

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Факультет іноземної філології
та соціальних комунікацій

IX

**ВСЕУКРАЇНСЬКА
НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ**



СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

15-16 квітня 2021 року

Матеріали

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**



**СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ
АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО
СУСПІЛЬСТВА**

**МАТЕРІАЛИ ІХ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
СТУДЕНТІВ, АСПІРАНТІВ, ВИКЛАДАЧІВ ТА СПІВРОБІТНИКІВ**

(Суми, 15-16 квітня 2021 року)

**Суми
2021**

С-70 Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства: Матеріали дев'ятої Всеукраїнської наукової конференції студентів, аспірантів, викладачів та співробітників (Суми, 15–16 квітня 2021 р.) / уклад. М. М. Набок. Суми : Сумський державний університет, 2021. 496 с.

До збірника увійшли наукові матеріали, присвячені актуальним проблемам сучасного перекладу, етнолінгвістики, стилістики, методики та методології сучасних мовознавчих та літературознавчих дисциплін. Складовою збірника є наукові розвідки з питань релігії та культури, соціальних комунікацій, психологічної теорії та практики, соціологічних досліджень.

Для викладачів закладів вищої освіти, аспірантів, студентів, учителів загальноосвітніх шкіл, гімназій, ліцеїв та коледжів, усіх, хто цікавиться питаннями соціогуманітарного напрямку.

Матеріали друкуються в авторській редакції.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ПРОБЛЕМИ РОМАНО-ГЕРМАНСЬКОГО МОВОЗНАВСТВА

Олена Медвідь, Олександра Кучерук (Суми) ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ.....	12
Катерина Вашист, Євгенія Юхно (Суми) СЕМІОТИЧНА ПРИРОДА ТЕКСТІВ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ.....	17
Діана Мовчан, Олександр Сопітько (Суми) СПЕЦИФІКА ЛЕКСИЧНОГО НАПОВНЕННЯ АГЛОМОВНИХ БЛОГІВ.....	23
Катерина Колодяжна (Суми) «СЕКРЕТИ» БЛИСКУЧОГО ЛІТЕРАТУРНОГО ХОРРОРУ.....	27
Ірина Кобякова, Кирило Сідаш (Суми) ПОРІВНЯЛЬНО-ІСТОРИЧНИЙ МЕТОД В МОВОЗНАВСТВІ.....	33
Ірина Ущাপовська, Анна Білогур (Суми) ЛІНГВІСТИЧНИЙ СТАТУС ВУЛЬГАРИЗМІВ У СУЧАСНІЙ АНГЛОМОВНІЙ ХУДОЖНІЙ ЛІТЕРАТУРІ.....	37
Олена Ємельянова, Альона Бублик (Суми) ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИСЛОВЛЮВАНЬ ПРЕЗИРСТВА В АНГЛОМОВНОМУ ДІАЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ.....	40
Лілія Молгамова (Суми) ЛІНГВОСИНЕРГЕТИЧНІ ПОГЛЯДИ НА ОНТОЛОГІЮ «КОНЦЕПТУ».....	44
Анна Решитько (Суми) ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ХУДОЖНІХ ТЕКСТІВ.....	47
Vlada Makarenko (Sumy) LITERALISM IN TRANSLATION.....	51
СЕКЦІЯ 2. ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ СТУДІЇ	
Олександр Кінщак, Інна Жукович (Київ) ГЕНДЕРНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ЧОЛОВІЧИХ ОБРАЗІВ У РОМАНІ «THE HANDMAID'S TALE» М. ЕТВУД.....	56
Марина Карпенко (Суми) THE PROBLEMS OF TRANSLATING A BUSINESS CORRESPONDENCE.....	61

Svitlana Baranova, Diana Nestorenko (Sumy)
THEORETICAL ASPECTS OF TRANSLATION.....66

Алла Красуля, Анжеліка Шумило (Суми)
АНГЛОМОВНІ РЕКЛАМНІ ПОВІДОМЛЕННЯ: ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ
АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ.....70

Алла Красуля, Владислав Кравченко (Суми)
СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ КВАЗІРЕАЛІЙ У ЛОКАЛІЗАЦІЇ ВІДЕОІГОР....74

Лариса Щигло, Ольга Гончарова (Суми)
СПОСОБИ ВІДТВОРЕННЯ МОВНОЇ ГРИ (НА ПРИКЛАДІ ТВ ШОУ «WHOSE
LINE IS IT ANYWAY?»).....79

СЕКЦІЯ 3. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ВИКЛАДАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ (РОСІЙСЬКОЇ), АНГЛІЙСЬКОЇ МОВ ЯК ІНОЗЕМНИХ

Ольга Шум (Київ)
ДОПОМІЖНІ ЗАСОБИ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ В ОНЛАЙН
ФОРМАТІ.....84

Галина Швець (Львів)
ВИКЛИКИ ДЛЯ ВИКЛАДАЧА ПІД ЧАС ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ
ОНЛАЙН.....88

Лариса Біденко (Суми)
ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙ У ПРОЦЕСІ ВИКЛАДАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ
МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ.....93

Ганна Кисельова, Салма Мустафа (Суми, Нігерія)
ФОРМУВАННЯ УКРАЇНОЗНАВЧОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ ІНОЗЕМНИХ
СТУДЕНТІВ ЗАСОБАМИ УМІ.....97

Марія Антошкіна (Запоріжжя)
ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ УЧНІВ НА УРОКАХ ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ
МОВИ.....101

Tetiana Dehtiarova, Hanna Diadchenko (Sumy)
GAME METHOD AS A WAY OF INTENSIFICATION OF TEACHING
UKRAINIAN LANGUAGE AS FOREIGN.....106

Тетяна Беценко (Суми)
РОБОТА З ТЕКСТОМ ЯК РІЗНОВИД НАВЧАЛЬНИХ ВПРАВ У ПРОЦЕСІ
ВИВЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ.....111

Зайцева Станіслава (Суми)

ПЛАТФОРМА GOOGLE МЕЕТЬ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНО-КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ІНОЗЕМНИХ СТУДЕНТІВ.....115

Секція 4. ІНОЗЕМНА МОВА ЯК ЗАСІБ ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ

Наталія Петрушова, Ольга Петрович (Полтава)

ОСОБЛИВОСТІ ЧИТАННЯ ПРОФЕСІЙНО ОРІЄНТОВАНИХ ТЕКСТІВ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....121

Mykola Nikonov, Igor Kramskyi (Sumy)

DEVELOPMENT OF ALGORITHMS FOR MEASURING NONSINUSOIDALITY VOLTAGE AND TEMPORARY OVERVOLTAGE.....124

Євгенія Бурнос, Мохамед Разі (Україна, Індія)

ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ІНОЗЕМНИХ СТУДЕНТІВ-МЕДИКІВ.....128

Дар'я Міщенко (Україна)

АМЕРИКАНСЬКИЙ СТРУКТУРАЛІЗМ.....133

СЕКЦІЯ 5. РЕЛІГІЯ ТА КУЛЬТУРА В ЖИТТІ СУСПІЛЬСТВА

Олена Щербина-Яковлева, Єкатерина Кравченко (Суми)

ПРОСУВАННЯ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО КІНОМИСТЕЦТВА В СТУДЕНТСЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....138

Віталій Степанов (Суми)

ФЕНОМЕН БРИТАНСЬКОГО ВЧЕНОГО ЯК ПОБІЧНИЙ ЕФЕКТ СУЧАСНОЇ НАУКИ.....142

Аліна Шевцова, Мірзазаде Санан Аділь Огли (Україна, Азербайджан)

ВІДОБРАЖЕННЯ РОДИННИХ СТОСУНКІВ У ПАРЕМІЯХ УКРАЇНСЬКОЇ ТА АЗЕРБАЙДЖАНСЬКОЇ МОВИ.....146

Людмила Кулішенко, Дарина Калюжна (Суми)

КОСМОНІМІЯ: ГЕНДЕРНИЙ АНАЛІЗ.....150

Ольга Бойко, Вікторія Гавриленко (Суми)

УКРАЇНСЬКА РАНЬОМОДЕРНА СМІХОВА КУЛЬТУРА: ТРАКТУВАННЯ СМІШНОГО В ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ.....155

- Ольга Коньок, Амбаркулов Абдулахад (Суми, Узбекистан)
 КОНЦЕПТ «СОВІСТЬ» В УКРАЇНСЬКИХ ТА УЗБЕЦЬКИХ ПАРЕМІЯХ....160
- Єлизавета Драновська (Суми)
 КОНЦЕПТ УКРАЇНА У МОВНО-ПОЕТИЧНІЙ КАРТИНІ СВІТУ ВАСИЛЯ
 ГОЛОБОРОДЬКА.....164
- Катерина Сердюк (Суми)
 СЛОВО-ОБРАЗ *СОНЦЕ* У МОВНО-ПОЕТИЧНІЙ КАРТИНІ СВІТУ
 А. МАЛИШКА: СПЕЦИФІКА ХУДОЖНЬО-ОБРАЗНОЇ
 ІНТЕРПРЕТАЦІЇ.....172
- Марина Набок, Гьокальп Каяпинар (Суми, Туреччина)
 АРХЕТИПНА ОСНОВА ПОНЯТТЯ «РІД» В УКРАЇНСЬКІЙ ТА ТУРЕЦЬКІЙ
 УСНІЙ НАРОДНІЙ ТВОРЧОСТІ.....176
- Марина Данілова (Суми)
 ФЕНОМЕН МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ В СУЧАСНОМУ СВІТІ ТА УКРАЇНІ...183
- Олена Похілько, Океріо Давид Масесе (Україна, Кенія)
 ПЕДАГОГІЧНІ ДУМКИ ПОЕТИЧНИХ РЯДКІВ ЛЕСІ УКРАЇНКИ.....185
- Анастасія Никоненко (Суми)
 ПАРАДИГМА «УЧАСНИЦТВА» В ПЕДАГОГІЦІ: ЗМІНА ПРИНЦИПІВ
 ТА ЦІННОСТЕЙ.....190
- Аміна Болотаєва (Суми)
 МАСОВЕ КІНО: СЕРІАЛИ ЯК МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ.....194
- Аліна Некрасова (Суми)
 ФІТОСИМВОЛИ ФОЛЬКЛОРНОГО ПОХОДЖЕННЯ У ПОЕТИЧНОМУ
 ДИСКУРСІ І. МАЛКОВИЧА.....197
- Анна Заремба (Суми)
 РЕЛІГІЯ ЯК ГОЛОВНА ТА НЕВІД'ЄМНА ЧАСТКА КУЛЬТУРИ.....203
- Анастасія Медяник (Суми)
 ОРГАНІЗАЦІЯ КОНЦЕРТНОЇ ПРОГРАМИ ЯК ЕТАП УПРАВЛІННЯ.....206
- Валерія Ольшанська (Суми)
 ПРАВОВІ ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕЛІГІЙНОЇ ТОЛЕРАНТНОСТІ
 В УКРАЇНІ.....210

СЕКЦІЯ 6. СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

- Марина Колінько, Стрижак Ігор (Київ)
 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖКУЛЬТУРНОГО ДІАЛОГУ В УМОВАХ
 ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....215
- Ярослав Яненко (Суми)
 РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ КАРАНТИННИХ ОБМЕЖЕНЬ У ЗАГОЛОВКАХ
 ІНТЕРНЕТ-ЗМІ.....219
- Вадим Яременко (Суми)
 ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ СПОРТИВНИХ PR-КОМУНІКАЦІЙ
 У ФОРМУВАННІ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ УНІВЕРСИТЕТУ.....223
- Тетяна Повалій, Надія Бірюк (Суми)
 ЗМІСТОВІ СКЛАДОВІ РОЗРОБЛЕННЯ МЕДІАПЛАНУ РЕКЛАМНОЇ
 КАМПАНІЇ ЩОДО ПРОСУВАННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ПОСЛУГ.....228
- Iryna Bashlak, Leila Vyshniak (Sumy)
 A SELECTION OF JOURNALISTIC ARTICLES: ESSAY.....233
- Tetyana Pochatko, Viktoriya Kurochkina (Sumy)
 BALANCED VIEW ON POLITICAL CORRECTNESS.....237
- Antonina Siryk, Oksana Gladchenko (Sumy)
 THE HISTORY AND CURRENT STATE OF VETERANS BADMINTON
 DEVELOPMENT.....242
- Daria Taranova (Sumy)
 GENDER STEREOTYPES IN SUMY REGIONAL TELEVISION NEWS.....246
- Наталія Коляда, Анна Перепелиця (Суми)
 ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОСІБ ЮНАЦЬКОГО ВІКУ З РІЗНИМ
 РІВНЕМ МЕДІАГРАМОТНОСТІ.....251
- Станіслав Кармазін (Ніжин)
 ВПЛИВ ФОРМАТУ ТЕЛЕПЕРЕДАЧІ НА МЕТОДИ ВЕДЕННЯ ІНТЕРВ'Ю
 (НА ПРИКЛАДІ АВТОРСЬКОЇ ПРОГРАМИ «В ГОСТЯХ У ДМИТРА
 ГОРДОНА».).....256
- Карина Ведмидера (Суми)
 ОБРАЗ ВОЛЬОВОЇ ЖІНКИ У ТВОРАХ КЛИМА ПОЛІЩУКА І МИКОЛИ
 БАЙКОВА.....261

