевороти, які вже «вкоренилися» в українському інформаційному просторі, продемонстрували найбільшу варіативність реакцій [5].

Можливо, у випадку з новими дезінформаційними ін'єкціями активна комунікація держави та громадських організацій щодо ворожої дезінформації була успішною.

Цьому могло сприяти швидке реагування держави та громадських організацій, широкі канали комунікації для поширення інформації (офіційні сайти, соціальні мережі, традиційні медіа), співпраця держави та громадських організацій з медіа задля поширення перевіреної інформації. Спостерігається позитивна тенденція у підвищенні медіаграмотності населення, що дозволяє українцям більш критично ставитися до інформації. Успішна протидія дезінформації потребує спільних зусиль та координації дій з боку всіх зацікавлених осіб.

Тож, висвітлення війни в міжнародних ЗМІ має великий вплив на громадську думку. Важливо критично ставитися до інформації та віддавати перевагу перевіреним джерелам. Натомість, підтримка українських медіа є вкрай важливою в інформаційній війні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ross Hannah. A new test of the news: an examination of the new york times and cnn coverage of the war in Ukraine. LSU Master's Theses. 2023. P. 5745.
2. Бабенко О. Засади підготовки військових тележурналістів України в умовах гібридної війни. *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика.* 2017. Вип. 42. С. 12–18.
3. Їхніми очима: українські журналісти, які висвітлюють війну на весь світ. URL : https://vogue.ua/article/culture/lifestyle/jihnimi-ochima-5-ukrajinskih-zhurnalistov-yaki-visvitlyuyut-rosiysku-agresiyu-na-uves-svit-52500.html (дата звернення: 20.02.2024).
4. Курбан О. В. Сучасні інформаційні війни в мережевому он-лайн просторі : навчальний посібник. Київ : ВІКНУ, 2016. 286 с.
5. Оцінка громадянами ситуації в країні та дій влади, довіра до соціальних інститутів (лютий-березень 2023 р.) / Разумков Центр. URL : https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-gromadianamy-sytuatsii-v-kraini-ta-dii-vlady-dovira-do-sotsialnykh-instytutiv-liutyi-berezen-2023r (дата звернення: 20.02.2024).
6. Як російська пропаганда використовує анонімні телеграм-канали для досягнення власних цілей. URL : https://disinfo.detector.media/post/yak-rosiiska-propahanda-vykorystovuie-anonimni-telehram-kanaly-dlia-dosiahnennia-vlasnykh-tsilei (дата звернення: 20.02.2024).

***Анотація***

*Війна завжди супроводжується інформаційною війною, де медіа відіграють ключову роль. Медіаупередженість і пропаганда можуть спотворювати сприйняття війни, впливати на громадську думку та маніпулювати людьми.*

***Ключові слова:*** *медіаупередженість, пропаганда, дезінформація, фейкові новини, інформаційна війна, військова цензура, фреймінг, емоційні маніпуляції, критичне мислення.*

***Summary***

*War is always accompanied by an information war, where the media play a key role. Media bias and propaganda can distort perceptions of war, influence public opinion, and manipulate people.*

***Keywords:*** *media bias, propaganda, disinformation, fake news, information war, military censorship, framing, emotional manipulation, critical thinking.*

**Дашевська Ірина,**
*старша викладачка кафедри туризму*
*та готельно-ресторанної справи,*
*Класичний приватний університет,*
*м. Запоріжжя, Україна*

# РОЛЬ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ЯК НОСІЇВ ЦІННОСТЕЙ

Екскурсійна діяльність завжди була і залишається ключовою в сучасному туристичному бізнесі. Однак, значно важливішою є її гуманістична функція ціннісної орієнтації суспільства через презентацію об'єктів культурної спадщини. Сьогодні на перший план виходять способи їх інтерпретації як носіїв культури, що впливають на зміни в мисленні, діях громадян, формують відчуття відповідальності за власну долю і за розвиток суспільства загалом. Знання і досвід, які екскурсанти отримують під час відвідання культурних пам'яток як туристичних об'єктів, мають проявитися інтелектуально-емоційним відгуком, об'єктивним, зацікавленим, неупередженим підходом до них як до культурних цінностей, без яких неможливий подальший поступ.

Ключову роль в цій культурній комунікації відіграє особистість екскурсовода або гіда, його професійне вміння презентувати, інтерпретувати артефакти культури. Сучасний кваліфікований фахівець екскурсійної справи вчиться впродовж життя –«longlife education», вдосконалює практичні навички шляхом отримання неформальної освіти – в першу чергу, курси, тренінги, майстер класи тощо. Високопрофесійний гід постійно вчиться, гнучко адаптується до нових викликів, сприймає нові тренди і технології, робить все можливе для поширення інформації про об'єкти культурної спадщини, трансляції їхньої ваги як носіїв національних і загальнолюдських цінностей. Саме такі актуальні професійні якості екскурсовода і туристичного гіда забезпечує неформальна освіта, її численні форми навчання та практичної підготовки. Тому високі вимоги до фахівців туристичного супроводу обумовлюють серйозну професійну підготовку на основі спеціальних кваліфікаційних програм. Зокрема, на основі європейського стандарту професійної підготовки гідів затверджено український стандарт ДСТУ EN 15565:2016 «Туристичні послуги. Вимоги до професійної підготовки та кваліфікаційних програм для гідів» [1]. Процес його гармонізації відбувається не тільки на законодавчому, але і на практичному рівні. Усвідомлюючи актуальність формування українського ринку якісних екскурсійних послуг

шляхом підвищення кваліфікації екскурсоводів і гідів, професійні спільноти України, в першу чергу, Всеукраїнська асоціація гідів (ВАГ), в партнерстві і за підтримки Федерації європейських гідів (FEG) та Всесвітньої федерації асоціацій туристичних гідів (WFTGA), вже пропонують кваліфікаційні програми підготовки українських гідів за європейськими і світовими стандартами.

Відповідно до цих стандартів провідною професійною якістю екскурсоводів і гідів є вміння інтерпретувати культурну та природну спадщину певної місцевості, визначати топологію, хронологію екскурсійних об'єктів, вміти їх презентувати туристам [2]. Важливим є також вміння через артефакти впливати на емоцій, поєднувати і визначати паритетне співвідношення необхідної інформації про них із залученням інформації про об'єкти нематеріальної спадщини екскурсійній розповіді. Фольклор – міфи, казки, легенди, перекази, традиції, звичаї, свята, цитати з пісень, билин тощо, стають не лише прикрасою і доповненням до сприйняття матеріальних екскурсійних об'єктів, але презентуються як самодостатні культурні цінності.

Міжнародне співтовариство одностайне у підтримці культурного розмаїття, у високій оцінці ролі матеріальної і нематеріальної культурної спадщини як фактора, що сприяє зближенню, обмінам та взаєморозумінню між людьми.

Завдяки професіональному вмінню гідів інтерпретувати пам'ятки матеріальної і нематеріальної спадщини, розкривати глибину їхнього взаємозв'язку і нерозривності, презентувати їх як об'єкти культурних і соціальних змін, екскурсійна діяльність виступає не тільки як глобальний засіб міжкультурної комунікації, соціальної взаємодії, але, в першу чергу, як найактивніший агент їх ідентифікації і популяризації, їх збереження як цінності, що забезпечує сталість суспільного розвитку.

Гармонізуючи європейські стандарти екскурсійного обслуговування з реаліями і потребами і сучасного українського життя, важливо передбачити спеціальні програми по інтерпретації і презентації об'єктів культурної спадщини як носіїв національних культурнихцінностей. Як показала історія включення об'єктів культурної спадщини України до Списку об'єктів Всесвітньої культурної спадщини ЮНЕСКО, навіть культурологічні методики виявлення, ідентифікації, вивчення таких об'єктів потребують значного доопрацювання, уточнення законодавчих, теоретичних і методичних засад цієї справи [3]. Саме на них має будуватися інтерпретація і презентація екскурсійних об'єктів. Для формування вміння інтерпретувати культурні пам'ятки як ціннісні носії – і матеріальної, і нематеріальної спадщини необхідна поглиблена практична підготовка, зокрема, на спеціальних тренінгах, воркшопах, майстер-класах, інших формах неформальної

професійної освіти. Чіткіше виглядає робота з давно вже розробленими пам'яткоохоронними методами дослідження та інтерпретації різних видів об'єктів матеріальної спадщини – архітектурних, археологічних, музейних тощо.

Отже, потреба у підготовці кваліфікованих українських екскурсоводів та гідів як фахових популяризаторів національного значення об'єктів культурної спадщини співпадає із актуальністю включення потужного потенціалу культурних артефактів в трансформаційні процеси українського суспільства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ДСТУ EN 15565:2016 «Туристичні послуги. Вимоги до професійної підготовки та кваліфікаційних програм для гідів» (EN 15565:2008, IDT). URL : http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=ecfd6c5a-1760-4d8d-a9313a63f64e2310&title=GaluzeviStandarti

2. EN 15565:2008 E «Tourism services – Requirements for the provision of professional tourist guide training and qualification programmes». URL : http://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.keyword&k=21&t=1&page=16

3. Про нематеріальну культурну спадщину : проєкт Закону України. URL : http://mincult.kmu.gov.ua/ mincult_old/uk/publish/article/391359

**Джолос Олег,**
*канд. наук із соц. ком., доцент кафедри телебачення і радіомовлення Навчально-наукового інституту журналістики,*
*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,*
*м. Київ, Україна*

# ЦИФРОВІ МЕДІА НА ПОРОЗІ РЕГУЛЯЦІЇ: ЗАКОНОДАВЧІ НОРМИ ЄВРОСОЮЗУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНИ

В останні роки Європейський Союз приймає все більше законів для регулювання цифрових платформ, пов'язаних з інформаційними технологіями. Україна, як країна-кандидат в члени Євросоюзу, так само рухається в напрямку модернізації законодавчої бази як до аналогових так і цифрових медіа. Відповідно до рекомендацій Єврокомісії: «Україна має якісно імплементувати закони про медіа і про авторське право, гармонізуватися з новітніми цифровими актами Євросоюзу, підвищити інституційну спроможність регулятора і центрів боротьби з дезінформацією» [1].

Європейський Союз посилює регуляцію в сфері медіа. Наслідком цього стало прийняття Digital Markets Act (Закон про цифрові ринки) та Digital Services Act (Закон про цифрові послуги). Digital Markets Act регулює відношення значних гравців ринку цифрових послуг, а Digital Services Act встановлює вимоги до постачальників цифрових послуг щодо їх правил користування, процедур та застосунків.

Digital Markets Act (Закон про цифрові ринки), набрав чинності у травні 2023 року. Закон про цифрові ринки стосується великих гравців ринку, яких називає гейткіперами, наприклад Google, Meta (колишній Facebook), X (колишній Twitter), та інших. Гейткіпери (Великі цифрові онлайн платформи) – це компанії, що:

- Впливають на ринок. Мають значний вплив на внутрішній ринок та займають провідне становище на ньому;
- Надають ключові послуги, а саме онлайн-посередництва (наприклад, магазини застосунків AppStore та PlayMarket), пошукові системи, соціальні мережі, обмін відео, зв'язок через Інтернет, операційні системи, браузери, віртуальні помічники, хмарні та рекламні послуги;

• Кількість користувачів. 45 мільйонів активних кінцевих користувачів щомісяця з ЄС.

Digital Services Act (Закон про цифрові послуги), набрав чинності у 2022 році але старт застосування відтерміновано до 17 лютого 2024. Закон про цифрові послуги вимагає від постачальників посередницьких послуг внести зміни до правил користування платформами, створити єдині канали для комунікації з контролюючими органами та споживачами послуг, відкрити представництва у ЄС, публікувати інформацію про систему модерації контенту тощо.

Закон розповсюджується на всіх постачальників посередницьких послуг, що зареєстровані в ЄС або надають послуги на території ЄС. Посередницькі послуги є послугами зі зберігання та передачі будь-якої інформації, а саме соціальні мережі, маркетплейси, відеохостинги, месенджери тощо. До надавачів посередницьких послуг відносяться, наприклад, Google, YouTube, Facebook, Airbnb, Amazon тощо [2].

Основним гаслом DSA (Закон про цифрові послуги) можна назвати «все, що заборонено офлайн, має бути забороненим онлайн». А основним гаслом DMA (Закон про цифрові ринки) можна назвати рівні умови для розвитку інновацій і конкурентоспроможності через регулювання онлайн-платформ.

На останок щодо перспектив прийняття в Україні законів відповідних до Digital Markets Act та Digital Services Act. За словами Максима Дворового, більшість подібних актів ЄС підлягатимуть прямій імплементації, але головна перешкода на цьому шляху, це те що Україна ще не є членом ЄС. Адже у Digital Services Act встановлюється вимога до реєстрації платформи в одній з країн ЄС. «Цього буде достатньо для того, щоб платформа виконала умови та була під юрисдикцією регулятора й держави, яка матиме можливість наглядати за виконанням обов'язків. Україна ще не є членом ЄС. Для держав-кандидатів платформи мають реєструватись у кожній країні. Тому питання – чи прийде іноземна компанія в Україну реєструватись. А якщо ні, то чи хочемо ми блокування фейсбуку, інстаграму тощо. Це велике питання, на яке немає відповіді», – каже Максим Дворовий [3].

Вплив телеграму — це проблема для України. Але у Європі він менш поширений. І два акти — Digital Services Act і Digital Markets Act — більшою мірою встановлюють правила для «дуже великих» мереж, так званих VLOP (великих цифрових онлайн платформ). У квітні Єврокомісія затвердила перелік цих платформ. До нього входить Facebook, Instagram, LinkedIn, Tik Tok, Twitter, Amazon, AliExpress, Booking.com тощо. Телеграма серед них немає. Бо телеграм має менше ніж 45 мільйонів активних користувачів на місяць у ЄС. А саме цей

поріг є визначальним для великих, у розумінні ЄС, платформ. Європейська Комісія уповноважена знизити поріг, якщо дійде висновку, що платформа має великий соціальний вплив. «У Європі телеграм непопулярний — по факту це мережа "для бідних". Ним користується оцінково 5 % населення Європи. Особливу роль у Європі телеграм проявив під час епідемії ковіду: саме там розплодилися антиваксери, конспірологи. У нас ця мережа стала гіперпопулярною саме з моменту повномасштабного вторгнення Росії», — каже головний експерт з медійного права Центру демократії та верховенства права (ЦЕДЕМ) Ігор Розкладай [3].

Медіексперти та медіаюристи України підтримують нововведення ЄС, тому що вважають необхідним обмежити можливості великих цифрових онлайн платформ впливати на ринок інформаційних і медіа послуг в Україні. Також регулювання надання цифрових послуг серед іншого має протидіяти дезінформації в мережі інтернет. Digital Markets Act та Digital Services Act є одними з перших, але не останніми законами, що будуть регулювати медійную галузь у ЄС. Вже зараз ЄС напрацьовує документи спрямовані на регуляцію штучного інтелекту, тазахист приватності у сфері цифрових комунікацій.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Два бали з семи, прогноз позитивний: що думає ЄС про початок переговорів про вступ України у 2023 році. URL : https://www.eurointegration.com.ua/articles/2023/06/21/7164104/ (дата звернення: 17.02.2024).

2. Про нововведення законодавства ЄС у цифровій сфері, нові особливості регулювання та їх вплив. URL : https://www.juscutum.com/news/eu-digital-markets-act-ta-digital-services-act-novi-mozhlivosti-ta-vimogi (дата звернення: 17.02.2024).

3. Телеграм в Україні: регулювати не можна, заблокувати не готові. URL : https://detector.media/rinok/article/219977/2023-11-30-telegram-v-ukraini-regulyuvaty-ne-mozhna-zablokuvaty-ne-gotovi/ (дата звернення: 17.02.2024).

**Досенко Анжеліка,**
*канд. наук із соц. ком., доцентка,*
*завідувачка кафедри журналістики,*
*Таврійський національний університет*
*імені В. І. Вернадського,*
*Україна*

# ЦИФРОВИЙ КОНТЕНТ: МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ НА АУДИТОРІЮ

У часи повномасштабного вторгнення, блек-аутів, систематичних обстрілів та відключень світла українцям довелось шукати шляхи розповсюдження коротких та змістовних повідомлень, що висвітлюють актуальні події в усіх регіонах та загалом в державі. Змінились вимоги до цифрового контенту та механізми впливу на аудиторію, яка більше не мала ні часу, ані сил на прочитання великих за обсягом інформаційних та новинних текстів.

Медіа тексти стали змістовнішими та яскравішими. Дедалі посилюється психологічний вплив, який влада використовує як метод контролю над українцями, реалізуючи свої внутрішньополітичні механізми управління в державі. В інформаційному просторі України ведеться складна психологічна війна (і не тільки), що впливає на аудиторію, її світосприйняття. Ворог так само як і на полі бою намагається вести бойові дії (зокрема у інформаційному та психологічному векторах). На думку М. Лібіцкі «Завдання психологічної війни – це не знищення фізичної сили, а знищення соціуму. У такій війні ведення пропаганди, шпіонажу, диверсій носять виключно додаткове значення, головне – це проникнення всередину системи противника, підрив його цілей, поглядів, світосприйняття» [3]. У своїх працях автор виокремив три форми психологічної війни, виділивши серед них пропаганду, інформаційну обробку населення, деморалізація.

Окремо слід акцентувати увагу на психологічному тискові, який посилюється у соціальних мережах на споживачів, що безпосередньо впливає на масові настрої, диктуючи настрої та поведінкові особливості. Яскравими прикладами подібного є подібні цитати: «Гроші на ЗСУ» (вимагання від влади більше виділяти на Збройні Сили України, що говорить про відсутність довіри народу до влади); «Я проти Євробачення» або «Ворог готується до наступу, а ми до Євробачення» (акцентування уваги на тому, що низка країн світу відмовилась від участі у пісенному конкурсі, а Україна витрачає гроші не на озброєння проти ворога, а на пісні); «Як би важко нам не було, але вже точно ніколи не буде

соромно» або «Підтримаємо Валерія Залужного!» (акцентує увагу на довірі до головнокомандувача та звертає увагу на високий рівень недовіри до діючої влади») та багато інших. На думку авторки, наведені приклади здійснюють психологічний тиск на користь української нації, вони підбурюють до активних дій, що у разі їх виконання матимуть позитивний впив на Україну. Але наявні і маніпулятивні та дискредитивні закиди, що вочевидь здійснюються ворогом.

Наприклад: «ЗеВлада звільняє Залужного за наказом рф»; «Володя, якщо ти хочеш, щоб твої рейтинги зросли – звільни Єрмака» (заклики, що виставляють владу в негативному світлі); «Не надихаєшся перед виборами» (демонстрація постійної жаги влади від чиновників». Побідні інформаційні вкраплення у соціальних мережах сприяють маніпулюванню свідомістю споживачів інтернету. О. Звездова зазначає: «Маніпулювання свідомістю, основою якого є найчастіше розважальні телепрограми, музичні та спортивні проекти, кінофільми, соціальні мережі. В цій групі найчастіше використовуються: реклама свого способу життя; поширення бажаних політичних цінностей та стандартів; масове поширення чуток і пліток як альтернатива офіційній пропаганді політичного опонента» [1, с. 67].

Із зазначеного випливає, що контент соціальних мереж використовується як спосіб досягнення політичних рішень, політичного та психологічного тиску, форм підбурення суспільства до ведення певних дій.

Через соціальні мережі сьогодні активно працюють волонтери, громадські активісти та діячі. Прикладом є Марія Барабаш, яка є організаторкою мирних пікетів по всій Україні «Гроші на ЗСУ». Свою діяльність та проблеми з якими стикаються мітингувальники активістка висвітлює саме через соціальні мережа, зокрема Instagram.

Сучасні медіазнавці зазначають про те, що в інформаційному просторі сьогодні активно проводяться інформаційно-психологічні операції. «Інформаційно-психологічна операція (ІПСО) – це комунікація, і тому охоплює все поле людської діяльності. У теперішньому політично-військовому значенні цього терміну ІПСО – це багатоетапний процес, який використовує комбінацію непримусових засобів для отримання впливу на дії та ставлення цільової групи без застосування сили» [3, с. 68]. Об’єктами подібних операцій найчастіше виступають різні соціальні групи, політичні та релігійні сили. В Україні з урахуванням ситуації потужностей набули військові та світові лідери, які націлені на підтримку України.

**Висновок.** Цифровий контент – потужний механізм впливу на аудиторію споживачів. Інформаційний простір наповнений різними механізмами впливу, що циркулюють у цифровому інтернет-контенті, зокрема у соціальних мережах.

Автори цифрового контенту вимушені постійно шукати механізми впливу на споживача враховуючи те, що в Україні ведеться психологічна війна. Ворог впроваджує механізми впливу на аудиторію задля розбалансування населення та дискредитації влади, а українцям доводиться шукати механізми протистояння.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Звездова О. Психологічна війна як гібридна загроза сучасній системі міжнародної безпеки. Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI. 2023. № 5. С. 63–71.

2. Сікорська В. Ю., Кожанов А. В., Шипотілова О. П. Медіакультура сучасної особистості як інструмент впливу на молодь в умовах російсько-української війни. URL : http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/284/7831/16363-1?inline=1

3. Libicki M. C. Cyberspace in Peace and War (Transforming War). Naval Institute Press. 2021. 304 p.

**Зайко Леся,**
*канд. філос. наук, доцентка кафедри філософсько-історичних студій та масових комунікацій;*
**Рудик Ангеліна,**
*здобувачка,*
*Державний університет «Житомирська політехніка»,*
*м. Житомир, Україна*

# СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ У КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ: ПРОПАГАНДА ТА ІНФОРМАЦІЙНИЙ ВПЛИВ

Інформаційне протистояння під час російсько-української війни не має аналогів в зв'язку з цифровізацією та осучасненням комунікаційних можливостей людства. Цифрові комунікації відіграють активну роль у веденні сучасних війн. «Взаємозв'язок у всьому світі через масивні комп'ютерні мережі робить держави вразливими до нових загроз» [1, с. 91].

Соціальні мережі стали лідерами комунікації у світі. Так, за даними дослідження «Digital 2024: Global Overview Report» маємо 5,04 млрд користувачів соціальних мереж у світі на початок 2024 року, що становить 62,3 % населення світу [8]. Також варто зазначити, що ця цифра «ідентичності користувачів» не може прирівнюватися до унікальних людських індивідів, але є важливою віхою у розвитку соціальних мереж [7].

Соціальні мережі є платформою для впливу на індивідуальну та суспільну свідомість, формування громадської думки та ін. Функціями соціальних мереж є:

- створення акаунтів користувачів;
- підтримка соціальних зв'язків;
- обмін інформацією;
- розважальна функція;
- формування об'єднання людей за інтересами;
- формування громадської думки;
- маркетингова платформа;
- створення особистого бренду;
- інструмент для ведення бізнесу;
- платформа для політичного PR;
- розповсюдження пропаганди та ін.

Зокрема лідери думок через соцмережі мають можливість активізувати діяльність мас. Прикладом може слугувати пост Мустафи Найєма у листопаді 2013 року щодо виходу українців на Майдан Незалежності «на знак протесту проти рішення уряду Миколи Азарова відкласти підписання угоди про асоціацію з Європейським Союзом» [3]. Згодом анонсована акція протесту отримала назву «Євромайдан», яка з розвитком подій переросла у «Революцію Гідності». На сьогодні маємо 10-річницю від 2014 року кривавого розстрілу учасників Революції Гідності, який відбувався в прямому ефірі завдяки сучасним засобам комунікації у вигляді стріму з місця подій.

Д. Патрікаракос підтверджує, що соцмережі допомогли зруйнувати традиційну ієрархію інформації та медіа і таким чином спричинили появу нового типу «Суперпідсилені індивідууми» – Homo digitali – це люди, які за допомогою повідомлень здатні мобілізувати інших [2].

Також важлива роль соціальних мереж у кризовій комунікації в умовах війни. За допомогою соціальних мереж відбувається інформування мешканців громад про діяльність місцевої влади. Особливо актуальним цей процес є під час кризових станів, наприклад, російсько-української війни. Поява індивідуальних гаджетів з можливістю підключення до Інтернету (планшет, смартфон) надає можливість провадити інформаційний супровід усім подіям, які відбуваються як під час військових дій, так і в тилу. Тобто війна онлайн – це сучасна реальність.

«Соціальні мережі під час кризи пропонують п’ять основних переваг:

- швидке поширення інформації;
- самостійне розміщення повідомлень з власним фреймуванням;
- діалог і взаємодію;
- підтримку стосунків з громадою шляхом вирішення проблем та питань;
- реагування на кризи в певному каналі» [6].

Перевагою соціальних мереж є швидкість реагування на виникаючі виклики, що є важливим саме в умовах невизначеності та ризиків під час військових дій на території країни. Усі вищезазначені ознаки соціальних мереж вказують на їх дієвість.

Д. Патрікаракос стверджує, «що інформація, яка поширюється поза фронтом, може впливати на хід бойових дій» [2]. Цей факт дуже актуальний для розуміння подій російсько-української війни. Необхідно дуже уважно ставитися до витоків важливої інформації з різноманітних джерел та максимально уникати таких фактів. Журналістам необхідно приділяти особливу увагу верифікації даних, висвітленню чутливих тем, не розповсюдженню особистих даних та розумінню наслідків непрофесійної поведінки з інформацією.

Зокрема Facebook активно використовується росіянами з метою підбурення внутрішнього невдоволення в середині України. Протягом 2023 року активно застосовувався інструмент таргетованої реклами з метою інформаційного впливу (фейки, дезінформація, діпфейки, пропаганда) на свідомість української аудиторії: реклама щодо фінансової допомоги, чорних трансплантологів та ін. Також створюються фейкові акаунти з метою розміщення російського пропагандистського контенту та для можливої участі в обговореннях актуальних тем для українців.

Telegram наразі заявляє про понад 800 млн активних користувачів щомісяця у світі, Facebook Messenger налічує близько мільярда користувачів, Instagram – понад 2 млрд користувачів [7]. Зокрема, неодноразово науковцями, спеціалістами з масових комунікацій та спеціалістами в ІТ-сфері, з кібербезпеки України зазначалося та зазначається про небезпеку сучасних соціальних мереж. Наприклад, Tik-Tok та Telegram.

На думку І. Розкладая, немає можливості вплинути на власників телеграм-каналів, тим більше заблокувати окремий канал на платформі неможливо. До блокування усієї платформи, скоріш за все, суспільство не готове [5]. Ідентифікація таких каналів можлива лише за умови реєстрації онлайн-медіа згідно Закону України Про медіа [4].

Отже, під час російсько-української війни відбувається активне використання соціальних мереж з метою розповсюдження пропаганди та інформаційного впливу на свідомість українців. Необхідно підвищувати рівень медіаграмотності населення, журналістам звертати увагу на виготовлення якісного медіа контенту, користувачам соціальних мереж розуміти наслідки користування шкідливим контентом у соціальних мережах.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Качковська Л., Малеончук Г., Зінюк Д. Інформаційний вплив в умовах гібридної війни. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії.* 2022. № 3 (14). С. 87–102.

2. Кондрат А. Як соціальні мережі змінюють війну? *Свідомі.* 2023. 27 лютого. URL : https://svidomi.in.ua/page/yak-sotsialni-merezhi-zminiuiut-viinu (дата звернення: 28.01.2024).

3. Мустафа Найєм. *Wikipedia.* URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/Мустафа_Найєм (дата звернення: 16.02.2024).

4. Про медіа : Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX / Верховна Рада України : вебсайт. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text (дата звернення: 14.02.2024).

5. Хто і чому блокує український контент в соцмережах / Пресцентр УКМЦ. 2024. 25 січня. URL : https://uacrisis.org/uk/hto-i-chomu-blokuye-ukrayinskyj-kontent-v-sotsmerezhah?fbclid=IwAR1VjVNZe3EAHk45ir2oHPB4TPwVNPq7rDwF4yEb8BCBGvRhWvUWmujfR9s (дата звернення: 14.02.2024).

6. Чуприна А. Роль соціальних мереж у кризовій комунікації в умовах війни / Європейська Бізнес Асоціація. URL : https://eba.com.ua/rol-sotsialnyh-merezh-u-kryzovij-komunikatsiyi-v-umovah-vijny/ (дата звернення: 16.02.2024).

7. Kemp S. 5 Billion Social Media Users / Datareportal. 2024. 31 January. URL : https://datareportal.com/reports/digital-2024-deep-dive-5-billion-social-media-users?utm_source=Global_Digital_Reports&utm_medium=Analysis_Article&utm_campaign=Digital_2024&utm_content=Digital_2024_Analysis_And_Review (дата звернення: 14.02.2024).

8. Kemp S. Digital 2024: Global Overview Report / Datareportal. 2024. 31 January. URL : https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report (дата звернення: 14.02.2024).

**Зайцева Інна,**
*канд. пед. наук, доцентка, доцентка кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури;*
**Попко Микола,**
*здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня факультету соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації,*
*Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ЖУРНАЛІСТА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Під час воєнного стану робота журналістів стає особливо складною та відповідальною. Вони змушені опрацьовувати небезпечну інформацію, ризикувати своїм життям, а також працювати в умовах стресу та психологічного тиску. Війна в Україні поставила перед журналістами нові виклики. З одного боку, їх обов'язок інформувати суспільство про події, що відбуваються. З іншого, вони повинні діяти відповідально, щоб не наражати на небезпеку людей, запобігати поширенню дезінформації та не шкодити національній безпеці. Нині питання дотримання етичних норм у роботі журналіста набуває нових значень. Прагнучи до збалансованості та об'єктивності, журналісти повинні надавати інформацію з різних точок зору, не нав'язуючи читачам свою думку. Це є надзвичайно складним завданням в умовах війни, коли доступ до інформації обмежений, а емоції загострені. Повномасштабна війна в Україні не лише привнесла у професію журналіста кардинальні зміни, а й змушує переглянути основні засади роботи журналіста й ЗМІ.

Військові конфлікти – це не лише поле бою, але й поле інформаційної війни. Пропагандисти та сторони конфлікту намагаються маніпулювати суспільною думкою, розповсюджуючи фейкові новини та дезінформацію. Це робить перевірку фактів та встановлення об'єктивності надзвичайно важливим завданням для сучасних журналістів. Медійники є учасниками ведення інформаційної війни, яка є зараз є ледь не другою по важливості після лінії зіткнення. Нинішня інформаційна війна України з рф спрямована на завоювання «розуму» не тільки внутрішньої аудиторії, а й іноземних партнерів.

Інститут національно-стратегічних досліджень США та деякі західні експерти і вчені виділяють сім складових елементів інформаційних воєн: стратегія і тактика нейтралізації органів управління противника (командна війна); розвідувальна війна; електронна війна; психологічна війна; комп'ютерна війна; інформаційна війна в економічній сфері; інформаційний тероризм.

Як бачимо, інформаційна війна ведеться у зовсім іншій «некровопроливній» площині. Основне завдання інформаційної війни між державами – здійснення безпосереднього негативного руйнівного впливу на політичну могутність держави шляхом послаблення її реальних і потенційних можливостей щодо забезпечення власної безпеки, створення труднощів у внутрішньому розвитку й проведенні активної зовнішньої діяльності [7, с. 74].

Війна – це не лише людське горе, а й справжнє випробування для професіоналів, які прагнуть донести суспільству правдиву й неупереджену інформацію. Робота в умовах воєнних дій несе низку серйозних ризиків, яких немає під час мирного життя: журналісти, які працюють у воєнних зонах, постійно знаходяться під загрозою фізичного насильства, включаючи обстріли, напади та затримання. Специфіка їхньої роботи вимагає додаткових заходів безпеки та підтримки.

У різні періоди питання безпеки журналістів досліджували багато вчених, ці дослідження були різнопланові за змістом. Велику увагу питанню безпеки журналістів під час надзвичайних ситуацій, зокрема роботи журналістів в умовах війни за незалежність України, приділив М. Житарюк. Забезпечення захисту журналістів під час збройних конфліктів нормами міжнародного гуманітарного права розглядали у своїх працях В. Дяченко, М. Рожило, П. Заболотна та інші науковці.

Робота журналістів на війні в Україні дуже небезпечна. Російські військові не визнають міжнародного гуманітарного права, нехтують Женевськими конвенціями: позначення «Преса», «ТБ» «Медіа», навпаки, вони слугують для них мішенями. Станом на 27 лютого 2024 року від початку повномасштабного вторгнення рф на територію України окупанти вбили щонайменше 80 медійників [1].

У жорстоких реаліях війни журналісти стають свідками людських трагедій та знущань над населенням, яке опиняється на окупованих територіях. У зазначеному контексті, місія журналіста – нести правду про конфлікт усьому світу, оголюючи жахливі страждання людей та прокладаючи шлях до омріяного миру.

Підтримка та захист журналістів, які ризикують життям, є нагальною потребою в умовах війни. Допомога необхідна у забезпеченні власної безпеки та збереженні непідкупної професійної незалежності, адже саме завдяки їхній

сміливій роботі світ дізнається про злочини війни, жахливі наслідки для людей та неминущу потребу у настанні миру.

Варто зазначити, що журналістська діяльність в умовах війни вимагає від журналістів точного, неупередженого та об'єктивного висвітлення перебігу подій. Це означає, що вони повинні:

- уникати суб'єктивних оцінок та інтерпретацій: замість того, щоб давати готові відповіді, журналісти повинні надавати аудиторії факти та інформацію, що дозволить їй самостійно формувати думки;
- надавати різні точки зору: важливо надати можливість висловитися всім, щоб аудиторія могла отримати повне уявлення про ситуацію;
- перевіряти інформацію: журналісти повинні ретельно перевіряти інформацію, яку вони отримують, перш ніж публікувати її, щоб уникнути дезінформації [2, с. 122].

Окрім цього, журналісту потрібно усвідомлювати відповідальність за свої дії перед суспільством, і тому, готуючи матеріал про перебіг воєнних дій, – враховувати інтереси аудиторії. Р. Вільямс із цього приводу зауважував, що медіа повинні докладати зусиль, аби репрезентувати аудиторії матеріал, який відобразить реальну ситуацію, не загрожуючи при цьому ні учасникам бойових дій, ні аудиторії. На його думку, журналісти у своїй роботі повинні керуватися національними інтересами, а не створювати картину подій задля задоволення комерційних інтересів власника медіахолдингу [3, с. 17].

Досвід висвітлення подій на Донбасі з 2014 року став для українських журналістів суворим уроком. Він чітко продемонстрував, що сучасна журналістика – це не просто потік інформації, це динамічна сфера, яка потребує вміння прогнозувати та передбачати небезпеку, готовність діяти в екстремальних умовах, а також володіти навичками висвітлення воєнних подій.

Повномасштабна війна в Україні стала викликом, до якого українські журналісти, завдяки минулому досвіду на Донбасі, були відносно готові:

- професіоналізм та відповідальність стали ключовими характеристиками їхньої роботи;
- об'єднання зусиль провідних телеканалів у телемарафоні «Єдині новини» допомогло протистояти поширенню дезінформації;
- інформування та роз'яснення ситуації громадянам стало пріоритетом;
- опора на офіційні джерела та експертні коментарі забезпечила об'єктивність та фаховість інформації.

Варто зазначити, що український досвід висвітлення війни є цінним не лише для України, але й для світового журналістського співтовариства. Він засвідчує те, що журналістика може й повинна бути відповідальною, професійною та, незважаючи на всі ризики, незалежною та правдивою.

Одним із головних напрямків роботи журналістів у період з 2022 по 2024 роки є – фіксація та репрезентація воєнних злочинів російської армії на українській території. Аудиторія, як українська, так і світова, має чітко усвідомлювати: **Хто є ворогом?** Російські військові. К**им є ці вороги?** Військовими злочинцями. Документування фіксує реальну картину війни. Завдяки цій праці буде сформовано чітке уявлення про масштаби трагедії, що, у свою чергу, допоможе українцям та світовій спільноті краще зрозуміти рівень загрози та руйнувань, спричинених війною.

Аналіз журналістських матеріалів на цю тему засвідчують, що більшість матеріалів відповідають типу «хроніка війни». Це пов'язано з тим, що пріоритетною задачею є: передати події з документальною точністю, описати хронологію та послідовність подій**, д**онести до суспільству масштаби трагедії.

Варто зазначити, що під час війни важливо не лише фіксувати окремі події, але й бачити їх у загальному контексті. Саме сукупність таких матеріалів дасть можливість світовій спільноті усвідомити масштаби злочинів, скоєних росією в Україні. Прикладами матеріалів, що можна віднести до типу «хроніка війни» є: «Буча, Ірпінь, Бородянка, Київ: як вони виглядали на початку вторгнення і що з ними зараз» [4]; «Катівні, насильство, вбивства». Як російські військові переслідують українців в окупації [5]; «Масові поховання під Ізюмом: «кількість загиблих може у рази перевищити трагедію Бучі» [6].