Зореслава Шеденко (Суми) ЖУРНАЛІСТСЬКА СПІЛЬНОТА ЯК НОВА СОЦІАЛЬНА ГРУПА: ПРИНЦИПИ ФУНКЦІОНУВАННЯ.....	265
Ольга Бойко, Аріна Марченко (Суми) РОЛЬ АНІМАЦІЇ В МУЗЕЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	270
Смірнов В., Нездоймошапка Т., Попова А. (Суми, Лебедин) АНАЛІЗ ВИХІДНИХ ДАНИХ КЛАСНОГО ЖУРНАЛУ УЧНЯМИ 10 КЛАСУ ШКОЛИ №15 ЗА 2018-2019 Р. М. ЛЕБЕДИН.....	276
Людмила Дудченко, Анна Митрофанова (Суми) ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ГАЗЕТИ В КОНТЕКСТІ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИДАННЯ.....	278
Анна Кучеренко (Суми) РЕЦЕНЗІЯ НА СТОРІНКАХ ГАЗЕТИ «ДЕНЬ».....	281
Аміна Болотаєва (Суми) КОМУНІКАТИВНА РОЛЬ КУЛЬТУРИ СМАЙЛІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....	285
СЕКЦІЯ 7. ГРОМАДСЬКА УЧАСТЬ НА РІВНІ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ: ВИКЛИКИ, СТРАТЕГІЇ, МЕХАНІЗМИ	
Сергій Король, Юлія Якущенко (Суми) ПЕРЕДУМОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОЛОДІ НА РИНКУ ПРАЦІ.....	290
Юлія Якущенко (Суми) ЗАСТОСУВАННЯ ЕКСПЕРИМЕНТУ У ВИВЧЕННІ ПРОФЕСІЙНОЇ МОТИВАЦІЇ БЕЗРОБІТНОЇ МОЛОДІ ШЛЯХОМ ОЦІНКИ НАДАННЯ ПОСЛУГИ ПРОФЕСІЙНОЇ ОРІЄНТАЦІЇ.....	295
Наталія Таран (Суми) МОЖЛИВОСТІ ІНСТРУМЕНТІВ ПРОЄКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ВИРІШЕННІ ПРОБЛЕМИ НИЗЬКОГО РІВНЯ РОЗВИТКУ «М'ЯКИХ НАВИЧОК» У СТУДЕНТІВ.....	300
Андрій Лебідь, Оксана Гірман (Суми) ГЕНДЕРНИЙ МОНІТОРИНГ АКТИВНОСТІ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ.....	303

Альона Павленко (Суми)
SWOT-АНАЛІЗ ПОТЕНЦІАЛУ БЕЛОТУРИЗМУ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ
(НА ПРИКЛАДІ ОКРЕМИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД).....309

СЕКЦІЯ 8. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ БЕЗПЕКИ ТА СТІЙКОСТІ В СУЧАСНОМУ СВІТІ

Софія Беседовська (Суми)
КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ В ЕПОХУ ПОСТПРАВДИ: ПРОБЛЕМИ
ФОРМУВАННЯ «СТІЙКОЇ» ОСОБИСТОСТІ.....313

Anastasia Moskalenko (Sumy)
THE CONCEPT «WAR» AND «PEACE» IN MODERN POLEMOLOGICAL
RESEARCH.....316

Наталія Пилипенко-Фріцак, Асаре Джеффрей Дуоду (Україна, Ліван)
ПРАВОВА КУЛЬТУРА ЯК СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОЇ АДАПТАЦІЇ
ОСВІТНІХ МІГРАНТІВ ПІД ЧАС НАВЧАННЯ В УКРАЇНІ.....320

Andrii Lebid (Суми)
WHAT IS PROXY-WAR?.....325

Владислав Рожок (Суми)
МІГРАЦІЙНІ РИЗИКИ ДЛЯ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ.....327

Vladyslav Sharoval (Sumy)
«DNR/LNR»: POSSIBLE FUTURE SCENARIOS OF DONBAS.....331

Oleh Pokalchuk (Kyiv)
COGNITIVE WARS.....334

Іванченко Анастасія (Суми)
РОСІЙСЬКА ІНФОДЕМІЯ: ФЕЙКИ ТА ПРОПАГАНДА.....340

Владислав Супрун (Суми)
РІВЕНЬ ПОІНФОРМОВАНOSTІ ПРО ВЛАСНІ ЗАХВОРЮВАННЯ.....344

Єлизавета Жеребило, Євгенія Білошапка (Суми)
ПРИЧИНИ НЕДОТРИМАННЯ НАСЕЛЕННЯМ ПРОФІЛАКТИЧНИХ
ЗАХОДІВ.....348

Рожок Владислав (Суми)
 ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ КОНЦЕПТІВ «СТАЛИЙ РОЗВИТОК»
 ТА «СТІЙКІСТЬ» У КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО
 РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ГРОМАД.....352

СЕКЦІЯ 9. ПРОБЛЕМИ Й ПЕРСПЕКТИВИ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ

Світлана Міхно, Світлана Золотова (Суми)
 ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ
 САМОСТІЙНОСТІ СТУДЕНТІВ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19.....357

Богдан Калагурка (Суми)
 КОМПЛЕКСИ НЕПОВНОЦІННОСТІ ТА ПЕРЕВАГИ ЯК ЧИННИКИ
 САМОРЕАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ.....361

Юлія Бердник (Суми)
 СПЕЦИФІКА ПРОЯВУ КРЕАТИВНИХ ЗБІДНОСТЕЙ У СТУДЕНТІВ.....365

Наталія Коляда, Катерина Гуйван (Суми)
 ОСОБЛИВОСТІ ФЕНОМЕНУ СПІВЗАЛЕЖНОСТІ У СУЧАСНІЙ
 ПСИХОЛОГІЇ.....369

Анастасія Позняк (Суми)
 АЛЕКСИТИМІЯ ЯК ПСИХОЛОГІЧНИЙ ФЕНОМЕН.....374

Парасковія Сахно, Тетяна Ащаулова (Суми)
 ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ ДО НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ
 СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ПСИХОЛОГІЯ».....378

Софія Похолко (Суми)
 РІВЕНЬ СИТУАТИВНОЇ ТРИВОЖНОСТІ У СТУДЕНТІВ З РІЗНИМ РІВНЕМ
 МОТИВАЦІЇ ДО УСПІХУ ПРИ СКЛАДАННІ ЗНО.....382

Марина Ніколаєнко (Суми)
 САМОЕФЕКТИВНІСТЬ ЯК ЧИННИК СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ
 АДАПТАЦІЇ ДО УМОВ НАВЧАННЯ У ВНЗ.....385

Тетяна Іванова, Катерина Бабич (Суми)
 КОУЧИНГ ТА КОГНІТИВНО-ПОВЕДІНКОВА ПСИХОТЕРАПІЯ:
 ВЗАЄМОДІЯ ТА СПІВПРАЦЯ.....390

Наталія Коляда, Олександра Кудрик (Суми) СЕМАНТИЧНА САМООЦІНКА ВОРОЖОСТІ СИБЛІНГІВ З РІЗНИМ РІВНЕМ ДИСТРЕСУ.....	395
Ганна Улунова, Валерія Семеняка (Суми) ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРАЦІВНИКІВ УСТАНОВИ ВИКОНАННЯ ПОКАРАНЬ СУВОРОГО РЕЖИМУ УТРИМАННЯ.....	400
Наталія Коляда, Анастасія Клименко (Суми) ОСОБЛИВОСТІ СТИЛІВ МИСЛЕННЯ ОСІБ ЮНАЦЬКОГО ВІКУ З РІЗНИМИ ПРОФЕСІЙНИМИ СХИЛЬНОСТЯМИ.....	404
Наталія Теслик, Дарина Громико (Суми) ФЕНОМЕН ПРИВАБЛИВОСТІ У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРІ.....	408
Ганна Улунова, Даяна Тарасюк (Суми) ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕТНІЧНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ У СТУДЕНТІВ ІЗ РІЗНИМ РІВНЕМ ЕТНІЧНОЇ ТОЛЕРАНТНОСТІ.....	413
Юлія Якущенко, Карина Глущенко (Суми) СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ПРОВІДНИЙ ВИД ВІРТУАЛЬНОГО СПІЛКУВАННЯ.....	418
Тетяна Іванова, Богдана Карпенко (Суми) МЕТОДИ ВИВЧЕННЯ ГЕНДЕРНИХ АТИТЮДІВ.....	423

СЕКЦІЯ 1.

ПРОБЛЕМИ РОМАНО-ГЕРМАНСЬКОГО МОВОЗНАВСТВА

Олена Медвідь,

канд. філол. наук

доцент кафедри германської філології

Сумського державного університету

Олександра Кучерук,

студентка Сумського державного університету

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ

Нестримний процес глобалізації, зростаючий вплив мас-медіа та потреба людства у безперервному отриманні інформації спричинили зміну картини світу. У модерній світовій спільноті спостерігається взаємна імерсія країн у суспільно-політичній сфері життя одна одної, які при цьому впливають (переважно опосередковано) на формування у їх громадян певного світогляду. Враховуючи масштаби подібного впливу, доцільно говорити про публіцистичний дискурс як середовище, котре уможлиблює такі маніпуляції. Тобто, мова, у правильному поєднанні з культурно-естетичними та суспільно-політичними аспектами, стає засобом сугестії та формування певного завчасно продуманого образу для явища, що розглядається – певного набору лексичних маркерів та асоціативних образів – лексико-семантичного поля.

Мета даної роботи – дослідити процес формування лексико-семантичного поля публіцистичного дискурсу та з'ясувати особливості функціонування його елементів.

Для її досягнення необхідно виконати наступні завдання:

1. Дати *дефініцію* поняттям *лексико-семантичне поле* та *публіцистичний дискурс*.

2. Визначити структуру лексико-семантичного поля та його характерні риси в межах публіцистичного дискурсу.

3. Проаналізувати вплив публіцистичного дискурсу на прагматику та динаміку структурних елементів лексико-семантичного поля.

Обрана тема є *актуальною*, оскільки існуючі теоретичні напрацювання стосовно лексико-семантичних полів не дають вичерпної характеристики даному феномену і не охоплюють всі можливі сфери його застосування. В умовах мінливості мовної картини світу соціолінгвістам також необхідно вміти правильно визначати імпліцитний сенс повідомлення, міру відхилення між конотативним та денотативним значенням слова та його причину, що потребує прагмалінгвістичного аналізу елементів конкретного лексико-семантичного поля в межах публіцистичного дискурсу.

Динамічний розвиток мовної системи та постійне поповнення її новими елементами спричиняють виникнення понять, вичерпно і однозначно трактувати які видається майже неможливим навіть після скрупульозного та всебічного вивчення. Одним із таких понять є *лексико-семантичне поле* (ЛСП), яке наразі розглядається мовознавцями як одне з основних динамічних явищ сучасної лексичної семантики. Аналіз ЛСП передбачає застосування системного підходу, тому кожен його елемент розглядається не ізольовано, а в складній системі існуючих у ньому лексико-семантичних зв'язків. Чітких меж для застосування терміну *лексико-семантичного поля* все ще не встановлено, тому дослідники по-різному визначають його обсяг і мають різні точки зору стосовно його вивчення.

Першим, хто висловив думку про можливість дослідження лексики за допомогою семантичних полів, був Й. Трір – він розглядав семантичне поле як структуру, що складалася з певного кола понять. Перш за все, науковець намагався з'ясувати який аспект може слугувати основою для виокремлення певної низки слів зі загального складу словника. Трір дійшов висновку, що наявність у цих слів спільних значень може слугувати цілком обґрунтованим критерієм [8, с. 55–57]. Схожу точку зору мав Й. Л. Вайсгербер, який розглядав значення слова не як самостійну одиницю, а як її відносний структурний

елемент. Обидва науковці розглядали ЛСП як парадигматичну категорію, тобто мали на увазі, що значення слова можна достовірно встановити лише в сукупності з лексичними одиницями, що входять до того ж семантичного (парадигматичного) поля (напр. антоніми, пароніми тощо). В. Порциг же дотримувався іншого підходу до вивчення ЛСП – синтагматичного – виокремлював класи слів, які об'єднувала специфіка вживання, але чийї позиції не могли співпадати синтаксично [3, с. 58]. Тобто, лексико-семантичне поле – це сукупність семантичних одиниць лексичної системи мови, що об'єднує як поодинокі мовні елементи, так і різнорівневі лексичні парадигми, тому кожен елемент поля постає у повному парадигматичному комплексі.

ЛСП, як особлива система, має досить складну мовну структуру – його елементи вступають у найрізноманітніші парадигматичні відносини (як внутрішньомовні, так і позамовні) і можуть стосуватись всіх можливих класів лексичних одиниць, що тотожні відповідно до певних семантичних ознак. Основою будь-якого ЛПС є «ядро» – лексична одиниця, що виражає загальне інваріантне значення і є семантичною домінантою поля [1, с. 270]. Не менш важливими структурами є лексико-семантичні групи слів – вони заповнюють основну частину ЛСП і є родовим поняттям відносно поля [5, с. 84–97]. Останньою структурною частиною є лексика периферії – слова з варіантним значенням та комунікативною цінністю нижчого рівня (напр. конотативні, стилістично забарвлені лексеми, архаїзми тощо) [3, с. 59]. Характерною властивістю ЛСП є його цілісність, що реалізується за рахунок приєднання менш складних одиниць до більш складних.

Оскільки ЛСП має міцні зв'язки з позамовними реаліями, воно являє собою незамкнену динамічну систему організації лексики і тому суттєво відрізняється від мовних систем інших рівнів [2, с. 53]. При ретельному діахронному аналізі ЛСП можна простежити динаміку відображення світового досвіду у мові, виокремити лінгвістичні маркери культурних особливостей та способу життя певної нації – її мовну картину тощо. У свою чергу, мовна картина світу виступає свого роду обмеженням під час виникнення певного дискурсу, оскільки одразу виникає низка

контекстів, які мають враховуватись при формуванні тематики дискурсу і його периферії. З точки зору ж публіцистичного дискурсу, мовна картина світу навпаки «скеровує» його у потрібному напрямку, щоб використати різноманітні ЛСП у всіх можливих контекстах.

Тлумачення поняття *дискурсу* давно виступає наріжним каменем лінгвістичної науки через своєрідну бінарність його сенсу: він поєднує в собі прагматику ситуації та ментальні процеси; інтерпретацію комунікації та визначення стратегій мовлення; мовну практику та позамовні явища [6, с. 303]. Дослідник Т. ван Дейк, що стояв у витоків дискурсивного аналізу, пояснює дискурс як «складну єдність мовної форми, значення та дії, яку найкраще можна охарактеризувати як комунікативну подію; дискурс не обмежується конкретним мовним висловленням» [7, с. 112].

В сучасному інформаційному світі особливе місце займає *медіадискурс*, оскільки він слугує рушійною силою впливу на суспільство та формування у його свідомості певного концептуального образу. ЗМІ створюють свого роду реальність, яка виступає посередником під час відтворення, збереження та дистрибуції потоку інформації [5, с. 34–35]. Залежно від комунікативної функції виокремлюють три типи дискурсу: 1) рекламний; 2) PR-дискурс; 3) публіцистичний. В нашому дослідженні особливу цінність становить останній тип. Незважаючи на надмірність у ньому клішованих і стереотипованих мовних зворотів та мовленнєвих структур, *публіцистичний дискурс* слугує джерелом нестандартних прийомів, нетипових лексичних сполук та семантичних об'єднань, що формуються лише для здійснення цілеспрямованого впливу на реципієнта. Саме тому в контексті публіцистичного дискурсу одні й ті самі елементи ЛСП набувають нової інтенції та прагматики, залежно від цілей повідомлення.

Для публіцистичного дискурсу характерні пізнавальність, інформативність та регулятивність. Остання функція викликає особливе зацікавлення, оскільки передбачає здійснення опосередкованого впливу та оцінки повідомлюваного [4, с. 28–31]. Тобто, в комунікації задіяні автор статті, який виражає в ній своє оціночне судження, та адресант, у якого після

прочитання неусвідомлено формується його персональна картина світу. При цьому треба зважати на те, що адресант – це образ, який може уособлювати собою спільноту, прошарок суспільства чи навіть цілий народ, тому поняття *персональної картини світу* замінюється на *навіяну картину світу*. Оскільки комунікація завжди відбувається лише в односторонньому порядку, адресат не має змоги перевірити міру впливу на реципієнта та його реакції, тому публіцистичний дискурс керується системою ЛСП. Елементи ЛСП слугують базою лексично втілених образів та асоціацій, які закріпились у свідомості реципієнтів стосовно конкретного «ядра». Відштовхуючись від актуального стану картини світу та явища пов'язаного з «ядром» – основною лексичною одиницею ЛСП, адресат конструює статтю таким чином, аби прагматика сталих лексико-семантичних груп того чи іншого ЛСП виражала новий імпліцитний сенс, цим самим досягаючи мети комунікації – здійснення впливу.

Висновки. Лексико-семантичне поле – це складна мовна система, елементи якої вступають у найрізноманітніші парадигматичні зв'язки, що зумовлює її польову структуру та наявність трьох фундаментальних елементів – «ядра», лексико-семантичних груп та лексики периферії. У контексті публіцистичного дискурсу, підпорядковуючись його регулятивній функції та зазнаючи впливу мінливої картини світу, елементи ЛСП набувають нової прагматики, цим самим породжуючи інтерес до їх інтерпретації в соціолінгвальному та перекладацькому аспектах.

Перспектива дослідження полягає у практичному застосуванні теоретичних напрацювань шляхом формування лексико-семантичного поля з ядром «Україна» та аналізу функціонування його елементів під впливом різних соціально-політичних факторів (на матеріалі англомовної публіцистики).

Список використаних джерел:

1. Афанасьєва, Л. В. Лексико-семантическое поле как лингвистическая единица. *Языки и мир: исследование и преподавание* : Междунар. науч.-практ. конф., г. Кировоград, 15 апреля, 2016. С. 266–272.

2. Близнюк К. Р. Лексико-семантичне поле як фрагмент мовної картини світу (на матеріалі семантичного мікрополя «courage» в англійській мові). *Мова і культура*. 2017. Т. 3 (188), №. 20. – С. 52–58.
3. Дашкова К. В. Поняття «Лексико-семантичне поле» та його структура. *Наукові записки Міжнародного гуманітарного університету* : збірник, 2020. № 33. – С. 56–60.
4. Желтухина М. Р. О Содержании дискурса масс-медиа. *Вісн. Луганського пед. ун-ту ім. Т. Шевченка. Серія «Філологічні науки»*. 2007. Ч. 1, №. 11 (128). С. 27–40.
5. Кобякова И.К., Швачко С.А. Введение в сравнительную типологию номинативных и коммуникативных единиц английского, русского и украинского языков : учеб. пос., Сумы : УДК, 2017. 199 с.
6. Омельчук Ю. О. Псевдоновини як жанр сучасного англomовного медіадискурсу: лінгвокогнітивний, комунікативно-прагматичний параметри : дис. канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя : УДК, 2018. 230 с.
7. Шепель Ю. Медіа-дискурс як засіб маніпулятивного впливу на читача. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки : Філологічні науки*. 2017. №. 3. С. 302–307.
8. Dijk T. van Discourse and Power. NY : ISBN, 2008. 308 p.
9. Trier Jost. Der deutsche Wortschatz im Sinnbezirk des Verstandes: Die Geschichte eines sprachlichen Feldes I. Von den Anfängen bis zum Beginn des 13. Jhdts. Heidelberg:Winter : ISBN, 1973. 347 S.

Катерина Вашист,

асистентка кафедри германської філології

Сумського державного університету

Євгенія Юхно,

студентка Сумського державного університету

СЕМІОТИЧНА ПРИРОДА ТЕКСТІВ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

Роль масової культури і, зокрема, реклама стає характеристикою сучасної соціальної реальності. Незалежно від людського бажання або небажання, феномен реклами наполегливо проникає в приватне і суспільне життя, а також впливає на формування масової та індивідуальної свідомості. Сучасна людина як споживач залучена в рекламне середовище і має постійно з ним взаємодіяти. Вивчення такого багатоаспектного явища як реклама *актуальне*, тому що воно дає змогу глибоко досліджувати причини, прийоми і способи дії рекламного продукту на споживача, а також домагатися максимальної ефективності цієї дії.

Реклама – це оперативна інформація, що завжди знаходиться на поверхні. Вона не тільки бере участь у формуванні споживчих потреб членів суспільства,

але й має певний вплив на всю життєдіяльність людини. Реклама, виконуючи роль механізму переконання, може впливати на цінності та спосіб життя людини, і цей вплив має як позитивний, так і негативний аспекти – саме цю функцію виконує соціальна реклама, що є зокрема *об'єктом* дослідження.

Методологічною основою щодо вивчення реклами як семіотичних моделей слугують роботи французького семіотика Р. Барта. Він підкреслив принципову відмінність візуальних (іконічних) знаків від знаків вербальних і висунув ідею про уточнювальне значення вербального знака стосовно візуального [6]. Відомою є також думка У. Еко, яка ніби суперечить вищезазначеному: реклама завжди користується візуальними знаками з усталеним значенням, провокуючи асоціації, які відіграють роль риторичних передумов, що виникають у більшості [7].

Основну частину інформації про світ людина отримує через зір, тому образотворча сторона рекламного образу відіграє вирішальну роль при його впливі і сприйнятті. Інші чуттєві образи грають в рекламі ту саму функціональну роль, що і образотворчі, хоча їх місце і роль в сумі чуттєвих сприймань менш значні. Домінуюче значення образотворчої природи образу в рекламі можна пояснити так: «Образ – завжди малюнок, а малюнок – не завжди образ». Для побудови комунікації візуальний образ більш вигідний, ніж слово, оскільки інформаційно він більш насичений. Крім того, образ є успішно апробованим і ефективним інструментом впливу. Слово теж може бути образним, але зміст такого способу визначається досить чітко. Візуальні образи, як правило, більш емоційні, ніж вербальні. Цю властивість образів активно використовують комунікатори. Всі технологічні системи комунікативного впливу обов'язково мають образну побудову. Візуальний образ кращий ще й тому, що для нього не існує мовних бар'єрів, характерних для вербального мовлення.

Семіотично реклама має високий ступінь конотації, яка багато в чому домінує над денотацією. Дана обставина вказує на те, що реклама стає все більш симулятивною, що репрезентує зміни, які відбуваються в характері

культури. Рекламний образ складається з набору семіотичних елементів, але щоб вони отримали правильне дешифрування, необхідні зусилля по створенню семіотичного ряду. На етапі втілення задуму семіотичні елементи рекламного образу матеріалізуються в художні образно-виразні засоби: колір, світло, композицію.

Також в якості семіотичних можна розглянути такі художні засоби, як авторський стиль і прийоми, зокрема режисерські, в структурі аудіовізуальної (телевізійної) реклами. Американський вчений М. Уайт вважав, що образ може існувати тільки в реальному втіленні. Образно-виразні засоби в цьому випадку набувають матеріальну і тим самим чуттєво-сприйняту реальність, здатну порушити відповідні реакції у адресата [8, с. 150]. Отже, предметне буття є привілей втілених образів.

Взаємовплив соціальної реклами та масової культури також є предметом розгляду рекламного образу в семіотичному аспекті. Соціальна реклама – це вид комунікації, орієнтований на притягнення уваги до актуальних проблем суспільства та його моральних цінностей [5].

В Україні згідно з законом «Про рекламу» соціальною рекламою вважається інформація будь-якого виду, розповсюджена у будь-якій формі, яка спрямована на досягнення суспільно корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей і розповсюдження якої не має на меті отримання прибутків [1].

Всупереч комерційній рекламі інформація, подана у соціальній рекламі не є новою та включає у собі соціально важливу ідею або привертає увагу до соціально важливих питань. Неновизна є принципіальною: чим більше одержувач соціальної реклами знає про тему соціального повідомлення, тим сильніше він реагує на нього, тим успішнішою є реклама.

Перша задача соціальної реклами – осмислення. Осмислення питання чи проблеми – це 50% гарного результату, інші 50% – це діяльність, направлена на розв'язання цього питання.

Друга задача – соціальна реклама має містити у собі ідею, та змогу вирішити її. Соціальна відповідальність даного виду реклами проявляється у можливості вибору шляхів розв’язання цієї проблеми або реакції на неї. Вибір завжди є, можливо, людина, яка перебуває у хронічному стресі, складних життєвих обставинах не бачить його, але він є. Нюансом другого завдання є альтернатива, важливість бачення виходу з ситуації та вільного вибору дії. Дуже важливо не тільки візуалізувати ідею, а й вербалізувати її, тому що людина краще засвоює інформацію, коли має досвід схожих відчуттів. Соціальна реклама спричинена соціальними проблемами, які постійно виникають перед будь-яким соціумом. Тематичне поле є схоже у всіх країнах, так як майже всі соціальні проблеми є глобальними, та сумісними для всіх. Отже, проблеми які зачіпає соціальна реклама можна поділити на 4 групи:

1) боротьба з вадами та загрозами, попередження екологічних катастроф або небажаних наслідків, декларація добродійних цілей;

2) декларація цінностей (здоров’я, робота, кар’єра, сім’я, діти, безпека тощо);

3) заклики до перетворень, що базуються на прагненні досягти соціальних та індивідуальних ідеалів;

4) соціальна психотерапія, що застосовується у тих випадках, коли негативні емоційні стани та почуття є масовими (страх, почуття тривоги, хвилювання за власну долю та долю близьких, депресивні стани тощо) [3, с. 113–115].