Отже, український досвід висвітлення війни свідчить про те, що журналістика може й повинна бути відповідальною, професійною, незалежною та правдивою, незважаючи на всі ризики роботи у надскладних умовах. Інформаційна війна, на часі, стала новим полем битви, де ЗМІ відіграють ключову роль. Фіксація воєнних злочинів росії в Україні є надзвичай но важливою для розуміння світом реальної картини і масштабів трагедії, за допомогою такого документування журналісти доносять інформацію до світової спільноти, прокладаючи шлях до омріяної перемоги.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Національна спілка журналістів України. URL : https://nsju.org/novini/arman-soldin-stav-14-ym-mediapraczivnykom-shho-zagynuv-pry-vykonanni-profesijnyh-obovyazkiv/

2. Червінчук А. Феномен війни в інформаційному просторі України 2015–2018 рр. (за матеріалами воєнної документалістики) : монографія. Одеса : Видавець С. Л. Назарчук, 2021. 252 с.

3. Williams, R. The truth, the whole truth or nothing: a media strategy for thmilitary in the information age. *Canadian military journal.* 2002. 3(3), 11–20.

4. Забаштанська Т. Буча, Ірпінь, Бородянка, Київ: як вони виглядали на початку вторгнення і що з ними зараз / Радіо Свобода. 2022. URL : https://www.radiosvoboda.org/a/kyiv-ta-kyivschchyna-viyna/32026319.html (дата звернення: 20.10.2022).

5. Янковський О. Катівні, насильство, вбивства. Як російські військові переслідують українців в окупації / Радіо Свобода : вебсайт. 2022. URL : https://www.radiosvoboda.org/a/novyny-pryazovya-kativni-nasyllyazhvaltuvannya-risiya-okupaciya/32092022.html (дата звернення: 20.10.2022).

6. Масові поховання під Ізюмом: «кількість загиблих може у рази перевищити трагедію Бучі / Радіо Свобода : вебсайт. 2022. URL : https://www.radiosvoboda.org/a/masovi-pokhovannya-pid-izyumom-obstril-khersona/32037554.html (дата звернення: 16.09.2022).

7. Зражевська Н., Заіка В. Як змінилася робота українського журналіста під час війни. *Інтегровані комунікації.* 2023. № 2(1). С. 117–128.

***Аннотація***

*Досліджено особливості роботи журналістів в умовах воєнного стану. Акцентовано, що журналістика, незважаючи на всі ризики, повинна бути відповідальною, професійною, незалежною та правдивою. Надзвичайно важливою для формування реальної картини жахів війни в Україні є фіксація воєнних злочинів росії, що допомагає журналістам донести інформацію до світової спільноти.*

***Ключові слова:*** *журналісти, інформаційна війна, воєнні злочини.*

***Summary***

*Peculiarities of the work of journalists under martial law were studied. It was emphasized that journalism, despite all the risks, must be responsible, professional, independent and truthful. The recording of Russia's war crimes, which helps journalists convey information to the world community, is extremely important for the formation of a real picture of the horrors of the war in Ukraine.*

***Keywords:*** *journalists, information warfare, war crimes.*

**Зосим Сергій,**
*здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності «Журналістика», Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# ГЛОБАЛЬНІ МЕДІА-ГІГАНТИ У ФОРМУВАННІ ЕКОНОМІЧНИХ НАРАТИВІВ

Глобальні медіа-платформи, що мають доступ до понад 3,8 мільярдів людей, які щоденно переглядають їхній контент, володіють унікальними можливостями використовувати свій масштаб для позитивного впливу на суспільство. Серед таких найпотужніші міжнародні медіа гіганти економічної тематики. Однак критерії успішності таких видань лежать поза межами елементарної популярності серед аудиторії, охоплюючи виміри впливовості на прийняття як економічних, фінансових так і політичних рішень у вимірі цілих держав, визначаючи цим глобальні зміни та впливаючи на міжнародну політику та фінансову систему [2].

Міжнародні медіа перетворилися на надвпливові стовпи економічної журналістики, відіграючи ключову роль у поширенні економічної інформації для аудиторії з усього світу. У світі, який характеризується швидкою глобалізацією, де економічні взаємозалежності продовжують поглиблюватись, значення міжнародних медіа у сприянні економічній обізнаності неможливо переоцінити. Одним із найвиразніших атрибутів міжнародних засобів масової інформації є їхня здатність надавати проблемі планетарного масштабу. Вони виходять за межі національних кордонів і пропонують панорамне уявлення про розвиток економіки, що робить ці медіа ключовими для тих, хто прагне розібратися у принципах роботи світової економіки. На відміну від національних медіа міжнародні здатні висвітлювати економічні події з різних точок зору, беручи до уваги глобальні наслідки та взаємозв’язок різних економічних явищ.

Економічний сектор медіа представлений ще одним впливовим британським медіа “Reuters” (Великобританія). На відміну від попередніх ресурсів фінансовий є лише одним із провідних напрямків інформаційної діяльності команди, попри те це одне з найбільших у світі міжнародних інформаційних агентств, яке надає новини та аналітику на різні теми, зокрема економіку та фінанси. Він служить основним джерелом економічної інформації для ЗМІ по

всьому світу. Сприяє цьому широка мережа розповсюдження, яка постачає економічні новини медіа по всьому світу, а потужна служба новин забезпечує залучення широкої та різноманітної аудиторії, яку пізніше утримує глибока професійна аналітика та розслідування. “Reuters” відіграє вирішальну роль у формуванні кількості новинних організацій, які висвітлюють економічні події. Його звіти служать основою для економічних новин у всьому світі, що робить їх важливим джерелом як для журналістів, так і для громадськості [3].

Потужний міжнародний мовник, частину інформаційного ринку якого займає економічна, фінансова, інвестиційна інформація – “BBC News” (Великбританія). Його економічний блок охоплює широку аудиторію, включно з тими, хто шукає різноманітних поглядів на глобальні економічні питання, тому повідомлення компанії привертають увагу і стають підґрунтям для продовження дослідження в різних країнах. Класичні стандарти журналістської діяльності роблять BBC надійним джерелом для розуміння економічних наслідків глобальних подій. Компанія впливова у всьому світі, однак особливого значення набула саме в країні створення, як знак інформаційної якості та відповідальності перед своїм суспільством [1].

Однак важливо визнати, що міжнародні медіа не позбавлені викликів і проблем. Питання, пов’язані з медіавласністю, упередженістю та можливістю дезінформації, повинні бути розглянуті, щоб забезпечити подальшу чесність економічної журналістики. Медіаорганізації повинні прагнути підтримувати свою відданість точності, неупередженості та журналістській етиці. Важливе значення для сприяння інформованому економічному дискурсу та прийняттю рішень у нашому взаємопов’язаному глобалізованому світі стає те, що ці медіа служать незамінними джерелами інформації та аналітики пропонуючи різноманітні погляди на економічні питання. Їхній вплив відбивається не лише в залах засідань корпорацій та урядових залах, але й у свідомості громадян у всьому світі. Поки ми орієнтуємося в складнощах глобальної економіки, розуміння, надане цими медіа-джерелами, і надалі відіграватиме важливу роль у підвищенні колективної обізнаності про економічні питання та формуванні шляху вперед у світі, що швидко змінюється.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. BBC. 2023. URL : https://www.bbc.com/
2. Power of Media. World Economic Forum. 2023. URL : https://www.wef4yiorum.org/global_future_councils/gfc-on-media-entertainment-and-sport/projects/power-of-media
3. Reuters. 2023. URL : https://www.reuters.com/

***Анотація***

*Осмислено роль, яку відіграють глобальні медіа-гіганти у формуванні економічних наративів, охоплюючи понад 3,8 мільярда глядачів щодня. З'ясовано, що ці впливові платформи виходять за межі простої популярності, впливаючи на економічні, фінансові та політичні рішення в усьому світі. Незважаючи на їхню важливість, такі проблеми, як медіа-власність і упередженість, вимагають подальшої системної уваги.*

***Ключові слова:*** *глобалізація, глобальні медіа-гіганти, економічний дискурс, економічні наративи, міжнародна журналістика, фінансова інформація, BBC News, Reuters.*

***Summary***

*The role that global media giants play in shaping economic narratives, reaching more than 3.8 billion viewers every day, is meaningful. These influential platforms have been found to go beyond mere popularity to influence economic, financial and political decisions around the world. Despite their importance, issues such as media ownership and bias require further systemic attention.*

***Keywords****: globalization, global media giants, economic discourse, economic narratives, international journalism, financial information, BBC News, Reuters.*

**Калита Тетяна,**
*здобувачка вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності «Журналістика», Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# ОСОБЛИВОСТІ МІЖКУЛЬТУРНОГО ДИСКУРСУ В ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ

Міжнародні ЗМІ мають можливість надавати поглиблений аналіз і коментарі з економічних питань. В їхніх командах працюють найкращі журналісти та економісти, які можуть аналізувати складні економічні тенденції та політику, надаючи своїй аудиторії різносторонню змістовну фахову інформацію. Така аналітична глибина не тільки покращує обізнаність аудиторії, але й надає їй інструменти для критичної оцінки економічних подій.

Події в світі економіки часто розвиваються надто швидко, при цьому оперативна аналітика набуває вирішального значення. Міжнародні економічні медіа з їх глобальним охопленням і потужними ресурсами володіють можливостями забезпечити найоперативніше висвітлення економічних новин, гарантуючи, що їхня аудиторія отримує інформацію в режимі реального часу. Така гнучкість дозволяє підприємствам, інвесторам, політикам і широкій громадськості оперативно та вчасно приймати обґрунтовані рішення в динамічно змінюваних економічних реаліях.

Будучи самими глобальними гігантами часто світові медіа проявляють високу міру розуміння та схильного ставлення до глобальних фінансових гравців, сприяючи обміну економічною інформацією та ідеями через кордони. Вони сприяють глибшому розумінню того, як міжнародна торгівля, фінанси та співпраця впливають на економіку в усьому світі. Ця роль особливо важлива в епоху, коли економічні рішення, прийняті в одній частині світу, можуть мати каскадний вплив на інші. Попри однозначну глобалізацію світ мультикультурний яскравий та різноманітний, тож міжнародна економічна журналістика є неабиякою платформою для міжкультурного обміну. Це дає змогу аудиторії з різноманітним культурним середовищем отримати доступ до економічної інформації та перспектив з усього світу. Це міжкультурне взаємозбагачення ідеями сприяє глибшому та детальнішому розумінню економічних питань, сприяючи глобальному діалогу та співпраці.

Серед галузевих ресурсів, які справляють враження на фінансовий, економічний інформаційний сектор: німецький економічний журнал "Springer" (спеціалізується на математичній економічній теорії, а також публікує статті на макроекономічну тематику. Регулярні тематичні додатки присвячують окремим темам, які мають центральне значення як для сучасних теоретичних досліджень, так і для сучасної економічної реальності); швейцарський "MDPI"; міжнародні якісні журнали, що охоплюють всі галузі економіки охорони здоров'я "Health Economics Review", "Medical Economics"; журнал, який займає особливе місце в інтелектуальній історії незалежної Індії та користується всесвітньою репутацією за досконалість незалежної науки та аналітичних розвідок "Economic and Political Weekly" (Індія); американський журнал, який щорічно публікує оглядові статті з економіки "Annual Review of Economics" (США); американський щотижневий журнал, що видається Dow Jones & Company, підрозділом News Corp. "Barron's" є провідним джерелом фінансових новин, що надає поглиблений аналіз і коментарі щодо акцій та інвестицій. Його аудиторія – керівники компаній, інституційні інвестори, індивідуальні інвестори і фінансові професіонали; Британський "Capital Economics", який є одним із найкращих видань своєї країни у галузі інвестування. Досягає максимальних результатів завдяки високоякісному аналізу глобальної економіки та ринків та розумінню найближчих і довгострокових наслідків макроекономічних подій; кваліфікований розгляд економічних проблем пропонує інший британський журнал "The Global Economics" та інші галузеві та національні медіакомпанії, які складають структуру міжнародних економічних медіаплатформ [3].

Ці впливові міжнародні ЗМІ разом відіграють важливу роль у підвищенні обізнаності аудиторії з економічних питань, оскільки їхнє охоплення, зміст і вплив значною мірою сприяють формуванню громадського розуміння, впливають на формування політики та сприяють підвищенню рівня поінформованості у світі. Відмінності та сильні сторони роблять їх незамінними джерелами інформації для тих, хто прагне орієнтуватися у складному та взаємопов'язаному світі економіки, а унікальні переваги та підходи до економічної журналістики кожного забезпечують кожному увагу аудиторі протягом десятиліть. Так, "Financial Times" [2] чудово надає фінансовий аналіз на основі даних, тоді як "The Economist" поєднує аналіз із пропагандою ліберальної економічної політики. "Bloomberg" [1] виділяється своїми фінансовими даними в режимі реального часу та прогнозною інформацією, тоді як "Reuters" надає пріоритет швидкості та неупередженості у своїх звітах. "BBC News", завдяки своєму глобальному охопленню та прагненню дотримуватись балансу, пропонує різноманітні погляди на економічні питання. Вплив цих міжнародних ЗМІ виходить далеко за межі сфери журналістики. Вони відіграють вирішальну роль у формуванні

громадської думки, впливають на прийняття політичних рішень і сприяють більш поінформованому світовому громадянству. Надана ними інформація може вплинути на фінансові ринки, корпоративні стратегії та політику уряду. Вони служать платформами для глобальних політичних дебатів, об'єднуючи експертів і політиків для обговорення економічних проблем і рішень.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bloomberg Businessweek. 2023. URL : https://www.bloomberg.com/businessweek

2. The Financial Times. 2023. URL : https://www.ft.com/

3. Top 15 Economics Magazines & Publications. 2023. URL : https://magazines.feedspot.com/economics_magazines/

***Анотація***

*Констатовано, що міжнародна економічна журналістика, глобальними майданчиками якої є такі медіа-гіганти, як "Financial Times", "The Economist", "Bloomberg", "Reuters" і "BBC News", демонструє відмінні риси в міжкультурному дискурсі. Встановлено, що завдяки командам експертів, які проводять поглиблений аналіз, ці видання підвищують глобальну обізнаність і дають можливість аудиторії приймати обґрунтовані рішення в економічній ситуації, що швидко змінюється. Їх охоплення та ресурси дозволяють охоплювати інформацію в реальному часі, сприяючи глибшому розумінню того, як глобальні фінанси впливають на різні сфери економіки.*

***Ключові слова:*** *вплив медіа, глобальна економічна журналістика, глобальна обізнаність, економічна політика, культурний обмін, міжкультурний дискурс, міжнародні медіа-гіганти, фінансовий аналіз*

***Summary***

*It was established that international economic journalism, whose global platforms are such media giants as "Financial Times", "The Economist", "Bloomberg", "Reuters" and "BBC News", demonstrates distinctive features in intercultural discourse. With teams of experts providing in-depth analysis, these publications are found to raise global awareness and empower audiences to make informed decisions in a rapidly changing economic environment. Their reach and resources allow for real-time information coverage, contributing to a deeper understanding of how global finance affects different areas of the economy.*

***Keywords:*** *media influence, global economic journalism, global awareness, economic policy, cultural exchange, intercultural discourse, international media giants, financial analysis.*

**Ключка Сергій,**
*здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності «Журналістика», Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# ДІЯЛЬНІСТЬ КОРПОРАЦІЙ У СТРУКТУРІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ІНТЕРЕСІВ ЕКОНОМІЧНОГО ЖУРНАЛІСТА

Перспективним напрямком для висвітлення в роботі економічного журналіста є діяльність компаній. У кожній країні є як великі, так і малі компанії які відіграють значну роль в економіці, оскільки вони, наприклад, можуть залучити гроші для інвестування в землю, заводи та обладнання шляхом, наприклад, отримання позики в банку чи інвесторів. Фактично це кредити з фіксованою процентною ставкою. Первісний власник облігації може її продати комусь іншому до настання терміну. Компанія ж повертає гроші тому, хто тримає (володіє) облігацією, у день її сплати. Гроші від інвесторів йдуть на оплату діяльності кампаній, натомість інвестор отримує дивіденди, які є часткою прибутку (якщо компанія отримує прибуток) або зазнає збитків, якщо компанія працює погано. Якщо компанія зареєстрована на біржі, інвестор може будь-коли продати акцію іншому інвестору. Усі інвестори, які володіють капіталом компанії, називаються акціонерами. Керівники компанії – це керівники, які можуть володіти лише кількома акціями [1, с. 232].

Компанії часто вважають те, що вони роблять, дуже цікавим, однак так може здаватися лише зсередини, але для більшості читачів, які не пов'язані з цим сектором навряд буте так само цікаво. Натомість аудиторію може зацікавити:

- оновлення модельної лінійки товари, послуги;
- незвичні способи просування та продажу;
- наявність та перспектива запровадження нових робочих місць, збереження чи скорочення вже наявних;
- що результати діяльності компанії говорять читачеві про економіку в цілому;
- чи є зв'язки між керівництвом компанії та політиками чи урядовцями, чи впливають вони на діяльність компанії та ін [2, с. 25].

Журналісту, який працює над неперечісним, цінним сюжетом треба звертати свою увагу на кінцевих бенефіціарів компанії, топ менеджмент та його зв'язки з політичним істеблішментом, структуру прибутків та видатків підприємства, його

взаємозв'язки з державним бюджетом та державними замовленнями на виготовлення чи надання сервісних послуг; гроші, які вони на цьому заробляють; що вони роблять; де вони це роблять; за якою технологією вони це роблять; з якою підготовкою; з яким дослідженням; кому вони продають; звідки надійшов продукт; яка компанія його виготовила; яка собівартість виготовлення; з ким конкурувала компанія; згідно з якими законами та правилами [2, с. 28].

Найзахопливіші історії, які можуть бути підготовленими за результатами розробки одного із окреслених напрямків можуть стосуватися наприклад того, хто виграє контракт на видобуток або будівництво трубопроводів; де переробляється товар (наприклад, нафтопереробні та нафтохімічні заводи) і за якою технологією; яка шкода може бути завдана навколишньому середовищу та здоров'ю людей в цій місцевості; яка частина доходу йде уряду, а потім людям; хто протистоїть урядовій політиці майнінгу і чи вони використовують для цього політичні чи насильницькі засоби. Тож окреслений набір тем та майданчиків для пошуку ідей досить предметний та змістовний, відтак викриває потужні можливості перед економічним журналістом в контексті не лише професійного розвитку, але й побудови кар'єри за результатами розробки, актуальних, суспільно значущих, глибоких тем, які дадуть можливість аудиторії не лише ближче познайомитися із фінансовим сектором, але й убезпечити суспільство від можливих фінансових зловживань, корупції. Тож робота журналіста в сфері економіки крім важливої пізнавальної, інформаційної передбачає контролюючу функцію, відтак професіонал у цій сфері має бути підготовленим, зацікавленим, включеним в контекст, стежити за змінами в досліджуваному секторі аби максимально повно доносити інформацію та знання до своєї аудиторії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. Л. Ковальської та проф. І. В. Кривов'язюка. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 700 с.

2. Pani P., Fischer-Butmaloiu U. Introduction to business and economic journalism. Friedrich Naumann Foundation for Freedom. 2022. 89 p. URL : https://www.idem-institute.org/downloads/introductiontobusinessandeconomic journalism.pdf

***Анотація***

*Досліджено ключову роль корпорацій у сфері економічної журналістики з наголосом на фінансових тонкощах, пов'язаних із інвесторами, облігаціями та фондовими біржами; підкреслено відповідальність журналіста у висвітленні*

*питань пов'язаних із діяльністю компаній; наголошено на перспективності журналістських розслідувань, зокрема у сфері державної політики.*

***Ключові слова:*** *економічна журналістика, журналістське розслідування, інвестори, корпорації, корупція, облігації, урядова політика, фінансове шахрайство, фондова біржа.*

***Summary***

*Explores the key role of corporations in the field of economic journalism, with an emphasis on financial intricacies related to investors, bonds and stock exchanges; the journalist's responsibility in covering issues related to the activities of companies is emphasized; the perspective of journalistic investigations, particularly in the field of state policy, is emphasized.*

***Keywords:*** *economic journalism, investigative journalism, investors, corporations, corruption, bonds, government policy, financial fraud, stock exchange.*

**Ковпак Вікторія,**
*д-рка наук із соц. ком., доцентка, професорка кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна*

# НОН-ФІКШН ЯК СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ТРЕНД В УМОВАХ ВІЙНИ В ОГЛЯДАХ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛІВ

В умовах історико-політичних трансформацій, активізації громадянських рухів суспільство демонструє запит на правдиву інформацію, читацький інтерес до мотиваційної літератури, літератури з психології, персонального розвитку, у фокусі уваги – біографії сильних особистостей у світових і національних контекстах, важливі для суспільства журналістські розслідування, художні репортажі, що розповідають про події «очима очевидця» тощо – тобто на літературу факту, нон-фікшн-літературу, яка, зрештою, і сформувалася у 60-х роках минулого століття в США як жанр на межі журналістики та літератури саме під впливом соціально-політичних чинників. Тут варто згадати антологію журналіста Тома Вулфа, де значущими є не лише першозразки нон-фікшну, а й репрезентовані репортером «головні засади літератури факту, де з-поміж іншого є чотири базові правила: 1) синографічність – побудова сюжету «картинка за картинкою», 2) деталізація, 3) голоси такі, якими ми їх чуємо 4) і, безумовно, факт» [1]. Як свідчить медіадослідниця М. Титаренко український нон-фікшн став активно розвиватися, поповнюватися новими іменами авторів саме після подій Помаранчевої революції. А Революція Гідності, початок російсько-української війни у 2014 році активізували пошук генези, сенсів, інструментів в утвердженні й розвитку української ідентичності, пізнанні самобутності України й українців, боротьбу з історичними міфами та ворожими наративами, що відобразилося в літературних зацікавленнях, як свідчить MediaSapiens. Наприклад, «кожна третя книга у продажу в 2023 році – це нон-фікшн. Частка сегмента за останні роки збільшилася на 10 %. Найактуальнішими є книги жанрів “Персональні трансформації”, “Книжки про Україну”, “Виховання і педагогіка. Психологія для батьків”», – про такі підсумки 2023-го читацького року повідомила пресслужба національної книжкової платформи Yakaboo» [2]. За словами директорки зі стратегічного розвитку «Книгарні «Є» Л. Гужвинської, «якщо у 2022 році співвідношення художніх видань до нонфікшну в продажу складали

58 % до 42 %, то у 2023 році це 62 % до 38 %, при цьому обидва сегменти зростають. Серед нонфікшну найбільший попит має популярна психологія, а також біографії та мемуари» [2]. А генеральна директорка видавництва «Vivat» Ю. Орлова зауважила про цікавість особливо молодого покоління до тем шляху здобуття незалежності України, спростування міфів про величне радянське минуле, серед інших вона виокремила постійний попит на такі видання, як «Фактор Черчилля. Як одна людина змінила історію» Б. Джонсона (придбали понад 22 тисячі примірників), «Архіви КГБ» Е. Андрющенка, «Справа Василя Стуса» В. Кіпіані [2].

Тож, як пересвідчилися, в умовах широкомасштабного російського вторгнення росії в Україну читацька авдиторія має запит на документальну літературу, художню репортажистику, тексти в жанрі нон-фікшн, і саме спеціалізовані телеграм-канали стають ефективним джерелом рекомендацій, рецензій, оглядів, анонсів щодо світових та національних нон-фікшн-новинок (за результатами дослідження ГО «Український інститут медіа та комунікації» «Як функціонують та завойовують аудиторію телеграм-канали-мільйонники» (2022 р.) аудиторія українського сегменту Telegram зросла після російського повномасштабного вторгнення до 63,3 % українців [4, с. 4]).

Портал про культуру читання і мистецтво книговидання «Читомо», який традиційно формує топ-добірки цікавих платформ, запропонував найцікавіші, на їх думку, канали в Telegram, присвячені літературі та видавничій справі, виокремивши серед них ті спеціалізовані, що фокусують увагу на нон-фікшн: «Репортерське пальто» («канал про репортаж, документальну літературу, тексти і як із цим працювати»; https://t.me/reporterscoat; 1 101 підписник); «Pekar's Book Review» («найважливіші книги non-fiction для розуміння себе і світу, які варто прочитати українцям та українкам»; https://t.me/bookreviewUA; 11 359 підписників); частково «Наш Формат» («Ми – українське видавництво ”Наш Формат”. На цьому каналі ми розповідаємо про книжки, новини з літературного світу та акційні пропозиції»; https://t.me/nashformat; 4846 підписників).

Створений журналісткою Світланою Ославською на початку 2020 р. канал «Репортерське пальто» без рекламних постів розкриває «справжнє життя репортерки, яка, не соромлячись зізнаватися в проблемах та невдачах, дає поради тим, хто хоче стати репортером, рекомендує канали про журналістику, медіа й письмо, а ще розповідає про документальну літературу, яка заслуговує на увагу» [3]). Хештег-практика дає змогу структурувати матеріал: #життя_репортерки – «про свій хороший і печальний досвід у процесі роботи над репортажами»; #док_чтиво – «про документальну літературу, яку я читаю і про яку мені не лінь

сюди написати» [5]. Зосереджуючи увагу на соціокомунікаційних алгоритмах роботи після 24 лютого 2022 року, варто зауважити, що авторка з квітня 2022 р. активно анонсувала можливу залученість українських журналістів до співпраці з іноземними виданнями для документування воєнних злочинів росіян, зокрема набір польським репортажним виданням Outriders медійників та медійниць, які живуть в Одесі, Херсоні, Миколаєві, Запоріжжі, Дніпрі, Кривому Розі, Полтаві, Чернігові або Сумах, для співпраці. Основним завданням вони окреслювали коротким текстами та фото, опублікованими на фейсбук-сторінці та інших платформах Outriders, показувати, чим живуть міста та люди, коли триває війна.

Також анонсувала важливі фахові курси, програми закордонних резиденцій для медійників, стипендії для українських репортажистів/ток та есеїстів/ток тощо.

Світлана Ославська разом з Анною Ільченко продовжила роботу в проєкті Old khata project – експедиціях селами України, в яких вони збирали матеріали для фотокниги про давні хати, писали документальні тексти, записували інтерв'ю з господарями. «Тепер ми їздимо селами й фіксуємо те, що з ними і з людьми зробила війна. Будемо старатися не йти в класичний формат інформування, а далі пробувати шукати поезію в буденному. Були на Київщині і Чернігівщині, тепер на черзі Сумська область» [5]. Цінними є дописи Світлани щодо поточних спостережень «низової» чи «природної» роботи з травмою під час таких інтерв'ю: «Але Валя плаче. Показує відео поруйнованої хати, яке прислала родичам у Росію. Бо ті не вірили, так і казали: "Валя, то хвейк". А тепер сказали: "То не хвейк, то вже війна. Але ми не винні". Кожен раз не знаєш заздалегідь, як завершити такі розмови. В голові перебираєш фрази, почуті на лекціях про травму…Але Вова каже: ідем зі мною, і веде через прокошену доріжку на луг, де мирні повні корови. Він веде показати красу – дикі іриси на болоті. Краса терапевтична» [5]. До речі, у 2023 році фотокнига Old Khata Book про сільську архітектуру та її творців таки була видана друком.

Авторка також акумулювала журналістський та редакторський досвіди у волонтерському проєкті War. Stories from Ukraine (https://www.instagram.com/war.stories.from.ukraine/) – написання історій про те, як українці переживають війну, про зруйновані чи пошкоджені культурні пам'ятки, церкви тощо, тож у телеграм-каналі запросила долучитися читачів до надсилання документальних матеріалів; та проєкті IWPR, що фіксує історії свідків злочинів росіян. «Міжнародні юристи хочуть показати, що це не просто поодинокі злочини російських військових, а системні, – а, отже, є злочинами проти людства і потенційно геноцидом українців. Якщо – не дай Бог, але все ж – ви або ваші знайомі пережили

щось страшне, що можна назвати воєнним злочином (викрадення, катування, розстріл, обстріл цивільних об'єктів) і готові розповісти про це, пишіть. Я зосереджуюся на Луганщині –Донеччині, але про інші регіони також можна писати, передам колегам» [5]. На каналі також репортерка просуває власну нон-фікшн-роботу (анонси подкастів, аудіоверсії, публічних розмов, інтерв'ю) – «книжку-документ, книжку-пам'ять; довоєнні історії міста та людей, які назавжди змінила війна …» – «Северодонецьк. Репортажі з минулого», за одним винятком, написані у 2020–2021 роках. «Вони розповідають про Сєвєродонецьк до повномасштабного вторгнення Росії. Читач дізнається про те, яким було і чим жило до 2022 року це місто Луганщини, місто на межі Донбасу і Слобожанщини; як воно переходило від ідентичності радянського промислового міста до усвідомлення себе містом у незалежній Україні. Одні репортажі розповідають про людей цього міста, інші – про локації, треті – про важливі для Сєвєродонецька події, зокрема 2004-го і 2014 року. Авторка народилася і виросла в Сєвєродонецьку, тому в цій книжці балансує між репортажним письмом і суб'єктивним, часом іронічним, поглядом на місто» [5]. Значущою роботою журналістки є лютневий репортаж 2023 року в «TIME» (http://surl.li/rejtj) «про одну з найжахливіших історій початку російського вторгнення – як росіяни майже місяць тримали жителів цілого села (понад три сотні людей, старі, хворі, немовлята) в шкільному підвалі. Це Ягідне біля Чернігова. Коли росіяни вийшли, Ольга Меняйло відкопала захований телефон і зробила це історичне фото. Його публікували вже різні медії, і тепер воно на обкладинці міжнародної версії TIME. Ольга провела 25 днів у підвалі з чоловіком, сином, невісткою і 4-місячним онуком» [5].



Рисунок 1 – Останні години у підвалі, 31 березня 2022-го. Фото свідка
*Джерело: URL : http://surl.li/rejtj*

Цікавим спостереженням є те, що авторка проживає ментальний досвід війни разом зі своїми читачами, засвідчуючи в ньому, принаймні в перший рік війни, пригнічений стан і небажання читання, тим паче художньої літератури, тож після 24 лютого на каналі йшлося більше про творення документального контенту (#життя_репортерки), і лише з 2023 року огляди і пропозиції #док_чтива. Наприклад, «У війни не жіноче обличчя» (художньо-документальної книги С. Алексієвич 1985 року, створеної на основі історій, розказаних письменниці жінками-учасницями Другої світової війни), збірник репортажів «77 днів лютого. Україна між двома символічними датами російської ідеології війни» від Лабораторії та Reporters, що були зафіксовані в списку бестселерів 2022 року. Авторські рецензії журналістки на цьому каналі містять глибокий аналіз контексту, змісту, об'єктивності, фактажу. Наприклад, огляд книжки Томаша Форро «Донбас. Апартаменти для молодят у готелі "Війна"», якого видавництво позиціонує як «єдиного західного журналіста на окупованих територіях, який не діяв у інтересах російської пропаганди», журналістка починає словами «Чим ще, крім назви, мені не сподобалася книжка Томаша Форро» «Донбас. «Форро, дійсно, не назвеш проросійським; він старався бути об'єктивним, але приховати своїх симпатій (до "республік") йому не вдалося. Тож чи справді його письмо не могло бути корисне російській пропаґанді, питання непросте. Як і міра впливу цієї пропаґанди на його письмо» [5]. Зрештою, Т. Форро після поїздок Україною, як зауважує С. Ославська, позбувся страху та снів про «ворогів із жовто-синіми шевронами» і визнав, що це таки був вплив пропаґанди.

Вартий уваги і згаданий вище телеграм-канал «Pekar's Book Review», де автор «щодва тижні обирає нове нон-фікшн видання, публікує стислу рецензію до нього й пояснює, чому варто приділити час саме цій книжці. Система продумана до дрібниць – усі книжки мають такий обсяг, що їх можна прочитати саме до того часу, коли автор каналу почне радити щось нове. І, очевидно, цей формат подобається підписникам» [3], про що свідчить кількість підписників. Наприклад, крайнім дописом є рецензія на книгу Зінченка О. «Як українці зруйнували імперію зла».

Безперечно, телеграм-канал видавництва «Наш Формат» звертає увагу підписників інформацією про актуальні знижки та книжкові новинки нон-фікшн-літератури світу й України.

Тож, згадані телеграм-канали, дійсно, засвідчили соціокомунікаційний тренд документальних текстів і фото в умовах війни для української читацької авдиторії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Іванишин У. Усе, чого ви не знали про художній репортаж / Medialab. 17.09.2016. URL : https://medialab.online/news/use-chogo-vy-ne-znaly-pro-hudozhnij-reportazh/ (дата звернення: 10.02.2024).
2. Кравченко Н., Поліковська Ю. Нон-фікшн у другий рік війни: розуміти, хто ми є, та утримувати ментальну рівновагу / Детектор медіа. 21 січня 2024 р. URL : https://ms.detector.media/trendi/post/34026/2024-01-21-nonfikshn-u-drugyy-rik-viyny-rozumity-khto-my-ie-ta-utrymuvaty-mentalnu-rivnovagu/ (дата звернення: 10.02.2024).
3. Войтович Л. 12 Telegram-каналів про літературу, на які варто підписатися / Читомо. 27.03.2020. URL : https://chytomo.com/11-telegram-kanaliv-pro-literaturu-na-iaki-varto-pidpysatysia/ (дата звернення: 10.02.2024).
4. Як функціонують та завойовують аудиторію неінституціоналізовані новинні телеграм-канали українського сегменту / Аналітичний звіт. Київ : ГО «Український інститут медіа та комунікації», 2023. 68 с.
5. Репортерське пальто / Телеграм-канал. URL : https://t.me/reporterscoat (дата звернення: 10.02.2024).

***Анотація***

*У тезах аналізується контент та соціокомунікаційні алгоритми популяризації нон-фікшн-літератури, документальних матеріалів, журналістських проєктів для репортерів та есеїстів у період широкомасштабного вторгнення росії в Україну на прикладі спеціалізованих телеграм-каналів, у фокусі уваги яких – література факту, документальні тексти тощо: «Репортерське пальто», «Pekar's Book Review», «Наш Формат».*

***Ключові слова:*** *Телеграм-канал, нон-фікшн-література, репортаж, соціокомунікаційний тренд.*

***Summary***

*The theses analyze the content and social communication algorithms of popularizing non-fiction literature, documentary materials, journalistic projects for reporters and essayists during the period of the large-scale Russian invasion of Ukraine using the example of specialized telegram channels, the focus of which is factual literature, documentary texts, etc.: «Reporter's coat», «Pekar's Book Review», «Our Format».*

***Keywords:*** *Telegram channel, non-fiction literature, reportage, social communication trend.*

**Кручко Людмила,**
*здобувачка вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності «Журналістика», Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# БІЗНЕС, ФІНАНСИ ТА ЕКОНОМІКА В ЗМК: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

Понад четверть століття тому редактор "TheFinancial Mail", першого і протягом багатьох років провідного економічного видання в Південній Африці, Дж. Палмер чітко описав те, що він назвав економічною журналістикою: "У економічній журналістиці немає нічого таємничого чи таємного. Це просто ще одна спеціалізація (наприклад, політичні репортажі, спортивні репортажі або жіноча сторінка) у широкій сфері комунікацій. І наголос слід робити саме на "журналістиці", потім на "економічній", оскільки економічні журналісти є насамперед комунікаторами, а не технічними експертами" [2].

Дж. Палмер також зауважив у розділі посібника з журналістики, що термін "економічна журналістика" є неправильним. Чисто економічна. фінансова чи монетарна журналістика – це лише один аспект того, що можна розглядати як бізнес-журналістику. Більшість людей вважає, що економічна журналістика охоплює макроекономіку, масштабні історії про дефіцит бюджету та економічну політику. Так само вони думають про фінанси. Але економічна журналістика – це макро- та мікрожурналістика, включаючи бізнес-журналістику, організації та споживачів, які формують економіку. Отже, це вся економічна журналістика – це рішення людей у безлічі різних ситуації, "наука вибору". За словами одного з редакторів "Financial Mail" попередніх років К. Сауті, яка також є викладачем журналістики "це може бути економічна журналістика, але це все одно журналістика" [2]. Бізнес, фінансові чи економічні журналісти могли б підвищити ефективність своєї комунікації, однак цьому має передувати ґрунтовна професійна підготовка для роботи в галузі.

Ділова та економічна журналістика передбачає наявність спеціальних навичок, яких треба набувати під час профільного навчання, оскільки здобувачі повинні освоїти особливості роботи з корпоративною фінансовою документацією, зрозуміти ієрархію компанії та володіти знаннями про основи бізнес-стратегій. Вони також повинні володіти загальними знаннями про ринки цінних

паперів, глобальну торгівлю, основні економічні принципи та барометри. Проблема полягає в тому, що отримавши класичну журналістську освіту орієнтовану на мультиплатформу роботу в медіа, галузевими знаннями з економічної тематики вони володіють на базовому рівні. В магістратурі під час навчання за освітньо-професійною програмою "Економічна журналістика" перед ними постає об'ємне, відповідальне та надскладне завдання освоєння комплексу вузькогалузевих знань з різних сфер економічної діяльності та стику журналістики та економіки. Справжнім викликом така ситуація є і для викладачів, які за стислий термін мають передати весь комплекс необхідних знань та сформувати компетенції майбутніх медіафахівців. Напрацювання теоретичної бази для підготовки спеціалістів журналістики в галузі економіки триває. До прикладу приблизно 57 відсотків бізнес-редакторів, опитаних М.-Дж. Пард'ю у 2012 р., оцінили випускників журналістики як "помірно непідготовлених" (50,8 %) або "надзвичайно непідготовлених" (6,2 %) [3]. Для глобального наукового та медіапростору такі дані став справжнім викликом, адже, безумовно, за галузевою журналістикою майбутнє.