Місією соціальної реклами є зміна поведінкової моделі соціуму. Соціальна реклама є ефективним засобом боротьби з соціальним злом. Вона змінює ставлення людей до повсякденної реальності, слідом змінюється і поведінка, і формуються нові соціальні цінності. Метою соціальної реклами є гуманізація соціуму та формування моральних цінностей.

В дослідженні А. Л. Стрелковської [4, с. 28] наведено цілісний підхід до класифікації та типізації соціальної реклами в Україні та виділяються такі типи соціальної реклами:

- реклама цінностей, головною метою якої є розповсюдження загальноприйнятих цінностей серед населення взагалі чи конкретної цільової аудиторії;
- реклама місії та цілей організації або закладу, метою яких є розповсюдження інформації про наміри організації у вирішенні якої-небудь проблеми;
- реклама соціальної проблеми, головна мета якої полягає в нагадуванні про проблему або постановці проблеми;
- реклама окремих людей, їх діяльності, методик або форм роботи (наприклад, прийомна сім'я);
- реклама проектів, що інформує про сучасні чи майбутні проекти організації;
- реклама досягнень організації;
- реклама організації в цілому.

Соціальна реклама має у своїй структурі такі складові: емоційну, комунікативну, когнітивну та мотиваційну.

Емоційна складова вміщує у собі малюнки, кольори, голоси та мелодії – все вищезазначене приводить до гарних відгуків отримувача інформації.

Комунікативну складову можна охарактеризувати лозунгом, словом і текстом – це все, що формує міцні «зачіпки» у пам'яті і потім впливає несвідомо у діалозі.

Когнітивна складова – зображена соціально значущою інформацією та символами, що важливо зрозуміти, переглянути, закріпити.

Мотиваційна – робить актуальною проблему, ціннісні установки, інтереси цільової аудиторії – все вищезазначене призводить до формування власного морального кодексу, атитюдів та спонукає до розв'язання проблеми або принаймні бажання розставити крапки над «і» [2, с. 125–126].

Аналіз рекламних повідомлень соціального значення доводить, що в них реалізується також цілий репертуар мовленнєвих прийомів як вербальних знаків. Італійський семіотик У. Еко виділяє в рамках соціальної реклами ті самі

шість функцій мовлення, які були запропоновані Р. О. Якобсоном: референтивна, фактична, металінгвістична, імперативна, найважливішими серед яких є емотивна та естетична [7, с. 226]. Наприклад, реклама в дитячій поліклініці має зображення молодої жінки, яка з посмішкою нахилиється над дитиною у колисці, викликає багато алюзій типу «всі мами люблять своїх дітей», «всі діти люблять своїх мам» і «якщо ця мама годує дитя грудним молоком, то чому цього не робите ви?» Реклама у вигляді «прикладної семіотики» реалізує такий підхід.

Семіотика реклами припускає наявність і розгляд різних варіантів аналізу рекламного повідомлення. Це дає змогу з'ясувати структуру і семантику реклами, усвідомити, на чому заснований її ефект сугестії, а також сконструювати власний рекламний текст, спираючись на його структурні розділи, самостійно аналізувати той або інший тип рекламного повідомлення, виявляючи в ньому переваги і недоліки. У цьому аспекті семіотика соціальної реклами покликана розширити і поглибити знання в галузі, пов'язаній із функціонуванням реклами як знакового, політичного і комунікативного феномена. При цьому семіотика реклами в цілому з необхідністю розуміється як наука про знаки, що є фундаментальною базою для вивчення всіх аспектів реклами, оскільки знаковий характер будь-якої реклами не викликає сумніву. Вивчення таких основних понять семіотики, як текст, знак, інтерпретація, символ, служить основою як для складання грамотного рекламного повідомлення, так і для адекватного прочитання готового рекламного продукту.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про рекламу» від 3 липня 1996 року № 270/96-ВР.
2. Мякота В. Реклама та рекламна діяльність. Х.: Фактор, 2003. 252 с.
3. Соціальна педагогіка: теорія і технології: за ред. І.Д. Звереві. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 316 с.
4. Тимошенко (Стрелковська) А. Л. Соціальна та комерційна реклама: спільне та відмінне. *Соціальна робота в Україні: теорія і практика: науково-методичний журнал*. К., 2006. №2. 50 с.
5. Яненко Я. Социальная реклама как фактор социализации в современном обществе. *Образ*. Вип. 4 (26). 2017. С. 130–137.
6. Barthes R. *Elements of semiology*. New York, 1989. 111 p.

7. Eco U. *Semiotics and the Philosophy of Language*. Bloomington: Indiana University Press, 1984. 242 p.

8. White M. *A Philosophy of Culture: The Scope of Holistic Pragmatism*. New Jersey: Princeton University Press, 2005. 216 p.

Діана Мовчан,

канд. філол. наук

доцент кафедри германської філології

Сумського державного університету

Олександр Сопітько,

студент Сумського державного університету

СПЕЦИФІКА ЛЕКСИЧНОГО НАПОВНЕННЯ АГЛОМОВНИХ БЛОГІВ

В епоху стрімкого розвитку Інтернет-комунікації та пов'язаних з нею технологій соціальні мережі, серед яких і блоги різноманітної тематики, стають основними засобами впливу на світоглядні тенденції сучасного суспільства.

Блог як одна з провідних форм Інтернет-комунікації починає використовуватися не лише в особистісному спілкуванні, а й в політичній, діловій, корпоративній сферах.

Актуальність цього дослідження зумовлена необхідністю вивчення особливостей лексичного аспекту мережевого сленгу на прикладі англомовних блогів.

Головними типологічними ознаками блогу, що відрізняють його від інших інтернет-ресурсів, є авторський, суб'єктивований характер інформації, інтерактивність, періодичне оновлення та доступність і відкритість для широкої аудиторії.

Блог жваво реагує на події життя, підхоплює і відображає нові явища, змінюється в процесі їх перетворень. Мова блогосфери є унікальною і різноманітною, вельми неоднорідною за своїм генетичним складом і ступенем

наближення до фамільярно-розмовної мови, вирізняється яскраво вираженою емоційно-експресивною забарвленістю лексики.

Однією з найбільш популярних форм комерційної та особистісної самореалізації в блогосфері є фешн-блог. Він заключає у собі інформацію щодо стилю, одягу, аксесуарів та інших складових модної індустрії з точки зору їх смислової маніфестації.

Характерною лексичною особливістю авторського фешн-блогу є використання фразеологізмів та ідіом, що наділяють мову фешн-блогерів експресивністю, емоційністю, оцінністю, додають неформальності, що, як наслідок, активізує емоційно-чуттєве сприйняття контенту фешн-блогу. Разом з тим фразеологічні одиниці виступають в якості досить лаконічних засобів передачі інформації, апелюючи до загальнофонових знань адресата [1]:

to strike a pose – to take a particular posture in order to impress;

to be dressed to kill – to wear something with an intention to stand out / impress people and be noticed;

to have an eye for fashion – to have a good taste and know what is “in fashion” and what is not.

Іншою характерною особливістю лексичного наповнення авторського блогу є використання соціально- та професійно-орієнтованої лексики різного функціонально-стилістичного статусу, тобто сленгу.

О. О. Селіванова трактує поняття сленгу як нелітературну, невнормовану та некодифіковану лексичну підсистему мовних одиниць, яка представляє собою експресивно-оцінні, стилістично марковані позначення загальновідомих понять і належить певній соціальній субкультурі з метою досягнення групової ідентичності [2, с. 39]:

lurker - someone who regularly reads a blog but does not leave comments;

catwalk - a narrow flat platform, used by models to present designer clothes;

DIY - acronym for “do it yourself,” referring to creating something yourself and making a blog post (tutorial) instructing others on how to make it, step-by-step;

jump - creating a “jump” means adding in a link so that your visitors see a summary of your blog post with a read-more link for them to click on should they wish to view the whole post.

Інтегративним елементом блогосфери є слова, словосполучення та цілі вирази, запозичені з французької мови, оскільки, як відомо, Франція була та залишається одним із світових центрів моди:

Haute Couture - exclusive, custom-fitted high fashion clothing as produced in Paris, and imitated in other fashion capitals such as New York, London, and Milan;

je ne sais quoi - is used to refer to a woman who has an unnamable appeal about her);

ombré - a gradual change of one shade from dark to light (also referred to as *degrade*);

trompe l'oeil - to fool the eye – an artistic technique where realistic imagery is used so to appear three dimensional.

Керуючись думкою дослідників і експертів, до лексичних одиниць, які вже сьогодні входять або можуть увійти в найближчому майбутньому до списку найуживаніших у сфері фешн-блогів, можна віднести такі лексеми: *attention o detail, I die, breezy, maven, celeb, maxinista, coloration, must have, couture, onesie, diva, passion for fashion, edge, recessionista, edgy, savvy, fabrication, soo cute, fashionista, style icon, feminine, trendy, flirty, uber, floaty, vintage / retro, flouncy, vixen, frockstar, yummy* [3].

Створенню ефекту новизни, несподіванки, впливу на адресата сприяє вживання таких описових прикметників, як:

amazing: astounding, mind-blowing, electrifying, impressive, stunning, shocking, phenomenal, remarkable, awe-inspiring, thrilling;

chic: current, elegant, sharp, smart, sophisticated, refined, studied, urbane;

classy: posh, prim, ritzy, trim, turned out, glossy, tasteful;

cool: fresh, refreshing, snappy, clever, keen;

cute: charming, delightful, pretty, sweet, darling, fetching, precious;

easy: natural, accessible, effortless, leisurely;

excited: ebullient, elated, fired up, jubilant, overjoyed, pleased, tickled, flushed, reveling;

fabulous: breath-taking, outrageous, marvelous, spectacular, striking, superb;

fancy: frilly, frou frou, sumptuous, showy, ornate, embellished, deluxe, lavish, rich;

simple: light, clean, straightforward, uncomplicated, stark; Stylish: dashing, dressed to kill, jazzy, jaunty, a la mode;

vintage, retro: dated, nostalgic, evocative та ін.

Таким чином, лінгвістичні засоби, які використовуються авторами блогів, з одного боку, виконують інформативну функцію, транслуючи особистісне ставлення блогера до питань певної тематичної спрямованості. З іншого боку, вибір лінгвістичних засобів демонструє інтенції автора створити контент для широкої цільової аудиторії, управляти її думкою, апелювати до емоційно-сенсорного сприйняття дійсності, а також не тільки ініціювати і підтримувати діалогічне спілкування з адресатом, але й мотивувати та стимулювати його до здійснення певних дій.

Список використаних джерел:

1. Козьмик, Г. О. Світ сучасної людини в контексті мовних змін. Інноваційні процеси у лексичній системі англійської мови на межі XX і XXI століть. Запоріжжя : КПУ, 2007. 142 с.
2. Селиванова Е. А. Псевдозаимствование как способ номинации компьютерного сленга. *Мовознавчий вісник*. 2015. № 20. С. 38–43.
3. Blood R. *Weblogs: A History and Perspective*. The 50s Most Powerful Blogs. Cambridge, 2000. 57 p.

Катерина Колодяжна,

студентка Сумського державного університету

«СЕКРЕТИ» БЛИСКУЧОГО ЛІТЕРАТУРНОГО ХОРРОРУ

Століттями письменники, а пізніше й майстри кіноіндустрії, намагалися віднайти, у чому полягає секрет людського страху, бо ці нічим не замінні відчуття викликали тривогу, душевне напруження, нагнітання жаху, очікування ефекту на межі дійсності й видимості. Така література завжди була популярною.

Відомо, що жанр жахливої літератури походить з фольклорних та релігійних уявлень про потойбіччя, смерть, демонічні прояви, а його розквіт припадає на другу половину XVIII – початок XIX ст. Які тільки жанри / різновиди не вживали у різні епохи: кладовищенська поезія, роман жахів, «чорний роман», готичний, темний романтизм, історії з привидами, фентезі, триллер! Останнім часом з'явився хоррор (*horror literature*), з англ. – «література жахів». Хоррор має на меті налякати читача чи глядача, вселити почуття тривоги, створити атмосферу жаху або болісного очікування жахливого. Ідею про те, що хоррор – емоція, тільки емоція «культурно» виведена в межах літературних традицій, висловив Д. Вінтер – укладач антологій хоррора, літературний діяч і кінокритик: «Хоррор – це не жанр, як містерія, наукова фантастика чи вестерн. Хоррор – це емоція» [Цит. за: 4, с. 132].

Дослідженню «жахливої» літератури присвячені роботи зарубіжних науковців (М. Касл, Д. Стрінаті, Г. Т. Мілхорн, К. Гелдер, Д. Д. Джонсон, Х. Ф. Лоувкрафт, Т. Тодоров, В. Е. Вацуро, Д. Халаєва). Серед вітчизняних – праці О. Ю. Білоус, Л. В. Мацапури, І. В. Лімборського, М. С. Парфьонова, С. Ф. Левітас, О. В. Розумовської, І. В. Качуровського, Т. М. Тимошенкової, Ю. А. Кравчука, О. Є. Артем'єва, Є. В. Жаринова, С. Г. Шурми. Моторошні

сюжети творів Миколи Гоголя стали темами досліджень Л. А. Булаховського, Н. Крутікової, Ю. Я. Барабаша, Л. А. Дереша, Ю. І. Сурая, І. А. Єсаулова та ін.

Хоррор у кіно й літературі у наш час очолює список найпопулярніших жанрів, приваблюючи глядачів і читачів з усіх куточків світу. Однак не кожному митцеві вдається розібратися із принципами цього нелегкого мистецтва й за допомогою вдалих інструментів створити жаский шедевр: уміло підібрати слова, художні засоби, стилістичні прийоми, правильно розташувати повороти сюжету й змалювати персонажів, що запам'ятовуються. Усе це вимагає обізнаності у психології страху, у чому й полягає *актуальність нашого дослідження*.

Мета розвідки – на основі аналізу творів «Екзорцист» Вільяма Блатті та «Вій» Миколи Гоголя визначити основні «секрети» створення успішного літературного твору в жанрі хоррор та з'ясувати способи їх втілення за допомогою мовних засобів.

Завдання дослідження: порівняти стиль написання моторошних сюжетів зарубіжного та вітчизняного авторів; визначити головні «таємниці» написання жаских творів; з'ясувати, які саме мовні одиниці, стилістичні засоби і художні прийоми варті при написанні літератури жанру хоррор.

Виклад матеріалу. Книга «Екзорцист» («The Exorcist») стала одним із бестселерів 1971 року, а в 1973 на її основі був знятий один з найлегендарніших фільмів за всю історію кінематографу, що був номінований на 10 премій «Оскар» та отримав дві з них.

У чому ж полягає феномен такого бурхливого успіху цього роману? По-перше, він написаний на основі реальних подій, що вже викликає неабиякий інтерес читачів. Подібний випадок стався з хлопчиком Роландом Ханкелером у 1949 році в Меріленді. Саме правдоподібністю письменники часто і досягають бажаної популярності. По-друге, Вільям Блатті використав один з надійних засобів для приваблення уваги читача – застосування містичного і паранормального, що віками цікавило людство, і до цього часу залишається

нерозгаданою таємницею. По-третє, автор розгорнув повноцінний сюжет навколо моторошної історії, тим самим занутивши читача у свою книгу.

Часто хоррор-історії подають без будь-якого супроводу, вважаючи, що сама лише містична розповідь стане фактором успіху. Однак митці повинні «затягувати» читача у твір шляхом надання деталей, опису інтер'єру та екстер'єру, додаткових історій героїв, виявлення атмосфери, як це і вдалося зробити Вільяму Блатті.

Якщо звернутися до повісті Миколи Гоголя «Вій», можна помітити багато схожих методів із попереднім романом. Як і в «Екзорцисті», у цьому творі використана містична основа, що спирається на міфи про відьом, нечисту силу та, звісно, самого Вія, котрий є витвором народної уяви: «...так звать українці старшого над гномами, що в нього повіки на очах спускаються аж до землі. Оця вся повість і є народний переказ. Мені не хотілося змінювати його, тому розповідаю майже так само просто, як і сам чув...» [3]. До того ж Гоголь теж детально описував усі супровідні сюжетні лінії, побут, зовнішній вигляд героїв, будівлі тощо. За рахунок цього читач потрапляє на місце події, разом з головним героєм переживаючи страх. Унікальною особливістю творчості Миколи Гоголя є те, що у своїх творах він змушує читача заінтриговано й злякано чекати кінцевої розв'язки. Згадаймо, як поступово Хома Брут переживає три ночі в церкві: автор описує час перед і після кожної з них, тим самим спонукаючи читача здогадуватися, що ж буде далі, і чекати появи нечисті разом з головним героєм.

Спираючись на аналіз згаданих вище творів, можемо запропонувати деякі «секрети» створення літератури жанру хоррор.

1. *Наявність яскравого, часто архетипного персонажу* на зразок такого, як вампір, перевертень, зомбі, чудовисько, божевільний вчений, демон, привид, вічний мандрівник, серійний убивця, психопат, одержима людина чи антихрист [1]. У повісті «Вій» це не один, а ціла група подібних героїв, а саме: всілякі варіації нечисті, починаючи зі вже звичної відьми й закінчуючи містичним Вієм.

2. *Таємниця, котру читач розгадує разом з героєм.* Саме такий принцип найчастіше використовується у кіноіндустрії, літературі та навіть музиці, адже в його основі лежить людський страх перед невідомим, який на підсвідомому рівні мають майже всі. Нерозуміння того, що відбувається чи відбудеться, обов'язково призведе до напруженості читача за умови, якщо воно не межує з відсутністю розуміння ситуації в цілому.

3. *Стрімке розгортання подій та їх сповільнення на місці інтриги.* Безперечно, якщо «розбавляти» приступ одержимості дияволом описами інтер'єру кімнати, читач буде відволікатися і вже не зможе відчутти себе на місці героя. На противагу, коли дії відбуваються у занадто швидкому темпі, читач не встигає злякатися і перечитує один момент декілька разів, щоб зрозуміти суть. Ось як майстерно цей «секрет» використав Вільям Блатті: «– Ты существуешь на самом деле? – Да. – Как часть Реганы? – Нет. – Ты ее любишь? – Нет. – Ты ее ненавидишь? – Да. – Это имеет отношение к ее родителям? – Нет. – К ее друзьям? – Нет. – Но ты ненавидишь ее? – Да. – Ты наказываешь ее? – Да. – Ты хочешь причинить ей боль? – Да. – Убить ее? – Да» [2] (відповіді на моторошні питання читач розуміє швидко, за рахунок чого досягається ефект присутності на місці цього «допиту»).

4. *Паралельне зображення жахаючих подій та вчинків самого героя.* Надважливо описувати не лише жаский інцидент, але й те, що в цей момент робить головний герой, адже він не може стояти, просто спостерігаючи за усім, і, до того ж, читач у цей час відчуває себе на його місці. Так, у романі «Екзорцист» автор описує паралельно і процес вигнання диявола священиком, і ефект промовлених молитов на дівчинку: «*Мычание становилось все сильнее, заставляло тело содрогаться, проникало в каждую клеточку, в каждый нерв. – Господи, создатель, отец наш... – Мэррин спокойно вытянул руку и прижал орарь к шее Реганы: – И сатана был низвергнут с небес и упал на землю, повергая в ужас...*» [2].

5. *«Пастка» для читача, а саме – опис удаваної безпеки і періоду спокою, після якого відразу настає кульмінація жаского дійства.* Цей метод

використовують найчастіше в кіноіндустрії, але він бере початок у літературі. Згадаймо, як описував Микола Гоголь першу ніч Хоми у церкві: *«А що, як підведеться, а що, як устане вона? – Та домовина і не зворухнулася. Хоч би згук який, якась там душа жива, нехай би цвіркун обізвався в кутку... Тільки ледве чулося легке потріскування якоїсь віддаленої свічки, та часом стиха ляскала воскова краплина, впавши на підлогу. «А що, як устане?..» Вона підвела голову...»* [3]. Зауважимо, що такий прийом виконує роль музики, яку неможливо вставити у книгу на противагу фільму. Тиша відіграє роль спокійної музики для читача, а різка подія – шумної й голосної, за рахунок чого навіть під час читання книги можна відчувати так званий «музичний супровід».

Звісно, це ще не всі «секрети», які письменники, режисери і композитори використовують для створення хоррор-шедеврів. Проте в основному саме вони відповідають за страх читачів і глядачів, котрі ще довго пам'ятатимуть моторошні моменти, навіть не підозрюючи, як вміло ними управляли за рахунок простої людської психології.

Проаналізувавши два літературних шедеври та визначивши використані в них прийоми, можемо з'ясувати, які мовні елементи найкраще підходять для опису страхітливого моменту у творах хоррору.

По-перше, такими є слова, що автоматично викликають асоціацію у кожного читача з чимось жахливим: «смерть», «вбити», «кров», «нечисть», «диявол», «крик» тощо. По-друге, надійними засобами є короткі прості речення, які часто складаються з одного-двох слів. Ось як такий засіб використовує Вільям Блатт: *«Крис об'яснила. На другий день после дня рождения она вдруг заметила резкую перемену в поведении и настроении дочери. Бессонница. Раздражительность. Приступы злости. Она разбрасывала вещи. Кричала без причины. Не ела. Вдобавок ко всему у нее появился избыток энергии. Она постоянно двигалась, бегала, топала ногами, прыгала и ломала вещи. Совсем не занималась уроками. Выдумала себе несуществующего друга»* [2]. По-третє, до числа найбільш вживаних символів, що оформляють сюжет тексту в жанрі хоррор, належать об'єкти, котрі

відгороджують щось від сприйняття героя, а отже, і від читача, зануреного у текст [5]. Наприклад, у повісті «Вій» Гоголь приховує справжню суть містичних героїв: «Філософ хотів одитовхнути її руками, та на своє диво зауважив, що руки його не можуть ізнестись, а ноги не ворухнуться... Він чув, як калаталося йому серце; він бачив, як стара підійшла до нього, склала йому руки, нагнула йому голову, скочила, немов кішка, йому на спину, оперезала його мітлою по боці, і він, басуючи, як верховий кінь, поніс її на своїх плечах... Чи він бачить це, чи марить? Чи це на яві, чи сниться? А що там далі? Вітер чи музика? Дзвенить і лине, і наближається, і пронизує душу якоюсь нестерпною треллю...» [3].

Висновки. Беручи до уваги все вищезгадане, можемо підсумувати: як зарубіжні, так і вітчизняні автори для створення хоррор-шедеврів користувалися майже однаковими «секретами», заснованими на психології людського страху. А завдяки вдало підібраним мовним засобам, їм вдалося втілити моторошні сюжети, налякавши декілька поколінь читачів. Проте дослідження хоррору варті подальшої уваги. Необхідно вивчати феномен страху та його втілення, щоб забезпечити увагу читача / глядача до творів мистецтва.

Список використаних джерел:

1. Prohaszkova V. The Genre of Horror. *American International Journal of Contemporary Research*. 2012. Vol. 2, no. 4. P. 132–142. URL: http://aijcrnet.com/journals/Vol_2_No_4_April_2012/16.pdf (date of access: 26.03.2021).
 2. Блэти У. П. Изгоняющий дьявола / пер. з англійської М. Яковлева, М. Павлова, А. Ячменев. Эксмо, Домино, 2004. 384 с. URL: http://loveread.ec/view_global.php?id=25537 (дата звернення: 26.03.2021).
 3. Гоголь М. В. Вій. Київ. 1989. 164 с. URL: <https://www.ukrlib.com.ua/world/printit.php?tid=14&page=2>.
 4. Мігунова О. Д. Особливості відтворення українською мовою художньої репрезентації атмосфери жаху в романі Стівена Кінга «Протистояння». *Мовні і концептуальні картини світу*. Випуск 2 (64). 2018. С. 131–137.
 5. Собирова Д. Особенности текстовых средств в жанре «хоррор». *Синтез науки и общества в решении глобальных проблем современности: сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции*. 2017. С. 150–152. URL: <https://ami.im/sbornik/MNPK-167-3.pdf#page=150> (дата звернення: 26.03.2021).
- Науковий керівник:* І. Р. Жиленко, доктор філологічних наук, доцент кафедри журналістики та філології СумДУ

Ірина Кобякова,

канд. філол. наук

професор кафедри германської філології

Сумського державного університету

Сідаш Кирило,

студент Сумського державного університету

ПОРІВНЯЛЬНО-ІСТОРИЧНИЙ МЕТОД В МОВОЗНАВСТВІ

Мова є найважливішим засобом людського спілкування. Немає жодного виду діяльності, в якому б не застосовувалася мова (в будь-якому з її проявів) для вираження думок, почуттів і волі, для досягнення взаєморозуміння між людьми. Наука, яка вивчає мову називається мовознавство, або лінгвістика. Для вивчення мов використовуються різні методи, в залежності від мети досліджування.

Актуальність дослідження полягає в ефективності порівняльно-історичного методу в питанні вивчення історичного розвитку мов, а також існуванням невивчених фактів, котрі можуть доповнити будь-яку з мов. Принцип історизму в мовознавстві передбачає розуміння мови, як явище, що розвивається, починаючи з ранніх етапів її формування і закінчуючи останніми етапами, або перспективами її подальшого розвитку.

Вивченням порівняльно-історичного методу займалися такі дослідники: Ф. Бопп, Я. Грімм, Р. Раск, О. Востоков, В. фон Гумбольдт, Х. Штейнталь, А. Шлейхер, Ф. де Соссюр та ін.

Метою дослідження є розгляд особливостей порівняльно-історичного методу, його застосування на практиці.

Для реалізації зазначеної мети були поставлені такі *завдання*:

- Дати визначення поняттю “порівняльно-історичний метод”
- Визначити основні прийоми порівняльно-історичного методу

- Розглянути застосування порівняльно-історичного методу на прикладі слов'янських мов

Порівняльно-історичний метод являє собою сукупність прийомів та процедур історико-генетичного дослідження мовних сімей, груп, окремих мов з метою встановити закономірність їх розвитку [4]. Основа методу - відтворення раніше не зафіксованих на письмі мовних фактів. Робиться це шляхом порівняння вже відомих фактів декількох (переважно двох) мов. Базується метод на порівнянні різних явищ споріднених мов та їх розгляд через призму історизму.