Однак щоб стати професійним бізнес-журналістом, потрібно навчатися протягом усього життя. Однією з найбільших претензій до економічних журналістів є те, що вони недостатньо знають про теми, які висвітлюють. Щоб набути досвіду в цій роботі, потрібно розуміти деталі економіки, бізнесу та фінансів, а також володіти майстерністю збору, обробки та представлення новин. Основним завданням журналістів, які висвітлюють цю сферу, є спостереження за економічними змінами та бізнес-тенденціями, як вони відбуваються в суспільстві з часом, з цікавістю та вміти пов'язувати їх із ширшими глобальними подіями. "В більшості випадків журналіст має мислити глобально і писати локально. Крім того, необхідно знати, як генерувати ділові та економічні ідеї для журналістських цілей" [1, с. 11].

Загалом економічний матеріал мало відрізняється від звичайного журналістського матеріалу: вона точна, коректна, ґрунтовно досліджена, збалансована, чесна та містить інформацію з кількох джерел. Однак у ділових та економічних матеріалах цифри, конкретні дані та статистика є надзвичайно важливими. Кваліфікований журналіст починає з основних запитань: хто, що, де, коли, чому та як (формула "5ws & 1h"). Однак бізнес-репортер дає відповіді на попередні запитання і додає до них категорію "скільки?". Успішні бізнес-журналісти не бояться запитувати, скільки коштують речі, звідки надходять гроші та куди вони зникають. Розповідь про продаж компанії, наприклад, має включати ціну продажу, кількість працівників і ім'я нового чи нових власників;

історія про продаж будівлі повинна включати ціну продажу, розмір будівлі, її вік і розмір власності, де вона розташована – інакше новина буде не повною та не предметною. До прикладу якщо на ринок виходить новий медичний препарат від гіпертонії, журналіст, який працює над загальною статтею, може досліджувати вплив ліків, їхні інгредієнти та тематичні публікації на цю тему. Економічний журналіст проаналізує цифри і першим питанням поставить вартість ліків, вартість аналогів, вартість їхнього виготовлення, вартість подібних товарів на ринку, хто заробляє на цих нових ліках – лікарі, виробник, фармацевтична компанія. Економічний журналіст на соромиться ставити запитання про гроші та витрати, шукати відповіді не доступні більшості населення [1, с. 13].

Таким чином, багатовимірний характер економічної журналістики, як підкреслюють дослідники, серед яких Дж. Палмер і К. Сауті, підкреслює її роль як комунікативної галузі знань, а не лише суто економічної. Це комплексне поле охоплює макро- та мікрожурналістику, заглиблюючись у рішення окремих осіб, організацій та споживачів, що формують різні рівні економіки. Проблеми, з якими стикаються економічні журналісти у пошуках ґрунтовної професійної підготовки, особливо в глобальному ландшафті, що швидко розвивається, підкреслюють необхідність постійного навчання. Перетин журналістики та економіки вимагає тонкого розуміння корпоративних ієрархій, фінансової документації та глобальної економічної динаміки.

Розвиток та трансформація журналіста широкого профілю в того, який спеціалізується на роботі з економічною інформацією вимагає наполегливої праці, відданості навчанню протягом усього життя, подолання розриву між глобальними подіями та місцевими наративами. У світі, де галузева журналістика стає все важливішою, розробка міцної теоретичної основи та культивування безальтернативності усвідомлення економічних змін є важливими для майбутніх практиків. Зважаючи на динамізм галузі, безперервне прагнення до знань залишається першочерговим для економічних журналістів, гарантуючи, що вони є фахівцями в галузі, спостерігають за тенденціями та роблять суттєвий внесок у розуміння економічних реалій в яких вони живуть та працюють.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Pani P., Fischer-Butmaloiu U. Introduction to business and economic journalism / Friedrich Naumann Foundation for Freedom. 2022. 89 p. URL : https://www.idem-institute.org/downloads/introductiontobusinessandeconomic journalism.pdf

2. Rumney R. Brand R.10 General Tips For Better Business, Financial and Economics Reporting. *Centre for economics journalism in Africa CEJA.* 2012. URL : https://www.scribd.com/document/87709683/10-General-Tips-for-Better-Business-Financial-and-Economics-Reporting

3. Weber J. Teaching Business and Economic Journalism: Fresh Approaches. *Faculty Publications, College of Journalism & Mass Communications.* 2015, 88 p. URL : https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1089&context=journalismfacpub

***Анотація***

*Досліджено виклики та можливості в бізнес-, фінансовій та економічної журналістики; наголошено на тому, що економічна журналістика виходить за межі макроекономіки та охоплює мікроаспекти, що вимагає ретельної професійної підготовки; акцентовано на тому, що діловим та економічним журналістам часто не вистачає важливих знань, що ставить перед викладачами проблему передати всебічний досвід; підкреслено важливість точного, ретельно прискіпливого та збалансованого звітування з наголосом на конкретні дані і статистику в діловій та економічній журналістиці.*

***Ключові слова:*** *бізнес-стратегії, глобальна торгівля, ділова журналістика, економічна журналістика, економічні принципи, професійна підготовка, соціальнокомунікаційні технології, фінансова документація, фондові ринки.*

***Summary***

*Challenges and opportunities in business, financial and economic journalism are explored; it is emphasized that economic journalism goes beyond macroeconomics and covers micro aspects, which requires thorough professional training; it is emphasized that business and economic journalists often lack important knowledge, which poses a problem for teachers to convey comprehensive experience; emphasizes the importance of accurate, meticulous and balanced reporting with an emphasis on specific data and statistics in business and economic journalism.*

***Keywords:*** *business strategies, global trade, business journalism, economic journalism, economic principles, professional training, social communication technologies, financial documentation, stock markets.*

**Макарська Аліна,**
*здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності «Журналістика», Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# ДО ПИТАННЯ ТЕОРЕТИЧНОГО ОСМИСЛЕННЯ НОВИННИХ TELEGRAM-КАНАЛІВ У СТРУКТУРІ МЕДІАСМАКІВ АУДИТОРІЇ

Використання соціальних мереж в журналістиці обумовили справжню революцію не лише в роботі журналістів, але й в отриманні інформації аудиторією, яка в нових умовах має змогу не лише отримувати знання, але й обмінюватися ними, рефлексувати, додавати нові дані в коментарях, брати участь в обговореннях та рекомендувати друзям, не погоджуватися зі сказаним чи брати собі на озброєння. Вільні від модерації та контролю майданчики соціальних мереж швидко завоювали увагу користувачів, за ними на соціальні майданчики прийшли і традиційні медіа. Останні відчуваючи запит та потребу своєї аудиторії змінили не лише підходи до стилю написання своїх матеріалів, але й включили комунікативну складову у вигляді обговорень, залучення до зворотнього зв'язку, комунікації з брендом медіа на всіх можливих рівнях.

У відповідь на трансформацію медіаландшафту наукове середовище відрефлексувало низкою галузевих розвідок, які у комплексі міжнародних та національних праць утворюють актуальне теоретичне підґрунтя для осмислення новинних Telegram-каналів у структурі медіасмаків українців.

Дослідниця Київського національного економічного університету Л. Соломенко у 2023 р. провела проміжну ревізію впливу соціальних мереж як джерела новинної інформації та її зміни від початку повномасштабного вторгнення росій в Україну. Авторкою констатовано, що від початку повномасштабного вторгнення саме Telegram став основним новинним джерелом інформації для українців. Серед основних причин з яких українці переорієнтувалися з інших цифрових платформ стали зручність позиціонування оперативної інформації, максимальна оперативнфсть та швидкість доступу до інформації, щодо подій, які відбуваються в режимі реального часу. З негативних тенденцій: другорядна увага авторів контенту на дотримання журналістських стандартів, оскільки більша частина авторів такого контенту не є професійними медійниками, та орієнтуються

більше на отримання інформаційного "хайпу" ніж на задоволення об'єктивно інформаційних потреб аудиторії, часта наявність "джинси", анонімність, відповідно мінімальна відповідальність за поширення не правдивої інформації, відсутність реєстрації платформи як медіа попри те, що її аудиторія з умовах війни часто зростала від нуля до сотень тисяч користувачів. Стилістика таких повідомлень часто примітивна, графічно орієнтована, відтак підлягає впливу фейкових повідомлень [2, с. 134–142].

Вражає масштабами та заворожує результатами дослідження авторського колективу із Римського університету Сапієнца (Італія). Синергія дослідників технічних і гуманітарних наук у складі Ш. Аліпута, Н. Ді Марко, М. Авалле, Г. Етта, М. Чінеллі та В. Куатрочіоккі уможливила проведення аналізу набору безпрецендентного медіаконтенту у кількості 140 мільйонів новинних статей із 183 країн, які пов'язані із 37802 доменами на базі даних GDELT. Автори роблять ставку на послідовне згадування подій у різних країнах, таким чином включаючи часовий вимір в аналіз мереж розповсюдження новин. Результати засвідчили "значний дисбаланс у поширенні новин онлайн. Суперрозповсюджувачі новин, які утворюють тісно взаємопов'язаний багатий клуб, чинить значний вплив на глобальний порядок денний новин" [3, с. 24–36]. Для подальшого дослідження механізмів, що лежать в основі розповсюдження новин і формування глобальної громадської думки, авторами змодельовано взаємодію країн за допомогою гравітаційної моделі, що включає економічні, географічні та культурні фактори. Згідно з попередніми дослідженнями, авторами прослідковано взаємозалежність ВВП країни з формуванням світового порядку денного та встановлено прями зв'язок між цими двома змінними" [3, с. 24–36].

Таку кількість проаналізованого матеріалу вдалося обробити з використанням алгоритмів штучного інтелекту, який в рази пришвидшив аналіз емпіричних даних в десятки, сотні тисяч разів, при цьому провів технічну роботу, а автори науково узагальнили. Натомість потенціал штучного інтелекту для виявлення та зменшення оманливих публікацій у соціальних мережах станом на кінець 2023 р. осмислили Х.А. Тізнадо Убіллус, М. Ладера-Кастаньеда, С.А. Аточе Пачеррес, М.А. Аточе Пачеррес, К. Інфанте дослідники Національного університету П'юра (Перу) [7]. За результатами проведеної розвідки автори констатують, що поширення дезінформації через соціальні мережі є дуже небезпечним і спричинило зростаючий попит на створення інструментів штучного інтелекту, здатних ідентифікувати такі небезпеки в режимі реального часу та дозволити порівнювати моделі пошуку щодо можливих неправдивих публікацій, щоб зменшити дезінформацію про неправдиві новини, відео чи деякі оманливі публікації,

які породжують невпевненість або небезпеку для користувача, який переглядає соціальні мережі. “Емоції, позитивні та негативні почуття відіграють дуже важливу роль у публікації неправдивих чи правдивих новин. Штучний інтелект недостатньо розвинувся, щоб вирішити цю проблему неправдивих публікацій або злих намірів” [7]. При цьому нейронні мережі значно розвинулися таким чином, що вони “дозволяють прогнозувати на основі даних. Сьогодні існує сильна залежність від соціальних мереж та Інтернету, які неможливо контролювати та які потребують лікування. Існують злочини, класифіковані у кримінальному кодексі таким чином, що за допомогою соціальної інженерії вони здійснюють, наприклад, видавання себе за особу для викрадення, викрадення інформації або завдати шкоди” [7].

Після початку повномасштабного вторгнення росії в України львівська дослідниця медів М. Кіца провела дослідження використання соціальних мереж британськими ЗМК “The Telegraph” і “BBC News”. За результатами проведеної авторкою аналітичної роботи встановлено, що “BBC News” і “The Telegraph” не надто активно використовують можливості соціальних мереж і зосереджуються лише на поширенні новин, які вже є на офіційних сайтах медіа. Таким чином, хоча сторінки цих ЗМІ в соціальних мережах Facebook, Youtube та Instagram є досить популярними, вони отримують негативні відгуки та досить низьку реакцію аудиторії. “Медіа Великобританії характеризуються високим рівнем професіоналізму та є прикладом світової якісної журналістики. Багато британських ЗМК систематично посідають високі позиції в ЗМК, і це недаремно: незмінно добрі показники рівня свободи слова, дотримання професійно-етичних вимог журналістів, регулювання спорів на законодавчому рівні” [6, с. 80–86]. Проте, незважаючи на всі ці переваги, британські медіа досі не можуть повноцінно використовувати соціальні мережі у своїй журналістській діяльності. Перш за все, це пов’язано з відсутністю законів, які б регулювали роботу онлайн-ЗМІ та взаємодію з соціальними мережами. Зараз журналісти, які працюють в онлайн-ЗМІ, підпадають під загальні законодавчі положення та етичні вимоги, схвалені на міжнародному та національному рівнях. “Все більше британських традиційних ЗМІ посилюють своїх аналогів в мережі, які часто створюють оригінальний вміст, а не дублюють інформацію з друкованих ресурсів, радіо чи телебачення. Серед популярних онлайн-медіа Сполученого Королівства в цій роботі аналізуються BBC News і The Telegraph” [6, с. 80–86]. Вони є взірцями якісної журналістики та давно використовують у своїй діяльності соціальні мережі. Наразі ці ЗМК найбільше представлені у Facebook, YouTube, Instagram та Twitter. У зв’язку з тим, що остання соціальна мережа функціонує як стрічка новин через обмежену кількість символів, її не використовували для аналізу. Натомість

Facebook, YouTube та Instagram використовують медіа для різних цілей: поширення новин у соціально доступній формі, залучення нової молодої аудиторії, просування власного бренду та взаємодії з користувачами. Аналізуючи сторінки BBC News і The Telegraph на цих соціальних платформах М. Кіца робить висновок, що медів не використовують весь можливий функціонал соціальних мереж і використовують їх лише для поширення та зберігання інформації [6, с. 80–86]. Авторці також належить не менш цінне для нашої розвідки дослідження особливостей популярних соціальних мереж у контексті інтерфейсу, функціональності та контенту. У 2022 р. вона констатувала, що соціальні медіа дозволяють журналістам поширювати та рекламувати контент через нові канали та сприяти інтерактивному контакту з читачем. Як джерело вони також обіцяють швидший доступ до еліт, голосів людей і важкодоступних регіонів світу. "Показники "Подобається" та "Поширення" стали факторами новин, які допомагають репортерам знаходити нові способи збору, обміну та обговорення інформації з джерелами. Різні соціальні платформи слід використовувати окремо, залежно від функціональності, яку вони пропонують" [4, с. 73–80]. Facebook, на її думку, добре підходить для обговорення актуальних тем, адже користувачі цієї соціальної мережі люблять коментувати пости та брати участь у дебатах. Необмежена кількість символів і зручний текстовий віджет дозволяють публікувати у Facebook великі аналітичні чи інформаційні матеріали на суспільно важливі теми – основна аудиторія Facebook – люди старше 20 років з вищою освітою. Instagram добре працює для просування медіабренду, просування найцікавіших новин і взаємодії з аудиторією. YouTube виявився чудовим відеохостингом, де медіа можуть створювати добірку історій на певні теми, створювати подкасти та отримувати відгуки про свою роботу [4, с. 73–80].

Під час розгляду телеграм-каналів новин у контексті огляду аудиторії, специфіки функціонування у 2024 р. М. Кіца робить огляд популярних світових телеграм-каналів та їх впливу на суспільство, визначає переваги та недоліки цього формату. Серед іншого авторка звертає увагу на відомі канали новин, такі як "The New York Times", "The Guardian", "BBC News", "Reuters" і "CNN" [1, с. 66–72], огляду загальних характеристик телеграм-каналів присвячена окрема праця дослідниці [5, с. 66–72].

Наукове дослідження теоретичного осмислення новинних Telegram-каналів у структурі медіасмаків аудиторії підкреслює необхідність адаптації досліджень і технологій для захисту цілісності інформації в медіа-ландшафті, що постійно змінюється. Міждисциплінарний характер цих запитів значною мірою сприяє розумінню та вирішенню складнощів у сучасному цифровому медіа-середовищі та потребує дослідницької уваги і надалі.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кіца М. Новинні Телерам-канали: огляд, вподобання аудиторії, специфіка функціонування. *Вісник журналістики НУ «Львівська політехніка».* 2024. № 6(2). С. 66–72.

2. Соломенко Л. Соціальні мережі як джерело новинної інформації від початку російського повномасштабного вторгнення: основні тенденції використання. *Держава та регіони. Серія Соціальні комунікації.* 2023. № 3 (55). С. 134–142.

3. The drivers of global news spreading patterns / Alipour S., Di Marco N., Avalle M., Quattrociocchi W. *Scientific Reports*. 2024. № 14(1). С. 24–36.

4. Kitsa M. The Peculiarities of Popular Social Networks: Interface, Functionality, Content. *State and Regions Series Social Communications.* 2022. № 3 (51). P. 73–80.

5. Kitsa M. Telegram News Channels: Overview, Audience Preferences, Specifics Of Functioning. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка» : журналістика.* 2023. № 2 (6). С. 66–72.

6. Kitsa M. The Use of Social Networks by British Media The Telegraph and BBC News. *State and Regions Series Social Communications.* 2022. № 1 (49). С. 80–86.

7. Tiznado Ubillús J. A., Ladera-Castañeda M., Atoche Pacherres C. A. Artificial intelligence to reduce misleading publications on social networks. Transactions on Scalable Information Systems. 2023. URL : https://www.researchgate.net/publication/374015725_Artificial_intelligence_to_reduce_misleading_publications_on_social_networks

***Анотація***

*Встановлено, що поява соціальних мереж у журналістиці революціонізувала сприйняття інформації, сформувавши її динамічний медіаландшафт. Проаналізовано вплив традиційних медіа, які визнають запити аудиторії, адаптовані шляхом включення комунікативних елементів. Осмислено наукові дослідження, які сприяють теоретичному розумінню новинних каналів Telegram та їх впливу на медіа-смаки користувачів цифрових медіа.*

***Ключові слова:*** *глобальне розповсюдження новин, дезінформація, новинні Telegram-канали, соціальні мережі в журналістиці, соціальні комунікації, штучний інтелект.*

***Summary***

*It was established that the emergence of social networks in journalism revolutionized the perception of information, forming its dynamic media landscape. The impact of traditional media that recognizes audience requests, adapted by including communicative elements, is analyzed. Scientific studies that contribute to the theoretical understanding of Telegram news channels and their influence on the media tastes of digital media users are elaborated.*

***Keywords:*** *global news distribution, disinformation, Telegram news channels, social networks in journalism, social communications, artificial intelligence.*

**Марцинкевич Дар'я,**
*здобувачка IV курсу спеціальності «Журналістика»*
*факультету міжнародних відносин,*
*Національний авіаційний університет,*
*м. Київ, Україна*

# МОЖЛИВОСТІ НОВИХ МЕДІА У ЖУРНАЛІСТИЦІ: ЮТУБ

У сучасному світі технологій люди все частіше використовують в повсякденному житті електронні ресурси. Завдяки глобальній мережі Інтернет користувач за лічені секунди може знайти потрібну інформацію, купити товар, розмістити відео тощо. Розвиток Інтернету та цифрових технологій запровадив створення «нових медіа», до складу яких також входять соціальні мережі, в тому числі і платформа Ютуб.

Соціальна мережа – це он-лайн платформа, на якій користувачі можуть створювати та поширювати контент, створювати свої особисті та/або бізнес-акаунти, знайомитися з іншими користувачами, вступати в дискусію тощо [7].

Точного визначення терміну «нові медіа» не існує, але З. Григорова [4, с. 95] пропонує наступну класифікацію:

- професійні інтернет ЗМІ (інтернет видання, онлайн газети та журнали, інтернет-телебачення, інтернет-радіо тощо);
- онлайнові ігри та віртуальні світи;
- соціальні медіа (соціальні мережі, блоги, медіахостинги тощо).

Не зважаючи на схожість понять професійних інтернет-ЗМІ та соціальних медіа, різниця між ними є. Інтернет ЗМІ, або інакше кажучи Інтернет-журналістика – це вид журналістики, який використовує мережу Інтернет для збору, обробки і поширення інформації. При цьому як і традиційні види журналістики має стійкі форми й типи журналістських матеріалів [1, с. 46–47]. Соціальні медіа так само як і Інтернет-журналістика використовують Інтернет для передачі інформації та використовують інтерактивність для споживачів. Але якщо в Інтернет-ЗМІ переважає контент створений професіоналами, то в соціальних медіа переважає контент, створений споживачами [4, с. 94–95].

У липні 2022 року Київський міжнародний інститут соціології провів дослідження думки громадян щодо медіаспоживання. Згідно з цим дослідженням 69 % українців отримують новини із соціальних мереж, 25 % опитаних отримують новини через своїх близьких, 25 % через новинні сайти, 19 % використовують для цієї мети телебачення і близько 8 % використовують радіо [6].

Ютуб є найпопулярнішою платформою для обміну відео [3]. Цю соціальну мережу можна назвати аналогом телебачення, адже тут можна знайти новинні відео та блоги, художні та документальні серіали та фільми, музичні кліпи, огляд товарів та послуг, телешоу тощо, При цьому на цій платформі можна отримувати гроші за перегляди відео або так само як і на телебаченні, радіо, в газеті чи журналі отримувати гроші за рекламу товару, послуги тощо. Але при цьому реклама на платформі Ютуб має більше переваг, ніж реклама в традиційних ЗМІ. Основною перевагою є персоналізація контенту та персоналізація реклами. Також перевагою є підтримка рекламодавців. До прикладу, під час карантину Ютуб запустив безкоштовний інструмент – Video Builder, який надав змогу створювати відеоколажі для компаній з низьким бюджетом, щоб вони мали змогу просувати свій бренд [2].

За даними Social Media Today Ютуб є другою платформою у світі за відвідуваністю, кожен візит в середньому включає 6,5 сторінок. Кількість зареєстрованих користувачів налічує понад 2 мільярди, що складає третину всіх користувачів Інтернету [2].

Канал на Ютубі може створити будь-яка людина, яка цього бажає. Існує безліч відео-каналів та вілео-блогів на різну тематику. Укпаїнські ЗМІ також просувають свою діяльність через цю платформу. Наприклад телеканал ICTV має основний ютуб-канал та окремий для «Фактів», в «1+1» для ТСН. Станом на 2022 рік лідерами серед кількості матеріалів на каналі є «Еспресо» (642), «Факти» ICTV (402) та Канал 24 (399). За середньою кількістю перегляду одного ролика таблицю лідерів очолюють Україна 24, Телеканал ICTV та 24 канал. А найбільшу кількість підписників на Ютубі мають такі телеканали: СТБ (4 590 000), ТСН (3 730 000), Телеканал «1+1» (2 650 000) та Телеканал ICTV (2 400 000) [5].

Крім поширення вже існуючих традиційних ЗМІ через платформу Ютуб, люди, які мають журналістську освіту чи журналістський досвід часто створюють на Ютубі власні медіа-продукти. Наприклад, українська журналістка та телеведуча Маша Єфросиніна створила свій канал, на якому публікує інтерв'ю з лідерами думок, експертами у галузі краси, здоров'я, медицини та інформаційних технологій, зірками шоу-бізнесу, соціальні проекти про жінок і для жінок. Канал Марії налічує понад 700 тисяч підписників, а загальна кількість переглядів сягає понад 150 мільйонів. Тим часом її колега-телеведучий Антон Птушкін також має свій ютуб-канал, на який викладає тревел-контен, а саме випуски про різні міста світу, тим самим збагачує людей знаннями про різні культури та історію. Антон зібрав на своєму каналі 5,5 мільйонів підписників, а його відео переглянули понад 649 мільйонів разів.

Таким чином, можна зробити висновки що соціальна мережа Ютуб має неабияку популярність серед усього населення світу. Традиційні ЗМІ поширюють свій контент через цю платформу, журналісти створюють свої власні проекти, збираючи велику кількість аудиторії та переглядів, тим самим не лише популяризують результати своєї творчо-журналістської діяльності, а також заробляють на цьому гроші. Рекламодавці обирають цю платформу через зручність та переваги Ютуб-реклами над рекламою в традиційних ЗМІ, а відсоток споживачів, що використовують і обирають «нові медіа» замість традиційних, з кожним роком зростає. Тому в століття цифрових технологій спеціалістам медіасфери важливо створювати та/або поширювати свою журналістську діяльність через соціальні мережі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Актуальні проблеми масмедіа : кол. монографія / наук. ред. : В. М. Васильченко, В. І. Шульгіна. Київ : Національний університет, 2023. 140 с.

2. Осейко В. Ютуб для брендів : особливості, переваги, фішки. URL : https://iprospect.com.ua/youtube-dlya-brendiv-osoblivosti-perevagi-i-fishki/ (дата звертання: 23.01.2024).

3. Шоляк В. Топ соціальних мереж. URL : https://wizeclub.education/blog/top-sotsialnih-merezh/ (дата звертання: 23.01.2024).

4. Григорова З. В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору. *Технологія і техніка друкарства*. 2017. № 3(57). С. 93–100. URL : https://doi.org/10.20535/2077-7264.3(57).2017.115905 (дата звертання: 23.01.2024).

5. Сергієнко І., Білоскурський О. Які з українських телеканалів зараз найкраще дивляться на тубі. URL : https://detector.media/blogs/article/199151/2022-05-12-yaki-z-ukrainskykh-telekanaliv-zaraz-naykrashche-dyvlyatsya-na-yutubi/ (дата звертання: 23.01.2024).

6. Лорян Р. Смартфон перемагає телевізор: більшість українців використовують інтернет як основне джерело новин. URL : https://www.oporaua.org/polit_ad/smartfon-peremagaie-televizor-bilshist-ukrayintsiv-vikoristovuiut-internet-iak-osnovne-dzherelo-novin-24266 (дата звертання: 23.01.2024).

7. Information Portal Reporter Що таке соціальна мережа? URL : https://reporter.zp.ua/shho-take-sotsialna-merezha.html (дата звертання: 23.01.2024).

**Міщенко Олексій,**
*аспірант,*
*Державний податковий університет,*
*м. Ірпінь, Україна*

# ВПЛИВ ФІНАНСОВОЇ ГРАМОТНОСТІ НА ПОДОЛАННЯ УПЕРЕДЖЕННЯ ПІД ЧАС СПРИЙНЯТТЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ СУСПІЛЬСТВОМ В УМОВАХ КРИЗИ

Тендентційними платформами для доступу до новинної інформації, зокрема і на економічну тематику є Telegram, Facebook і Twitter. Проте найпопулярнішою платформою з початком повномасштабного вторгнення став Telegram, який прийшов на зміну традиційному Facebook. Останній протягом років утримував найбільший відсоток уваги власників бізнесу та топменеджерів.

На цьому тлі спостерігається зменшення уваги та цікавості аудиторії до традиційних медіа, зокрема телебачення. У 2023 р. українці на 76 % більше читали новини саме в соціальних мережах, а кількість щоденних користувачів інтернетом сягнула 89 % [5]. Тренд останній двох років залишається незмінним: українці використовую кілька інформаційних платформ для доступу до новинної інформації, ті ж хто зупиняється на одному джерелі, як правило посилаються на соціальні мережі. Свідченням повсюдної цифровізації українців є те, що кожен третій українець використовує для отримання нової інформації виключно соціальні мережі. “Споживання сайтів новин знизилося на 1 %, до 41 %, телебачення – на 6 %, до 30 %, радіо – на 1 %, до 10 %. Споживання друкованої преси залишилося на попередньому рівні – 3 %” [5]. За такої статистики прогнозовано головним девайсом для доступу до всесвітньої мережі є смартфон, відповідно мобільні версії соціальних мереж сприйнятливіші українцями, ніж їхні повноформатні аналоги на стаціонарних комп’ютерах.

Серед лідерів думок українців С. Стерненко, С. Притула, В. Зеленський. В цьому переліку відсутні економічні блогери та контентмейкери. Найпопулярнішим Telegram-каналом українці визнали “Труху” (15 %), Facebook-каналом “ТСН” (9 %) [5].

Означені платформи систематично публікують новини на економічну тематику, проте вони носять загально пізнавальний контент, без його спеціалізованого медіазмісту. “Суттєвий недолік більшості Telegram-каналів – відсутність мінімальної перевірки інформації на достовірність” [4].

Обмаль потужних ресурсів орієнтованих на роботу в економічній сфері головний редактор видання "VoxUkraine" Б. Давиденко обгрунтовує об'єктивними причинами: періодичними економічними кризами, які загодстрюють питання виживання бізнесу у відмові його від довгострокових стратегій розвитку, відтак осмислення професійними журналістами. Традиційні медіа на економічну тематику не витримали переходу в цифровий формат: "10 років тому в Україні було, мабуть, три щоденні ділові газети, п'ять чи шість щотижневих видань, і декілька щомісячних видань. Зараз ми маємо, в кращому випадку, близько десяти ділових чи економічних відділів при редакціях. Але це досить маленькі структури, де працюють три-п'ять, максимум сім людей, і це зовсім не можна назвати діловими редакціями" [1]. Інша причина – відсутність професіоналів, які візьмуться за реалізацію бізнес-моделі повноцінної економічної цифрової медіаплатформи. Щодо професіоналів в галузі то їх дуже обмаль і професійних медійників, які можуть "смачно" викласти бізнесові питання в своїх матеріалах можна порахувати на пальцях кільком людям.

Незмінною тенденцією останніх двох років є втрата популярності і впливовості традиційних медіа на фоні нарощування впливовості цифрових, часто персоналістських платформ, редакційна політика яких ґрунтується не на дотриманні журналістських стандартів та цінностей інформування, а на авторському баченні її засновника та орієнтації на потреби аудиторії. Окремим сегментом медіапростору є підтримувані закордонними партнерами та донорами ресурси. Їхня підтримка є життєво важливою, оскільки технологічні та соціальні зміни знизили бар'єр входу для нових гравців у медіаіндустрію, сектор став більш інноваційним та різноманітним. Трансформація медіаіндустрії України є результатом синергії політико-економічних чинників, які складися в Україні після початку повномасштабної війни, співпраці медіа-спільноти та прогресивних акторів у розробці нових стратегій реалізації цспішних медіаініціатив

Більшість засобів масової інформації, особливо вузькотематичні, в тому числі і на економічну тематику, можуть отримати вигоду від доступу до передових інструментів дизайну та реклами, а також до глибоких досліджень внутрішнього ринку, аудиторії та світових подій у медіасфері. Участь у міжнародних дебатах про роль сучасних технологій у медіа важливі, особливо щодо взаємодії між соціальними та традиційними медіа. Не менш важливою є участь у міжнародній діяльності, до прикладу робота із залучення до відбудови, фінансування проєктів відновлення України зарубіжних інвесторів та донорів через розкриття на міжнародній арені перспектив фінансової привабливості повоєнної України [6].

Нарешті, важливо супроводжувати всі ці зусилля широкими кампаніями із розповсюдження фінансової грамотності українців. Вони мають бути спрямовані на всі вікові категорії, різні соціальні групи та навчати аудиторію відповідально, при цьому критично сприймати фінансово орієнтовану інформацію. Фінансова грамотність охоплює найбільш "практичні життєві навички, зокрема як правильно заощаджувати, як правильно позичати, як правильно інвестувати і як вміти захищати свої права" [2]. За свідченням заступниці керівника проєкту USAID "Трансформація фінансового сектору" Ю. Вітки опитування, яке було проведене серед жителів різних країн Європи засвідчило, що "Україна займає останнє місце в рейтингу фінансової грамотності, тобто має найнижчий бал, який обчислюється за певною методикою" [2]. Умовно наша країна розділила це місце з поляками, проте організатори дослідження засвідчили, що в економічно потужніших країнах про громадян може подбати держава, натомість в Україні з цим складно, оскільки кожен повинен дбати про себе самостійно. Серед причин не уважності до економічних питань – відсутність заощаджень, адже ще в 2019 р. лише "30 % населення мали накопичений запас фінансової міцності, тобто формували свою "фінансову подушку" в розмірі мінімум десять відсотків від загальномісячного прибутку" [2]. Варто припустити, що з початком повномасштабної війни в Україні кількість таких людей зменшилася кратно, тому питання фінансових заощаджень та інвестицій поступилося в інформаційному порядку денному українців на користь елементарному заробітку.

Попри те питання фінансової грамотності є мірилом успіху та інтересу населення до економічної журналістики, оскільки йде пліч-о-пліч з фінансовим благополуччям населення [3], тому треба розвивати не лише інформаційний, новинний напрямок економічної журналістики, але і її просвітнику, пізнавальну складову. Природньо, що медіасередовище швидко трансформується, технологічний прогрес обумовлює новітні способи поширення та споживання інформації. У цьому динамічному середовищі економічні журналісти стикаються з проблемою не лише привернути увагу різноманітної аудиторії, але й переконатися, що подана інформація є зрозумілою та актуальною. Фінансово грамотна аудиторія з більшою ймовірністю зрозуміє та оцінить економічну журналістику, що веде до більш поінформованого та розширеного суспільства. Таким чином, зусилля з підвищення фінансової грамотності повинні бути інтегровані в ширшу структуру ініціатив економічної журналістики.

Крім того, співпраця між медіа, навчальними закладами та фінансовими установами може відігравати ключову роль у просуванні економічної грамотності. Тренінги, семінари та освітні кампанії можуть бути організовані для покращення

розуміння економічних концепцій серед населення. Розвиваючи культуру постійного навчання, економічна журналістика може стати каталізатором позитивних змін у суспільстві. Майбутнє економічної журналістики полягає в її здатності адаптуватися до медіасередовища, задовольняти його багатовимірні потреби. Економічні ж журналісти, які працюють у цьому ландшафті повинні забезпечувати свою аудиторію актуальною, доступною, точною, об'єктивною інформацією щоб розширити можливості людей і зробити свій внесок у глобальний просвітницький проєкт.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Багаліка А., Ференс Л. Чому в Україні немає якісних медіа, які пишуть на економічні теми? 2017. URL : https://hromadske.radio/podcasts/rankova-hvylya/chomu-v-ukrayini-nemaye-yakisnyh-media-yaki-pyshut-na-ekonomichni-temy

2. Войтюк Т. Навіщо українцям потрібна фінансова грамотність. Розповідає експертка. Суспільне. Новини. 2021. URL : https://suspilne.media/114223-naviso-ukraincam-potribna-finansova-gramotnist-rozpovidae-ekspertka/

3. Горленко Г. Медіаосвіта на заняттях з фінансової грамотності : навчальне видання / за ред. О. Волошенюк, В. Іванова. Київ : АУП, ЦВП, 2021. 76 с. URL : https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2022/02/finance_2021final.pdf

4. В. Ланда, В. Фдорчук. Королі новин. Хто стоїть за найбільшими новинними медіа в Україні: сайти, Telegram, YouTube, Facebook / Forbes.ua. 2023. URL : https://forbes.ua/money/koroli-novin-khto-stoit-za-naybilshimi-novinnimi-media-v-ukraini-cayti-telegram-youtube-facebook-15052023-13651

5. Шаріпов О. Телебачення втрачає позиції, Telegram-канали нарощують аудиторію. Де українці дізнаються новини / Forbes.ua. 2023. URL : https://forbes.ua/news/telebachennya-vtrachae-pozitsii-telegram-kanali-naroshchuyut-auditoriyu-de-ukraintsi-diznayutsya-novini-14112023-17240

6. Korbut A. Strengthening public interest in Ukraine's media sector. 2021. URL : https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/2021-04/2021-04-23-ukraines-media-sector-korbut.pdf

***Анотація***

*Осмислено вплив цифровізації на фінансову грамотність та доступ до інформації під час кризи; проаналізовано вплив Telegram, Facebook і Twitter на презентацію економічної інформації ЗМК, встановлено, що дефіцит ресурсів для економічної журналістики пояснюється періодичними економічними кризами та проблемами у впровадженні високовартісних, економічно ефективних*

*цифрових медіа-платформ; наголошено на зниженні популярності традиційних медіа на тлі зростання персональних, часто цифрових, платформ, керованих редакційною політикою, орієнтованою на аудиторію.*

***Ключові слова:*** *економічні блогери, іноземні інвестиції, медіаіндустрія, соціальні мережі, традиційні ЗМК, фінансова грамотність, цифровізація Facebook, Telegram, Twitter, VoxUkraine.*

***Summary***

*The influence of digitalization on financial literacy and access to information during the crisis is meaningful; the impact of Telegram, Facebook, and Twitter on the presentation of economic information by ZMK was analyzed, it was established that the shortage of resources for economic journalism is explained by periodic economic crises and problems in the implementation of high-cost, cost-effective digital media platforms; emphasized the decline in popularity of traditional media against the background of the growth of personal, often digital, platforms driven by audience-oriented editorial policies.*

***Keywords****: economic bloggers, foreign investments, media industry, social networks, traditional media, financial literacy, digitalization of Facebook, Telegram, Twitter, VoxUkraine.*

**Побережець Ганна,**
*канд. іст. наук, доцентка кафедри українознавства,*
*Миколаївський національний аграрний університет,*
*м. Миколаїв, Україна*

# РОЛЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ У ФОРМУВАННІ МОРАЛЬНО-ЕТИЧНИХ ОРІЄНТИРІВ У ПОЛІКУЛЬТУРНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

У сучасному полікультурному суспільстві, яке характеризується швидкими соціальними, технологічними та культурними змінами, вища освіта відіграє ключову роль не лише в наданні фахових знань та навичок, а й у формуванні морально-етичних орієнтирів студентів. В умовах глобалізації, коли межі між країнами та культурами стають все менш відчутними, важливість виховання толерантності, взаєморозуміння та поваги до різноманітності стає особливо актуальною. Вищі навчальні заклади, які зібрали разом студентів з різних культурних та етнічних груп, надають унікальну можливість для міжкультурного діалогу та взаємного збагачення, сприяючи формуванню глибших розумінь морально-етичних цінностей.

Ця роль вищої освіти у формуванні морально-етичних орієнтирів студентів є особливо значущою в контексті сучасних викликів, таких як інформаційний вибух, соціальні мережі та постійно зростаюча потреба в критичному мисленні. Через академічні дискусії, спільні проєкти та культурні обміни, студенти мають можливість розвивати свої моральні та етичні погляди, вчяться розуміти та цінувати різноманіття думок і переконань. Вища освіта, таким чином, виступає не лише як місце здобуття знань, але й як платформа для формування громадян, здатних діяти відповідально, етично та з повагою у складному і різноманітному світі.

У цьому контексті, розуміння ролі вищої освіти у формуванні морально-етичних орієнтирів у полікультурному суспільстві стає ключовим для розробки освітніх програм і методик, які б забезпечували не тільки професійну підготовку, але й сприяли розвитку цілісної, моральної особистості, здатної ефективно взаємодіяти в умовах глобальної полікультурності.

Вища освіта відіграє фундаментальну роль у формуванні морально-етичних орієнтирів студентів, особливо в умовах полікультурного суспільства, де

важливо виховувати повагу до різноманітності, відповідальність та глобальне громадянство. Це досягається не тільки через теоретичне навчання, але й за допомогою практичного застосування морально-етичних принципів у академічних проектах, дослідженнях та громадських ініціативах.

Практичне застосування морально-етичних принципів включає інтеграцію студентів у проекти, які вимагають від них роботи з реальними соціальними викликами, де вони можуть застосовувати етичні рішення та аналізувати їхні наслідки для різних груп населення. Це дозволяє студентам не тільки розуміти теоретичні аспекти етики, але й вчитися застосовувати їх у складних і часто неоднозначних реальних ситуаціях [1].

Етика використання технологій та цифрових медіа є ще однією критично важливою сферою, де вища освіта має відігравати активну роль. У епоху швидкого розвитку цифрових технологій студенти повинні бути освічені щодо відповідального використання цих інструментів, включаючи питання приватні, безпеки даних, інтелектуальної власності та впливу соціальних мереж на суспільство. Це включає не тільки освітні програми, але й створення етичних кодексів та політик, які регулюють використання технологій університетами та їхніми студентами.

Для підкріплення цих практик, університети можуть впроваджувати курси, семінари та воркшопи, які спеціалізуються на морально-етичних аспектах використання технологій. Це дозволить студентам критично аналізувати та розуміти комплексні етичні питання, пов'язані з цифровим світом, та формувати власні обґрунтовані позиції.

У сучасному світі, де технології та медіа постійно еволюціонують, важливо, щоб вища освіта адаптувалася до цих змін, надаючи студентам інструменти та знання для етичного рішення складних проблем. Це допоможе підготувати відповідальних лідерів майбутнього, які можуть навігувати в складному морально-етичному ландшафті полікультурного суспільства.

У центрі цих змін лежать морально-етичні виклики, які ставить перед полікультурним суспільством необхідність адаптації до нових реалій глобалізованого світу. Вищі навчальні заклади відіграють ключову роль у підготовці студентів до ефективної діяльності в такому середовищі, надаючи їм не тільки знання, але й формуючи у них морально-етичні орієнтири, необхідні для успішної взаємодії в різноманітному світі.

Вплив глобалізації на морально-етичні орієнтири полягає в тому, що вона стирає традиційні межі, зміщуючи встановлені норми та цінності. Це вимагає від людей бути більш відкритими до нових ідей, культур та поглядів, а також

здатними адаптуватися до швидко мінливого середовища. Вищі навчальні заклади, відповідаючи на ці виклики, розробляють програми, які сприяють розвитку критичного мислення, міжкультурної компетентності та етичної відповідальності серед студентів.

Міжкультурна освіта є однією з основних складових таких програм. Через вивчення іноземних мов, обмінні програми, курси світової історії та культури, студенти набувають знань та навичок, які допомагають їм ефективно спілкуватися та співпрацювати з людьми з різних культурних середовищ. Це, в свою чергу, сприяє розвитку взаємоповаги, толерантності та розуміння глобальних в'язків між різними культурами та народами.

Етичне виховання в університетах також приділяє велику увагу вирішенню моральних дилем, які виникають у глобалізованому світі. Через дискусії, кейс-стаді та проекти, які висвітлюють етичні питання в бізнесі, науці, технологіях та міжнародних відносинах, студенти навчаються аналізувати складні ситуації, зважувати різні інтереси та приймати обґрунтовані рішення, що враховують як локальні, так і глобальні контексти [2].

Вищі навчальні заклади також зосереджують увагу на підготовці студентів до діяльності в глобалізованому економічному просторі. Це означає надання знань у сфері міжнародної торгівлі, фінансів, менеджменту та маркетингу, а також розвиток навичок міжкультурної комунікації та лідерства. Такий підхід готує майбутніх фахівців не тільки до успішної кар'єри, але й до відповідального громадянства в глобалізованому світі, де вони можуть стати мостом між різними культурами та сприяти більш мирному співіснуванню народів.

Отже, у світлі наведених аргументів, можна зробити висновок, що вища освіта відіграє незамінну роль у формуванні морально-етичних орієнтирів студентів у полікультурному суспільстві. В умовах глобалізації та швидкоплинних змін, які охоплюють всі сфери людського життя, освітні інституції стають ключовими агентами виховання відповідальних, толерантних і етично свідомих громадян. Через академічні дискусії, міжкультурний обмін та практичне застосування морально-етичних принципів, студенти не лише здобувають глибокі знання в своїх фахових областях, але й формують стійкі моральні та етичні позиції, які допоможуть їм у їхній майбутній професійній та особистісній реалізації.

Зосередження на етиці використання технологій та цифрових медіа, а також розуміння викликів, які ставить глобалізація, є важливими аспектами сучасної вищої освіти. Це дозволяє студентам не тільки адаптуватися до змінюваного світу, але й активно впливати на нього, сприяючи створенню більш справедливого, мирного та інклюзивного глобального суспільства.

Врешті-решт, вища освіта не просто готує студентів до майбутньої професії, але й виховує у них здатність критично мислити, емпатію до інших культур та етичну відповідальність перед суспільством. Таким чином, вищі навчальні заклади відіграють вирішальну роль у формуванні особистостей, здатних не лише пристосовуватися до глобалізованого світу, але й активно формувати його майбутнє на засадах поваги, взаєморозуміння та етичної відповідальності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Kromydas, T. Rethinking higher education and its relationship with social inequalities: past knowledge, present state and future potential. Palgrave Communications, 2017. 3. URL : https://www.nature.com/articles/s41599-017-0001-8

2. Chapman, B., Lindner, S. Defining the quality of higher education around ethics and moral values. ResearchGate. 2016. URL : https://www.researchgate.net/publication/305803590_Defining_the_quality_of_higher_education_around_ethics_and_moral_values

***Анотація***

*У швидко змінюваному полікультурному суспільстві, що характеризується соціальними, технологічними та культурними змінами, вища освіта відіграє ключову роль не тільки в наданні професійних знань та навичок, але й у формуванні морально-етичного компасу студентів. В умовах глобалізації, коли межі між країнами та культурами стають все більш розмитими, особливо актуальним стає виховання толерантності, взаєморозуміння та поваги до різноманітності. Вищі навчальні заклади, збираючи разом студентів з різних культурних та етнічних середовищ, пропонують унікальну можливість для міжкультурного діалогу та взаємного збагачення, тим самим сприяючи глибшому розумінню морально-етичних цінностей. Через академічні дискусії, спільні проекти та культурні обміни студенти мають можливість розвивати свої моральні та етичні погляди, навчаючись цінувати та поважати різноманіття думок та вірувань.*

***Ключові слова:*** *вища освіта, полікультурне суспільство, моральні та етичні цінності, глобалізація, міжкультурний діалог.*

***Summary***

*In the rapidly evolving multicultural society characterized by social, technological, and cultural changes, higher education plays a pivotal role not only in providing professional knowledge and skills but also in shaping students' moral and ethical compasses. Amidst globalization, where the boundaries between countries and*

*cultures become increasingly blurred, the importance of fostering tolerance, mutual understanding, and respect for diversity becomes particularly relevant. Higher educational institutions, by bringing together students from various cultural and ethnic backgrounds, offer a unique opportunity for intercultural dialogue and mutual enrichment, thereby facilitating a deeper understanding of moral and ethical values. Through academic discussions, collaborative projects, and cultural exchanges, students are enabled to develop their moral and ethical viewpoints, learning to appreciate and value the diversity of opinions and beliefs.*

***Keywords:*** *Higher education, Multicultural society, Moral and ethical values, Globalization, Intercultural dialogue.*

**Полоз Олена,**
*здобувачка вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності «Журналістика», Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# ІНФОРМАЦІЙНІ ІНТЕРЕСИ ЕКОНОМІЧНОГО ЖУРНАЛІСТА З УНАОЧНЕННЯ ГАЛУЗЕВИХ ПОВІДОМЛЕНЬ ЕКСПЕРТНИМИ КОМЕНТАРЯМИ

Однією з визначальних галузей для відображення в економічній журналістиці є економіка. Вона охоплює мільйони речей, які продукує суспільство: вирощує, викопує створює, купує, продає, звідки бере гроші, щоб заплатити за це, що далі відбувається з грошима вирученими за продаж попередньо перерахованого [1]. У той же час звичайні люди впливають на ці речі своєю повсякденною поведінкою, зазвичай не замислюючись над цим або не усвідомлюючи свого спливу та ваги своїх рішень. Що характерно для всіх видів людської діяльності починаючи від раціонального планування, заощаджень та інвестицій до ірраціональної жадібності, страху та корупції. Найчастіше журналістські матеріали такого спрямування пов'язані з поточним станом економіки та її перспективами. Вони називаються економічними показниками і включають: зростання ВВП, інфляцію, рівень безробіття, фіскальний баланс, торговий баланс, баланс поточних операцій тощо. Уряди, а також багато внутрішніх і міжнародних установ, як правило, регулярно публікують цю інформацію. Цінність матеріалу подібного плану додає коментар, який журналіст може отримати в експерта. Саме вони "оживляють" новину для аудиторії. Інші економічні теми включають, наприклад відкриття та виснаження природних ресурсів, зростання та переміщення населення (наприклад, трудові мігранти та урбанізація), рівень грамотності та освіти, зміну "культури" заощаджень та заборгованості, а також економічні умови в сусідніх країнах та решті світу, які мають великий вплив на вашу власну економіку. Документи Уряду та його економічна політика важлива як джерело інформації з огляду на те, що вони акумулюють значну частину коштів, витрачають більше грошей, ніж будь-хто інший, навіть найбільший бізнес в країні. Крім того вони вирішують як управляти економікою, у деяких країнах уряди фактично керують економікою через державні підприємства та рішення,

прийняті різними міністерствами. В інших країнах уряди намагаються закласти основу для того, щоб приватний бізнес продовжував виготовляти речі та наймати працівників. Коли уряд керує більшістю справ, ми говоримо про командну економіку, коли бізнес – про фінансову. Він також встановлює ціни та обмінний курс і вказує державним банкам, кому кредитувати та під які процентні ставки. Це часто призводить до паралельної (або чорної) економіки, у якій підприємства та трейдери здійснюють незаконні операції за так званими ставками або цінами чорного ринку. Якщо це не дозволено, то зазвичай результатом є дефіцит чогось, будь то продовольство, товари чи валюта. У ринковій економіці уряд керує тим, що називається макроекономічною політикою. Вона складається з фіскальної, монетарної та курсової політики. Уряди, які дозволяють будь-якій із цих трьох стратегій залишатися незбалансованими протягом тривалого часу, можуть спричинити економічну кризу, а це є окремою сферою інформаційних зацікавлень економічного журналіста [2, с. 22].

Економічна журналістика відіграє ключову роль у з'ясуванні складної взаємодії між індивідуальними вчинками та ширшим економічним ландшафтом. Заглиблюючись у можливості повсякденного відображення навколишньої дійсності, економічні журналісти розкривають суспільний вплив, здавалося б, буденних рішень, висвітлюючи зв'язок між людською поведінкою та економічними явищами. Дослідження виходить за рамки звичайних показників, охоплюючи різноманітні виміри, такі як виснаження ресурсів, динаміка росту чи зменшення кількості населення, рівня грамотності та макро економічні умови. Експертні коментарі служать життєво важливим каталізатором, які вдихають життя в економічні новини та роблять їх доступними для аудиторії. Безумовно значний вплив має економічна політика, яка виступає наріжним каменем інформації для економічних журналістів, які орієнтуються у складнощах фіскальної, монетарної та валютної стратегій. Дихотомія між командною та ринковою економіками в подальшому формує економічний наратив, впливаючи на ціни, обмінні курси та роботу галузевих економік. Коли економічні журналісти досліджують цю багатогранну тему, вони роблять внесок у розтлумачення заплутаної багатовимірної симфонії фінансових сил, допомагаючи аудиторії зрозуміти економічні кризи та орієнтуватися в них. По суті, важливість економічної журналістики полягає не лише в поширенні фактів і цифр, а й у створенні повідомлення, яке з'єднує крапки між індивідуальним вибором, політикою уряду та ширшим економічним гобеленом, зрештою сприяючи глибшому розумінню сил, які формують наш світ.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д-р екон. наук, проф. Л. Л. Ковальської та проф. І. В. Кривов'язюка. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 700 с.

2. Pani P., Fischer-Butmaloiu U. Introduction to business and economic journalism. Friedrich Naumann Foundation for Freedom. 2022. 89 p. URL : https://www.idem-institute.org/downloads/introductiontobusinessandeconomic journalism.pdf

***Анотація***

*Досліджено інформаційні інтереси економічних журналістів у візуалізації галузевих новин із експертними коментарями; акцентовано на багатогранній сфері економічної журналістики, зосереджуючись на звичайних показниках, таких як зростання ВВП, інфляція та безробіття, а також ширших аспектів, таких як виснаження ресурсів, динаміка зміни демографічного складу населення, рівень грамотності та глобальні економічні умови; констатовано, що економічні журналісти відіграють ключову роль у розкритті цієї складної взаємодії, сприяючи тонкому розумінню заплутаної симфонії, яка визначає економічний наратив.*

***Ключові слова:*** *вичерпання ресурсів, динаміка чисельності населення, економічна журналістика, економічна політика, економічні показники, командно-ринкова економіка, коментарі експертів, макроекономічні умови, новини галузі, показники грамотності.*

***Summary***

*The informational interests of economic journalists in the visualization of industry news with expert comments were investigated; focused on the multifaceted field of economic journalism, focusing on conventional indicators such as GDP growth, inflation and unemployment, as well as broader aspects such as resource depletion, demographics, literacy rates and global economic conditions; it is stated that economic journalists play a key role in unraveling this complex interplay, contributing to a nuanced understanding of the intricate symphony that defines the economic narrative.*

***Keywords:*** *depletion of resources, population dynamics, economic journalism, economic policy, economic indicators, command-market economy, expert comments, macroeconomic conditions, industry news, literacy rates.*

**Салімов Ельдар,**
*здобувач вищої освіти факультету соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації, Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# ОСМИСЛЕННЯ РОЛІ ВПЛИВОВИХ ОСІБ У ФОРМУВАННІ НОВИННОГО МЕДІАДИСКУРСУ

Сьогоденна сучасна інформаційна новинна компанія використовує у власному арсеналі велику кількість технологій, інструментів і засобів комунікаційного впливу на споживача медіа продукту, всіляко впроваджує новітні підходи під час розробки та реалізації проєктів, з метою привернення уваги цільової аудиторії, її інформування, переконання та формування зацікавленості та прихильності до контенту залучає інноваційні канали комунікації. Дослідники і експерти відзначають, що традиційні засоби масової комунікації як впливу на споживачів втратили свою актуальність. Масові комунікації стали менш дієвими та не виконують поставлені цілі.

В той же час, активність користувачів соціальних мереж значно зросла, інтернет спілкування стало засобом соціальної взаємодії як в Україні, так і світі. Соціальні мережі інтернет розширили можливості споживачів у сфері формування, створення і реалізації медіа новинного продукту.

Динамічні і складні генератори контенту сучасних медіа майданчиків беруть активну участь в створенні і генерації новинних матеріалів. Професійні новинарні генератори в соцмережах залучають не тільки онлайн коментаторів, найманих владою чи бізнес секторм, але й журналістів, політологів, ветеранів і учасників російсько-української війни, волонтерів, які просувають в соцмережах певні ідеї чи думки і тим монетизують створений ними масив інформаційного продукту.

Influencer Journalists як явище і засіб впливу набуває все більшого поширення серед інноваційних технологій та новітніх інструментів медіа комунікацій. Він має в своїй основі процес залучення лідерів думок або агентів впливу у соціальних інтернет мережах з метою привернення уваги цільової аудиторії та поширення інформації. Світові тенденції показують, що користувачам легше сприймати інформацію саме через соціальні мережі, оскільки такий вид спілкування не втомлює потенційних споживачів [1].

Проте не слід применшувати значення цього явища як інструмента ворожої пропаганди. Метою агентів є вплив на формування суспільної думки і здійснення тиску на емоції шляхом створення фейкових новин. Тому роль особистості в процесі створення медіа продукту і реалізації рефлексивних практик є, безсумнівно, якщо не вирішальною, то принаймні, визначальною.

Роль впливових осіб поширюється, розвивається і набуває таких масштабів, про які ми не могли здогадуватись на етапі появи соціальних мереж.

Соціальні мережі інтернет створюють комфортне середовище, в якому користувачі, об'єднуються на підставі спільних інтересів і цінностей в спільноти задля комунікації і взаємодії з автором контенту і між собою. Віртуальний простір розвивається і потребує розвитку все нових, перспективних засобів комунікативної діяльності.

Вагомий внесок в теоретичну розробку теми інноваційних інструментів новинних медіа в Інтернет мережах та особливостей її практичної реалізації здійснили вітчизняні та зарубіжні вчені, а саме: Браун Д., Гунеліус С., Дорфан Дж., Ілляшенко С.М., Ньюман Д., Сатін Д., Стелзнер М., Фіорелла С., Б. Хеннессі тощо. Фахівці відзначають, що сучасні комунікації зі споживачами з використанням Інтернет ресурсів змінюють та доповнюють традиційні інструменти, а також створюють та розвивають нові комунікаційні канали та технології.

Дослідження науковців спрямовані на визначення психологічних поведінкових особливостей інтернет споживачів у соціальних мережах, складання психографічного профілю користувачів, визначення їх мотиваційних установок та переваг. Українські дослідники зазначають, що інструментами для розвитку та засобами привернення уваги цільової аудиторії є поширення та використання соціальних мереж у найефективніший спосіб, шляхом забезпечення зворотної реакції аудиторії і підтримання її інтересу до контентного наповнення. Це можуть бути опитування, розіграші призів, швидкі відповіді адміністраторів на коментарі в чатах. Науковці підкреслюють, що найбільш дієвим інструментом маркетингових комунікацій у соціальних мережах є організована на постійній основі співпраця з блогерами та лідерами думок (широко застосовуються також такі назви: впливова особа, інфлюенсер). На користь застосування цього комунікаційного інструменту свідчать результати досліджень [2]:

– довіра цільової аудиторії до відгуків користувачів та спеціалістів у соціальних мережах є вищою на 65 % у порівнянні з прямими каналами комунікації;

– реалізація комунікаційного інструменту «лідери думок» забезпечує компанії близько 150 % повернення інвестицій;

– рекомендація впливових осіб майже на 40% посилює прийняття рішення споживачем.

Можливість використання інтерактивних персоналізованих комунікацій з користувачами зменшують ефективність традиційних ЗМК, чим стимулюють розвиток сучасних інтернет технологій в цілому. Особливість соціальних мереж полягає в величезній кількості активних споживачів, об'єднаних в спільноти і групи за певними ознаками і інтересами.

Найпростіший переклад influencer з англійської – лідер думок. «Коли вони говорять, їхня аудиторія слухає, діє, і – що найважливіше для брендів – купує», – пише Бриттані Хеннессі у книзі Influencer: Building Your Personal Brand in the Age of Social Media [1].

Головна і важлива ознака інфлюенсера — наявність дружнього, та довірливого спілкування із власною аудиторією.

Influencer можна класифікувати на чотири групи:

- наноінфлюенсери (до 10 000 підписників);
- мікроінфлюенсери (до 100 000);
- макроінфлюенсери (до 1 млн підписників);
- мегаінфлюенсери (більше 1 млн підписників).

Статистичні дослідження показують, що соціальними мережами користується 51 % жителів Землі, або більше чотирьох млрд осіб, йдеться у липневому звіті глобального креативного агентства We Are Social і платформи для управління соцмережами Hootsuite. Щосекунди в них реєструються 12 нових користувачів. Усі вони – потенційні підписники інфлюенсерів.

Оцінку діяльності інфлюенсера можна надати з позиції досягнення максимально ефективного впливу на цільову аудиторію. Репрезентативними для такої роботи є показники:

- активність кандидатів у соціальних мережах;
- кількість публікацій;
- розмір охопленої аудиторії, та потенціал її збільшення, кількість реакцій, коментарів, поширень;
- інтенсивність публікацій, відсоток зворотної комунікації. Для даного показника варто використати правило трьох RRR – relevance (актуальність), reach (охоплення), resonance (резонанс).

Таким чином, можна підсумувати ключові переваги використання відомих осіб і лідерів думок як комунікаційного інструменту у формуванні новинного медіадискурсу. Influencer:

– завдяки впізнаваності і репутації привертає увагу та впливає на сприйняття цільової аудиторії;

– формує цінність новинарно інформаційного продукту;

– автор контенту сам є джерелом інформації, яке характеризується високим рівнем споживацької довіри;

– є ефективним комунікаційним каналом, який забезпечує зворотній зв'язок зі споживачами;

– особиста зацікавленість інфлюенсера у формуванні власного іміджу задля збільшення популярності;

– підвищує ефективність інформування цільової аудиторії;

– веде пряму комунікацію з цільовою аудиторією та надає можливість агентам впливу прогнозувати зміни у кон'юнктурі, передбачати настрої і тренди.

Фахівці, що досліджують проблематику впливу діяльності відомих осіб на формування суспільної думки в процесі створення медійного новинного продукту, наголошують на тому, що є небезпека отримати неправдиві показники, які автор контенту штучно генерує з метою збільшення популярності власної сторінки. Такою небезпекою може бути кількість фейкових підписників (від англійського слова fake, що означає обман, фальсифікація). Дослідження свідчать, що селебріті, політики та компанії фінансують залучення фейкових фолловеров для наочного збільшення рівня власної популярності і підвищення рейтингів. Для моніторингу штучного збільшення аудиторії доречно використовувати спеціальні програмні продукти і виявляти неіснуючих споживачів медіапродукту. В цьому контексті показовими будуть взаємодія з користувачами, кількість реальних коментарів, реагування автора на зауваження споживачів.

Одним із факторів, який безпосередньо впливає на процес формування новинного дискурсу, є особиста щирість і зацікавленість інфлюенсера, його імідж та відповідна репутація. Цей аспект цільова аудиторія відчуває одразу і належним чином реагує.

Висновки в процесі дослідження проблеми були зроблені на підставі вибіркового спостереження і опитування користувачів соціальних мереж і споживачів новинного медіа продукту. Метою опитування було визначення ставлення респондентів до інфлюенсера як особистості з урахуванням минулих досягнень автора контенту, його позиції, цінностей, участі в доленосних для України подіях, залученості у соціальне життя, публічних висловлювань, комунікації в соціальних мережах тощо.

Дослідження показали, що можна виокремити певні особистісні та поведінкові ознаки, що притаманні споживачам медіа продукту в цілому і медіа новин зокрема, які позитивно ставляться до формування новинного медіадискурсу відомими та впливовими особами або лідерами думок в мережі інтернет та які є потенційною аудиторією впливу. Це особи з високим рівнем залученості у

соціальне життя, волонтери, учасники і ветерани війни і члени їх родин. Вони вважають думки та погляди обраних ними інфлюенсерів компетентними; чітко усвідомлюють особистісну та соціальну ідентичність; поділяють цінності, стиль життя, життєві погляди певної соціальної групи та діють відповідно до визначеної поведінкової моделі; є схильними до новацій, слідкують за новинами, виявляють комунікабельність, є активними у зворотному зв'язку та можуть надавати цікаві коментарі й важливі зауваження; можуть бути основними радниками у власному колі спілкування та отримують задоволення від надання з боку інших осіб, знаходяться в Україні та за її межами [3].

Отже, можна зробити висновок, що ефективність діяльності впливових осіб та лідерів думок в якості інструмента комунікації для створення медіа продукту і реалізації новинного медіа дискурсу, визначається особистісними характеристиками Influencer Journalists, сповіданими ним цінностями, а також не стільки величиною аудиторії і кількістю підписників, скільки здатністю інфлюенсера отримувати та реагувати на відгуки, утримувати увагу власних фоловерів та стимулювати їх до взаємної комунікації.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Brittany Hennessy Influencer: Building Your Personal Brand in the Age of Social Media, 2018.
2. Chen J. What is influencer marketing: How to develop your strategy. URL : https://sproutsocial.com/insights/influencer-marketing
3. Тараненко О. Евфемізація в українському медіа-дискурсі періоду гібридної війни. Соціальні комунікації: теорія і практика. 2017.

**Санакоєва Наталя,**
*канд. філ. наук, доцентка;*
**Холодний Павло,**
*аспірант,*
*Запорізький національний університет,*
*м. Запоріжжя, Україна*

# ЦИФРОВІЗАЦІЯ СУЧАСНОГО МЕДІЙНОГО ПРОСТОРУ: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ 2023 РОКУ У СВІТІ ТА УКРАЇНІ

Цифровізація – масове явище перетворення фізичного світу в цифровий формат. Це може стосуватися будь-якої галузі, включаючи комунікації та технології, одна з найбільш визначальних тенденцій, яка впливає на розвиток людства. Щоденне використання інтернету відіграє важливу роль у повсякденному житті споживачів у всьому світі. Інтернет змінив спосіб взаємодії людей і змінив форму традиційних засобів комунікації, таких як кіно, телебачення, музика та телефон. Поява нових цифрових технологій і вебсайтів прискорила форми людської взаємодії через онлайн-форуми, обмін миттєвими повідомленнями та соціальні мережі. Розвиток соціальних медіа змінив уявлення про онлайн-комунікації та поділ на особистий і публічний онлайн-простір.

Поширення таких форматів у інтернеті, як цифрова музика та відео, контент, створений користувачами, продаж цифрових медіа, спричинило значні зміни в споживанні традиційних медіа. Інтернет також вплинув на роздрібну торгівлю: зростання електронної комерції не тільки змусило звичайних продавців адаптуватися до нових цифрових каналів продажів, але й дозволило власникам малого бізнесу популяризувати свої бізнес-підприємства за межами місцевих кордонів.

За даними звіту DataReportal соціальні медіа залишаються найпопулярнішою розвагою, оскільки понад 97 % користувачів інтернету працездатного віку щомісяця користуються соціальними мережами або платформами обміну повідомленнями [4].

Серед усіх вікових категорій програми для чату та обміну є більш популярними: 94,7 % всіх користувачів інтернету віком від 16 до 64 років користувалися принаймні однією з цих платформ протягом останніх 30 днів. Соціальні мережі не відстають, хоча 94,3 % тієї ж когорти сказали, що вони користувалися принаймні одним із цих сервісів за останній місяць. Пошукові системи займають третє місце: трохи більше 4 із 5 респондентів опитування (80,7 %) користуються

такими службами, як Google і Bing, щомісяця [4]. Покупки посідають четверте місце, де менше ніж три чверті всіх користувачів інтернету щомісяця займаються електронною комерцією. А сервіси на основі визначення місцезнаходження, такі як карти та додатки для паркування, завершують п'ятірку найпопулярніших, де трохи більше половини респондентів GWI стверджують, що вони постійні користувачі цих сайтів і додатків [4].

Останнім часом люди частіше звертаються до онлайн-комунікації, ніж до традиційного спілкування, завдяки численним перевагам, таким як легкий доступ і гнучкість. Спілкування, безсумнівно, було основною причиною виходу в інтернет. Використання інтернету допомагає мільярдам людей залишатися на зв'язку, незважаючи на географічні чи соціальні обставини. Батьки, діти яких навчаються за кордоном, брати і сестри, які живуть у різних частинах світу, і навіть люди, які перебувають у стосунках на відстані, підтримують зв'язок завдяки технологіям. 47 % користувачів інтернету в усьому світі стверджують, що спілкування з родиною та друзями є основною причиною, чому люди використовують соціальні мережі [4]. Інші основні причини включають заповнення вільного часу (35,4 %), читання новин (34,6 %), пошук контенту (30 %), перегляд того, про що говорять (28,7 %) і пошук натхнення (27 %) [7].

Онлайн-спілкування буває різних типів: від соціальних мереж до платформ обміну повідомленнями, таких як Facebook Messenger і WhatsApp, до платформ відеодзвінків, таких як Skype, Zoom. WhatsApp є найбільш використовуваним месенджером щомісяця у світі, і через платформу надсилається понад чотири мільйони повідомлень [6].

Станом на січень 2023 року два мільярди користувачів отримували доступ до месенджера WhatsApp щомісяця. WeChat зібрав понад 1,3 мільярда користувачів, а Facebook Messenger – близько 980 мільйонів користувачів по всьому світу. Telegram посів четверте місце із 800 мільйонами користувачів [6].

Обмін миттєвими повідомленнями – це тип онлайн-чату, який пропонує передачу текстових повідомлень у реальному часі через інтернет. З моменту появи смартфонів і мобільних додатків, недорогі або безкоштовні програми для чату та соціальних повідомлень зарекомендували себе як дешева альтернатива обміну текстовими повідомленнями. Багато програм для обміну повідомленнями пропонують такі функції, як групові чати, обмін графікою, відео та навіть аудіоповідомленнями, а також стікерами чи смайликами [6].

У світі налічується приблизно 4,74 мільярда активних користувачів соціальних мереж. Соціальними мережами послуговується 58,7 % світового населення, що відзначається зростанням на +10 % порівняно з попереднім досліджуваним періодом. У середньому, користувачі проводять в мережі більше 6 годин

та 53 хвилини на день, хоча цей показник може значно відрізнятися в залежності від соціально-демографічних характеристик конкретної групи [3].

Аналітична платформа DataReportal постійно публікує дані щодо цифровізації в розрізі усіх країн починаючи з 2013 року. Так, за даними дослідження, на початок 2023 року [3] в Україні налічувалося 28,57 млн інтернет-користувачів, а проникнення інтернету становило 79,2 %. У січні 2023 року в Україні було 26,70 мільйонів користувачів соціальних мереж, що становить 74 % від загальної чисельності населення. Аналіз доводить, що кількість інтернет-користувачів в Україні скоротилася на 5,8 млн (-16,8 %) у період з 2022 до 2023 року (таке стрімке скорочення пов'язане з явищем міграції внаслідок військової агресії) [2].

Аналіз динаміки зростання інтернет-користувачів свідчить про постійний та стабільний приріст аудиторії у вітчизняному сегменті за останнє десятиріччя. Єдиним спадом став період 2022 року, що на пряму пов'язаний із повномасштабним вторгненням зі сторони російської федерації.

Аналітична компанія InMind на замовлення міжнародної організації Internews, що реалізує проєкт «Медійна програма в Україні» провела дослідження довіри українців до медіа [1].

У 2023 році споживання новин майже серед всіх видів медіа залишилося на рівні минулого року, окрім споживання ТБ, що продовжує зменшуватися. 47 % українців використовують для новин кілька джерел. Ті, хто використовують лише одне джерело, зазвичай віддають перевагу соціальним мережам. У 2023-му переважна більшість споживала новини із соціальних мереж – 76 %, при цьому кожний третій українець використовував виключно соціальні мережі.

Головним джерелом новин є Telegram-канали. Окрім того, використовуються інші соціальні мережі, різні джерела в YouTube (телевізійні канали, які транслюються через YouTube, персональні канали лідерів думок / експертів), інтернет-сайти новин, демонструючи значне зростання в обох сферах. Так, споживання У 2023 році Telegram продовжує залишатися основною соціальною мережею для спілкування та споживання новин у Telegram складає 85 %, розважальні канали 62 %, освітні та пізнавальні – 58 % [5].

У Facebook, навпаки, спостерігається зниження охоплення аудиторії та скорочення споживання новин. Viber демонструє збільшення охоплення аудиторії, але статистика споживання новин залишилася без змін. TikTok продемонстрував зростання споживання і щодо комунікації, і щодо новин.

Як зазначають в дослідженні, у порівнянні із попереднім роком підвищилась обізнаність про сервіси, за допомогою яких можна здійснити перевірку матеріалів на правдивість. Водночас 65 % обізнаних про конкретні сервіси не

мають фактичного досвіду їх використання. Найчастіше респонденти самостійно займаються перевіркою інформації або в різних джерелах, або шляхом спілкування з тими, хто є свідком події.

За прогнозами, у 2027 році кількість користувачів соціальних мереж зросте до 6 мільярдів [7]. Це очікування ґрунтується на доступності дешевих мобільних пристроїв і розвитку інфраструктури. Зростання використання мобільних пристроїв позитивно впливає на глобальне зростання соціальних мереж. Відбувається зсув. Понад 50 мільйонів людей у всьому світі вважають себе творцями контенту, а споживачі відходять від величезних мега-інфлюенсерів на користь менших і більш автентичних спільнот. Усьому ринку інфлюенсерів менше десяти років, тому це вражаюча цифра для такого короткого періоду часу.

Отже, загальна характеристика тенденцій цифровізації у світі та Україні дозволила окреслити стан індустрії соціальних медіа в цілому та схарактеризувати сучасний медіаландшафт. Перспективним вважаємо продовження дослідження трендів у мікромедіа в Україні та світі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Де українці читають новини: топ месенджерів, соцмереж та блогерів. URL : https://ain.ua/2023/11/14/top-dzherela-novyn-2023/

2. Digital 2022: april global statshot report: звіт. URL : https://datareportal.com/reports/digital-2022-april-global-statshot

3. Digital 2023 Ukraine. URL : https://datareportal.com/reports/digital-2023-ukraine?rq=ukraine

4. Digital 2024 global overview report. URL : https://datareportal.com/reports/digital-2024-

5. Most popular channel categories on Telegram in 2023. URL : https://www.statista.com/statistics/258749/most-popular-global-mobile-messenger-apps/

6. Most popular global mobile messenger apps as of January 2024, based on number of monthly active users. URL : https://www.statista.com/statistics/258749/most-popular-global-mobile-messenger-apps/

7. Most popular social networks worldwide as of January 2023, ranked by number of monthly active users. URL : http://surl.li/smtm

**Семенюк Ангеліна,**
*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти факультету соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації, Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# ВІЙСЬКОВА ЖУРНАЛІСТИКА В ІСТОРИЧНІЙ РЕТРОСПЕКТИВІ

Військова журналістика – це жанр журналістики, який безпосередньо висвітлює бойові та конфліктні події, такі як війни, релігійні та етнічні зіткнення та контртерористичні операції. Крім того, цей жанр дозволяє висвітлити політику держави щодо ЗМІ під час бойових дій. На гарячі точки відправляються навчені фахівці. Воєнний журналіст – це цивільний або військовий журналіст, який висвітлює хід бойових дій [2].

Міжнародне гуманітарне право, яке визнають більшість країн світу, визначає права та обов'язки журналістів у зоні збройного конфлікту. Основними документами є: Гаазькі конвенції і декларації 1899 і 1907 років (відомі як Гаазький закон); Женевські конвенції про захист жертв війни 1949 року та додаткові протоколи до них 1977 року (відомі як Женевське право); резолюції Генеральної асамблеї Організації ООН про захист жертв війни.

У широкому сенсі Гаазький закон застосовується до правил і звичаїв, пов'язаних із веденням війни, і обмежує використання зброї. Право Женеви передбачає захист тих, хто знаходиться в зоні конфлікту, але не бере участь у ньому: цивільне населення, поранені, військовополонені та інші особи. Міжнародне гуманітарне право має вирішальне значення; дослідження, проведене Міжнародним комітетом Червоного Хреста у 2005 році, визначило основні принципи цього права [6; 7; 8].