Порівнюючи мови, можна виявити їх спорідненість і зробити висновок, що вони походять з одного джерела – прамови. Також існують різні рівні спорідненості мов: так вони можуть об'єднуватися в сім'ї, групи, підгрупи [3]. Відмінності споріднених мов можна пояснити виключно їх безперервним розвитком впродовж історії. Закономірними можна вважати і зміни звуків, так флексії та корені залишаються незмінними впродовж довгого часу, завдяки чому є можливість реконструювання архетипів.

Об'єктом методу є споріднені мови – ті мови, що мають спільного предка. Головним завданням методу вважається відкриття законів розвитку споріднених мов в минулому[1, с. 12].

Саме за допомогою цього методу є можливим відтворення давно втрачених, або не зафіксованих на писемності таких одиниць мови, як фонеми, лексеми, їх форм та значень. Основуючись на порівняльно-історичному методі, вченими був зроблений висновок, про існування в минулому індоєвропейської мови, а також спільнослов'янської, з якої пішли всі нині відомі слов'янські мови. Ще однією заслугою методу можна вважати створення етиммоогічних словників, також відкриття історичних та порівняльно-історичних граматики[1, с.13].

Як вже було зазначено раніше, головною метою порівняльно-історичного методу є відкриття законів розвитку мов у минулому. Для реалізації цієї мети зазвичай проводяться наступні дії: відтворюється модель прамови,

досліджується історія її членування на окремі мови, а потім і розвиток конкретних мов.

Якщо мова йде про прийоми порівняльно-історичного методу, то спочатку визначається генетична належність мовних явищ конкретної мови, потім встановлюється система відхилень та відповідностей цих явищ (на різних рівнях), моделюються вихідні праформи, просторова та хронологічна локалізація явищ і потім, на цій основі, здійснюється генеалогічна класифікація мов [1, с. 13]. Після того, як відповідники на всіх рівнях мови були встановлені, може бути відтворена головна головна і найважливіша процедура порівняльно-історичного методу – реконструкція морфологічних архетипів та звуків. Таке порівняльне вивчення мови дало можливість встановити регулярну відповідність одних звуків іншим.

У різних споріднених мовах: [o] — [a] — [e], [ɣ] — [ʒ] — [z], [oi] — [ei] — [e] — [i], [k] — [ç] тощо [4]. Таким чином ми можемо простежити появу поняття фонетичного закону (регулярні відповідності у звуках спільних за походженням слів). Навіть давні архаїзми підпадають під правила фонетичних законів. Отже, можна сказати, що постійна еволюція мов є доказом їх спорідненості, а фонетичні закони - доказом їх спадковості.

Розрізняють прийоми зовнішньої і внутрішньої реконструкції. Прийом зовнішньої реконструкції передбачає вихід за межі однієї мови і обов'язкове вивчення матеріалів споріднених, в той час як для прийома внутрішньої реконструкції, достатньо даних тільки однієї мови.

Також досить поширеним є прийом відносної хронології. Його метою є лише встановлення послідовності виникнення різних мовних явищ, коли точний час можна опустити.

Так, в українській та інших слов'янських мовах є рефлексі трьох палаталізацій задньоязикових [ɣ], [k], [x], тобто переходу цих звуків у певних умовах у звуки [ʒ], [ç], [ʃ] і [z']» [ç'] > [ç'] (друг — дружити — друзі, рука — заручитися — на руці тощо). Яка з цих палаталізацій виникла раніше, доводиться на основі того, що форма кличного відмінка отьче не могла

виникнути з початкової форми отьць, оскільки переходу [ц] -> [ч] немає; у час утворення кличної форми отьче в називному відмінку повинен був стояти звук [к], а це означає, що форма отець (перехід [к] —> [ц]) з'явилася після форми отьче (переходу [к] —> [ч]). В. О. Богородицький пояснив відсутність переходу [є] в [о] в словах дед, отец і наявність його в слові полеш тим, що перехід [є] в [о] відбувся до переходу [ь] в [є] (дѣдь) й отвердіння [ц] (отьць). Тут явища одне щодо одного мають різну хронологію [4].

Хоч основна направленість порівняльно-історичного методу - вивчення минулих мов, він може бути ефективно використаним і у вивченні сучасних. Обґрунтовується це тим, що завжди є невивчені факти, які можуть доповнити будь-яку мову.

Враховуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що порівняльно-історичний метод - це метод вивчення мови, шляхом дослідження споріднених їй інших мов. Головною метою методу є вивчення законів, за яким розвивалися мови у минулому. Основними прийомами порівняльно-історичного методу є реконструкція звуків - встановлення відповідників на всіх рівнях мови і прийом відносної хронології - встановлення послідовності виникнення різних явищ у мові. Отже, роль порівняльно-історичного методу у вивченні мов неможливо переоцінити, і по сьогоднішній день він залишається невід'ємною частиною мовознавства.

Список використаних джерел:

1. Вступ до мовознавства: підручник / М.П. Кочерган. 2-ге вид. К.: ВЦ «Академія». 2010. 368 с.
2. Мельничук О. С. Аспекти методології лінгв. досліджень. Мовознавство, 1986, № 1. URL: <https://megapredmet.ru/1-80699.html>
3. Швачко С.О. Вступ до мовознавства: конспект лекцій / С.О. Швачко, І.К. Кобякова. Суми: СумДУ, 2003. 112 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/2510>
4. Кодухов В. И. Общее языкознание. М.: 1974. С. 202–281. URL: <https://uploads.philology.by/logo/koduhov.pdf>

Ірина Ущатовська,

канд. філол. наук

старший викладач кафедри германської філології

Сумського державного університету

Анна Білогур,

студентка Сумського державного університету

ЛІНГВІСТИЧНИЙ СТАТУС ВУЛЬГАРИЗМІВ У СУЧАСНІЙ АНГЛОМОВНІЙ ХУДОЖНІЙ ЛІТЕРАТУРІ

Трактування терміну «вульгаризм», визначення лінгвістичного статусу богохульств та вульгаризмів – нецензурних слів та виразів з позначкою «табу» в словниках є особливо актуальними в наш час, коли в художній літературі все частіше вільно вживаються нецензурні та непристойні слова й вирази не тільки в мові чоловіків, але й в мові жінок та навіть дітей.

Метою запропонованої лінгвістичної розвідки є вивчення стилістично забарвленої лексики, а саме вульгаризмів, та визначення їх лінгвістичного статусу в художньому тексті.

Будь-яка мова соціальна за своєю природою і саме тому вона не може існувати та розвиватися поза суспільством: використання мови пронизує соціальне життя, водночас елементи соціального життя складають істотну частину способу використання мови. Мова, перш за все, є засобом спілкування між людьми, які активно впливають на формування її лексики. Також не слід забувати, що мова є знаковою системою зі своїми внутрішніми законами функціонування. У будь-якій розвиненій мові одна і та ж думка може бути висловлена по-різному в залежності від контексту.

Відомо, що частота вживання різних слів у мові неоднакова. Відмінність їх використання полягає в характері самих слів. Слова, які нічим особливим не відрізняються, не викликають ніяких асоціацій та є стилістично нейтральними, незамінні в процесі комунікації, і, навпаки, слова зі специфічним значенням,

певним стилістичним забарвленням, використовуються нечасто і лише в спеціальних сферах спілкування.

З перспективи стилістики поділ слів на дві групи – стилістично нейтральні та стилістично забарвлені – є головним в їх диференціації [2, с. 66]. Проте зазначена дихотомія нестабільна, оскільки з плином часу стилістична конотація слів зазнає змін. Отже можна говорити про конкретну стилістичну стратифікацію лексики тільки в синхронному плані. Виходячи зі сфери можливого вживання, словниковий склад сучасної англійської мови можна розділити на три нерівномірні групи. З одного боку, це найбільша група – нейтральні слова, що не мають стилістичного забарвлення та підходять для будь-якої комунікативної ситуації; з іншого боку – дві менші групи стилістично забарвлених слів: літературна лексика та розмовна лексика [1, с. 53].

Літературні слова слугують для спілкування в офіційній, науковій або поетичній сфері; розмовна (нелітературна) ж лексика використовується в неофіційному щоденному спілкуванні. Розмовні слова або колоквіалізми надають повідомленням відтінок неформальності, неофіціальності. Крім загальних розмовних слів, що широко вживані носіями мови в їхній щоденній комунікації (*dad, kid, cronu, fan, folks etc*), існують спеціальні групи розмовної лексики, а саме: сленг, жаргони, діалектизми.

До нелітературного шару лексики належать також і так звані вульгаризми. Як відомо, термін вульгаризм має цілий ряд тлумачень. Т. Харлі, наприклад, вважає, що під цей термін зазвичай підпадають народні слова та вирази, нечемні слова, сільська мова і, нарешті, грубі слова та вирази, «які в силу свого непристойного характеру перебувають на межі між лексикою, що заносять до словника, і такою, що, задля дотримання пристойності, має залишитися поза словником» [3, с. 232].

У свою чергу, Е. Партрідж обмежує значення терміна «вульгаризми», зазначаючи, що вони бувають двох видів: слова нав'язані одному соціальному класу нижчим класом або такі, що завезені з «торгівлі до вітальні» – як

правило, хороші, хоча іноді непотрібні; і вульгаризми – слова, які, належать або до діалекту, або до звичайної ідіоматичної мови. Вони позначають такі об'єкти, процеси, функції, дії або тенденції, про які зазвичай не згадують ввічливі люди, та які майже ніколи не вживаються під цими назвами у колі поважних людей вищого, середнього, або нижчого класу [5, с. 171].

Ознакою лексичних вульгаризмів є грубість, що межує з непристойністю. Це лайливі слова, до яких належать неприйнятні, нецензурні, недруковані слова, які критикуються нормами етики (з 24 англійських *taboo words* 10 вважаються вкрай непристойними) [3, с. 247]. Це, як правило, лайливі слова: *damn, bloody, son of a bitch, hang it, to hell, riff-raff* (зневажливе звернення до людей з нижчих соціальних прошарків – «покидьки суспільства»), *yellow* (образливе слово, що описує людей з країн Південно-Східної Азії) і таке інше [4, р. 57].

Деякі нецензурні слова отримують сучасний ярлик «табу» в процесі їх вживання як цілком пристойних слів. Такі функційно-стилістичні зрушення слід завжди брати до уваги під час лінгвістичного аналізу та перекладу текстів класичних авторів, оскільки тільки діахронічний підхід може відновити реальну стилістичну конотацію того чи іншого слова [5, с. 148].

Вульгаризми досить обмежені у вживанні. Ці грубі слова з сильним емоційним зневажливим навантаженням є неприпустимими для ввічливого спілкування за законами суспільної етики. Однак остання змінюється з плином часу і, відповідно, слова, що колись вважалися вульгарними, сьогодні є цілком прийнятними в суспільстві. Наприклад, такі слова, як *bloody, damned, cursed, hell of*, які раніше були виключені з літературної та розмовної англійської мови, зараз не тільки вітаються, а й через часте вживання втратили більшу частину свого емоційного впливу.

У сучасній західноєвропейській та американській прозі більшість слів, які раніше вважалися вульгарними та непристойними для спілкування в суспільстві, включаючи «*four-letter words*», стали прийнятними для існуючої моралі, етичних стандартів та цензури [3, р. 243]. Слова-вульгаризми можна

зустріти у прямій мові персонажів художніх творів. Призначення їхнє таке ж, що і у вигуків – передавати сильні емоції (роздратування, гніву тощо).

Список використаних джерел:

1. Заводна Л. Сучасний погляд на молодіжний сленг. *Нова педагогічна думка*. 2014. № 1. С. 52–55.
2. Маковський М. М. Мовна сутність сучасного англійського сленгу. Вінниця: Нова книга. 2000. 160 с.
3. Harley T. *The Psychology of Language: From Data to Theory*. N.Y.: Psychology Press. 2008. 602 p.
4. Harley, T. *Talking the talk: Language, psychology and science*. UK: Psychology Press. 2009. 147 p.
5. Partridge E. *Slang Today and Yesterday*. N.Y.: William Press. 2007. 484 p.

Олена Ємельянова,

канд. філол. наук

доцент кафедри германської філології

Сумського державного університету

Альона Бублик,

студентка Сумського державного університету

ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИСЛОВЛЮВАНЬ

ПРЕЗИРСТВА В АНГЛОМОВНОМУ ДІАЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ

Актуальність теми зумовлена спрямованістю лінгвістичних досліджень на виявлення реалізації конфліктних і некооперативних комунікативних стратегій задля досягнення цілей у спілкуванні. *Мета розвідки* полягає у дослідженні прагматичних особливостей висловлювань презирства в англomовному діалогічному дискурсі.

Презирство – негативне почуття людини, яке постає по відношенню до співрозмовника та показує якості, які комунікант визнає негативними, відповідно сприймає їх загально неприйнятими. Саме через уживання презирливих висловлень чи певних невербальних засобів учасники комунікативного акту порушують етикетні норми спілкування, розпалюючи

ворожі настрої у співбесідників, не звертаючи уваги на раніше табуйовані теми для колективного обговорення для демонстрації своєї переваги.