Українська військова журналістика існує давно. Крім документальних джерел, таких як збірки та літописи, вона базувалася на усній народній творчості українців. Перша Світова війна, а також період ЗУНР і УНР привели до створення її першої ієрархічної структури [3]. Варто зазначити, часи Центральної Ради були періодом швидкого розвитку жанру. Яскравим прикладом військової преси того часу є журнал «Новініада», де детально описувались вчинки Українських Січових Стрільців. Редактором цього журналу був Р.Купчинський, а

художником В. Розумович (за іншою версією - О. Курилас). Журнал вийшов у 1915 р. в одному примірнику, написаному від руки, обсягом 21 сторінку, форматом звичайного учнівського зошита [9].

Не менш значним етапом в історії української воєнної журналістики був період Другої Світової Війни. З початком боїв з 1 вересня 1939 року в існуючій армії почали виходити фронтові, армійські та дивізійні газети, штати яких складалися з працівників місцевих органів преси. Звичайні назви російськомовних газет є «За Родину!», «В бой!» і «За победу!». Кореспонденти низових військових газет збирали інформацію безпосередньо в землянках, окопах, на вогневих позиціях і на бойових кораблях. Редакція та друкарня, які знаходилися в одному будинку, пересувалися відповідно до переміщень штабів.

Розглянемо основні військові журнали тих днів. Редактором газети «За Советскую Украину», яка розповсюджувалася в усіх областях республіки, був поет Микола Бажан. На окупованих територіях виходили газети «Вести с Советской Родины», які видавалися Головним політичним управлінням Радянської Армії.

Однак найбільш значущим періодом в історії розвитку української військової журналістики є війна з російською федерацією, яка почалась в 2014 році і триває по сьогодення. Саме у цей час галузь військової журналістики відродилась у тому вигляді, в якому ми звикли її бачити. Починаючи з 2014 року військові та воєнні журналісти не лише писали ексклюзивні новини, аналітичні статті, важливі розслідування та репортажі з місця подій. Ці люди часто брали участь у військових навчаннях і миротворчих місіях, потрапляли під обстріли, стикалися з провокаціями росіян, зрадами колаборантів, полоном і тортурами, і, на жаль, стикалися з пораненнями та смертю [1].

Варто зазначити, що військові журналісти зустрічалися з різними проблемами, такими як сексизм і ейджизм, необхідністю обговорювати тему «маленького» солдата та як залишатися об’єктивним, коли війна відбувається у вашій країні, а обстріли можуть статися прямо у вашому місті. У 2016 році Ірина Сампан, журналістка «Громадського радіо», яка відряджалася в зону АТО, поділилася своїми роздумами та відповіла на запитання «Як журналісту не стати пропагандистом?»: «Це дуже тонка межа, яку я боюся переступити. Вважаю, що пропаганда потрібна, покликана відшліфувати цей імідж української армії. Інше питання, що термін «пропаганда» отримало негативний відтінок. У такому випадку необхідно назвати себе пропагандистом і писати про українську армію. Якщо ти це визнаєш, будь ласкавий, пиши якісно, а не говори, що «наші хлопчики найкращі у світі». Зараз цього немає, українська пропаганда недолуга. Невміло виходить, бо не було досвіду описувати війну, й армія до цього часу була

стигматизована. Та зараз нам і придумувати нічого не треба, не треба створювати штучний імідж, у нас за три роки війни повно неймовірних історій з героїзмом» [4].

Кардинальні зміни у військовій журналістиці в Україні почалися після повномасштабного вторгнення росії 24 лютого 2022 року. Відбувалися бойові дії на різних напрямках, і згодом стало зрозуміло, що росіяни ведуть війну, нехтуючи будь-якими правилами та законами, а це несло велику небезпеку для всього населення, загрозу для цивільної інфраструктури та ще більш ускладнювало умови роботи військових журналістів, які повинні були діяти відповідно до ситуації.

За даними Інституту масової інформації, протягом двох років повномасштабної війни, рф вбила більше 70 журналістів. За цей час також було вчинено 558 злочинів проти журналістів та медіа в Україні. Окрім вбивств до злочинів росії можна віднести обстріли журналістів, погрози, блокування доступу, захоплення редакцій медіа та поширення російської пропаганди під українським брендом [5].

Після 24 лютого 2022 року у військових журналістів виникла низка проблем щодо дотримання норм міжнародного гуманітарного права, пов’язаних з показом облич російських полонених, розповсюдження інформації про загиблих військових і цивільних українців, демонстрацією тіл, спілкуванням із потерпілими, повідомленнями про російські злочини тощо. Відповідальність, безсумнівно, зросла. Період російсько-української війни підняв багато питань щодо роботи воєнних журналістів: від висвітлення чутливих матеріалів до романтизації військових дій .

Отже, в результаті проведеного дослідження, ми з’ясували, що відомості про військову журналістику беруть свій початок в рукописах давніх літописів, які базувалися на усній народній творчості українців.

Військова журналістика в Україні також має коріння в новітній історії, коли ворожі війська вторглися на її територію держави у 2014 році. Незважаючи на це, широкий спектр журналістів не був залучений до цього досвіду, і лише в період повномасштабної війни військова журналістика продовжує своє формування.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безсмертний В. М. Українська журналістика та її воєнний сегмент учора, сьогодні, завтра. Київ : Ліра-К, 2019. 200 с.

2. Документи і матеріали. Історія та становлення: науковий огляд / за ред. Л. П. Клименка, Ю. В. Котляр, І. С. Миронова та ін. Миколаїв : Вид-во ЧНУ імені Петра Могили, 2019. 256 с.

3. Горевалов С. Військова журналістика України: історія та сучасність. Львів : Видавництво Військового інституту при ДУ «Львівська політехніка», 1998. 388 с.

4. Жук О. Військовому журналісту складно працювати на своїй війні / Вебсайт. URL : https://stv.detector.media/telebachennya/read/2626/2016-12-06-viyskovomuzhurnalistu-skladno-pratsyuvaty-na-svoiy-viyni-iryna-sampan/

5. IMI. 558 злочинів проти медіа та журналістів скоїла рф за рік і одинадцять місяців великої війни. URL : https://imi.org.ua/articles/558-zlochyniv-proty-media-ta-zhurnalistiv-skoyila-rf-za-rik-i-odynadtsyat-misyatsiv-velykoyi-vijny-i58690

6. Конвенція про відкриття воєнних дій. Lillian Goldman Law Library. 2006. URL : https://avalon.law.yale.edu/20th_century/hague03.asp

7. Мельцер Н. Міжнародне гуманітарне право. Київ : Міжнародний Комітет Червоного Хреста, 2020. 396 с.

8. Міжнародне гуманітарне право : посібник для працівників Держ. кримінал.-викон. служби України / Короткий Т., Галай А., Єлігулашвілі М., Заворотько І., Пашковський М., Пузирний В., Хендель Н. ; за заг. ред. віцепрезидента УАМП Т. Короткого ; Пенітенціарна академія України ; УГСПЛ. Київ ; Одеса : Фенікс, 2023. 236 с.

9. Semeniuk O. A. Mass media in wartime: issues of linguistic tools. *Scientific notes of V. I. Vernadsky Taurida National University, Series: "Philology. Journalism"*. 2022. Vol. 2, no. 5. P. 259–264. URL : https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.2/43

**Сівак Аліна,**
*здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності «Журналістика», Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# УКРАЇНСЬКІ ТА ЄВРОПЕЙСЬКІ ЦІННОСТІ У ПРОТИСТОЯННІ РОСІЙСЬКІЙ АГРЕСІЇ

**Постановка проблеми**. Повага до гідності людини, свобода, демократія, рівність, повага до прав людини, і верховенство права – це цінності, які об'єднують українців і європейців. Російська агресія, починаючи з окупації Криму і до повномасштабної війни зараз, є спробою знищити українську державу та українців. Частина політики росії це інформаційна війна, націлена на знищення всього, що пов'язано з Україною і українською нацією. Уряд росії не лише руйнує Україну, а й фінансує різноманітні видання за кордоном, які пропагують політику Путіна та підривають авторитет України в світовій спільноті.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблемам захисту європейських цінностей, реалізації політики національної безпеки України, плануванню заходів інформаційної війни і забезпечення інформаційної безпеки присвячено наукові праці вітчизняних дослідників, а саме: С. Денисюк, В. Корнієнко, О. Курбан, Є. Магда, П. Шевчук та інші. Проте, потребують додаткового дослідження питання захисту українських та європейських цінностей у протистоянні російській агресії.

**Виклад основного матеріалу.** Розміри інформаційної війни проти України надзвичайно великі. Дослідники С. Г. Денисюк та В. О. Корнієнко зауважують, що з моменту початку агресії з боку Росії «російська пропаганда стала схожою на геббельсівську пропаганду часів Другої світової війни» [1, с. 95].

Г. Вільд та Д. Шерман, в доповіді Фонду Карнегі за міжнародний мир (CEIP) від 09.01.23, вказують на те, що російські технології та теорії інформаційних воєн спочатку були спрямовані на вплив на внутрішню політичну ситуацію, але потім їх розповсюдили за межі рф. Стратегія інформаційних воєн з боку росії успадкувала з радянських часів такі аспекти: впевненість у тому, що будь-які прояви дисидентства не випливають з внутрішніх політичних процесів, а є лише штучно створеними заходом; схильність застосовувати механічні правила до складності людського розвитку і пізнання, що включається в воєнне планування; практичне застосування теорії рефлексивного контролю [5].

Офіційне визначення інформаційної безпеки в стратегічних документах росії відрізняється від того, як це розуміється в демократичному світі. Держави Заходу та Україна зосереджуються на конфіденційності, цілісності та доступності систем, мереж і даних. У той час як для рф інформаційна безпека включає не лише загрози та виклики у кіберпросторі, а також «небажаний» зміст та інформацію, яка може «маніпулювати суспільною думкою» та призводити до «дестабілізації суспільно-політичної ситуації в державі».

Г. Вільд та Д. Шерман стверджують, що така інтерпретація випливає з переконання, що зовнішні сили використовують сучасний інформаційний простір для підриву інтересів росії як у зовнішній, так і внутрішній політиці. Під керівництвом путіна рф намагається досягти «інформаційного суверенітету» шляхом узаконення «суверенізації» комунікаційної інфраструктури та створення власної інтернет-мережі. Автори дослідження вважають, що виділення США та Заходу як головних антагоністів рф у інформаційному просторі може легітимізувати підривну діяльність москви та надмірно підвищити значення росії на міжнародній арені. Крім того, інструменти та практики, які використовуються керівниками рф для контролю над інформаційним середовищем всередині країни, особливо в контексті їх невдач у війні проти України, можуть бути використані за кордоном [5].

Є. Магда [3] та П. Шевчук [7] такі методи інформаційної війни, які Росія застосовує починаючи з 2014 року:

- формування стереотипу меншовартості та вторинності українців, а також відповідне руйнування почуття нації та народу;
- домінування російської мови, культури та традицій для зміцнення самоідентифікації при одночасному витісненні української мови та культури;
- «криве дзеркало», що полягає у перекручуванні та маніпулюванні фактами;
- «килимове бомбардування дезінформацією», що призводить до панічних настроїв та появи численних розбіжностей в українському суспільстві з метою дестабілізації ситуації всередині країни;
- «перетягування Заходу», що включає спроби створення проросійської коаліції та лобіювання інтересів Росії серед європейських політиків з метою покращення її образу в Європі;
- «заперечення очевидного», спрямоване на створення враження відсутності агресії з боку Росії;
- поступове зниження міжнародного іміджу України з метою послаблення її геополітичного значення.

Більшість цих методів були використані путіним у своєму промові-посланні федеральним зборам рф 21 лютого 2023 року. Він підкреслив, що США та НАТО швидко розміщували свої військові бази біля кордонів Росії, відкривали секретні біолабораторії і під час військових маневрів відтворювали театр майбутніх воєнних дій, готували підвладний їм київський режим та піддану Україну для масштабної війни.

Згідно з результатами зведеного аналітичного звіту за 2020 рік щодо виявлення деструктивних наративів в українському інформаційному просторі, експерти Центру «АМ&РМ» визначили такі основні супернаративи, які РФ використовувала для атаки на Україну: збиття українського пасажирського літака в Ірані; плівки Гончарука та «рука» Сороса; розповсюдження коронавірусу в Україні та звинувачення у зв'язку з американськими біолабораторіями; війна на Сході України; взаємодія між Україною та НАТО; переслідування російськомовних осіб [2, с. 151].

Наприклад, у росії поширювалась думка, що розпочата СВО мала на меті запобігти розміщенню військових баз НАТО на території України. Однак зараз російські медіа та експерти намагаються переконати своїх громадян, що основна мета війни полягає в тому, щоб запобігти знищенню росії НАТО. Таким чином, Україна стає суб'єктом пропаганди з боку росії. Ця дезінформація розповсюджується з метою створення враження, що СВО є «священною народною війною» і спонукає росіян до військових дій, а НАТО вважається загрозою для всієї Росії [6].

Ще однією тенденцією російської дезінформації є твердження, що Збройні сили України ведуть боротьбу виключно в інтересах НАТО. Раніше російські ЗМІ стверджували, що росія воює проти НАТО, а Альянс керує Збройними силами України, в які входять найманці з інших країн. Нова теза полягає в тому, що росія воює саме проти України, а українці захищають не свої інтереси, а інтереси США та інших країн НАТО. Пропагандисти намагаються підкреслити визначальну роль НАТО у цій війні, хоча вони визнають суб'єктність України та її Збройних сил України. Крім того, російська дезінформація спрямована на зміну у свідомості українців причин війни на Донбасі та анексії Криму. Російські пропагандисти намагаються перекласти відповідальність за війну на НАТО та викликати недовіру до західних держав. Це може призвести до подальшого роз'єднання між Україною та західним світом, що відповідає інтересам росії [6].

Російські інформаційні агентства масово випускають неправдиві, брехливі та пропагандистські «новини» антиукраїнської спрямованості, або ж просто перекручують факти. Серед традиційних і електронних засобів масової інформації росії найвпливовішими стали: інтернет-телебачення, інтернет-радіо, інтернет-газети, інтернет-журнали, соціальні мережі.

Дискредитація російської пропаганди є надзвичайно важливою спробою України у відповідь на інформаційну війну агресора. В Україні є низка документів, які визначають головні пріоритети інформаційної безпеки: Закон України «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України» (2018 рік), Стратегія національної безпеки України (введена в дію Указом Президента України 14 вересня 2020 року), Стратегія кібербезпеки України (затверджена Указом Президента від 26 серпня 2021 року), Стратегія інформаційної безпеки України (затверджена Указом Президента України від 28 грудня 2021 року), яка розрахована на період до 2025 року. Відповідно до Указу Президента № 106/2021 від 19 березня 2021 р. створено Центр протидії дезінформації при Раді національної безпеки і оборони.

Серед глобальних викликів і загроз в Стратегії інформаційної безпеки наведені такі аспекти: інформаційна політика рф вважається загрозою не лише для України, але й для інших демократичних країн; соціальні мережі стають активними учасниками впливу в інформаційному просторі; низький рівень медіа грамотності у контексті швидкого розвитку цифрових технологій [4]. На підставі глобальних і національних загроз в документі визначено сім стратегічних цілей для реалізації Стратегії: боротьба з дезінформацією та інформаційними операціями, перш за все з боку держави-агресора, спрямованими на порушення незалежності України, зруйнування конституційного ладу, а також порушення суверенітету та територіальної цілісності держави; забезпечення розвитку української культури та підтримка української громадянської ідентичності; підвищення рівня медіакультури та медіаграмотності у суспільстві; захист прав особи на вільний доступ до інформації, свободу висловлення думок та переконань, приватне життя, а також захист прав журналістів та боротьба з поширенням незаконного контенту; інформаційна реінтеграція громадян України, що проживають на тимчасово окупованих територіях та прилеглих до них зоні, у загальноукраїнський інформаційний простір; створення ефективної системи стратегічних комунікацій; розвиток інформаційного суспільства та підвищення рівня культури діалогу [4].

Ефективна стратегія протидії російській пропаганді полягає в співпраці з міжнародними партнерами. Україна має активно співпрацювати з іншими країнами, такими як Сполучені Штати та члени Європейського Союзу, з метою створення спільних ініціатив для розкриття неправдивих наративів, які поширює росія. Шляхом обміну інформацією, координації зусиль та використання досвіду міжнародних організацій Україна може виступити єдиним фронтом у протистоянні російській дезінформації. Міжнародна співпраця також сприяє підвищенню довіри до наративу України, зміцнюючи її здатність протистояти російській пропаганді.

Одним із яскравих прикладів є співпраця між Україною та Робочою групою ЄС зі східної стратегічної комунікації (East StratCom Task Force). Ця спільна ініціатива, заснована в 2015 році, спрямована на протидію дезінформації, що походить з росії. За допомогою веб-сайту EU vs Disinfo та кампаній у соціальних мережах East StratCom Task Force розвінчує неправдиві наративи, викриває російську пропаганду та підвищує обізнаність про тактику Кремля [10]. Співпраця між Україною та ЄС значною мірою сприяла протидії наслідкам російської інформаційної війни, надаючи точну інформацію та кидаючи виклик оманливим наративам.

**Висновки**. Активні заходи України щодо розкриття російської пропаганди свідчать про її зобов'язання перед правдою та відкритістю. Шляхом розкриття дезінформації Україна прагне сприяти розвитку інформованого суспільства, яке може розрізняти факти від вигадок та активно протистояти маніпулятивним тактикам, які використовує росія. Для України важливо продовжувати акцентувати увагу на розкритті російської пропаганди, щоб допомогти її громадянам та світовій спільноті формувати об'єктивну думку на основі достовірної інформації і протистояти поточним та запобігати майбутнім наслідкам цієї війни.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Денисюк С. Г., Корнієнко В. О. Імідж України у внутрішньо і геополітичних контекстах сучасності. Житомир-Київ-Краків : ФОП Євенюк О. О., 2014. Вип. 4. С. 93–100. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Spup_2014_4_13 (дата звернення: 10.01.2024).

2. Курбан О. Бойові наративи в системі сучасних геополітичних інформаційних війн (досвід росій сько-української гібридної інформаційної війни 2014–2021 рр.). *Синопсис: текст, контекст, медіа.* 2021. № 27(3). С. 149–158. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/stkm_2021_27(3)__6 (дата звернення: 08.02.2024).

3. Магда Є. В. Виклики гібридної війни: інформацій ний вибір. *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України.* 2014. № 5. С. 138–142. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizvru_2014_5_29 (дата звернення: 02.02.2024).

4. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2021 року «Про Стратегію інформаційної безпеки» : Указ Президента України від 28 грудня 2021 року № 685/2021 URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/685/2021#Text (дата звернення: 09.02.2024).

5. Трансформація стратегії інформаційних воєн росії як інструменту внутрішньої та зовнішньої політики: оцінка американських аналітиків. Національний інститут стратегічних досліджень. URL : https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/transformatsiya-stratehiyi-informatsiynykh-voyen-rosiyi-yak-instrumentu

6. Фейки про НАТО та Україну: як змінила акценти російська пропаганда у Криму / Укрінформ. 2023. April 10. URL : https://www.ukrinform.ua/rubric-crimea/3693944-fejki-pro-nato-ta-ukrainu-ak-zminila akcenti-rosijska-propaganda-u-krimu.htm (дата звернення: 10.02.2024).

7. Шевчук П. Інформаційно-психологічна війна росії проти України: як їй протидіяти. *Демократичне врядування.* 2014. Вип. 13. URL : http://lvivacademy.com/visnik13/zmist.html (дата звернення: 08.01.2024).

8. TEPSA – Trans European Policy Studies Association. (2015). EU EAST STRATCOM Task Force. URL : https://www.tepsa.eu/wp-content/uploads/2015/12/Kimber.pdf

9. YOUNG EUROPEAN AMBASSADORS. (2023, April 5). Blog: How can EU citizens learn more about Ukraine? EU NEIGHBOURS east. URL : https://euneighbourseast.eu/young-european-ambassadors/blog/blog-how-can-eu-citizens-learn-more-about-ukraine/ (дата звернення: 10.02.2024).

***Анотація***

*Ця стаття присвячена розгляду європейських цінностей, які стали основою для відстоювання суверенітету України в умовах російської агресії. Досліджуються різноманітні аспекти інформаційної війни, яку веде росія проти України, а саме маніпулювання суспільною думкою, спрямованість на дестабілізацію ситуації всередині України та зниження міжнародного іміджу країни. Наголошується на необхідності відстоювання цінностей та захисту інформаційної безпеки як важливих аспектів в боротьбі з російською агресією, пропагандою та дезінформацією.*

***Ключові слова:*** *цінність, політика, війна, інформаційна війна, пропаганда, дезінформація, інформаційна безпека.*

***Summary***

*This article is devoted to the consideration of European values, which became the basis for defending the sovereignty of Ukraine in the conditions of russian aggression. Various aspects of the information war waged by russia against Ukraine are investigated, namely manipulation of public opinion, aimed at destabilizing the situation inside Ukraine and lowering the country's international image. The need to uphold values and protect information security as important aspects in the fight against Russian aggression, propaganda and disinformation is emphasized.*

***Key words:*** *value, politics, war, information war, propaganda, disinformation, information security.*

**Сукаленко Тетяна,**
*д-рка філол. наук, професорка,*
*професорка кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури,*
*Державний податковий університет,*
*м. Ірпінь, Україна;*
**Шпетна Світлана,**
*канд. пед. наук, доцентка, доцентка кафедри іноземних мов за професійним спрямуванням,*
*ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»,*
*м. Полтава, Україна*

# МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ МЕРЕЖЕВОГО ЩОДЕННИКА ЯК РІЗНОВИДУ ВЕББЛОГУ

Сьогодні інтернет-щоденник, як один із різновидів вебблогу, є публічним, загальнодоступним, відкритим, нелінійним, інтерактивним, динамічним, поліфонічним гіпертекстом, який створюється за участю автора й активних читачів-коментаторів і є досить розповсюдженим явищем в інтернет-просторі.

Мета статті – розкрити зміст поняття «мережевий щоденник», доцільність його існування та проаналізувати мовні особливості мережевого щоденника.

Номінації «інтернет-щоденник», «вебсервер-щоденник» є повними синонімами мережевого щоденника, оскільки компонент значення «мережа» репрезентований у лексемах «інтернет», «вебсервер». Термін «онлайн-щоденник» здебільшого означає «на зв'язку», тобто приєднаний до комп'ютера або інтернету. Термін «електронний щоденник» використовується на позначення «передача інформації без використання паперового носія». Відтак мережевий щоденник є інтерактивним, тобто діалоговим, розміщеним у віртуальній реальності, тобто штучній дійсності.

Вивченням мережевих щоденників займаються такі дослідники: І. Барбукова, Г. Бойко, О. Галич, Ю. Завадський, А. Ільків, К. Танчин, М. Столярова, Т. Сукаленко, С. Чемеркін, С. Шпетна та ін.

Мережевий щоденник є документом, що містить сукупність щоденних записів, набраних на комп'ютері й розташованих в інтернеті, це особливий засіб спілкування користувачів у глобальній мережі за допомогою передачі письмових

повідомлень за активної участі адресанта й адресата. На відміну від уже відомих способів масової комунікації (форумів, чатів, конференцій) інтернет-щоденник об'єднує риси особистого й суспільного документа.

Поява мережевих щоденників та їх популярність в інтернеті зумовлені бажанням користувачів виділити власне «я» і персоніфікувати глобальне середовище. Із погляду формальної приналежності мережевий щоденник є приватним документом, але суспільна природа, комунікативна спрямованість дозволяють визначити інтернет-щоденник як документ, що відображає діяльність деперсоналізованої свідомості сукупності користувачів, яка в кожному мережевому проєкті представлена не лише автором, а й адміністрацією сайту, читачами та постійними коментаторами.

Використання інтернет-щоденника як засобу спілкування, пошуку друзів, однодумців обумовлює виконання ним таких функцій: встановлення контактів; передачі інформації; психологічної підтримки, що є дистантною та анонімною в спілкуванні тощо. На позначення користувачів мережевий щоденник є способом перевірки художніх здібностей та отримання об'єктивної оцінки власної творчості. На думку І. Барбукової, у мережі користувачі можуть стати творцями віртуально-друкарської продукції, оскільки вебсервер має практично всі можливості видавництва й широку аудиторію [1].

Образ адресанта гіпертексту мережевого щоденника маскується за допомогою займенників «ми» і «вони», які підкреслюють анонімну природу мережевого феномена. Займенник «ми» в інтернет-щоденнику є сукупністю усіх користувачів, що беруть участь у мовній взаємодії, а також автора-власника щоденника, який у своєму тексті поєднує відображення реальних подій навколишньої дійсності з віртуальною імітацією фактів і джерел інформації. У мережевому щоденнику адресат відображений у номінаціях і формах дієслів множини, особистим займенником «вони» і його похідними, що підкреслює чисельність учасників комунікації, поліфонічність щоденника, де існують певні станові ієрархії читачів, а також фігура «активного читача», який бере участь у процесі текстотворення і є повноправним співавтором мережевого щоденника, про що свідчить літературно-мистецький проєкт «Щоденник» [2].

Структурними характеристиками мережевого щоденника є розгалуженість коментарів, використання гіперпокликань, відвертість записів, креолізованість тексту, наявність графічних елементів тощо.

Структура гіпертексту мережевого щоденника дозволяє увійти в текст у будь-якому місці або окремих його фрагментах. У текст інтернет-щоденника можна увійти, набравши потрібну електронну адресу в рядку браузера із сторінки сайту. Перебуваючи на сторінках щоденника одного користувача, можна

перейти в інтернет-щоденник іншого, обравши його ім'я в стрічці друзів або скориставшись гіперпокликанням у тексті авторського повідомлення або в тексті коментаря. У мережевому щоденнику користувач може вибрати будь-яку послідовність перегляду записів, читаючи щоденник спочатку, довільно обираючи будь-яку сторінку, переглянувши сукупність записів з певної тематики чи обравши будь-який інший варіант прочитання, керуючись гіперпокликаннями.

Кожен текст в інтернет-щоденнику пов'язаний гіпертекстуальними зв'язками з іншими текстами. Гіперпокликання порушують цілісність, смислову єдність і послідовність, формують розгалужений гіпертекст такого виду щоденника. На відміну від покликань у класичному щоденнику гіперпокликання в мережевому щоденнику є не лише його структурними особливостями, а й елементами, що формують зміст.

Гіперпокликання є наскрізними компонентами структури щоденника, є основним засобом його інтеграції, визначають варіанти маршрутів прочитання, утворюють елементи саморегуляції гіпертексту. Сукупність гіперпокликань тексту є мережею, що організована за допомогою асоціативно-семантичних зв'язків й охоплює всі записи, коментарі, додаткові вербальні, графічні, мультимедійні тексти. Основними принципами організації змісту мережевого щоденника є еклектизм, нонселекція, колаж, що свідчить про гіперавторський твір, у якому центральною фігурою стає «активний читач», який виконує текстоутворювальну функцію. Слабке авторське «я» в мережевому щоденнику створює умови для подолання суб'єктивності, що властива тексту класичного щоденника. Створення, читання, коментування мережевого щоденника не передбачає серйозного підходу, змістовного аналізу, розкриття або пояснення його сенсу, що визначає ігрове начало та особливу іронічну тональність гіпертексту мережевого щоденника.

Мережевий щоденник є мовним твором, який перебуває в постійному розвитку і є мовою, зануреною в життя. Мова мережевого щоденника розглядається як цілеспрямована соціальна дія, як компонент, що бере участь у взаємодії людей. Це особливий тип комп'ютерного дискурсу, визначальною властивістю якого є динамічність: зростання і ускладнення структури мережевого щоденника відбувається завдяки новим записам і коментарям, що є єдиним способом його існування.

Текстове наповнення інтернет-щоденників відображає, на думку Т. Сукаленко, С. Шпетної, «не лише жанрові та стилістичні преференції їхніх авторів, а також переконливо засвідчує активність суспільних мовних процесів, адже мова авторських текстів та коментарів до них є також цінним матеріалом для мовознавців з погляду синхронії» [3, с. 212].

Нестійкий мовний стан сучасного суспільства, що балансує на межі літературної мови і жаргону, повною мірою відображається в інтернет-щоденниках. Проблема свободи слова в сучасному інтернеті, зокрема й в інтернет-щоденниках, отримує частково нову інтерпретацію. Мову інтернету можна зіставити з концепцією «білого аркуша» Р. Барта, відповідно до якої літературне слово позбавлене вираженої мовної впорядкованості. «Лист у цьому випадку містить певний негативний модус, де всі соціальні і міфологічні риси мови зникають та поступаються місцем нейтральній і інертній формі» [4, с. 63].

Крім того, можливість інтернет-комунікації забезпечується платним доступом до мережі, що уможливлює миттєве «занурення» в мовну ситуацію, а також швидкий вихід з неї. Необхідність високошвидкісної передачі інформації сприяє інтенсивному створенню і вживанню умовних скорочень і знаків. Власне тому в інтернет-щоденниках широко використовуються стійкий комп'ютерно-мережевий «діалект» або закодована мова, що зрозуміла постійним користувачам інтернету. Правила мережевого етикету передбачають обов'язкове використання в записах інтернет-щоденника паралінгвістичних елементів, які дозволяють краще реалізувати текстову комунікацію (графічні, звукові й кінетичні засоби), передати інтонації усної мови, додати вислову емоційності та експресивності, додаткових сенсів.

Основними синтаксичними засобами передачі внутрішнього діалогу автора із самим собою є питально-відповідні комплекси. Повідомляючи вже відому інформацію, автори часто вживають неповні, еліптичні конструкції. Записи автора й коментарі до них містять мовні особливості традиційного усного діалогу, де широко використовуються звертання, на кшталт: «Привіт, народ!». Множинність учасників спілкування обумовлюється низкою особливостей, що властиві організації діалогу в мережевих щоденниках. Так, якщо репліка коментатора адресована всім учасникам дискусії, він, як правило, не називає адресата. Якщо ж коментатор звертається до певного користувача, то на початку він зазначає його ім'я за допомогою гіперпокликання «Звернутися на ім'я», розташованого у формі додавання коментаря. Експресивність, яка властива діалогічній мові, передається за допомогою лексики експресивної семантики: *нещасні люди, убогий дар, елітне житло, шедевральна пісня, занюхана кімнатка, тупий сценарій* тощо. У записах інтернет-щоденника літературна мова поєднується з молодіжним сленгом, заниженим стилем мови, комп'ютерним жаргоном, інтенсивним вживанням англомовних запозичень. Широке використання англомовної лексики в мережевих щоденниках пов'язане із загальною тенденцією інтернету, де

тексти переповнені варваризмами, іншомовними словами-кальками, граматичними й синтаксичними конструкціями, які не властиві українській мові тощо. Автори й коментатори онлайн-щоденника часто недбало оформлюють повідомлення, використовують просторічні слова й звороти, інвективну лексику, роблять багато помилок у текстах.

Отже, комунікативна спрямованість визначає характер мовних засобів, які реалізовані в гіпертексті мережевого щоденника. Записи автора й коментарі формують діалогічний цикл, де послідовність звернень, реакцій, коментарів, відповідей на коментарі, прикріплених до початкового повідомлення, створює розгалужений текст, якому притаманні мовні особливості традиційного усного діалогу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барбукова І. Онлайновий щоденник як феномен віртуальної літератури: жанрова природа, поетика : дис. ... канд. філол. наук : спеціальність 10.01.06 «Теорія літератури». Луганськ, 2012. 231 с.
2. Літературно-мистецький проєкт «ЩОДЕННИК», «Re: make щоденник». URL : http://shchodennyk.blogspot.com/ (дата звернення: 18.01.2024).
3. Сукаленко Т., Шпетна С. Жанр Інтернет-щоденника як реалізація віртуальних текстів сучасної блогосфери. *Українська мова та культура в сучасному гуманітарному часопросторі: аспекти міжмовної комунікації та формування комунікативної компетентності сучасного фахівця* : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Ірпінь, 21 лютого 2023 р. / за заг. ред. д-ра наук із соц. ком. Н. Зикун, канд. пед. наук З. Шарлович, д-ра наук із соц. ком. Т. Гириної. Ірпінь : Державний податковий університет, 2023. С. 209−212.
4. Barthes Roland. La mort de l'auteur. *Dans Le bruissement de la langue. Essais critiques IV*. Paris : Seuil, 1984. P. 63–69.

***Анотація***

*У дослідженні акцентується увага на ознаках мережевого щоденника як сучасного засобу спілкування, його окремих характеристиках, наявності гіпертексту та комунікативній спрямованості. Зазначається, що мова мережевого щоденника є особливим типом комп'ютерного дискурсу й вирізняється діалогічністю, закодованістю, експресією.*

***Ключові слова:*** *інтернет-щоденник, мережевий щоденник, інтернет-комунікація, гіперпокликання, мовні засоби.*

***Summary***

*The study focuses attention on the features of the network diary as a modern means of communication, its individual characteristics, the presence of hypertext and communicative orientation. It is noted that the language of the network diary is a special type of computer discourse and is distinguished by dialogicity, encoding, and expression.*

***Key words:*** *Internet diary, network diary, internet communication, hyperlink, language tools.*

**Сергієнко Тетяна,**
*канд. політ. наук, доцентка, доцентка кафедри міжнародних відносин та соціально-гуманітарних дисциплін;*
**Бєлова Валерія,**
*здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії»,*
*Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ,*
*м. Дніпро, Україна*

# ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА ЇХ РОЛЬ У ПОЛІТИЧНІЙ СИСТЕМІ СУСПІЛЬСТВА

Реалії сьогодення свідчать, що маніпулювання особистістю, використання різноманітних засобів і технологій для інформаційно-психологічного впливу на людину стало звичайним явищем у повсякденному житті, економічній конкуренції та політичній боротьбі. Це стимулює широке та інтенсивне використання маніпулятивних засобів і технологій впливу на людей. Сучасний етап розвитку не лише не зменшив, а посилив тенденцію використання новітніх технологій для інформаційного впливу маніпулятивного характеру на психіку людей у політичній боротьбі. Вплив на свідомість і формування громадської думки на підтримку тих чи інших цілей, того чи іншого політичного курсу відбувається через засоби масової інформації. Водночас вони можуть виконувати інтеграційні функції, переконуючи людей прийняти та інтерналізувати домінуючі соціальні та політичні цінності. Функції засобів масової інформації дуже різноманітні. Але найважливіша з них – інформаційна. Передані повідомлення через засоби масової інформації передбачають не лише висвітлення тих чи інших фактів, а й їх коментування та оцінку, тобто пропускання крізь призму своїх ідеологічних світоглядних уявлень. Ту саму новину можна подати так, що вона змінить свій первісний зміст [2, с. 75].

Для дослідження даної проблеми особливу значимість мають роботи таких науковців як В. Варенко, Ю. Юхименко, Л. Філіппова А. Кобелєв, В. Сладкова і А. Чубукова. Також, істотний внесок в такого роду дослідження зробили В. Воронкова, М. Комар, Д. Швець, В. Вембер, В. Биков, Г. Кедровіч, П. Орлов,

М. Жаладак і інші. Проте, незважаючи на достатньо велику кількість наукових праць дане питання залишається актуальним і потребує уточнення.

До політичної інформації відноситься та, що має суспільне значення і на основі якої громадяни формують думку про діяльність уряду, парламенту, партій та інших політичних інститутів, про економічну, культурну та інші сфери життя суспільства. Текст політичної інформації не повинен містити логічних і мовних конструкцій оціночного характеру, не кажучи вже про такі заходи як: фальсифікація фактів, переконлива риторика, цілеспрямована інтонація та міміка, спеціальні прийоми редагування тощо.

Тематика повідомлення та склад акторів мають відображати загальну соціальну структуру суспільства та те, що його стосується, а не якусь групу проблем. Що стосується політичних програм на телебаченні та радіо, то вони мають надавати ефірний час усім різним силам, представленим у суспільному житті, та виборним органам влади. Тільки в цьому випадку опозиція має повну можливість конкурувати з владою в боротьбі за громадян.

Засоби масової інформації вводять людину у світ політики, тих політичних цінностей, які стають домінуючими з точки зору державної влади. Водночас сам процес «впровадження» інформації спрямований на формування хоча б мінімальної згоди між різними групами громадян щодо основних питань політичної стратегії держави. Як чинник формування політичної культури засоби масової інформації виступають найефективнішим інструментом пізнання світу політики. Збалансована, об'єктивна і повна інформація про різні сторони політичного життя суспільства є умовою підвищення політичної культури.

Політично заангажовані засоби масової інформації часто перетворюють результати опитувань громадської думки на інструмент донесення цієї думки з певним акцентом на рішення влади з політичних та інших питань, на підтримку внутрішньо- чи зовнішньополітичних дій керівництва країни. Тут найбільш яскраво проявляється зв'язок між політикою та засобами масової інформації. Загалом опитування дають владі реальну картину стану свідомості населення, окремих його груп, особливо негативних настроїв, поки вони не проявляються в поведінці, у небажаних, деструктивних діях людей. Розумне керівництво країни враховує громадську думку, плануючи ті чи інші національні заходи [1, с. 14].

Інформаційне маніпулювання людиною – це передусім форма контролю за її індивідуальною свободою. Тому лише тоді, коли засоби масової інформації стануть загальнодоступною формою пізнання, пропагандистом ідей співпраці та нормального розвитку всього суспільства, з’явиться можливість формувати політичну культуру, засновану на вільному виборі політичної позиції людини та моделі політичної поведінки.

Таким чином, підводячи підсумок зазначимо, що сьогодні роль засобів масової інформації дуже велика. Причому ця роль стрімко зростає за рахунок впровадження нових засобів комунікації. Вміло маніпулюючи засобами масової інформації, можна чинити тиск на суспільство, громадську думку і таким чином підпорядкувати собі політичну чи іншу суспільну думку. Для збереження стабільної ситуації в суспільстві необхідний чіткий контроль за діяльністю ЗМІ, щоб запобігти можливості їх негативного впливу на підсвідомість громадян. Отже, взаємодія політики та засобів масової інформації є важливим елементом функціонування політичної системи суспільства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арабаджиєв Д. Ю., Сергієнко Т. І. Маніпулювання свідомістю суспільства в умовах інформаційної та гібридної війни в Україні. *Гілея: науковий вісник.* К. : Видавництво «Гілея», 2019. Вип. 146 (№ 7), ч. 3 : Політичні науки. С. 12–15.

2. Арабаджиєв Д. Ю., Сергієнко Т. І. Особливості розвитку сучасного інформаційного суспільства в Україні в умовах політичної конфліктності. *Scientific achievements of modern society : The 2 nd International scientific and practical conference,* October 9–11, 2019. Cognum Publishing House, Liverpool : United Kingdom, 2019. С. 74–79.

**Турчак Олена,**
*канд. філол. наук, доцентка, доцентка кафедри європейських і східних мов та перекладу,*
*Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро, Україна*

# ПРИЧИНИ ПОЯВИ ІНДИВІДУАЛЬНИХ НОВОТВОРІВ У МАСМЕДІЙНОМУ ПРОСТОРІ

Надзвичайно активно мовні процеси відбуваються в періоди соціальних зрушень, зокрема політичних та економічних. Переважно вони стосуються змін у лексичному складі мови. У такі історичні відтинки часу спостерігається поява значної кількості запозичень, зникнення слів або їхніх значень, виникнення неологізмів (як загальномовних, так і авторських). Зазначені процеси – беззаперечний доказ того, що мова – це особлива система, яка є «частиною ще більш складних систем – мова і мислення, мова і суспільство, мова і дійсність» [3, с. 20]. Завдяки ключовим словам трьох дихотомічних пар («мова – *мислення*», «мова – *суспільство*», «мова – *дійсність*») пояснюються перетворення у складі лексики: *суспільство переосмислює дійсність*, і результатом такого переосмислення є оновлення лексичного складу мови.

Тривалий час залишається предметом обговорень питання новотворів, оскільки це надзвичайно складне та багатогранне явище, яке потребує систематичного дослідження завдяки своїй динамічності. Інноваційним процесам присвятили праці К. Брітікова [1], Ж. Колоїз [2], Л. Підкамінна [4], О. Стишов [5] та багато інших мовознавців.

Питання щодо причин появи нових слів в українському масмедійному просторі не менш актуальне. У процесі дослідження було встановлено, що рушійною силою виникнення індивідуальних новотворів є насамперед якісно новий рівень розвитку української мови, який супроводжується демократизацією суспільства, його лібералізацією та консолідацією. «Народження» індивідуальних новотворів зумовлюється внутрішньомовними та позамовними чинниками.

Серед позамовних чинників надзвичайно активно проявляють себе соціальні. Під їхнім впливом виникають індивідуальні новотвори, що відображають ставлення журналіста до медійних осіб, суспільних подій та фактів: ***мінібізнесмен, екс-СРСР, модель-«вішалка», морозівець, НАТОманія***. Соціальні чинники поділяються на зовнішні та внутрішні. Внутрішніми соціальними чинниками

зумовлено виникнення авторських лексем ***вітренко-симоненки, кравчучка, ахметівець***, зовнішніми – ***йо-йоманія, мерседесофоб, new-романтик*** тощо.

Не менш дієвими є комунікативні чинники, завдяки яким реалізуються такі критерії комунікації, як чіткість, лаконічність та інформативність. Комунікативні чинники допомагають уточнити основне значення за допомогою конотативного, посилити експресивний відтінок, висловити ставлення до сказаного. Комунікативні чинники проявляють себе там, де відчувається нестача слів, зумовлена інтенсивністю процесів та прискореним темпом сучасного життя. Наприклад, комунікативні чинники сприяли появі слів ***нац'євнух, дзюдоярка, неКучма***.

До позамовних чинників, що сприяють появі індивідуальних новотворів у масмедіа, належать і психологічні, які допомагають дати оцінку суспільним процесам, подіям, медійним особам, напр.: ***народожер, лжефермер, шоу-соловейко, шоу-бій*** тощо. Зауважимо, що на підставі психологічної оцінки в публіцистичному стилі відбувається розмежування мовних засобів на позитивні та негативні.

Причиново-наслідкові відношення між позамовними чинниками та появою індивідуальних новотворів рідко мають безпосередній характер. Опосередкованою ланкою є внутрішньомовні чинники, серед яких:

– тенденція до регулярності, що виявляється в продукуванні нових слів (похідних утворень), завдяки яким чітко простежується системна організація мови. Наприклад, іменник ***батько*** є мотивуючим компонентом для індивідуально-авторських новотворів ***«батько»-губернатор, батько-засновник, батько-неспонсор***;

– тенденція до експресивності. Вона активізується в контекстуальних значеннях загальновживаних слів, напр.: ***металіст*** – крадій металу, ***реаліст –*** гравець футбольного клубу «Реал», ***художниця*** – спортсменка, яка займається художньою гімнастикою. Експресія таких новотворів надзвичайно помітна в контексті, бо в одній лексемі поєднується узуальне та оказіональне значення. Оскільки слово синтезує в собі «далекі» за значенням поняття, виникає стилістично маркований елемент із потужною експресивністю;

– тенденція до мовної економії, яка серед новотворів реалізується в основота словоскладанні. Складні слова більш компактні за формою, порівняно зі словосполученням, і мають прозору внутрішню форму, напр.: ***енерголеді, кіноідол, наркоздобич, оскароносець***;

– тенденція до диференціації, як і тенденція до мовної економії, сприяє появі складних слів. Щоправда, функції їхні різні. Завданням тенденції до диференціації є не просто виділити значення певного слова, а підкреслити його відмінність від загальноприйнятого розуміння або незвичність, наголосити на нестандартності смислового наповнення, напр.: ***актор-«адвокат», аудіо- та відео «гарнір», аферистка-«інспектор»***;

– тенденція до аналогії. Індивідуально-авторські лексеми, що виникли під впливом аналогії, мають здебільшого логічний характер і характеризуються одноманітністю, оскільки утворюються за словотвірною моделлю іншої, подібної форми, напр.: ***Гонгадзегейт, Мороз-гейт*** виникли за аналогією до ***уотергейт,*** а лексема ***кучмономіка*** – до ***рейганоміка***.

Отже, індивідуальні новотвори у масмедійному просторі виникають як під впливом позамовних, так і внутрішньомовних чинників. Зауважимо, що зовнішні чинники впливають на внутрішні, адже які б зміни не спостерігалися (соціальні, культурно-історичні, політичні, науково-технічні тощо), вони завжди відображаються в мові й потребують своєї назви та пояснення.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Брітікова К. Узуальне та оказіональне в інноваціях сучасної української мови: тенденції оновлення лексико-словотвірної категорії назв особи : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.01. Харків, 2007. 20 с.

2. Колоїз Ж. В. Українська оказіональна деривація : монографія. Київ : Акцент, 2007. 311 с.

3. Мороховський О. М. Деякі питання теорії запозичень. *Мовознавство*. 1984. № 1. С. 19–25.

4. Підкамінна Л. Лінгвостилістика неологізмів у мові сучасних українських ЗМІ. *Лінгвостилістичні студії*. 2019. Вип. 10. С. 144–153.

5. Стишов О. А. Семантичні неологізми в дискурсі українськомовних масмедіа початку XXI століття. *Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького педагогічного університету*. 2015. Вип. 13. С. 364–374.

**Федорчук Георгій,**
*здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності «Журналістика», Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# МЕДІАДИСКУРС ФУНКЦІОНУВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ СПРАВИ ТА ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ В ЕКОНОМІЧНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ

Перспективним та складним для відображення в економічній журналістиці є банківська сфера та фінанси. Банки часто є найбільшими, а іноді й найвпливовішими установами в країні. Коли компанія хоче побудувати завод, щоб виготовляти автомобілі, які вона продаватиме через рік, вона бере позику, а потім повертає гроші, коли клієнти їх купують. Коли фермеру потрібні насіння та добрива, щоб виростити щось, що він не може продати до збору врожаю через півроку, він позичає гроші. Банки забезпечують людям безпечне місце для заощаджень грошей і позичання грошей людям, які показують, що в майбутньому вони зможуть їх повернути. У відповідь на це вони намагаються отримати прибуток (наприклад, за допомогою відсоткової ставки за гроші в борг). Уряди контролюють і регулюють банки (часто дуже погано, з чого почалася світова фінансова криза 2008 року). Спочатку банки були невеликими фірмами, які брали депозити від окремих осіб і компаній, що їх оточували, і видавали позики людям, яких вони знали. З роками вони стали більшими і тепер вони глобальні. Нині майже кожна країна світу бачить потребу в безпечній банківській системі, а уряди заохочують розвиток фінансового сектору. Вони вважають, що він відіграє важливу роль у розвитку, надаючи позики, необхідні для інвестицій а, отже, зростання. За останні кілька десятиліть банки розширили свій бізнес за межі простого прийому депозитів і надання позик, вони пішли в інвестиційний банкінг (наприклад, Lehman Brothers [2]).

Такі установи пропонують послуги пенсійним фондам, страховим фондам та інвесторам усіх типів, за допомогою яких вони грали на ринках, щоб отримати для них надприбутки. Вони торгували акціями, облігаціями, товарами та валютою на такі великі суми, що навіть незважаючи на низькі збори (невеликий відсоток від кожної транзакції) заробляли величезні суми. Поки гра тривала (протягом майже трьох десятиліть, з кількома короткими перервами, перш ніж

вона зруйнувалася у 2008 році), вони заробляли все більше і більше грошей і платили собі фантастичні зарплати та премії.

Читачі та глядачі пов'язані з банками різними способами. Багато хто кладе гроші в банки або бере в них борг. Деякі працюють на них. Інші працюють на компанії, які позичають у банків. Оскільки банки кредитують і фермерів, виробництво їжі залежить від них, а їжа потрібна всім. У багатьох регіонах банк є єдиним реальним джерелом кредиту, доступним для місцевого населення [1]. З цих причин публікація про тенденції та зміни в банківській справі, фінансах і кредитуванні становить найбільший інтерес для аудиторії. Коли в банківській системі щось йде не так, це може завдати шкоди всім, навіть людям, які ніколи в житті не були в банку. Насправді більшість фінансових криз починається в банківській системі. Тому здоров'я банківської системи важливе для всіх людей.

Журналісти, які висвітлюють роботу банків повинні шукати інформацію про поточний стан або зміни в наступних речах, тому що вони можуть стати публікаціями: скільки банків є в країні; скільки місцевих, іноземних; кому належать ці банки; яка їхня форма власності; скільки грошей у кожного банку на депозитах; як банк залучає депозити від місцевих жителів, іноземців; які процентні ставки вони сплачують за заощадженнями нашої аудиторії; чи змінюється процентна ставка, якщо це місцеві чи іноземні гроші; чи пропонують вони вищі процентні ставки для літніх людей, які досягли пенсійного віку; який кредитний портфель кожного банку (загальна сума та тип усіх наданих позик); чи надають банки більше кредитів місцевим жителям/іноземцям; під який відсоток вони надають позику; які сектори банки кредитують більше, туризм, рибальство, сільське господарство; чи є у них спеціальна схема кредитування для малих підприємців за нижчими процентними ставками; які банки більше кредитують малого бізнесу, тих, хто займається самозайнятістю; позики надаються здебільшого на довгострокові чи короткострокові проекти; які дані банку про отримання позик; чи важко їм отримати кредити, тому що компанії занепали, не керуються належним чином, сектор, який вони позичили, працює погано; скільки людей володіють кредитними картками; яку процентну ставку стягує банк, коли люди не оплачують рахунки за кредитною карткою; також є багато історій про державну політику та нагляд за банками [3, с. 25].

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойчик І. М. Економіка підприємства : підручник / І. М. Бойчик. К. : Видавництво «Кондор», 2016. 378 с.

2. Barclays. 2023. URL : https://home.barclays/

3. Pani P., Fischer-Butmaloiu U. Introduction to business and economic journalism. Friedrich Naumann Foundation for Freedom. 2022. 89 p. URL : https://www.idem-institute.org/downloads/introductiontobusinessandeconomic journalism.pdf

***Анотація***

*Досліджено медійний дискурс, що обрамлює функціонування банківського та фінансового сектору в економічній журналістиці; наголошено на важливості розуміння банківських тенденцій для аудиторії, оскільки фінансові кризи часто виникають у банківській системі, впливаючи на окремих осіб, підприємства та навіть на тих, хто ніколи не співпрацював з банками; наголошено на необхідності стежити за ключовими економічними показниками, як-то кількість і форма власності банків, суми депозитів, процентні ставки та кредитні портфелі; наголошено, що здоров'я банківської системи має вирішальне значення для добробуту суспільства, тому висвітлення банківських подій є важливим для інформованого публічного дискурсу.*

***Ключові слова:*** *банківська справа, державна політика, економічна журналістика, інвестиційний банкінг, кредитні портфелі, медійний дискурс, процентні ставки, фінанси, фінансовий сектор, фінансові кризи.*

***Summary***

*The media discourse that frames the functioning of the banking and financial sector in economic journalism is investigated; emphasizes the importance of understanding banking trends for the audience, as financial crises often occur in the banking system, affecting individuals, businesses, and even those who have never worked with banks; the need to monitor key economic indicators, such as the number and form of ownership of banks, deposit amounts, interest rates and loan portfolios, is emphasized; stressed that the health of the banking system is critical to the well-being of society, so coverage of banking events is essential to informed public discourse.*

***Keywords:*** *banking, public policy, economic journalism, investment banking, credit portfolios, media discourse, interest rates, finance, financial sector, financial crises.*

**Федорчук Наталя,**
*здобувачка вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності «Журналістика», Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# ОГЛЯД БІЗНЕС-МЕДІА В УКРАЇНІ ПІСЛЯ 24 ЛЮТОГО 2022 РОКУ

Після початку повномасштабного вторгнення росії в Україну контент-маркетингова платформа "PRNEWS.IO" уклала рейтинг українських бізнес-ЗМІ. Головним критерієм успіху стала відвідуваність платформи у попередньому 2021 р. Найуспішнішим серед конкурентів в секторі економічних медіа стало видання Delo.ua, яке за рік відвідало 37 млн користувачів. На другому місці із увагою 14,23 млн користувачів опинився бізнес-розділ видання "liga.net", за ним ресурс AIN.ua та 13,39 млн користувачів, які віддали йому перевагу. Видання "Ділова столиця" заручившись підтримкою 12,11 млн візитерів на четвертому місці, а видання "The Page" закрило тор-п'ятірку найуспішніших бізнес проєктів в Україні окумулювавши увагу 11,7 млн користувачів. "Далі в списку "Forbes.ua" (7,6 млн візитів), "UBR.ua" (6,2 млн), "kontrakty.ua" (5 млн), "НВ Бізнес" (4,9 млн), "RAU" (2,8 млн), "Капітал" (2 млн), "businessua.com" (1,7 млн), "companion.ua" (майже 1,6 млн), "ua.kompass.com" – 1,5 млн, "Приватний підприємець" – 1,3 млн" [3]. За версією Спілки українських підприємців У 2022 році "НВ" став найкращим українським медіа, що висвітлює теми бізнесу та економіки" [1].

За рік, у 2023 р. фахівці контент-маркетингової платформи "PRNEWS.IO" оновили рейтинг бізнесових медіа, який уклали спираючись на дані власного каталогу, що налічує більше ста тисяч медіа з усього світу, та аналітики ресурсу "SimilarWeb". Найпопулярнішим ресурсом економічної тематики у січні – серпні 2023 р. стало "Delo.ua" (окумулювало рекордні 49,6 млн відвідувань). Медіа у своїй роботі робило ставку на бізнесові новини, а також публікувало аналітику про зміни ринків в умовах війни. За словами головного редактора ресурсу Ю.Гусєва " За минулий рік, всупереч усім труднощам, ми зуміли зберегти професійні кадри – журналістів та новинарів. Це – головна причина успіху. З перших днів війни й до сьогодні ми не збавляємо темпів, навпаки, нарощуємо. Робимо все, щоб писати більше, краще, охоплювати більшу кількість тем. Надалі ставимо

перед собою амбітні плани в рази збільшити аудиторію та обсяг контенту, задля чого залучаємо нових авторів у свою команду" [4].

"NV Бізнес" з аудиторією майже 18 млн відвідувань інформувало аудиторію про економіку, розвиток інноваційних сфер та фінанси. 12,9 млн відвідувань ресурсу "Forbes.ua", який протягом звітного періоду публікував матеріали з історіями успіху бізнесменів, робив розгляд реальних кейсів підприємців, досліджував перспективність інвестицій в українські стартапи всередині країни та поза нею та впровадження технологій у бізнес. "Ліга.Бізнес" відвідали більше 10,7 млн разів, читали здебільшого бізнесові новини, інформацію про діджиталізацію, підприємництво, інвестиції. "The Page" (7,3 млн переглядів) пропонував своїй аудиторії новини про економічні та бізнесові події в Україні та за її межами. "Наступні учасники десятки: "Ain.ua" – 5,5 млн переглядів; "UA-Region" – 4,6 млн переглядів; "Ділова столиця" – 4,4 млн переглядів; "Контракти.ua" – 3,5 млн переглядів; "UBR" – 2,6 млн переглядів та "FAVBET Tech", на платформі якого презентували фільм про IT-кластер Харкова за воєнних часів" [2].

Альтернативне дослідження серед бізнесменів, найвпливовішої цільової аудиторії для якої працюють ресурси орієнтовані на економічну тематику, яке реалізувало видання Forbes.ua у 2023 р. засвідчило, що "перше місце серед ЗМІ, яким найбільше довіряють бізнесмени, посіло видання NV (New Voice, раніше «Новое время») з результатом 52,9 %, на другому місці опинилась ЛІГА (44,1 %), третю позицію посіли Forbes та «Українська правда» (35,3%). Далі йде BBC Ukraine (29,4 %), а п'яте місце розділили LB.ua та «Економічна правда» (20,6 %)" [5]. Примітно, що за рік зросла кількість адресантів, які користуються міжнародними платформами для отримання достовірних новин. Серед таких ресурсів "BBC", "CNN", "The Economist". Якщо у 2022 р. рівень довіри та попиту та такі медіа фіксувався на 50 %, то у 2023 р. вже 79,4 %.

Оскільки український медіаландшафт продовжує розвиватися, очевидна синергія між традиційними та цифровими платформами. Успіх цих засобів масової інформації полягає не лише в кількості, але й у їхній здатності знаходити відгук у аудиторії, підтримувати довіру та адаптуватися до інформаційних потреб, що постійно змінюються. Вплив економічних медіа на суспільне сприйняття та довіру серед ключових демографічних груп підкреслює їх ключову роль у формуванні наративів, сприянні стійкості та сприянні більш поінформованому суспільству в умовах складних геополітичних обставин.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балашова Л. НВ став найкращим українським медіа про економіку і бізнес 2022 року за версією Спілки українських підприємців. 2022. URL : https://biz.nv.ua/ukr/tech/nv-nazvano-naykrashchim-media-ukrajini-pro-biznes-ta-ekonomiku-2022-novini-ukrajini-50294128.html

2. Ковальова А. The Page увійшло до ТОП-5 найпопулярніших бізнесових медіа в Україні. 2023. URL : https://thepage.ua/ua/news/top-5-najpopulyarnishih-biznesovih-media-v-ukrayini-the-page-posilo-5-misce

3. Кротовська О. The Page увійшло до топ-5 українських бізнес-ЗМІ. 2022. URL : https://thepage.ua/ua/news/rejting-onlajn-media-pro-biznes-u-2021-roci-vid-prnewsio-the-page-na-pyatomu-misci

4. Молодан В. Delo.ua другий рік поспіль очолює рейтинг найпопулярніших бізнес-ЗМІ України. 2023. URL : https://delo.ua/business/deloua-drugii-rik-pospil-ocolyuje-reiting-naipopulyarnisix-biznes-zmi-ukrayini-411512/

5. Тарасовський Ю. Forbes у трійці ЗМІ, яким найбільше довіряють бізнесмени. Зростання за рік було найбільшим порівняно з іншими медіа / Forbes.ua 2023. URL : https://forbes.ua/news/forbes-ukraina-v-triytsi-zmi-yakim-naybilshe-doviryayut-biznesmeni-zrostannya-bulo-naybilshimi-sered-inshikh-media-31012023-11408

***Анотація***

*Проведено огляд ділових медіа в Україні після 24 лютого 2022 року. Використовуючи дані з платформи контент-маркетингу PRNEWS.IO та аналітику SimilarWeb, дослідження оцінює успіх економічних медіа на основі відвідуваність аудиторії. Примітно, що Delo.ua виявляється найуспішнішим, за ним йдуть liga.net і AIN.ua. Значним залученням аудиторії також виділяються «НВ Бізнес» і «Forbes.ua», які акцентують увагу на історіях успіху, інвестиційних перспективах і технологічному прогресі. Вимірюють довіру серед бізнесменів, найбільше довіряють «НВ», за ним йдуть ЛІГА, Forbes та Українська правда. Медіа-ландшафт, що розвивається, підкреслює важливість збереження довіри, адаптації до мінливих потреб і сприяння стійкості у формуванні поінформованих наративів в умовах геополітичних складнощів.*

***Ключові слова:*** *бізнес ЗМК, "PRNEWS", економічна журналістика, відвідуваність сайту, "Delo.ua", "Forbes.ua", міжнародні медіаплатформи.*

***Summary***

*A review of business media in Ukraine after February 24, 2022 was conducted. Using data from the "PRNEWS" content marketing platform and SimilarWeb analytics, the study evaluates the success of economic media based on audience attendance. It is noteworthy that Delo.ua is the most successful, followed by liga.net and AIN.ua. "NV Business" and "Forbes.ua", which focus on success stories, investment prospects and technological progress, also stand out with significant audience engagement. When measuring trust among businessmen, they trust "NV" the most, followed by "LIGA", "Forbes" and "Ukrainian Pravda". The evolving media landscape highlights the importance of maintaining trust, adapting to changing needs and fostering resilience in shaping informed narratives in the face of geopolitical complexities.*

***Keywords:*** *business media, "PRNEWS", economic journalism, website traffic, "Delo.ua", "Forbes.ua", international media platforms.*

**Хмелюк Дмитро,**
*здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності «Журналістика», Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# ТЕОРЕТИЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ РЕВОЛЮЦІЇ НА РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА В ПОТОЦІ НОВИН

В епоху цифрового прогресу, вплив традиційних медіа та нових соціальних платформ на глобальне поширення новин знаходиться під пильною увагою. Пропоноване дослідження містить огляд розвідок проведених дослідниками з різних академічних професій, які об'єднує складна взаємодія між міжнародним потоком новин в телеефірі та на цифрових платформах. Автором зроблено спробу пролити світло на мінливий ландшафт динаміки ЗМК в сучасному світі, починаючи від викликів усталеним медіа-наративам і закінчуючи розкриттям трансформаційного потенціалу цифрових технологій.

Опитування в редакціях західних ЗМК щодо оцінки міжнародного потоку новин і соціальних медіа-мереж провели Ч. Еке, Буфомон, А. Алекс, Н.Ебівер Ібовей із Університету Порт-Гаркорта (Нігерія). Автори констатують, що інформаційна революція спричинена поширенням цифрових технологій послабила силу світової гегемонії інформаційних та економічних наддержав, які на попередніх етапах завдяки безальтернативному контенту могли диктувати порядок денних, натомість можливості інтернету сприяють посиленню національних та регіональних інформаційних медіаландшафтів і соціальні платформи перші передвісники цих процесів. "Традиційні медіа більше не визначають громадськість чи порядок денний медіа самостійно. Поява соціальних медіа перевернула розрахунки, відкрила простір і залучила більше учасників до того, про що люди, на думку людей, мають говорити. Тому, тлумачачи нещодавні результати досліджень потоків новин, було б неправильно робити висновок, що традиційні засоби масової інформації є єдиними, хто визначає порядок денний. Соціальні медіа в цьому є реальними, і не схоже, що їхня популярність скоро впаде" [3, с. 78–89].

Підходи до виявлення фейкових новин у соціальних медіа на основі штучного інтелекту запропонував дослідницький колектив PSG College of Arts & Science Р. Раджагопал, К. Б. Санкаранараянан, К. Сенготтайян, П. Бринда,

Д. Ратінасвамі, Р.В. Нарендра Кіран, Ш. Шахіда Сахеб, А. Чаухан, М. Ананті, Х. Кумар Будда, П. Раджкумар, Ш. Д. Мері. Автори констатують, що зловживання фейковими новинами серйозно впливає на життя, соціальну стабільність і національну безпеку людей, натомість пропонують алгоритми швидкої ідентифікації достовірної інформації, що перевіряється в мережевому середовищі, а результат перевірки є прозорим і інтерпретованим для користувача. Секрет в штучному інтелекті, зокрема, в системах для автоматичного виявлення аномалій у даних для програм, таких як комп'ютерна безпека та обробка природної мови. Великі обсяги даних швидко обробляються за допомогою технологій штучного інтелекту і машинного навчання для таких завдань, як розпізнавання образів, автоматична категоризація і виявлення аномалій. Машина зможе знаходити тексти, зміст та сутність яких значно відрізняються від стандарту або того, що вважається "нормальним" референтною групою, і таким чином виявлятиме аномалії. У разі складних даних, де значення та обмеження нормальності можуть бути неочевидними або визначеними заздалегідь, ідентифікація аномалії може створити значні технологічні перешкоди [7].

Розгляд впливу соціальних мереж на передачу новин та інформації, враховуючи знання про природу зв'язку між соціальними мережами та візуальними медіа в рамках свого дослідження провели К. Аббас Гомер, Х. Осман Хамід. Одними з найважливіших висновків, до яких дійшли дослідники є те, що "соціальні мережі впливають на візуальні медіа в процесі створення та передачі новин, і цей вплив є прямим: він впливає на знання, прихильність і поведінку людей. візуальні медіа-месенджери. Водночас соціальні мережі стали важливим джерелом новин та інформації для телеканалів. Соціальні мережі стали приводом для подальшого розвитку телеканалів. Телеканали намагаються стати сумісними з соціальними мережами, щоб соціальні мережі не стали причиною їх слабкості, зокрема в передачі інформації адресатам" [1, с. 84–115].

Фейкові новини як шлях до прийняття рішення молоддю у вимірі впливу дезінформації в соціальних мережах досліджували О. Камишина, Р. Уертас-Гарсія та А. І. Хіменес-Зарко із Університету Барселони (Іспанія). За результатами проведення авторським колективом встановлено, що "економна модель підтверджує 35% сприйняття фейкових новин і констатує її залежність від ЗМК, парасоціальної взаємодії, що є основними прямими ефектами, тоді як сприйняте медіа багатство (PR) має значний опосередкований вплив на ставлення до фейкових новин і, як наслідок , на їх сприйняття" [5, с. 534–545]. При цьому значну частину відповідальності за поширення фейкового контенту автори покладають на модератора платформи.

З метою пояснення того як новини поширюються серед людей і як цифрові технології змінили шляхи їхнього поширення дослідниця Оттавського університету (Канада) Д. Лян звернулася до ролі соціальних мереж в поширенні новин. Розкриття теми дослідниця проводить через призму міжособистісних стосунків і психологічного благополуччя, участі в політичному дискурсі та громадянської активності. Дослідниця констатує, що "онлайн-соціальна мережа сприятиме поширенню фейкових новин, що спричинить серйозний негативний вплив на суспільство. Таким чином, аргументи, що мають відношення до обраної теми, стосуються негативної та позитивної ролі соціальних мереж для соціального навчання та поширення новин" [6, с. 1–5].

Фейкові новини в соціальних мережах стали предметом розгляду К. Аймаанса, Я. Ферстера, К-П. Георга та М. Вебера із Лондонської школи економіки та політичних наук (Великобританія). Нетиповий, інноватівний, тим цікавий метод дослідження реалізовано авторами в ході підготовки роботи. За наслідками мультиагентного підкріплюючого навчання як нового методу моделювання фейкових новин у соціальних мережах ними змодельовано поведінку людини в соціальних мережах як у незвиклих популяціях, так і в популяціях, які адаптувалися до присутності фейкових новин. Авторами встановлено, що "атака фейковими новинами є ефективнішою, якщо вона спрямована на людей із не значними комунікативними зв'язками та практиками, а також із не стійкою особистою позицією. Атаки більш ефективні, коли дезінформація поширюється серед кількох агентів, ніж коли дезінформація концентрується з більшою інтенсивністю на меншій кількості агентів" [2]. Таким чином у збалансованих мережах фейкові новини поширюються гірше, ніж у кластерних.

М. Рао Кондамудія, С. Ранджан Сахуб, Л. Чуханч, Н. Ядав, колектив дослідників із Інституту Фраунгофера фотонних мікросистем IPMS (Німеччина) у 2023 р. провели комплексне дослідження ознак, особливостей та підходів до виявлення фейкових новин у соціальних мережах. За результатами опитування ними доведено, що "люди відверто довіряють соціальним мережам, не знаючи про походження та достовірність інформації, що передається через ці мережі. Іноді недостовірна інформація в соціальних мережах вводить глядачів в оману, а це завдає людству непоправні втрати. Соціальні онлайн-мережі трансформують навіть первинну інформацію про уряд, що стимулює плутанину серед людей і люди втрачають довіру до влади" [8, с. 101–127].

Вплив новин на формування, посилання демократії виклав у своєму дослідженні Г. Дж. Ганс. Автор досліджує важливий зв'язок між ослабленими ЗМК та ослабленою демократією, при чому робить це за результатами десятиліть

спостережень, оскільки його перша книга з цієї тематики була опублікована в 1989 р. [4]. Дослідження впливу соціальних мереж на поширення новин провела Ж. Лян. З цією метою авторка провела попереднє дослідження, щоб розібратися як соціальні мережі можуть сприяти поширенню новин, коли люди об'єднані в соціальній мережі та обмінюються повідомленнями та новинами. В результаті встановлено, що "онлайн-соціальна мережа сприятиме поширенню фейкових новин, що спричинить серйозні негативні наслідки для суспільства. Таким чином, аргументи, що стосуються обраної теми, стосуються негативної та позитивної ролі соціальних мереж для соціального навчання та поширення новин" [6, с. 1–5].

У відповідь на зміну медіа-ландшафту вагома кількість наукових досліджень пропонує актуальну теоретичну базу для осмислення потенціалу та векторів поширення фейкових новин, зокрема на платформі Telegram. Домінування соціальних мереж кидає виклик традиційним медіа, що вимагає переоцінки поширення контенту. Обумовлює цю потребу і штучний інтелект, який дедалі більше використовується не лише в медіасекторі, але й з метою отримання аналітичної інформації. Багатовимірні відносини між соціальними мережами та візуальними медіа, а також відповідний вплив на телеканали визначають еволюцію медіаландшафту на сучасному етапі. Нарешті, викриття фейкових новин як інструменту прийняття рішень для молоді підкреслює нагальність усунення далекосяжних наслідків дезінформації. У сукупності ці ідеї спонукають до тонкого розуміння складної взаємодії між технологіями, медіа та суспільною динамікою в сучасному ландшафті.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Abbas Homer K., Osman Hamid H. The effects of social media on visual media in news transmission Rudaw channel as an example. *Journal of Raparin University*. 2023. № 10(2). P. 84–115.

2. Aymanns C., Foerster J., Georg C-P., Weber M. Fake News in Social Networks. 2022. URL : https://www.researchgate.net/publication/367585077_Fake_News_in_Social_Networks

3. Eke C., Bufumoh, Alex A., Ebiware Yibowei N. International News Flow and Social Media Networks: A Survey Of Stranglehood By Western Media. *Research Journal Of Mass Communication And Information Technology*. 2023. № 9(3). P. 78–89.

4. Gans H. J. Democracy And The News. 2023. URL : https://www.researchgate.net/publication/375242574_Democracy_And_The_News

5. Kanashina O., Huertas-García R., Huertas-García, Jimenez-Zarco A. I. Fake news and youngsters' decision journey: An evaluation of the influence of misinformation on social media. *Intangible Capital.* 2023. № 19(4). P. 534–545.

6. Liang Z. Research on the Impact of Social Networks on News Spread. *Communications in Humanities Research.* 2023. № 17(1). P. 1–5.

7. Rajagopal R., Sankaranarayanan K. B., Sankaranarayanan K. B., Sengottaiyan K. Artificial Intelligence-Based Approaches For Fake News Detection In Social Media. 2023. URL : https://www.researchgate.net/publication/375672599_ARTIFICIAL_INTELLIGENCE-BASED_APPROACHES_FOR_FAKE_NEWS_DETECTION_IN_SOCIAL_MEDIA

8. A Comprehensive survey of Fake news in Social Networks: Attributes, Features, and Detection Approaches / Rao Kondamudia M., Ranjan Sahoob S., Chouhanc L., Yadav N. *Journal of King Saud University – Computer and Information Sciences.* 2023. № 35(6). P. 101–127.

***Анотація***

*Досліджено теоретичні основи впливу інформаційної революції на роль соціальних медіа в потоці новин. Дослідження заглиблюється в розслідування робіт дослідників із різними академічними освітами, розкриваючи складну взаємодію між традиційними медіа та цифровими платформами. Підкреслено трансформаційний потенціал цифрових технологій, кидаючи виклик усталеним наративам ЗМК. Висвітлено динаміку розвитку глобального розповсюдження новин, відзначену симбіозом між традиційними та цифровими ЗМК.*

***Ключові слова:*** *візуальні медіа, інформаційна журналістика, інформаційна революція, інформаційний простір, медійні наративи, соціальні медіа, традиційні ЗМК, фейкові новини, штучний інтелект.*

***Summary***

*The theoretical foundations of the influence of the information revolution on the role of social media in the flow of news have been investigated. The study delves into the work of researchers with diverse academic backgrounds, revealing the complex interplay between traditional media and digital platforms. The transformative potential of digital technologies is emphasized, challenging the established narratives of ZMK. The dynamics of the development of global news distribution, marked by the symbiosis between traditional and digital mass media, are highlighted.*

***Keywords****: visual media, information journalism, information revolution, information space, media narratives, social media, traditional mass media, fake news, artificial intelligence.*

**Христокін Геннадій,**
*д-р філос. наук, професор, професор кафедри реклами і зв'язків з громадськістю,*
*Національний авіаційний університет,*
*м. Київ, Україна*

# МЕДІАКОНСТРУЮВАННЯ НАРАТИВІВ МАСОВОЇ СВІДОМОСТІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

**Актуальність**. Суттєвим фактором сучасних суспільно-політичних процесів є феномен масової свідомості. Масова свідомість під час війни перетворилася на об'єкт все більш зростаючої уваги і маніпулятивного впливу з боку пропаганди та мас-медіа. Особливої ваги аналіз наративів масової свідомості набуває під час повномасштабної російської агресії, коли засобами маніпулятивних масмедіа росія транслює наративи, які впливають на колективну поведінку і виправдовують війну проти України. Саме тому вивчення феномену наративів масової свідомості, їх ролі в російській агресії та пошук механізмів нейтралізації їх впливу є надзвичайно актуальним і своєчасним завданням.

Існує чимало наукових досліджень з цієї проблематики. Серед них роботи В. Бурлачук, Н. Лебідь, І. Мельник, Н. Стебліної, В. Тарасової та інших, в яких розглядаються різні аспекти конструювання політичних наративів у мас-медіа в умовах війни. В переважній більшості, науковці звертають увагу на вплив наративів на політичну та масову свідомість під час війни, але недостатньо звертають увагу на сам механізм медіа формування наративів в умовах війни та методологію їх дослідження.

*Метою* роботи є дослідження механізму медіаконструювання наративів масової свідомості в умовах російсько-української війні.

Варто звернути увагу, що наративи масової свідомості є комплексними феноменами, що виникають на перетині «реального, уявного та символічного». Це не просто продукти медіа, які зовнішньо впливають на нас. *Наративи* – це базові ідеологеми, які стають основою організації суспільно-політичного життя країни чи групи людей. Вони є виявом символічного, концентрованим зібранням подій, або вражень, які поширені в масовій свідомості. На більш конкретному рівні, наратив – це когнітивна структура, комплексний фрейм (певна рамка), який упорядковує людське уявлення про події в світі. Тут важливо, що у свідомості його носіїв, наратив видає символічне зображення за реальне, підміняє реальне символічним.