До чинників, які викликають вербальну агресію, психологи відносять дратівливі фактори (біль, спеку, шум тощо), неприємні емоційні переживання, потреба в самозахисті.

Невербальні компоненти на позначення презирства репрезентують численну систему засобів невербальної комунікації, насамперед із галузі окулесики (мова очей, візуальний контакт), кінесики, до якої відносять комунікативно значущі жести, рухи тіла, міміки (виразні рухи обличчя), паралінгвістики (різні голосові модуляції, темп мовлення, висота тону, ритм), проксемики (комунікативно значущі просторові параметри поведінки, тобто відстань між комунікантами, розташування по відношенню один до одного у процесі мовленнєвої взаємодії) [2, с. 5].

Кооперативний діалог – це спілкування мінімум 2 особистостей, які зацікавлені в становленні та продовженні спілкування між ними.

Некооперативний діалог – спілкування мінімум 2 особистостей, але одна з яких або обидві не зацікавлені в продовженні спілкування між ними, або не тільки не зацікавлені, а й прагнуть до припинення цього діалогу. Некооперативний тип мовлення характеризується перебиваннями співрозмовника, образами, частим відволіканням, не бажанням співрозмовника концентруватися на важких моментах тощо.

Перебивання іншої людини – є одним із типів одночасного мовлення співрозмовників. Особливостями перебивань та їх вживання в мовленні вивчали багато вчених, а саме: К. Murata, J. Goldberg, С. W. Kennedy, С. Т. Camden, Н. Sacks. Проаналізувавши праці згаданих вчених, перебивання характеризується такими видами: кооперативні та некооперативні. Некооперативні перебивання виражають владу співрозмовника, його домінування, незгоду та небажання продовжувати бесіду. Завдяки перебиванням цього типу, мовець самостверджується, демонструє свій статус, показує незацікавленість обраною темою бесіди. Такі перебивання є проявом

соціальної та комунікативної домінанти, та, відповідно, вони спрямовані на обмеження комунікативної свободи співрозмовника і виступають перешкодою у спілкуванні. Кооперативні перебивання, навпаки, є доказом того, що співрозмовник зацікавлений у бесіді, у налагодженні контакту та свідчать про взаємодію у спілкуванні.

Підтримання бесіди із додаванням перебивань доречно тоді, коли один із співрозмовників потребує відчуває потребу в допомозі та не має можливості доречно висловити свою думку, а той, хто перебиває комуніканта, завдяки слову або фразі, надає йому «невідкладну допомогу».

Експліцитне вираження презирства – це точність та повнота формулювань, явна форма вираження свого ставлення «відкритим текстом», нічого не приховуючи.

Імпліцитне вираження презирства – вираження, яке не має словесних висловів, але мається на увазі та розуміється співрозмовником завдяки експліцитним діям, виражається і досягається адресатом за допомогою експліцитної поведінки та контексту.

В художній літературі імпліцитність презирства демонструють ремарки автора, а експліцитність репліки героїв.

Проявом імпліцитності презирства є іронія. Іронія – це підтип комічного глузування, який характеризується через гостре висміювання, коли за вербальним позитивним коментарем приховується заперечення та насмішка. В результаті дослідження виділено такі типи іронії презирства:

1. засвідчення наявності певної ознаки у особи, яка насправді відсутня;
2. фальшива оцінка ознаки, яка підтверджується наявністю певної властивості у людини та виражається позитивною оцінкою цієї властивості, але загальновідомо, що ця властивість є негативною.

Існує декілька підходів до уточнення імпліцитності презирства з точки зору відображуваності. Так, О.Бондарко вважає, що імпліцитні елементи

презирства не виражені та не можуть бути вираженими явно, вони стають зрозумілими з інших експліцитно виражених засобів [1, с. 24].

Таким чином, розуміємо, що в процесі спілкування можна дізнатися набагато більше інформації з висловлювань, ніж в ньому виражено. Експліцитна значимість не складає настільки ж важливої частини висловлювання, ніж імпліцитна, адже остання доповнює значення та показує співрозмовнику справжнє відношення.

Сама репліка співрозмовника може містити лише констатацію факту, але його подальшою метою є передача імпліцитної вивідної інформації, а кінцевою метою – той чи інший когнітивний вплив на співрозмовника. Цілеспрямованість висловлювання належить його імпліцитному змісту – підтексту. Так зазвичай буває, коли висловлювання «має силу» спілкування, загрози, попередження тощо.

Отже, презирство є комунікативним планом, намір суб'єкта демонструється вербальними та невербальними засобами комунікації, які втілюють осудливу оцінку об'єкта (ситуації, події, предмета, людини) та негативне ставлення до об'єкта за допомогою тактик вираження невдоволення. Завдяки експліцитності співрозмовники виражають своє презирство більш відкрито, «нічого не приховуючи», тому їм простіше зрозуміти ставлення один до одного. Але однією з найбільш таємничих особливостей мови можна вважати імпліцитність. За її допомогою висловлюють явно не виражене, приховане презирство, але необхідне для порозуміння мовців справжнього ставлення співрозмовців. Імпліцитне вираження презирства визначається залученням співрозмовника до розуміння через логічні співставлення, підсумування, крім того, покращує ефективність впливу висловлення на адресата.

Список використаних джерел:

1. Бондарко А. В. Эксплицитность и имплицитность в общей системе категоризации семантики : пособие. Калининград. Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта, 2006. 224 с.
2. Крейдлин Г. Е. Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык. Москва, Новое литературное обозрение, 2002. 529 с.

Лілія Молгамова,

аспірантка кафедри германської філології

Сумського державного університету

ЛІНГВОСИНЕРГЕТИЧНІ ПОГЛЯДИ НА ОНТОЛОГІЮ «КОНЦЕПТУ»

Актуальність теми. У сферу сучасної гуманітарної науки термін «концепт» увійшов завдяки С.О. Аскольдову ще в 1928 році, який називав цим терміном «загальні поняття» [5, с. 31]. З розвитком лінгвістичної науки змінювались і погляди на онтологію «концепту». Сучасні міждисциплінарні лінгвістичні парадигми ставлять за мету встановити кореляцію між мовою і мисленням на матеріалі мови за допомогою вивчення когнітивних процесів лінгвістичними методами. Іншими словами, «дискурсивна діяльність розглядається на базі внутрішніх ментальних процесів» [3, с. 8]. Таким чином, актуальність дослідження, як і лінгвістичної науки загалом, зумовлена «потребою переосмислення в новому дослідницькому ракурсі традиційної лінгвістичної проблематики» [2, с. 10].

Мета розвідки – надати таке визначення «концепту», яке б пояснювало і систематизувало представлені в семантиці мови і отримані емпіричним шляхом знання про світ в умовах зміни наукової парадигми, коли ми вже просто не маємо права оперувати суто лінгвальними термінами для пояснення мовних явищ і процесів.

Завдання дослідження. Для досягнення мети були поставлені такі завдання: систематизувати різні підходи до визначення «концепту» та надати авторське визначення цієї лінгвістичній категорії з точки зору лінгвосинергетики.

Основні результати дослідження. За часи свого функціонування «концепт» набув багато різнопланових визначень. Так, Кубрякова О.С. називає концептом одиницю ментальних або психічних ресурсів нашої свідомості; оперативну змістовну одиницю пам'яті, ментального лексикону, концептуальної системи і мови мозку (*lingua mentalis*), всієї картини світу,

відображеної в людській психіці [4, с. 91–92]. Степанов В.С. вбачає у концепті згусток культури у свідомості людини; те, у вигляді чого культура входить в ментальний світ людини [6, с. 40]. За Вежбицькою А., концепти складаються з елементарних одиниць «примітивів» – наборів семантично простих концептів («хтось», «щось», «річ», «процес», «місце»), за допомогою яких можна описувати всі інші концепти, більш складні за змістом [1].

Лінгвальний характер вищезазначених підходів до «концепту» не враховують розширення і ускладнення об'єктної сфери когнітивної науки, коли індивідуум входить в картину світу як «системоорганізуючий чинник, як начало усіх координат і початковий пункт знання про світ» [8, с. 137].

З цієї точки зору нам близька теорія Таценко Н.В., яка вважає, що досягнення природничих наук, побудова загальнонаукової картини світу вимагають адекватнішого погляду на онтологію концепту [7, с. 135]. Науковиця розглядає «концепт» крізь призму ідеї втіленого розуміння, ситуативної когніції, динамізму, в руслі репрезентаційного та діяльнісного підходів, біологічного натуралізму. Вона наголошує, що поступово змінюється класичний когнітивний підхід до концепту як до ментальної репрезентації, підлягають перегляду навіть його глибинні філософські основи, і пропонує авторське визначення «концепту».

На її думку, концепт спонтанно функціонує в пізнавальній та комунікативній діяльності індивіда, реалізується у певному мовленнєвому акті, а отже, повинен описуватись і пояснюватись з урахуванням складної взаємодії зовнішніх і внутрішніх факторів, пов'язаних із залученням індивіда до екстралінгвального оточення та соціально-культурної взаємодії [7, с. 135].

Висновки. Незважаючи на те, що за роки свого існування досліджуваний термін отримав достатню кількість дефініцій та визначень, концепт як кардинальна одиниця концептуальної картини світу є і досі центральним і найбільш суперечливим поняттям сучасної лінгвістики. Це ментальна репрезентація одиниці знань узагальненого характеру, яка «обростає» індивідуальними особливостями мовця відповідно до рівня його/її виховання,

соціального стану, приналежності до тієї або іншої культури, віросповідання та ін. Наприклад, знайомий, якого ми довго не бачили, розповідає останні новини свого життя і повідомляє сумну новину про те, що помер/ла його родич/ка. Після цього сповіщення в нашій голові розгортається повна картина того, що могло відбутися – чому це сталося, як це сталося, де і таке інше, тобто в нашій голові розгортається концепт, триггером цього виступила сумна новина. Тобто, яке б тлумачення не давали концепту, як би його не намагалися визначити, він завжди був, є і буде у вигляді згустку мислення, доповнений дискурсивним моментом. І нам досить однієї інформативної одиниці із нього, щоб він повністю розгорнувся у нашому мисленні, таким чином, проявивши свою синергетичну сутність.

Проведене дослідження не є вичерпним. Подальшу перспективу наукової розвідки вбачаємо у проведенні структурного аналізу «концепту» відповідно до поглядів на його онтологію.

Список використаних джерел:

1. Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков. М.: Языки русской культуры, 1999. 780 с.
 2. Домброван Т. Синергетическая модель развития английского языка. Одесса: КПОГТ, 2014. 400 с.
 3. Как нарисовать портрет птицы: методология когнитивно-коммуникативного анализа языка. Под ред. И.С. Шевченко. Х.: ХНУ имени В.Н. Каразина, 2017. 246 с.
 4. Краткий словарь когнитивных терминов. Под общей редакцией Е.С. Кубряковой. М.: Филологический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 1996. 245 с.
 5. Маслова В.А. Когнитивная лингвистика: учебное пособие. Минск, 2005. 256 с.
 6. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. Опыт исследования. М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. 824 с.
 7. Таценко Н.В. Емпатія в сучасному англомовному дискурсі: когнітивно-синергетичний вимір: дис...доктора філологічних наук : 10.02.04. Харків, 2018. 472 с.
 8. Штанько В.І. Філософія і методологія сучасної науки. Харків, 2017. 177 с.
- Науковий керівник:* Н. В. Таценко, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри іноземних мов Сумського державного університету

Анна Решитько,

аспірант кафедри германської філології

Сумського державного університеті

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ХУДОЖНІХ ТЕКСТІВ

Переклад – процес передачі інформації з однієї мови на іншу. Художній переклад є найбільш складним видом перекладу, і ця складність полягає в специфіці художнього тексту. На відміну від нехудожнього тексту, дійсність тут представлена у вигляді образу. Отже, поділ текстів на художні та нехудожні здійснюється за рахунок того, що перші звертаються до образного мислення людини, а останні – до логічного. Усе це дозволяє говорити і про відмінність у назві місії створення текстів. Логічні тексти створюються з метою передачі інформації, а художні – з метою впливу на читача. Художній текст може містити будь-який вид інформації, впливати на почуття і емоції, а також виконувати естетичну функцію. Для цього автор такого тексту наповнює його різними засобами виразності, що саме по собі представляє велику складність для перекладача, так як необхідно не тільки передати зміст написаного, але і постаратися зберегти емоційне забарвлення. Таким чином, від перекладача художнього тексту залежить те, як твір буде сприйнято читачем. Пошук найбільш підходящих еквівалентів і робота з різними прийомами перекладу дозволяє успішно вирішити це завдання [3, с. 230].

Для більш адекватного перекладу художнього тексту використовуються особливі способи перекладу – перекладацькі трансформації. Це способи перекладу, які застосовуються при відсутності еквівалентів або при неможливості використання даних в словнику відповідностей. Перекладацькі трансформації підрозділяються на лексичні, граматичні та лексико граматичні. [1, с. 145].