Наратив є формою буття *дискурсів* – висловлювань, мовних конструкцій, які мають певні правила за якими вони розгортають пояснення дійсності. Ми розрізняємо стихійні наративи колективної свідомості, які присутні стихійно в масовій свідомості та організовані наративи, цілеспрямовано сконструйовані пропагандою та поширені мас-седіа. Вони продукують політичні, історичні, національні, культурні оповіді про минуле, сьогодення та майбутнє. Окрім цього, варто відрізняти продуктивні наративи - важливі для виховання, освіти, формування громадянського суспільства й правової держави та небезпечні деструктивні наративи, які продукуються для формування образу ворога, спотворення уявлення про історію, для виправдання війни.

Наративи формують ідентичність і самоусвідомлення людини чи народу. Пошук ідентичності є складним процесом уявлювання себе, своєї історії, майбутнього, що сприймаються як очевидна реальність. На нашу думку, уявлення про політику, релігію, мораль є сконструйованими, вони не існують як об'єктивна реальність, але завжди створюються виходячи з індивідуальних, групових чи національних відносин та інтересів. Це творча робота колективної уяви, яка домислює, додає нові відтінки, нові ілюстрації, які лише посилюють вплив та переконуючу силу наративу. Запущений в масову свідомість наратив живе там неначе вірус, він мутує, змішується, комбінується, розростається, проникають у колективне несвідоме. Тому наративи дуже стійкі, їх важко подолати, навіть в новій реальності, вони продовжують своє існування на маргінесі.

Особливість наративного мислення в тому, що в ньому немає зазору між уявним, символічним (іменами, смислами і значеннями) та дійсним (фізичним, фактичним, предметним)**.** І хоча дійсне відкривається через символічне та уявне, але аналітичний погляд дозволяє усвідомити, що уявне та символічне не вичерпують реальності. І небезпека наративного мислення в тому, що воно цього не помічає – носій наративу бачить лише означене наративом. Це означає, що наратив приховує / спрощує дійсність для його носія, який не знає повноти і складності реальності, але впевнений, що добре з нею обізнаний.

За межами наративу є багато неназваного, того про що він не повідомляє, що він оминає, що не називає, про щось мовчить. Приймаючи наратив, людина перестає адекватно бачити не лише те, що він називає, але й те про що він мовчить. Викривлене бачення означеного, поєднується а наративному мисленні з сліпотою до неозначеного. Факти для наративу вторинні, вони завжди інтерпретуються в контексті наративу. Поява нових фактів, не впливає на наратив, лише підтверджує впевненість носія в істинності своєї позиції. Загалом, носії наративів потрапляють в ситуацію ефекту множинної сліпоти – не розуміють,

що вони носії наративів, що наратив не є самоочевидним, що існує реальність за межами наративу, що можливі альтернативні бачення, що наративи конструюють мас-медіа та пропагандою і що існує чимало фактів, які викривають хибність наративу.

В епоху цифрових технологій та інформаційних воєн, мас-медіа в глобальних масштабах конструюють наративи. Тисячі ЗМІ в різний спосіб впливають на свідомість сучасної людини. І поки ці ЗМІ приймають участь в суспільних дискусіях та існує альтернатива, поки вони представляють інтереси груп, які мають між собою домовлятися, до тих пір багатоманітність медіавпливів не становить загрози суспільству, а навіть є запорукою розвитку демократії. Але монополізація мас-медіа, призводить до втрати самоконтролю, коли вони постають інструментами пропагандистського медіаконструювання наративів масової свідомості.

Мас-медіа не просто формують і підтримують наративи, вони роблять їх масовими. Ці процеси масовізації інформаційного поля країни можуть нести конструктивну, або деструктивну роль. Конструктивною є така діяльність ЗМІ, яка поширює демократичні цінності, свободи, підтримує множинність думок, діалогу. Але зовсім по іншому починає себе проявляти ЗМІ в мовах війни.

За рахунок здатності швидкого охоплення величезних мас населення, інформаційного навіювання та маніпуляцій, мас-медіа формують колективні почуття гордості чи провини, колективний гнів та образу. Особливої ваги наративи набувають у пропагандистському дискурсі, де вони фактично формують нову реальність. Для прикладу, російські пропагандисти, використовуючи панування в мас-медіа, створюють ситуацію суцільного бомбардування колективної свідомості негативною інформацією про Україну, або повного мовчання про власні втрати на війні. Пропагандистська дезінформація поступає з різних джерел, і конструює уявлення, що війна є необхідною і виправданою. Інформація пропаганди лише підтверджує пануючі політичні наративи керівництва рф. На відміну від стихійних чи наївних засобів навіювання, пропаганда є усвідомленим і продуманим процесом дезинформування. Вона враховує усі особливості наративного мислення масової свідомості росіян, його схильності до ментальних упереджень, щодо українців.

ЗМІ є символічним інструментом війни. Починаючи з першої війни в Іраку, хід бойових дій транслюється онлайн. Цю жорстку реальність війни медіа трансформують у символічну реальність новин та наративів. Російські медіа конструюють новини, це фабрика продукування масових наративів війни. Особливою функцією медіа є сакралізація наративів війни. Сакральна свідомість мислить магічно, вона вірить у «святість» свого народу, формує культ жертв та

героїв. До формування наративів підключилася російська церква. Наратив «священної війни» вимагає віри у «відкуплення народу жертовною кров'ю героїв». Всі ці процеси характерні для російської масової свідомості як перед широкомасштабним вторгненням, так і зараз відбувається формування «культу війни» не лише з Україною, але з усім «колективним Заходом».

Як подолати негативний вплив наративів? Найбільшою цінністю для вільної і мислячої людини є прагнення знати реальність. Побачити реальність – це зрозуміти, що існує нескінчена кількість оповідей - інтерпретацій дійсності спільнотами і особами. Українські журналісти мають не забувати про дистанцію між наративами і дійсністю, між нашими уявленнями й реальністю. Важлива роль медіа фахівців та інтелектуалів, полягає в тому, що б створювати конструктивні, національні наративи, які б допомагали розвитку Україні, відстоювали право українців жити достойно і гідно, бути вільними і сильними, мати потужний голос і перспективу серед країн Європи і світу. З цієї війни ми маємо вийти незалежними, кращими, мудрішими, внутрішньо вільними.

**Висновок**. Проведений аналіз дозволяє розрізняти аналітичний та наративний підходи в дослідження наративів масової свідомості під час війни. Ми встановили, що наратив може виконувати як конструктивну так і деструктивну роль. Важливим фактором формування наративів масової свідомості є їх медіаконструювання. Війна – це конфлікт наративів, які програмують цілі покоління на майбутнє. Росія формує деструктивні наративи, які сакралізують війну. Україна має формувати конструктивні наративи, що формують ідентичність політичної нації та визначають перспективу розвитку країни. Наративи України мають бути спрямованими на формування правової держави і громадянського суспільства, побудову вільного суспільства вільних громадян. Важливою частиною розвитку України є поширення аналітичного мислення в освіті та науці. Нам потрібно формувати аналітичне ставлення до досвіду війни, уникати його деструктивної сакралізації і міфологізації. Велику роль в цьому мають відігравати ЗМІ, які мають використовувати більше аналітики та поширювати конструктивні наративи, де Україна постає цивілізованою країною і частиною європейського світу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бурлачук В. Війна як медійна подія. Українське суспільство в умовах війни : Колективна монографія / С. Дембіцький, О. Злобіна, Н. Костенко та ін. ; за ред. член.-кор. НАН України, д-ра філос. наук Є. Головахи, д-ра соц. наук С. Макеєва. Київ : Інститут соціології НАН України, 2022. 410 с. URL : https://i-soc.com.ua/assets/files/monitoring/maket-vijna...2022dlya-tipografiivse.pdf

2. Лебідь Н. М. Наративи війни в українських ЗМІ в умовах повномасштабного вторгнення росії. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика.* Т. 33 (72), № 5, ч. 2. 2022. С. 295–300. URL : https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/5_2022/part_2/49.pdf

3. Мельник І. В. Гібридні наративи масової свідомості в умовах інформаційного протистояння: виклики для системи державного управління. *Право та державне управління.* № 3. 2020. С. 113–120. http://pdu-journal.kpu.zp.ua/archive/3_2020/19.pdf

4. Новомова: як російська пропаганда намагається конструювати реальність росіян і деморалізувати українців за допомогою слів. URL : https://rpr.org.ua/news/novomova-iak-rosiyska-propahanda-namahaietsia-konstruiuvaty-realnist-rosiian-i-demoralizuvaty-ukraintsiv-za-dopomohoiu-sliv/

5. Основні наративи Кремля про Україну. URL : https://www.youtube.com/watch?v=B2r1-ZWxnWk&t=4s

6. Стебліна Н. А. Конструювання кризового наративу в українських медіа під час повномасштабного вторгнення рф. *Політичне життя*. 2022. № 3. URL : https://jpl.donnu.edu.ua/article/view/12638

7. Тарасова В. В. Війна знаків або семіотика інформаційно-психологічної війни (на матеріалі англомовного масмедійного дискурсу). URL : http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/45/879/1920-1?inline=1

8. Що таке наратив? URL : https://www.youtube.com/watch?v=clV1qFUQ8lQ&t=15s

9. Які наративи та методи найчастіше використовує російська пропаганда / Дослідження. 2023. 23 травня. URL : https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3713144-aki-narativi-ta-metodi-najcastise-vikoristovue-rosijska-propaganda.html

10. Які наративи росія насаджує на Заході / Дослідження. URL : https://www.ukrainianworldcongress.org/ua/yaki-naratyvy-rosiya-nasadzhuye-na-zahodi-doslidzhennia/

***Анотація***

*В статті проведено дослідження наративів масової свідомості під час війни. Було встановлено, що наратив може виконувати як конструктивну так і деструктивну роль. Засобами мас-медіа відбувається медіаконструювання наративів масової свідомості. Війна – це конфлікт наративів, вона запускає фабрику деструктивних наративів, що програмують майбутнє цілих поколінь. Росія формує деструктивні наративи, які сакралізують війну. Україна має*

*формувати конструктивні наративи, що формують ідентичність політичної нації та визначають перспективу розвитку країни. Наративи України мають бути спрямованими на формування правової держави і громадянського суспільства, побудову суспільства вільних громадян. Важливою частиною розвитку України є поширення аналітичного мислення в освіті та науці. Нам потрібно формувати аналітичне ставлення до досвіду війни, уникати його деструктивної сакралізації і міфологізації. Велику роль в цьому мають відігравати ЗМІ, які мають використовувати більше аналітики та поширювати конструктивні наративи, де Україна постає цивілізованою країною і частиною європейського світу.*

***Ключові слова:*** *наратив, наративна та аналітична свідомість, наративи масової свідомості, медіаконструювання, деконструкція наративів.*

***Summary***

*The article examines the narratives of mass consciousness during the war. It was established that the narrative can perform both a constructive and a destructive role. Media construction of narratives of mass consciousness takes place by means of mass media. War is a conflict of narratives, it starts a factory of destructive narratives that program the future of entire generations. Russia creates destructive narratives that sacralize war. Ukraine must form constructive narratives that shape the identity of a political nation and determine the country's development perspective. Narratives of Ukraine should be aimed at the formation of a legal state and civil society, building a society of free citizens. An important part of the development of Ukraine is the spread of analytical thinking in education and science. We need to form an analytical attitude to the experience of war, to avoid its destructive sacralization and mythologizing. A big role in this should be played by the mass media, which should use more analytics and spread constructive narratives where Ukraine appears as a civilized country and part of the European world.*

***Key words****: narrative, narrative and analytical consciousness, narratives of mass consciousness, media construction, deconstruction of narratives.*

**Шкільнюк Володимир,**
*здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності «Журналістика», Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# ГЛОБАЛЬНІ ЦЕНТРИ ЕКОНОМІЧНОГО МЕДІАДИСКУРСУ В ЦИФРОВІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ

Міжнародні ЗМК часто служать платформами для глобальних політичних дебатів. Вони проводять дискусії та дебати на економічні теми за участю експертів, політиків і лідерів думок з різних країн. Ці дебати не лише інформують аудиторію, а й сприяють формуванню дискурсу щодо економічної політики на міжнародному рівні. Одним із критеріїв успішності цих процесів є їхня прозорість і ті ж глобальні медіа, серед яких і економічної тематики є частиною і запорукою таких процесів. Серед інструментів забезпечення такої прозорості – журналістські розслідування, які не минають і глобальні корпорації, уряди та міжнародні організації притягуючи їх до відповідальності за не вдалі чи корупційні економічні рішення та вчинки. Викриваючи економічні злочини та пропагуючи етичні практики, міжнародні медіа сприяють створенню відповідальнішого та справедливішого глобального економічного ландшафту. Подібний інструментар та можливості глобальних медіа гігантів з економічного сектору сприяє міжкультурному обміну, формуванню глобальних політичних дискусій та захисту прозорості та відкритості, тож підкреслює їхній всеосяжний вплив на підвищення обізнаності аудиторії з економічними питаннями.

Серед ключових гравців у формуванні глобального економічного медіадискурсу є міжнародна щоденна ділова газета “The Financial Times” (Великобританія), яка видається англійською мовою у 24 містах світу загальним тиражем близько 356 тис. екземплярів. Особливістю цього видання є всебічне висвітлення фінансових ринків, бізнесу та світової економіки. Значна міжнародна аудиторія глибоко повадає думку видання та прислуховується до нього протягом довгого часу, адже його висновки та прогнози систематично справджуються. Безумовною перевагою видання є його професійна експертна фінансова журналістика, яка занурюється в економічні питання, пропонуючи читачам детальну інформацію про глобальні економічні події. Світове охоплення аудиторії та корпункти “The Financial Times” гарантують, що воно висвітлює економічні події

з різних куточків світу об'єктивно, що робить його надійним джерелом для висновків з міжнародних питань. Видання має великий вплив серед політиків, інвесторів і бізнес-лідерів, а акцент в матеріалах робиться виходячи з функції "сторожового собаки" від економіки та сприяють його значному впливу на формування економічних наративів [5].

Одне з найвідоміших профільних економічних видань світу "The Economist" (Великобританія) відомий своїм відмінним поєднанням глибокого аналізу, думок і глобальних новин. Видання розробляє не лише економічну тематику, але й пропонує для своєї глобальної аудиторії новини та аналітику зі сфери політики та міжнародного процесу. Англомовний щотижневий журнал славиться не лише інформаційним потенціалом, але й глибокими коментарями щодо складних економічних питань та вмінням робити економічні теми зрозумілими для ширшої аудиторії без втрати глибини та точності викладу. Обумовлюючи вплив на формування глобальних економічних дискусій, його редакційна позиція має вагу і в політичних колах, а вміння представляти різноманітні точки зору та відстоювати ліберальну економічну політику є впливовою частиною світового економічного порядку денного протягом десятиліть [4].

Всесвітньо відома приватна фінансова компанія "Bloomberg" (США), яка на інформаційному ринку включає роботу інформаційного агентства (Bloomberg News ), глобальну телевізійну мережу (Bloomberg Television), вебсайти, радіостанції (Bloomberg Radio), закриті інформаційні бюлетені, які поширюються лише за підпискою та два журнали: Bloomberg Businessweek і Bloomberg Markets отримує найбільші прибутки від надання фінансовим компаніям і організаціям фінансових інструментів програмного забезпечення та корпоративних додатків, як-от аналітика та платформа для торгівлі акціями, послуги даних і новини для фінансових компаній і організацій через термінал Bloomberg (Bloomberg Professional Service) свій основний продукт, що приносить дохід [3].

Медіаплатформи компанії користуються повагою та популярністю серед інвесторів, професіоналів і політиків у всьому світі. Глобальна медіакомпанія робить наголос на висвітлення роботи фінансових ринків, економічних новинах і розвитку бізнесу. Результати роботи їхніх фінансових аналітиків, їхня оперативність та змістовність не мають собі рівних, що робить його надійним ресурсом для тих, хто займається фінансами та інвестиціями. Його широка глобальна мережа гарантує, що він охоплює широкий спектр економічних подій, від ринкових рухів до змін політики [1].

Вплив Bloomberg поширюється на фінансові ринки, де його дані та аналітика безпосередньо впливають на інвестиційні рішення. Крім того, його публікації про економічну політику та фінансове регулювання відіграє впливову роль у формуванні світового фінансового ландшафту [2].

Впливовість та популярність вінчається не лише можливостями, але й обов'язками, які мають брати на себе потужні гравці економічного ринку, зокрема і в контексті сталого розвитку. Вважаємо за необхідне наголосити на перспективності та виключній необхідності актуалізації питань формування більш сприйнятливого інформаційного простору, формування компетентності та фінансової підготовленості аудиторії до сприйняття економічної інформації, розуміння того, як набуті знання можна використовувати на користь суспільного блага окремих категорій суспільства та сталого розвитку суспільства в цілому. Розвиток державного та приватного співробітництва та подолання галузевих розривів між медіа, споживчими, технологічними та цифровими комунікаційними галузями, щоб стимулювати нові суспільні рішення, які використовують широке охоплення та потужність медіаплатформ. Найбільш видимим з точки зору окремої людини є досягнення відчутних результатів у покращенні соціальної справедливості, охорони здоров'я, добробуту, освіти, економічного залучення та згуртованості суспільства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Bloomberg Businessweek. 2023. URL : https://www.bloomberg.com/businessweek
2. Bloomberg Markets. 2023. URL : https://www.bloomberg.com/markets
3. Bloomberg. 2023. URL : https://www.bloomberg.com/europe
4. The Economist. 2023. URL : https://www.economist.com/
5. The Financial Times. 2023. URL : https://www.ft.com/

***Анотація***

*Досліджено глобальні центри економічного медіа-дискурсу в цифровій журналістиці, зосереджуючись на впливових медіа, таких як «The Financial Times», «The Economist» і «Bloomberg»; охарактеризовано внесок у формування міжнародних економічних наративів цих медіа; підкреслено вирішальну роль цих медіа-платформ у сприянні міжкультурному обміну, впливі на політичний процес та підвищенні обізнаності аудиторії з економічними питаннями.*

***Ключові слова:*** *глобальний економічний медіадискурс, економічна політика, журналістські розслідування, міжнародні ЗМК, світові медіа-гіганти, фінансова журналістика, цифрова журналістика.*

***Summary***

*Explores the global centers of economic media discourse in digital journalism, focusing on influential media outlets such as The Financial Times, The Economist and Bloomberg; the contribution to the formation of international economic narratives of these media is characterized; the crucial role of these media platforms in promoting cross-cultural exchange, influencing the political process, and increasing audience awareness of economic issues is emphasized.*

***Keywords****: global economic media discourse, economic policy, journalistic investigations, international media, global media giants, financial journalism, digital journalism.*

# ПАНЕЛЬ 6
# БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО: ВИКЛИКИ СЬОГОДЕННЯ

**Дячук Олена,**
*канд. філол. наук, доцентка кафедри іноземних мов,*
*Державний податковий університет,*
*м. Ірпінь, Україна*

## СТРАТЕГІЯ І ТАКТИКА ДИСКУРСУ СОЦІАЛЬНОЇ АНГЛОМОВНОЇ ЕКОЛОГІЧНОЇ РЕКЛАМИ

Екологічна реклама є різновидом соціальної реклами, що пропагує ідеї охорони довкілля, природи, тварин, рослин. Метою її створення є також загострення уваги на екологічних проблемах, які існують у тому чи іншому суспільстві, зміна ставлення людей до природи та всього живого, формування цінностей, настанов, моделей поведінки, що сприятимуть подальшому вирішенню цих проблем. Першу екологічну рекламу було створено у 1906 році саме в США, коли «Американська цивільна асоціаці» виступала проти засмічення Ніагарського водоспаду відходами енергетичних підприємств [3; 6, с. 18]. Ця дата вважається нині датою народження соціальної реклами загалом.

Подальшого поширення екологічна реклама набула в США лише на початку 70их років, коли забруднення навколишнього середовища країни досягло свого апогею, а її найбільш індустріалізовані й урбанізовані райони опинилися на межі екологічної кризи. Це викликало велике занепокоєння не тільки уряду, але й громадськості країни. Один за одним було ухвалено важливі закони щодо вирішення проблем довкілля на державному та федеральному рівнях, було встановлено норми можливого забруднення водяного, повітряного, земельного простору для американських підприємств, уведено систему штрафів. Одночасно в розв'язанні екологічних проблем брали участь не тільки державні, але й громадські та благодійні організації, що збирали та поширювали інформацію про екологічні проблеми країни, проводили мітинги, створювали соціальну рекламу. Саме в цей час у Ванкувері (Британська Колумбія) з'явилася міжнародна організація «Грінпіс», яка разом із Агенством з охорони навколишнього середовища

США стали провідними організаціями із вирішення екологічних проблем країни [4; 5, с. 78].

Хоча за останні сорок п'ять років екологічна ситуація в США значно покращилася, проблеми навколишнього середовища залишаються актуальними для країни і нині. Це, безумовно, відображено в її соціальній рекламі, що викриває подібні проблеми та сприяє формуванню екологічної свідомості та культури американців. Дискурс екологічної реклами США є складним, багатогранним явищем, каналами поширення якого є не тільки друковані й аудіовізуальні ЗМІ, але й усе міське середовище, що дозволяє збільшити масштаб впливу цього виду реклами на адресата. Як свідчить фактичний матеріал, основними комунікативними стратегіями, що використовуються в зазначеному типі дискурсу, є стратегії демонстрування наслідків екологічно небезпечної діяльності американців та формування їхніх екологічно корисних настанов і моделей поведінки.

Стратегія демонстрування екологічно небезпечних наслідків використовується задля виявлення та маніфестації результатів негативного впливу, здійсненого представниками американської нації на природу, довкілля внаслідок недбайливого, утилітарного ставлення та суто споживацьких дій щодо них. Подібна діяльність та поведінка американців, які отримали назву «екологічно небезпечних» [2; 5], можуть призвести до екологічних проблем і кризи в країні. У зв'язку із цим автори екологічної реклами США ставлять за мету донести інформацію про такі проблеми до масового адресата, що буде сприяти формуванню в нього критичного та негативного ставлення до екологічно небезпечних дій та патернів поведінки. Фактичний матеріал свідчить, що втілення стратегічного задуму здійснюється в зазначеному типі дискурсу такими тактиками: констатування факту негативного антропогенного впливу, зазначення наслідків екологічної проблеми, наведення кількісних даних [1].

Використання **тактики констатування факту негативного антропогенного впливу** дозволяє авторам екологічної реклами США відзначити, який вид діяльності й які саме дії американців шкодять і загрожують навколишньому середовищу та їхньому власному здоров'ю і життю. Указана комунікативна тактика застосовується передусім у друкованих рекламних повідомленнях, що, окрім вербального складника, містять також малюнки, фотографії, зображення, зокрема:

1) *THE EPA: Keeping pollutters in business since 1970. Environmental Protection Agency. United States* [7].

Засобом реалізації визначеної тактики є речення, за допомогою якого автор екологічної реклами вказує на факт тривалого забруднення навколишнього середовища. Вказівка на дату його початку (…*since 1970*) та постійний характер

(*Keeping polutters in business…*) надає можливість зрозуміти, якої шкоди могло завдати подібне тривале забруднення довкіллю. Фотографія заводів з великими трубами, що димлять, на якій і розміщено текст рекламного повідомлення, пояснює, що саме є причиною такого забруднення. Відзначимо, що текст реклами містить також логотип і назву Агенства з охорони навколишнього середовища (*the EPA, Environmental Protection Agency. United States*) – провідного державного органу з питань захисту довкілля, створеного в США ще у 1970 році [4; 6]. Назва агенства, його логотип і вид діяльності добре відомі всім американцям. У зв'язку з цим зрозумілим для них стає і призначення рекламного повідомлення: боротьба з проблемою забруднення довкілля промисловими підприємствами країни.

Результатом вживання тактики **зазначення наслідків екологічної проблеми** є відображення негативних і руйнівних змін, що відбуваються в природному середовищі внаслідок екологічно шкідливих дій людини, що і стають причиною екологічної проблеми. Безумовно, такі проблеми впливають негативно не тільки на природу, тварин і рослини, але й на життя самої людини, про що свідчить приклад дискурсу екологічної реклами із зазначеною тактикою:

2) *Pollution damages a water supply by depleting the level of oxygen in the water* [7].

Передавання комунікативної тактики здійснюється з допомогою речення, в якому визначено проблему (*pollution*), її наслідки (*damages a water supply*), а також вказано, які саме зміни відбуваються у воді під час її забруднення (*depleting the level of oxygen in the water*). Загальновідомо, що вода відіграє головну роль у створенні та підтримуванні життя на планеті [1; 4]. Вона є найважливішою речовиною, без якої не може існувати жодна жива істота. Проблема забруднення води стає однією з найактуальніших екологічних проблем сьогодення не тільки для США, але й для багатьох інших країн світу.

Проаналізуємо ще один приклад дискурсу аудіовізуальної екологічної реклами США, де поряд із тактикою зазначення наслідків екологічної проблеми використовується тактика **наведення кількісних даних**:

3) *Oil pollution of the oceans results in massive damage to marine environments and coastlines. Damaged coral reefs. Rising water temperatures and levels. Declines in fish populations. This is not all what oil can do with our global waters. Approximately 75 million gallons of oil or oil based products end up in the oceans of North America each year. Of this total, approximately 47 million gallons seep through the ocean floor as part of a natural process. The other 38 percent of oil pollution is a direct result of human activities. While 10 percent of the oil that is dumped into the ocean by human activities is a result of oil spills, the other 90 percent is derived from chronic low-level releases associated with the extraction and consumption of petroleum* [8].

Засобами передавання тактики зазначення наслідків екологічної проблеми виступає низка речень, за допомогою яких автор рекламного повідомлення перераховує наслідки забруднення океанів нафтою (*Damaged coral reefs. Rising water temperatures and levels. Declines in fish populations*) та вказує на високий рівень загрози, спричиненої подібним забрудненням (*Oil pollution of the oceans results in massive damage to marine environments and coastlines… This is not all what oil can do with our global waters*). Тактика наведення кількісних даних, що також використана в зазначеному прикладі, реалізується в реченнях, що позначають: 1) загальний обсяг нафти та нафтопродуктів, які потрапляють в океани Північної Америки щорічно (*Approximately 75 million gallons of oil or oil based products end up in the oceans of North America each year*); 2) кількість такого обсягу, що з'являться в них природним шляхом (*Of this total, approximately 47 million gallons seep through the ocean floor as part of a natural process*) та внаслідок людської діяльності (*The other 38 percent of oil pollution is a direct result of human activities*). Використання речення *While 10 percent of the oil that is dumped into the ocean by human activities is a result of oil spills, the other 90 percent is derived from chronic low-level releases associated with the extraction and consumption of petroleum*, що також виступає засобом актуалізації кількісної тактики, надає можливість авторові загострити увагу на тій діяльності американців, яка є найбільш шкідливою та передусім призводить до забруднення океанів у першу чергу.

Як свідчить приклад, використання тактики наведення кількісних даних також сприяє реалізації глобального стратегічного наміру демонстрування наслідків упливу екологічно небезпечної діяльності людини на природне середовище. Зазначаємо, що ця тактика застосовується в дискурсі аудіовізуальної екореклами США в поєднанні з іншими тактиками. Використання вказаної комунікативної тактики в її друкованих видах супроводжується малюнками, зображеннями чи фотографіями.

Отже, метою використання стратегії демонстрування екологічно небезпечних наслідків у дискурсі екологічної реклами США є відображення наслідків антропогенного впливу на природне середовище та самих американців, привернення їхньої уваги до екологічних проблем країни, здійснення впливу для подальшого уникнення утилітарних і суто споживацьких дій щодо природи та довкілля. Засобами актуалізації вказаної стратегії виступають тактики констатування факту негативного антропогенного впливу, зазначення наслідків екологічної проблеми, наведення кількісних даних. В екологічній рекламі використовуються також елементи шокової реклами.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гудзь Н. О. Англомовний екологічний інтернет-дискурс: аксіологічний та комунікативно-прагматичний аспекти (на матеріалі веб-сайтів неурядових природоохоронних організацій) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04 «Германськы мови» ; Київ. ун-т ім. Бориса Грінченка. Київ, 2015. 20 с.

2. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник. Полтава : Довкілля, 2008. 718 с.

3. 243 Beard Ch. A. History of the United States. 3-d ed. New York : CreateSpace Independent Publishing Platform, 2013. 440 p.

4. Lannon J. How public advertising works. Washington : World Advertising Research Center, 2008. 526 p.

5. Rokeach M. The Nature of Human Values. New York : Free Press, 1973. 302 p.

6. Stone O., Kuznick P. The untold history of the United States. New York : Gallery Books, 2013. 784 p.

7. EPA Water PSA "Get In The Know". URL : https://www.youtube.com/watch?v=puXws2-b6w4

8. Ocean Pollution PSA. URL : https://www.youtube.com/watch?v=1TK4WM0eWaw

**Крайняк Людмила,**
*канд. філол. наук, доцентка, завідувачка кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій;*
**Дуда Олександра,**
*кан. філол. наук, доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій;*
**Рибачок Світлана,**
*канд. філол. наук, доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій;*
**Боднар Ольга,**
*канд. філол. наук, доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій;*
**П'ятничка Тетяна,**
*канд. філол. наук, доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій,*
*Західноукраїнський національний університет,*
*м. Тернопіль, Україна*

# ПЕРЕКЛАД ЯК ВИД КОМУНІКАЦІЇ

На життя сучасної людини, а також на його якість впливає безліч різних чинників. Але серед них є такі, чий вплив на суспільство загалом, а також на всіх його представників з кожним днем стає дедалі відчутнішим. Одним з таких "сильнодіючих" чинників є інформація: позитивна і негативна, важлива і другорядна, здобута спеціально або нав'язана, в тому числі, інформаційними джерелами. Іншими словами, сьогодні ми живемо не тільки в нашому життєвому просторі, а й у просторі інформаційному. І безпосередньо тут слід зупинитися на тому, як ця інформація доходить до споживача, тобто на способах і засобах передавання та прийому інформації.

Інформація може передаватися (транслюватися) різними способами, найуніверсальнішим з яких є створена людиною мова. Мова або мовний код дають

змогу передавати або отримувати пізнавальний досвід людини за допомогою закодованих знаків. Мова є свого роду "мостом", що з'єднує людську свідомість і навколишнє середовище, реальність, що нас оточує.

У лінгвістиці терміни "спілкування" і "комунікація" часто взаємозамінні. Однак, для уточнення значення цих термінів, під "комунікацією" ми розумітимемо обмін інформацією з використанням мовних (усних і письмових) сигналів, а "спілкування" ми визначимо, в даному випадку, як актуалізацію комунікативних функцій мови в різних мовленнєвих ситуаціях. Основною умовою передачі інформації від джерела до реципієнта за допомогою мовного коду є наявність обопільної мовної компетенції.

Іншими словами, і джерело, і реципієнт мають володіти однією і тією самою мовою, оскільки в іншому випадку процес декодування надісланої джерелом інформації буде неможливий, і, отже, акт комунікації не відбудеться. У лінгвістиці прийнято вважати, що якість і кількість одержуваної інформації безпосередньо залежить від мовної компетентності реципієнта. Наявність цих різновидів мовної компетентності притаманна або, найімовірніше, обов'язкова як для реципієнта, так і для джерела. Якщо джерело (свідомо чи підсвідомо) кодує інформацію, яка відповідає іншому, ніж у реципієнта, рівню мовної компетентності, то зміст інформації, що передається, буде або спотворено, або зовсім не сприйнято реципієнтом.

Комунікативний процес на всіх своїх стадіях супроводжується перешкодами - процесами, явищами та характеристиками, що знижують якісну складову комунікативного процесу. У мономовному комунікативному процесі перешкодами можуть бути нерозбірливий почерк, погана видимість і чутність, наявність зовнішніх шумів і перешкод. Такого роду перешкоди можна назвати технічними або об'єктивними. Мінімізація і навіть повне усунення об'єктивних перешкод - завдання цілком досяжне.

Існує й інший вид перешкод - суб'єктивний. Спектр суб'єктивних перешкод у процесі комунікації досить широкий. Особистісні якості, соціальний статус, рівень освіченості, професійна діяльність, життєвий досвід, емоційний стан і безліч інших характеристик можуть лежати в основі виникнення перешкод у комунікативному процесі. Нівелювати суб'єктивні перешкоди досить складно. До суб'єктивних перешкод можна зарахувати і відсутність у комуніканта відповідної мовної компетенції. У цьому випадку, миттєве усунення такої перешкоди практично неможливе.

Таким чином, обов'язковою умовою акту комунікації є наявність обопільної мовної компетенції як інструменту коректного кодування/декодування інформації. Таке твердження абсолютно справедливе стосовно мономовного спілкування. Однак як бути у випадку, якщо учасники акту комунікації не володіють суміжним кодом для передання й отримання інформації? Чи можливий взагалі процес комунікації в такому випадку?

Двомовна комунікація стає реальною лише за умови використання перекладу. Різноманітність визначень поняття «переклад» вказує на його семантичну багатогогранність. Переклад - це особливий вид комунікації, необхідність у якому з'являється тоді, коли семантична інформація та інформація про структуру не виконують своїх перетворювальних функцій. Мова, якою володіє Джерело, називається вихідною мовою (ВМ), а породжуваний текст слугує оригіналом, який підлягає перекладу. Цей процес здійснюється перекладачем, який одночасно сприймає як Рецептор текст оригіналу. Таким чином, перекладач ретранслює інформацію наприкінці процесу комунікації мовою джерела і на початку цього процесу мовою перекладу. У процесі перекладу виникають різні проблеми, найважливішими з яких є проблема перекладабельності та проблема інваріанта в перекладі.

Проблема перекладабельності являє собою одну з найдавніших теоретичних проблем перекладу. Ще в епоху Відродження великий італійський поет А. Данте стверджував: "Нехай кожен знає, що ніщо, укладене з метою гармонії в музичні основи вірша, не може бути перекладено з однієї мови іншою без порушення всієї гармонії та принади". Зміст тексту перекладу має бути еквівалентним змісту тексту мовою оригіналу. У результаті процесу перекладу створюються тексти, які є повноправною заміною вихідного тексту іншою мовою. Але й "найадекватніший" переклад не забезпечує вичерпної передачі всіх елементів сенсу оригіналу. У цьому разі слід говорити про прагматичну цінність перекладу. За наявності достатньої прагматичної цінності переклад може бути визнаний адекватним навіть за значних відхилень від комунікативної рівнозначності оригіналу. Комунікативна схема перекладу говорить про несуттєвість втрат інформації, пов'язаних із розбіжністю значень паралельних одиниць різних мов. Ці втрати не перешкоджають процесу спілкування за умови, що достатня частина переданої інформації сприймається Рецептором. Рецептор приймає інформацію, використовуючи дані ситуації, свій досвід, знання тощо.

Багато вчених і перекладачів сам процес перекладу розглядають як лінгвістичний акт комунікації, спираючись на різні типи міжмовних відповідностей.

Під час перекладу ми маємо справу не з мовою взагалі, а з конкретними мовленнєвими творами. Мовлення - така сама лінгвістична сутність, як і мовна система, і також може бути повноправним об'єктом лінгвістичного дослідження. У будь-якому акті мовлення має місце спілкування між Джерелом повідомлення та його Рецептором (Р). Причому кожне повідомлення існує нібито у двох формах, які не цілком тотожні: повідомлення, передане відправником, і повідомлення, сприйняте одержувачем. Ба більше, ми маємо справу не просто з мовленнєвими творами, а з діяльністю з перетворення мовленнєвого твору з однієї мови на іншу, при збереженні змісту. У цьому разі матиме місце міжмовна (двомовна) комунікація, яка має безпосередній характер.

Однак практично в кожному окремому випадку в основі перекладу лежить прийом та передача інформації. Дія, за допомогою якої здійснюється передача та прийом інформації, визначається як акт комунікації, комунікативна дія. Розрізняють три базові моделі комунікативного процесу: лінійна, трансакційна та інтерактивна (кругова).

За лінійної комунікації увага акцентується на процесі прийому-передачі інформації, оскільки саме на цьому відрізку акту комунікації він найменш "захищений" від об'єктивних перешкод (шум, нестійкий сигнал мобільного телефону тощо) і найбільш схильний до впливу суб'єктивних складових процесу комунікації (емоційний стан, соціальний статус, фізіологічні особливості учасників комунікаційної дії). Комунікативний процес у лінійній моделі представлено як векторну комунікативну дію, спрямовану від джерела до реципієнта. Таким чином, ця модель розглядає не процес комунікації загалом, а окремо взяту комунікативну дію.

Особливість трансакційної моделі комунікації полягає в тому, що комунікативний процес розглядається як одночасний процес передавання, редагування та приймання інформації. Трансакційна модель передбачає перманентний "діалог" учасників комунікативного процесу. Однак "одночасність" процесу передання і прийому інформації є поняттям відносним, бо для того, щоб реципієнт перетворився на джерело інформації, він зобов'язаний декодувати отриману інформацію, організувати її та закодувати власне повідомлення.

Наступною моделлю побудови комунікативного процесу є інтерактивна (кругова) модель. Одну з головних ролей у комунікативному процесі ця модель відводить зворотному зв'язку. Процеси декодування й організації матеріалу реципієнтом надзвичайно важливі, оскільки саме їхні "наслідки" і викликають реакцію, виражену у відповідному повідомленні у відповідь (вербальному або невербальному), яке сприяє зародженню і продовженню акту комунікації.

Джерело повідомлення відбирає певну інформацію, організовує її, кодує і передає реципієнту. Наступним кроком у комунікативному процесі є прийом і декодування повідомлення реципієнтом. Саме на цьому етапі акта комунікації перед реципієнтом постає нездолання перешкода - відсутність можливості декодувати передане йому повідомлення внаслідок його іншомовного походження.

На відміну від мономовного акту комунікації, для того щоб дане повідомлення було прийнято й організовано адресатом, його потрібно перекодувати (декодувати і закодувати знову). Таким перекодуванням і є переклад. Інакше кажучи, переклад у цьому випадку - це перевираження повідомлення. Однак це перевираження має всі ознаки автономної комунікативної дії (приймання, декодування, організація, кодування, передача інформації).

Таким чином, переклад є не тільки повноправним учасником і обов'язковою складовою комунікативного процесу, деталлю, без якої неможливо привести в рух механізм під назвою міжмовна комунікація, але й має всі властивості, ознаки та етапи, притаманні окремій комунікативній дії, тобто може розглядатися як особливий вид комунікації.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Зорівчак Р. П. Реалія і переклад: на матеріалі англомовних перекладів укр. прози. Львів : Вид-во при Львівському ун-ті, 1989. 215 с.
2. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Вінниця : Нова Книга, 2004. 577 с.
3. Ребрій О. В. Сучасні концепції творчості у перекладі. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 376 с.
4. Стріха М. Український художній переклад: між літературою і націєтворенням. Київ : Факт – Наш час, 2006. 344 с.
5. Чередниченко О. І. Про мову і переклад. Київ : Либідь, 2007. 248 с.
6. Baker M. In other words: A coursebook on translation. London – New York : Routledge, 2011. 352 p.
7. Jakobson R. Aphasia as a Linguistic Problem. Psycholinguistics: a Book of Readings. New York : Holt, Rinehart and Winston, Inc. 1955.
8. Mi11er G. The Psychology of Communication. N. Y., 1967.
9. Mi11er G., Beebe-Center J. G. Some Psychological Methods for Evaluating the Quality of Translation. In : Mechanical Translation, III, 1956. P. 73–80.
10. Toury G. The Nature and Role of Norms in Translation. In Venuti, L. The Translation Studies Reader. London : Routledge, 1978, revised 1995.

**Юденкова Олена,**
*канд. пед. наук, доцентка кафедри методики професійної освіти та соціально-гуманітарних дисциплін, Білоцерківський інститут неперервної професійної освіти ДЗВО «Університет менеджменту освіти» НАПН України, м. Біла Церква, Україна*

# РОЛЬ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В РОЗВИТКУ ПАРТНЕРСТВА МІЖ ЗАКЛАДАМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ ТА ПІДПРИЄМСТВАМИ ЯК СУЧАСНИЙ ОСВІТНІЙ ТРЕНД

Широкомасштабна агресія російської федерації проти України спричинила низку гострих проблем у сферах освіти, науки, інновацій та економічному секторі країни. Агресор свідомо атакує освітню та наукову інфраструктуру, використовує освіту як зброю на тимчасово окупованих територіях, знищує виробничі потужності, критичну інфраструктуру, цивільний сектор. Відповідно, для сьогодення та майбутнього України розвиток освіти й науки, від яких залежать економічна, політична й культурна стабільність країни, її авторитет на світовій арені є надзвичайно важливим завданням. Війна негативно вплинула на доступність навчання для українських здобувачів освіти різних її складників, створивши загрозу зниження якості освіти в цілому.

У цих умовах тільки використання результатів науки, нових технологій та інновацій, а також стратегій ефективної комунікації з підприємцями, як замовниками кадрів, може допомогти закладам вищої освіти побудувати нові підходи до практичної підготовки майбутніх фахівців та у досягненні високого рівня якості освіти. Взаємодія між закладами вищої освіти та підприємствами визначає не лише освітні, але й економічні та інноваційні траєкторії розвитку. Однією з критичних складових успішної співпраці є ефективна комунікація, яка має потужний вплив на формування партнерських відносин. Відповідно, розгляд ролі комунікації в процесі взаємодії між закладами вищої освіти а бізнес-середовищем є важливим кроком у забезпеченні успішного розвитку обох сторін.

Сьогодні увага науковців спрямована на пошук нових напрямів цілісного дослідження сфери освіти, визначення умов ефективності інноваційних процесів в освіті, проте, на нашу думку заслуговує висвітлення практичного досвіду

побудови партнерських зв’язків з ключовими стейкголдерами на основі ефективних комунікаційних стратегій як сучасного освітнього тренда (досліджено на прикладі діяльності Білоцерківського інституту неперервної професійної освіти).

Мета статті – обгрунтувати принципи ефективної комунікації, яка може стати каталізатором для розвитку партнерства між закладами вищої освіти та підприємствами, допомагаючи їм впроваджувати інновації, спільно розв'язувати завдання та досягати взаємних цілей; висвітлити, як ефективна комунікація стає не лише інструментом для вирішення конкретних освітніх завдань, але й освітнім трендом.

У контексті нашого дослідження пропонуємо під терміном «освітній тренд» розуміти нову або наростаючу динаміку, яка визначає спосіб організації освітнього процесу в цілому та сприйняття різними зацікавленими цільовими аудиторіями інформації про заклад вищої освіти зокрема. Освітній тренд - це концептуальна та практична зміна у сфері освіти, яка відзначається значущим впливом на навчальні методи, технології, структури та цінності, а також відповідає на сучасні вимоги суспільства та ринку праці. Освітні тренди можуть охоплювати введення нових технологій, парадигмальні зміни у підходах до навчання, розвиток онлайн-освіти, адаптацію до потреб глобального ринку праці, та інші інноваційні аспекти, спрямовані на вдосконалення процесу підготовки майбутніх фахівців.

Усвідомлюючи велике значення комунікаційних стратегій, серед пріоритетних дій закладів вищої освіти необхідно передбачити: опанувати підходи і принципи педагогіки партнерства; оволодіння коучинговими інструментами і технологіями для побудови ефективної комунікації на принципах рівності, партнерства, довіри; розвиток навичок створення комфортного, позитивного, розвиваючого середовища для всіх учасників освітнього процесу; розширення можливостей освітян для професійного і особистісного зростання.

Така діяльність передбачає наявність або розвиток у науково-педагогічних працівників закладів вищої освіти емоційно-етичної компетентності, мовленнєвої, комунікаційної.

На жаль, але сьогодні є значна проблема між закладами вищої освіти та суб’єктами підприємницької діяльності у побудові ефективної комунікації і причини вбачаємо у тому, що частина педагогічних працівників не має готовності або сформованої здатності до міжособистісної взаємодії, роботи в команді, спілкування з представниками інших професійних груп різного рівня, тобто не мають сформованої соціальної компетентності.

Ще одним аспектом проблеми є відсутність здатності до прийняття ефективних рішень у професійній діяльності та відповідального ставлення до обов'язків, мотивування людей до досягнення спільної мети, тобто відсутня лідерська компетентність.

Таким чином, пропонуємо під терміном «ефективна комунікація» вважати процес передачі інформації та ідеї таким чином, щоб повідомлення було зрозумілим, прийнятним та викликало необхідні дії або відповіді. Вона визначається не лише як передача слів чи інформації, але і враховує взаємодію, яку вона стимулює, і сприймається у контексті обставин та специфіки аудиторії. Ефективна комунікація передбачає здатність висловлювати думки чітко та конкретно, слухати та розуміти інших, враховувати культурні та соціальні особливості співрозмовників, а також досягати взаєморозуміння та спільної дії.

Комунікаційна компетенція - це комплекс вмінь, знань та навичок, які дозволяють особі ефективно взаємодіяти з іншими через процес комунікації. Вона включає в себе здатність чітко та виразно висловлювати свої думки, ефективно слухати і розуміти інших, адаптувати свій спосіб спілкування до різних ситуацій та різних цільових аудиторій, виявляти емпатію та розуміння культурних контекстів. Комунікаційна компетенція є ключовою для побудови взаєморозуміння, розв'язання конфліктів та успішної співпраці в різних сферах життя.

Європейська комісія офіційно оголосила 2023-й рік Європейським роком навичок (European Year of Skills). Ця ініціатива, яка стартувала 9 травня 2023 року і триватиме до травня 2024 року, має на меті привернути увагу до важливості опанування сучасних умінь та навичок, вдосконалення професійної освіти, розв'язання гострої проблеми дефіциту кадрів у деяких регіонах чи галузях [2]. Комісія запросила компанії, громадські та приватні організації, національні, регіональні та місцеві органи влади, соціальних партнерів, суб'єктів освітньої діяльності, служби зайнятості та інші організації об'єднати зусилля та вжити конкретні заходи для підвищення кваліфікації та перекваліфікації людей.

Для освітян та підприємців ця ініціатива має особливе значення, бо створюється можливість для ефективної комунікації, наприклад в рамках Глобального чи Всеукраїнського конкурса професійної майстерності WorldSkills Ukraine, як ключового чинника розвитку партнерства між закладами вищої та професійної освіти та підприємствами в сучасному соціальному контексті. Вважаємо, що розуміння та застосування принципів ефективної комунікації може визначити успіх у вирішенні викликів перед освітянами, що зумовлені загрозами від війни та глобальних світових змін для досягнення спільних цілей, а

також забезпечить вплив через відповідні інструменти на динаміку розвитку вищої освіти та бізнес-середовища у майбутньому, в період повоєнного відновлення України.

З досвіду реалізації обґрунтованого нами в ході дослідження освітнього тренда – «ефективна комунікація ЗВО з роботодавцями (стейкголдерами)» на прикладі діяльності Білоцерківського інституту неперервної професійної освіти маємо зафіксувати впровадження в освітній процес освітніх програм, що базуються на компетентнісному підході, високий відсоток працевлаштування випускників за здобутим фахом навіть в кризовий період, високий рівень якості освіти тощо.

Принципи ефективних ділових комунікацій, якими ми рекомендуємо керуватися на практиці закладам вищої освіти та підприємцям, можна представити таким чином:

- науковий підхід, реалізований у поєднанні системного і ситуативного підходу, що забезпечує найбільш глибоке і адекватне уявлення про суб'єктів і ситуації спілкування;

- принцип термінологічної визначеності застосовуваних понять, однаковості тлумачення: спільне розуміння термінів та понять обох сфер (освітньої та економічної) дозволяє уникнути непорозумінь та сприяє глибшому взаєморозумінню між освітянами та підприємцями;

- відкритості та чесності: співпраця базується на довірі, яка забезпечується відкритістю та чесністю у комунікації. Обидві сторони повинні вільно ділитися інформацією та виражати свої потреби та очікування, щиро цікавитися станом справ, болями та потребами партнера;

- гнучкості та адаптивності: здатність пристосовуватися до змін, гнучкість у комунікації дозволяє вчасно реагувати на виклики та змінювати стратегії для досягнення спільних цілей;

- спільної відповідальності: комунікація між освітянами та підприємцями має базуватися на відчутті спільної відповідальності за результати партнерства, тобто за рівень компетентності підготовлено фахівця відповідно до вимог та потреб ринку праці, що в свою чергу забезпечить більш активну участь обох сторін у досягненні спільних цілей.

- цифровізації спільної діяльності, створення платформ для обміну ідеями: важливо застосовувати зручні механізми для обміну новаціями з виробництва та перспективним досвідом для оприлюднення інноваційних кейсів з підготовки конкурентоздатних працівників. Так, наприклад, участь роботодавців у складі

наглядових рад закладів вищої освіти, проведення спільних форумів чи воркшопів від топ-рейтингових технологів та менеджерів підприємницьких структур створюють позитивне середовище для обміну знаннями та сприяють підвищенню якості освіти, формуванню мотивації до майбутньої зайнятості у сфері професійних інтересів;

- розвитку комунікативних навичок, що передбачає проведення тренінгів від роботодавців для формування у майбутніх фахівців сучасних навичок, участь замовників кадрів в оновленні освітніх програм та врахування науково-педагогічними працівниками запитів студентів при формуванні індивідуальної освітньої траєкторії;

- активного слухання, що зумовлює вчитися сприймати партнера з відкритим серцем, намагатися враховувати його думки та ідеї, створювати атмосферу взаємоповаги та взаєморозуміння;

- визначення спільних цілей у розвитку людського капіталу, підвищення економічної спроможності територіальних громад, в яких розташовані суб'єкти господарської діяльності за рахунок створення взаємно вигідних партнерств, залучення іноземних інвестицій;

- зворотнього зв'язку, що є необхідним елементом ефективної комунікації. Чесні відгуки партнерів про спільну діяльність, застосування механізму менторства дозволяє вчасно коригувати стратегії та удосконалювати освітній, процес адаптації молодих випускників в умовах підприємств;

- принципи опори на закон, необхідності та можливості управління комунікаціями, урахування культурних різниць, що сприяє побудові поваги та відкритості у взаємодії між освітянами та підприємцями.

Висновки. Таким чином, трансформація системи вищої освіти в Україні в кризових умовах має здійснюватися не тільки на основі розвитку фундаментальної науки та розкриття внутрішнього потенціалу кожного студента, а й з врахуванням освітніх трендів, одним з яких є впровадження ефективної комунікації в розвитку партнерства між закладами вищої освіти та підприємствами. Розвиток партнерства між цими двома секторами не лише сприяє підвищенню якості освіти, а й стає ключовим компонентом успішного навчального процесу та кар'єрного розвитку студентів. Вважаємо, що відсутність чіткої та ефективної комунікації може уповільнити адаптацію освітніх програм до змін на ринку праці та поглиблюватиме кваліфікаційний розрив. З іншого боку, глибоке взаєморозуміння та співпраця можуть вести до створення освітніх програм, що відповідають реальним потребам бізнесу та готують випускників з сучасними навичками й до викликів майбутнього.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрущенко В. Глобальні тренди розвитку освіти XXI століття. *Вища освіта України*. 2019. № 3 (74). С. 5–14.

2. European Union. Welcome to the European Year of Skills. 2023. URL : https://year-ofskills.europa.eu/about_en

3. Толстов О. С., Лазоренко В. Є. Забезпечення інноваційного розвитку в закладах вищої освіти. *Вісник СумДУ. Серія «Економіка»*. 2019. № 3. С. 66–73.

***Анотація***

*У статті розглянуто важливість ефективної комунікації у взаємодії між закладами вищої освіти та підприємствами в сучасному освітньому середовищі. Гіпотеза щодо ролі побудови ефективної комунікації в розвитку партнерства між закладами вищої освіти та підприємствами як сучасного освітнього тренду заснована на аналізі теоретичних концепцій та практичної діяльності Білоцерківського інституту неперервної професійної освіти. Стаття визначає комунікацію як ключовий чинник, що визначає успіх партнерства та сприяє інноваційному розвитку обох сторін. Дослідження виокремлює принципи ефективної комунікації, розглядає виклики, які можуть виникати в процесі співпраці, та визначає перспективи цього підходу в контексті сучасних освітніх тенденцій. Стаття спрямована на визначення ролі комунікації у формуванні партнерських відносин та впровадженні інновацій у вищій освіті та бізнес-середовищі.*

***Ключові слова:*** *освітній тренд, ефективна комунікація, принципи комунікації в освітньому процесі, комунікаційна компетентність.*

***Summary***

*The article explores the importance of effective communication in the interaction between higher education institutions and businesses in the contemporary educational environment. The hypothesis regarding the role of building effective communication in the development of partnerships between higher education institutions and businesses as a modern educational trend is based on the analysis of theoretical concepts and practical activities of Bila Tserkva Institute of Continuous Professional Education. The article identifies communication as a key factor defining the success of partnerships and fostering innovative development on both sides. The research highlights the principles of effective communication, examines challenges that may arise during collaboration, and identifies the prospects of this approach*

*within the context of current educational trends. The article aims to define the role of communication in shaping partnership relations and implementing innovations in higher education and business environments.*

***Keywords:*** *Educational Trend, Effective Communication, Communication Principles in the Educational Process, Communication Competence.*

**Яриновська Катерина,**
*викладачка кафедри слов'янської і германської філології та перекладу,*
*Житомирський державний університет імені Івана Франка,*
*м. Житомир, Україна*

# ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ СУЧАСНОЇ ВІЙСЬКОВОЇ ЛЕКСИКИ: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Загальновідомо, що лексика є динамічною системою, яка змінюється, доповнюється, модифікується відповідно до історичних та соціокультурних чинників й подій, а також паралельно до розвитку суспільства, науки та техніки. Військова лексика є специфічним, особливим, проте дуже важливим її видом, оскільки вона функціонує на перетині двох домінантних стилів мови: офіційно-ділового та науково-технічного [1]. Це через специфічну комунікативно-функційну спрямованість, якою вирізняється військова лексика із-поміж інших видів.

Крім того, сучасна військова лексика, а якщо бути більш точними то її склад, постійно оновлюється через вихід із обігу деяких лексем абомодифікації їхнього значення, «у зв'язку з реорганізацією видів збройних сил, появою нових зразків зброї та військової техніки, нових стратегій» тощо [6].

Дослідження різних аспектів наукових праць, присвячених українській військовій лексиці, вказує на наявність багатогранного наукового та лексикографічного матеріалу, який поки не був повністю досліджений та осмислений. Є необхідність у подальшому розвитку та вивченні цього напрямку в рамках фахової сфери військової науки, оскільки сучасна військова лексика обслуговує різноманітні служби та підрозділи, кожен із яких має свою власну специфіку діяльності, самостійно розвивається та формує власні термінологічні тезауруси.

Військовослужбовці, як активні учасники військового дискурсу, визначають особливості адресно-адресантних конфігурацій, інтерпретують реальність в межах конкретної лінгвокультури та соціальної групи.

Адресант і адресат мають спільний когнітивний простір, який включає в себе спільні факти, що доступні їхній свідомості [4; 8; 10].

Військові лексеми – це лінгвістичні засоби вираження, закріплення й передачі певної інформації у військовій сфері, її обміном в умовах процесу спілкування та взаємодії з метою здійснення „конкретного когнітивного, емоційного чи інтелектуального прагматичного впливу на адресата" [5, с. 10–12].

Досліджуючи військовий дискурс як контекст функціонування військової лексики, ми опираємося на інтеракційну модель комунікації, яка визначає мовленнєву взаємодію у соціально-культурних умовах конкретної ситуації [7]. Інтеракційна модель переносить акцент „з конвенцій мовних на соціокультурні" [11, с. 11].

Військовослужбовці займають одне із домінантних місць в суспільстві, мають чіткі цілі та систему цінностей, оцінок і самооцінок. Після завершення війни їм необхідно втілитися в нові соціальні відносини та знайти своє місце в післявоєнному суспільстві, іншими словами, сформувати нову особистісну ідентичність на заміну попередній. Труднощі такого переосмислення також відображаються у військовому дискурсі, який чітко виражає його соціальний характер.

Будь-який дискурс, в тому числі й військовий, пов'язаний із конкретно-історичними умовами існування і, на нашу думку, може розглядатися як перетворена когнітивно-лінгвальна форма відбиття тих суспільних відносин, в системі яких він функціонує. Іншими словами, функціонування дискурсу є органічно пов'язаним з історичними соціокультурними умовами, що його породжують [9].

Основні прийоми, принципи, й методи перекладу як процесу загалом (спеціального перекладу зокрема) є актуальними і для військового перекладу. Завдяки прямій комунікативній та когнітивній спрямованості військового перекладу, цей вид вирізняється деякою специфікою, пов'язаною із особливостями лексики, стилю й граматики матеріалів військового дискурсу. У військовому перекладі найбільшою мірою відображаються специфічні риси й властивості всіх субмов перекладу різних царин фахової комунікації: науково-технічної, наукової, юридичної, педагогічної, медичної та ін., а також публіцистичного й навіть художнього перекладу.

За думкою деяких науковців, військовий переклад є спеціалізованим видом мовного посередництва, яке здійснюється в межах військового мовного дискурсу з метою забезпечення лінгвістичних потреб військ.

В. Балабін окреслює, що "військовий переклад як спеціальний вид міжкультурної двосторонньої та двомовної комунікації, який має своїм об'єктом тексти військової тематики і здійснюється в звичайних та екстремальних умовах військової служби у військово-політичній, військово-технічній і військово-спеціальних сферах діяльності Збройних Сил за мовним посередництвом військового перекладача" [2, с. 12].

Під час перекладознавчої роботи із текстами військової субмови треба звертати увагу на їх особливості жанру та стилістики. Первинних матеріали військового дискурсу репрезнтуються науково-технічними матеріалами й актами

управління, пов'язаними з життям та діяльністю військ або військових суспільних установ. Більшість військових матеріалів відрізняється від подібних інших тим, що вони є насичені спеціальною військовою термінологією, тенденційністю до використання військової лексики, сталих сполучень слів, характерних суто для військової сфери комунікації. До того ж, досліджуваний модус включає в себе спеціальні скорочення, військову номенклатуру та умовні позначення; а з синтаксичної точки зору, для них характерне широке використання еліптичних структур, специфічно - у військових документах та клішованих конструкціях, стислих висловах й численних паралельних конструкціях і реченні. Такі особливості пов'язані з певними функціональними завданнями, які визначають військовий дискурс комунікації: чіткість, стислість та конкретність формулювань, ясність і точність викладу, які забезпечують логіку викладу, чітку будову висловлення й відокремлення однієї думки від інших [3, с. 274].

Стиль військових матеріалів не є однорідним. У матеріалах англомовного військового контексту можна виокремити дві тенденції в поданні матеріалу: офіційний стиль з важкими, переважно архаїчними виразами та конструкціями, та розмовний, іноді невимушений стиль із низькопрофесійною військовою лексикою. Остання тенденція переважає, зокрема, у військових та військово-технічних матеріалах, спрямованих на рядовий та унтер-офіцерський склад, які обслуговують термінову службу.

Ця тенденція визначається в основному низьким рівнем загальної та технічної підготовки військовослужбовців і віддзеркалює бажання зробити офіційні уставні матеріали, складні технічні інструкції більш доступними для широкого загалу військовослужбовців [3, с. 275].

У військовому перекладознавстві велике значення приділяється точності перекладу, оскільки перекладений матеріал є основою для прийняття важливих рішень та проведення військових операцій. Тому адекватність перекладу військових матеріалів передбачає не лише точне відтворення змісту матеріалу, а й уважне передавання його структурної форми, порядку розташування матеріалу, послідовності викладу та інших аспектів [3, с. 274].

Важливо зауважити, що основною помилкою при перекладі військової лексики є те, що перекладачі іноді намагаються знайти буквальний еквівалент іноземного терміну у вітчизняних статутах та інструкціях. Такий підхід є не зовсім правильним, оскільки, по-перше, він викриває специфіку реалій іноземної армії, а по-друге, існує ризик помилки через те, що ці терміни можуть виражати поняття, що є характерними тільки для закордонних армій, і, отже, не відповідати реаліям, прийнятим в українській армії.

Ще однією помилкою перекладача є дослівний переклад, коли англомовний термін або його компоненти подібні до українського терміну, але мають інше значення. Сюди ж і належать переклади сленгових виразів, приміром “lemon” у військовому дискурсі означає “граната”, а не “лимон”.

Отже, успішний переклад військових матеріалів значною мірою залежить від точного відтворення термінів, оскільки велика частина військової лексики складається з військових та військово-технічних термінів, які несуть максимальне значеннєве навантаження [1, с. 73].

Під час перекладу важливо завжди враховувати конкретне значення терміна в контексті. Наприклад, термін "battalion" означає батальйон у піхоті, але дивізіон в артилерії. Також важливо враховувати можливі зміни в значенні термінів при їх вживанні у множині; наприклад, "defense" означає оборону, а "defenses" – оборонні споруди [1, с. 211].

- Отже, узагальнюючи основні труднощі, з якими стикаються перекладачі в ході військового перекладу, можна визначити наступні аспекти:

- визначення значення військового терміна. Ця проблема виникає через те, що термін може вживатися за межами військової сфери, мати кілька значень або набувати нового значення в контексті перекладу, щоб досягти комунікативного ефекту.

- Вибір прийому перекладу. Складність полягає в обранні відповідного прийому перекладу та його коректному використанні, оскільки термін може впливати на весь текст перекладу, а варіантів перекладу існує безліч.

- Досягнення адекватності. Сутність у тому, щоб передати необхідний емоційний вплив на адресата, такий як вияв військової сили, пропаганда, або спонукання до дій. Адекватність пов'язана з культурними особливостями і реаліями іншої країни, що особливо важливо в публіцистиці, де потрібно вдало відобразити конфліктні ситуації та інші аспекти.

При відтворенні англомовної термінології у військових текстах засобами української мови доцільно керуватися рекомендаціями, розробленими українськими мовознавцями Т.Кияком [3] та О. Ковтун [3, с. 81]:

- У перекладі слід використовувати терміни, затверджені відповідними державними стандартами.

- Перекладач повинен враховувати, до якої сфери науки й техніки

- належить термін, що перекладається.

- Якщо в тексті оригіналу зустрічається термін, який не зафіксовано у науково-технічних словниках, перекладач повинен самостійно обрати перекладний еквівалент, скориставшись довідковою літературою або консультацією з фахівцем; у крайньому випадку можливий описовий метод перекладу.

- У тексті перекладу слід уникати синонімічного використання термінів; всі терміни, символи та скорочення повинні бути уніфіковані.
- Якщо в тексті оригіналу виявлена смислова помилка, пов'язана з написанням терміна, перекладач повинен надати відповідний переклад, вказавши на помилку та подавши правильний варіант у виносці.
- Чужі терміни, нехарактерні для мови перекладу, мають залишатися в оригіналі й записуватися в дужках.
- Назви латинською мовою не перекладаються й залишаються в первісному вигляді.
- Недозволене довільне скорочення термінів.
- Номенклатури залишаються в оригіналі.
- Одиниці фізичних величин, спеціальні знаки мають відповідати технічним стандартам [3 с. 81].

Підсумовуючи зазначимо, що перекладацький аспект військової лексики наразі не є достатньо ґрунтовно дослідженим, тому перекладачі, застосовуючи універсальні моделі до конкретного тексту військового характеру, повинні орієнтуватися, передусім, на дотримання військового стилю та адекватну передачу іноземних реалій. Особливої уваги при перекладі вимагає військова термінологія, яка насичує важливу військову документацію як внутрішньодержавного, так і міжнародного значення.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андріянова О. Я. Військово-морська термінологія української мови: етапи формування та семантика : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Київ, 2011. 199 с.

2. Балабін В. В. Професійна компетентність військового перекладача. *Мовні та концептуальні картини світу* : зб. наук. пр. Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, Ін-т філології. Київ, 2002. № 7. С. 20–23.

3. Бондаренко Л. М. Відтворення персональності в текстах франкомовного військового дискурсу та їх перекладі. *Мовні і концептуальні картини світу* : зб. наук. пр. Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. Київ, 2014. Вип. 50, ч. 2. С. 75–80.

4. Карпчук Н. П. Адресованість в офіційному та неофіційному англомовному дискурсі (комунікативно-прагматичний аналіз) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Х., 2004. 20 с.

5. Карпчук Н. Адресованість в офіційному та неофіційному англомовному дискурсі (комунікативно-прагматичний аналіз). Луцьк : РВВ «Вежа» ВДУ ім. Лесі Українки, 2006. С. 8–41.

6. Литовченко І. О. Динамічні процеси у військовій лексиці української мови (назви зброї, амуніції, споруд) : монографія / за ред. проф. Ж. В. Колоїз. Кривий Ріг : Вид-во Р. А. Козлов, 2016. 206 с.

7. Ніколенко А. Г. Соціальні аспекти мовлення : навч. посіб. для студентів вищих закладів освіти. Вінниця : НОВА КНИГА, 2005. 256 с.

8. Ballmer T. T. Context change and its consequences for a theory of natural language. Possibilities and limitations of pragmatics. Amsterdam, Phil : John Benjamins, 1981. P. 17–55.

9. Coulthard M. An Introduction to Discourse Analysis New York : Longman, 1992. 212 p.

10. Levinson S. C. Pragmatics. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1983. 420 p.

11. Schiffrin D. Approaches to Discourse. Oxford : Cambridge, MA, 1994. 232 p.

***Анотація***

*Стаття репрезентує загальну характеристику військової лексики як важливу частину загального лексичного дискурсу, висвітлює специфіку перекладу сучасної української військової лексики іншими мовами та загальні тенденції у перекладі військової лексики.*

***Ключові слова**: військова лексика, термінологія, лексема, переклад, переклад військової лексики, особливості перекладу.*

***Summary***

*The article represents the general characteristics of military vocabulary as an important part of the general lexical discourse, highlights the specifics of the translation of modern Ukrainian military vocabulary into other languages and general trends in the translation of military vocabulary.*

***Keywords:** military vocabulary, terminology, lexeme, translation, translation of military vocabulary, translation features.*

**Трегуб Ангеліна,**
*канд. наук із соц. ком., доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій, словесності та культури, Державний податковий університет, м. Ірпінь, Україна*

# НАРИСОВІ ФОРМИ СУЧАСНОЇ ЕКРАННОЇ ДОКУМЕНТАЛІСТИКИ

Технічний прогрес суттєво вплинув на створення, виробництво та презентацію екранних медіа, включно з кіно, телебаченням та цифровим контентом. На сьогодні у кіно і медіа критиці розрізняють документальне і пізнавальне (науково-просвітницьке) кіно і телебачення. У практиці кіно-, телевиробництва ці межі стираються, адже без документального компонента аудіовізуальний матеріал не матиме достатньої доказовості і достовірності. Якщо в кінохроніці переважає акцентуація на образах і відтворенні об'єктивної дійсності, то в нарисовій документалістиці – дослідницький характер. Прикладом можуть слугувати доробки «Київнаукфільм». Дослідник С. Безклубенко стверджує «Наукове кіно історично й логічно є своєрідним продовженням і різновидом документального» [1]. Як зазначає Л. Касян «Поряд із науковим (науково-дослідним) кіно з'являється навчальне та науково-популярне, покликане зрозуміло і цікаво розповісти про досягнення науки і техніки… Окреме місце не лише в архівному зібранні, а й загалом в історії українського науково-популярного кіно посідають фільми-дослідження…» [2, с. 43].

За класифікацією, запропонованою Г. Десятником [3], нарис належить і до групи аналітично-художніх (документально-художніх) телевізійних жанрів: нарис портретний, дорожній, оглядовий, соціальний, проблемний, науково-популярний, пізнавальний, нарис про природу), і до групи пізнавальних: науково-популярний телевізійний нарис, пізнавальний подорожній нарис.

У аналітично-художній документалістиці помітною стає драматургічна складова, адже фактологічний матеріал вибудовується у певній послідовності згідно сценарію, щоб викликати у глядача рецепцію. «Йде інтенсивний режисерський і операторський пошук, наприклад, застосовується прийом анімаційного (графічного і об'ємного) моделювання об'єктів, за якими неможливо здійснити пряме спостереження» [2, с. 43].

Прикладами сучасних науково-популярних історичних документальних проектів нарисового типу (фільми-ретроспекції) в українському екранному просторі є:

– фільм «Скарби нації» із циклу «Україна повернення своєї історії (автор Акім Галімов, режисер Дарія Саричева», створений за підтримки Міністерства інформаційної політики;

– «Таємничі манускрипти» із циклу «Україна повернення своєї історії (автор ідеї Акім Галімов, режисер Тетяна Шовкун) виробництва телеканалу 1+1;

– історичний нарис «Соловей співає» режисера Сергія Кримського;

– цикл фільмів-портретів «Таємниці великих українців» (автор ідеї Акім Галімов, режисер Дарія Саричева), виробництво телеканалу «1+1» за підтримки Міністерства культури України;

– цикл фільмів-портретів «Спадок Терещенків» виробництва «Суспільне. Культура»;

– цикл історичних нарисів (фільм-дослідження, портретний нарис) «Реальна історія» Акіма Галімова.

Як зазначає К. Чорна «Поява та розвиток телевізійного мистецтва, основою якого є екранний синтез в будь-яких проявах, посприяли подальшому процесу розмивання кордонів постановочного і хронікального не лише на рівні експериментів з формою, що реалізувалося шляхом споріднення різнорідних елементів (кінохроніки та відтвореної події, екранного документу та інсценування), а й, як наслідок, експериментів на змістовому рівні, що посприяли утворенню такого жанрового різновиду телевізійної документалістика як докудрама, в якій документальний зміст поєднано з вигаданою формою» [6, с. 203]. Прикладом жанру докудрами є цикл «Історія Украйни» виробництва StarMedia та «У пошуках істини» виробництва телеканалу «СТБ». Також документальна драма може використовуватись як композиційний елемент документального фільму з метою реконструкції історичних подій чи документальних фактів за відсутності їх документального представлення у візуальній або аудіовізуальній формі.

Із розвитком технічних і відповідно зображальних можливостей змінюються форми і засоби для презентації глядачеві документальної інформації. «Молоде покоління більш схильне продукувати фільми у жанровій палітрі, досить інноваційній як для вітчизняного документального кіно, накшталт, ліричної анти-пасторалі чи арт-хаусу» [4, с. 26] А «об’єктом зацікавлення документального твору все частіше стає епатажний факт. Основна його частина містить драматичний розвиток сюжету, який дуже часто представлено у вигляді «відтвореної реальності» [5, с. 250].

До експериментальної аналітично-художньої кінодокументалістики можна віднести біографічний фільм-колаж «Фото на пам'ять», в якому з есеїстською виразністю режисерка Ольга Черних розповідає про свій особистий досвід війни. Тема війни і життя на лінії фронту знайшла своє відображення у дебютній роботі Ірини Цілик «Земля блакитна ніби апельсин», біографічний фільм-портрет, у якому війна виступає лише тлом на якому проступають образи головних героїв. Порівняно з фільмом-ретроспекцією режисера Сергія Буковського на тему Другої світової війни «Війна – український рахунок», створеного 20 років тому, помітним стає наскільки змінились режисерські підходи до пошуку і художньої інтерпретації документальної дійсності. Поруч із реалізмом сюжету і образів чітко вимальовується авторське ставлення до висвітлюваної теми, очевидцем або свіучасником якої став сам режисер.

Отже, поява і розвиток нових форм обумовлює необхідність пошуку нових режисерських прийомів, щоб заохотити, залучити глядача до екранної дії, інтегрувати його у задокументований світ.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безклубенко С. Як робиться фільм (Види і жанри). *Питання культурології* : зб. наук. праць. Київ : КНУКіМ, 2007. Вип. 23. С. 160.

2. Касян Л. Наукова кінодокументалістика в зібранні ЦДКФФА України імені Г. С. Пшеничного: інформаційний потенціал. *Архіви України.* 2020. № 2. С. 40–57.

3. Десятник Г. Види, жанри і типи екранної творчості : словник-довідник. Київ : КиМУ, 2013. 323 с.

4. Москаленко-Висоцька О. Жанровий спектр документальних фільмів студії «Укркінохроніка» початку XXI століття. *Вісник КНУКІМ. Серія «Мистецтвознавство»*. № 36. С.м 17–28.

5. Наумова Л. М. Документалістика: Телевізійний вимір. *МІСТ: Мистецтво, історія, сучасність, теорія.* 2009. Вип. 6. С. 247–254. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mist_2009_6_35

6. Чорна К. Специфіка документальної драми в контексті інфотейнментизації телевізійного простору. *Мистецтвознавчі записки* : зб. наук. праць. 2020. Вип. 38. С. 201–207.

Наукове електронне мережеве видання

# УКРАЇНСЬКА МОВА ТА КУЛЬТУРА В СУЧАСНОМУ ГУМАНІТАРНОМУ ЧАСОПРОСТОРІ: АСПЕКТИ МІЖМОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ

Збірник матеріалів
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

*21 лютого 2024 року*


| | |
|---|---|
| Укладач | *Т. С. Гиріна* |
| Відповідальна за випуск | *А. В. Лавренюк* |
| Форматування | *І. В. Зайцева* |
| Комп’ютерна верстка | *Д. П. Завальніцька* |

***Матеріали друкуються в авторській версії***

Здано до друку 15.04.2024. Формат 60х84/14.
Папір офсетний № 1. Гарнітура «Times New Roman».
Друк офсетний. Друк.арк. 29,9. Тираж 300 прим.

Підготовлено до друку редакційно-видавничим відділом
Державного податкового університету
08205, вул. Університетська, 31, м. Ірпінь, Київська область, Україна

*Свідоцтво про внесення суб’єкта видавничої справи*
*до державного реєстру видавців, виготівників і*
*розповсюджувачів видавничої продукції*
*Серія ДК № 7669 від 20.09.2022*