До лексичним трансформаціям належать такі трансформації, сенс яких полягає у вираженні вихідної одиниці нееквівалентними лексичними засобами

мови перекладу – транслітерація, калькування, семантична заміна (генералізація, конкретизація, модуляція).

Граматичні трансформації – зміна структури пропозиції. Оскільки в українській мові відсутні такі граматичні категорії англійської мови як, наприклад, артикль або герундій, виникає необхідність в замінах синтаксичного або морфологічного порядку – перестановка, заміна, додавання, опущення.

Лексико-граматичні трансформації – антонімічний переклад, компенсація, експлікація, цілісне перетворення. Однак існує ще одна складність, з якою може зіткнутися перекладач при роботі з художнім текстом. Автори нерідко вставляють поетичний текст, який може бути взятий з уже відомого твору або придуманий самим автором. Можна виділити основні проблеми, що виникають при перекладі подібних текстів:

1. Відтворення образів і асоціацій, що впливають на читача оригіналу;
2. Збереження віршованого розміру;
3. Збереження характеру рими.

Найчастіше, якщо не завжди, виявляється неможливим передача в перекладі всіх трьох аспектів поетичного тексту оригіналу. У різних мовах різна довжина слів, по-різному ставиться наголос, складаються різні уявлення про поетичності. Як і у випадку з художнім перекладом прози, доводиться жертвувати однією з частин тексту, що впливає на читача [3, с. 411].

Таким чином, переклад художнього тексту – трудомісткий процес, що включає в себе не тільки знання двох мов і професійне використання перекладацьких прийомів. Необхідно відчувати і розуміти культуру іншої країни, її менталітет, моральні цінності та етичні норми.

Крім цього, важливо враховувати і вміти передавати приховані смисли твору, розуміти, що хотів донести автор, і які прийоми і засоби він використовував для досягнення певного ефекту і впливу на читача.

Крім цього, важливо враховувати і вміти передавати приховані смисли творів, розуміти, що хотів донести автор, і які прийоми і засоби він використовував для досягнення певного ефекту і впливу на читача. Як відомо,

якість перекладу багато в чому залежить від мети, яку ставить перед собою перекладач. Виділяють три мети перекладу художніх текстів. Перша – знайомство читачів з творчістю письменника, твори якого вони не можуть прочитати через незнання мови автора. Тобто, перекладач повинен познайомити читача з творами автора, з його творчою манерою і індивідуальним стилем. Друга мета художнього перекладу – знайомство читачів з особливостями культури іншого народу, передача своєрідності цієї культури. Третя – знайомство читача зі змістом твору.

Поставивши перед собою першу мету, автор перекладу буде намагатися перевести художній текст так, щоб створити для читача перекладу «атмосферу» та художнє враження, що і отримує читач оригіналу. Для цього перекладачеві доведеться «згладжувати» певні національно-культурні відмінності, уважно стежити за тим, щоб текст перекладу сприймався читачем так само природно, як і текст оригіналу, він не повинен концентрувати увагу читача на незнайомих йому реаліях, які, читач оригіналу, в свою чергу, не помічає при читанні, так як вони йому дуже добре знайомі. У цьому випадку читач зможе отримати достатньо повне уявлення про творчість письменника, його індивідуальний стиль написання, однак повного уявлення про культуру, яку представляє письменник художнього тексту, він не отримає.

Поставивши перед собою другу задачу, перекладач прагне максимально повно зберегти відповідність тексту оригіналу і пояснити читачеві всі реалії, що зустрічаються йому при читанні тексту, автор перекладу намагається передати всі особливості цієї культури, яка представлена автором у творі. Такий переклад буде досить інформативним, проте матиме на читача зовсім інше враження, ніж оригінал твору на свого читача. Більш того, в силу істотного відходження від тексту оригіналу, перекладачеві не вдасться передати індивідуальний стиль автора і його основну ідею.

Намагаючись вирішити третє завдання, перекладач не намагається знайти функціональні аналоги певних виразних засобів, використаних автором оригіналу, він нехтує національною специфікою і основною формою, повністю

зосередивши свою увагу на змісті художнього твору. Ймовірно, в певних випадках такий переклад можна назвати виправданим. Однак, його ледве можна назвати художнім. На жаль, останнім часом нехудожній переклад художніх текстів все більш поширюється, і все частіше перекладачі використовують цей спосіб при перекладі художньої літератури.

Слід зазначити, що переклади ряду перекладачів часто характеризуються буквалізмом або, іншими словами, дослівним перекладом. Під буквалізмом, як правило, розуміється помилка при перекладі з іншої мови, яка полягає в тому, що замість відповідного для конкретного випадку значення слова перекладач використовує головне або найвідоміше значення. У широкому сенсі, буквалізмом, як правило, називають помилку перекладача, яка полягає в передачі семантичних або формальних компонентів слова, словосполучення чи фрази в збиток сенсу або певної інформації, переданої в тексті оригіналу.

Таким чином, можна зробити висновок, що переклад художнього твору в жанрі наукової фантастики – складне завдання, для вирішення якої необхідно використовувати безліч перекладацьких прийомів.

Прагнення до повної передачі сенсу і образів не завжди доцільно, оскільки в першу чергу перекладач повинен орієнтуватися на читача і вирішувати, чи будуть зрозумілі ті чи інші особливості тексту оригіналу. При цьому важливо зберігати авторський стиль і передавати задум твору для надання задуманого автором оригіналу впливу на читача.

Список використаних джерел:

1. Линтвар О. М. До проблеми художнього перекладу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна.* 2012. № 30. С. 144–147.

2. Логвиненко О.М. Культура перекладу художнього твору: психологічний аспект. *Український інформаційний простір: науковий журнал Інституту журналістики і міжнародних відносин Київського національного університету культури і мистецтв.* К., 2014. Ч. 2. С. 117–122.

3. Клименко Л.В. Художній переклад як вид міжкультурної комунікації в контексті Євроінтеграції. *Літературознавчі студії.* 2015. Вип. 1 (1). С. 228–235.

Науковий керівник: І. К. Кобякова, кандидат філологічних наук, професор, завідувач кафедри германської філології Сумського державного університету

Vlada Makarenko,

student in Sumy State University

LITERALISM IN TRANSLATION

A literal translation of a document means communicatively irrelevant elements of the original. It is the explaining without conveying the sense of the original.

The subject of research is a literal translation. The objects of research are a classification of literalisms, their usage in the translation, and main peculiarities. The purpose of the presented work is to explore the multifold phenomenon of literalism in translation, the main translator's purpose, the nature, and tasks of a literal translation. It is necessary to describe the question of the language equivalence and the possible level of literalisms in a text of the target language.

These tasks are essential in order to achieve the main purpose: to describe linguistically and to analyze literalism as a translation strategy; to describe methods and main standards of translation.

The term «word-for-word» is opposed to «target-centered» translation. Literalism is known to be a word-for-word translation. The source is copied by the target language. Translators use it when it is necessary to keep the accuracy of the wording and they should inevitably perceive the difference between potentially achievable equivalence, which is known to be the maximum commonality of the content of two multilingual texts, which is allowed by the differences in the languages in which these texts were created, and translation equivalence which is known to be the real semantic closeness of the original and translation texts. The limit of the equivalence is the maximum possible linguistic degree of conservation of the matter of the original [4]. The literal meaning of a word is its dictionary definition, meaning «fully supported by ordinary semantic conventions». It must be noted that a context has a great influence on such a meaning of a word. As a result, there are complications for the translator who must understand the literal meaning of a source word within its context and then try to reproduce that same meaning in the target language, going beyond simple dictionary equivalents. Avoiding literalisms is the

most challenging for the translator because it requires employing many different skills simultaneously: reading comprehension, writing proficiency, language knowledge, and more. The literal translation is used by pioneer translators in one way or another. Latyshev declared that the translator executes the transformation of this kind of translation, which is at the initial stage of the translation process is in the consciousness [2].

The question of the language equivalence is the greatest in the lexical items. The area of the meaning of a word in one language is never completely identical with the area of the meaning of a similar word in another language. The fundamental isomorphism of languages is proved by the existence of such linguistic universals as the word, the sentence, grammatical relations, and lexical meaning. It causes possible equivalence of the source and target languages at every level of linguistic organization. It is known that a text is divided into sentences that result in equivalence at the level of syntactic organization. Sentences consist of words and expressions combined according to grammar rules, thus allowing equivalence at the lower levels including lexis and syntax. All translators know that there exist interlingual consistent equivalents with similar denotative meaning and grammatical parallelism that facilitate the translation process. Psychologists differentiate between productive and reproductive thinking. If people reproduce previously developed patterns or repeat what was learned before and their actions don't create anything new, they are involved in reproductive activity. This type of thinking is closely linked to our previous experience because we apply techniques that are known to us or extract the answers to the problem from our memory. So, the creation of something new is the main of productive thinking is. If we can't find an answer using familiar patterns or means, the problem situation arises [1].

It is necessary to describe a classification of literalisms in order to understand their difference.

1. Etymological literalism is known to be a primitive type of novice translators. It implies the application of the outwardly alike word or phrase, but which does not respond to the authentic content. It is possible to present foreign words which are

«etymologically» equivalent in Ukrainian, however, are financial, such as «false friends of a translator». Etymological literalisms can include phrases, «application» – «заява», but can't be translated as «апликація».

2. Semantic literalisms. It is more complex and means applying the main sense of the word. It also contains the translation of phraseological units. For instance: «apartment» – «житло», «квартира», «апартаменти», «приміщення».

3. Lexical and grammatical literalisms. For example, «a dog will not cry if you beat him with a bone» – «Собака не буде плакати, якщо ви поб'єте його кісткою» (instead of «не страши kota салом»). Grammatical literalism is a mistake due to the insertion of false connections at the grammatical level. For instance, «Where the devil gives in, the woman wins» – «Там, де диявол піддається, перемагає жінка» (instead of «Де чорт не зможе, там баба pomoже»).

Unfortunately, the research into the procedures that occurs in the process of translation is complicated by this imperceptible nature. Mental activities executed by a translator are concealed from direct criticism and technical resources to interfere with the human brain are confined. Therefore, philologists concerned with empirical research of translation strategies are forced to recourse to indirect methods of reconstruction and seek some material manifestations of what is happening in the translator's mind. The equilibrium between deep structure and surface structure equivalence may be compared with «unstable equilibrium» from gravitation theory. Two types of literal translation It is obvious that not every piece of literal translation is faulty, inaccurate, or of low quality. An exploration of translations of various text types from English into Russian has demonstrated that a translator tends to keep the structural organization of the source language sentence wherever possible. The norms of the target language may be impaired but these infringements are specially invented translation techniques rather than mistakes. A translator purposely uses literal translation in a case, when a transformation is required thus inducing normative breaches. These deviations from the norm are justified by the communicative purpose of the text. Literal translation as a communicatively justified translation device is employed when it is required: - to achieve academic and research goals; - to preserve

the accuracy of the wording; - to create the sought-after stylistic effect. The first case involves a variation of word-for-word translation, i.e. the so-called «philological» or «scientific» translation with its lack of interest in respect of text readability.

Literal translation as a translation tool is also selected when the communicative purpose requires preserving the accuracy of the source language wording. The precise wording is important for texts where every word is essential and may not be deleted or changed. In this case, precise phrasing becomes the most important criterion of equivalence. This case may be illustrated by Bible translations, referred to as “Christian literalism” in the Russian translation studies, as well as translations of philosophical treatises and texts of international legal and diplomatic documents. In the latter situation, it is presumed that, whatever the number of languages involved, all versions of a document are equally authentic and none is considered to be a translation from any language. As a consequence, authentic texts present a linguistic compromise since they to the same extent violate stylistic rules of all languages.

The source and target language items rarely have 'the same meaning' in the linguistic sense, but they can function in the same situation. In total translation, the source and target texts are translation equivalents when they are interchangeable in a given situation. In total translation, the question of sameness of situation substance is a difficult one and is linked to the question of the 'sameness' or otherwise of the cultures to which the source and target belong.

The translation is a process by which the sequence of symbols that arrange the source-language text is substituted for a row of signifiers in the target language which the translator supplies on the strength of an interpretation. The translation is the compulsory substitution of the linguistic and cultural difference of the foreign text with a text that will be intelligible to the target language reader. Moreover, the difference can never be completely eliminated [3].

In the process of discovering a term of literalism it turned out that it is a widespread phenomenon for today. In my research were discovered main features of literalism, its usage, and ways of avoiding. Furthermore, there noted different philologists' pronouncement about this issue. Also, the question of the language

equivalence was examined. It must be noted that during the research were given examples of literalisms in the translation and even illustrated some cases of their usage in the Bible. The results of the study show that all kinds of literalism in translation can lead to the contravening of the norms of the target language. Literalism often causes the incongruous transference and defacement of the conception. The translator uses this way when there is an aim to regain the formal peculiarities of the structure of the exposition in the source language. Whatever difference the translation reports is now imprinted by the target-language culture, assimilated to its positions of intelligibility, its prohibition, its ciphers, and ideologies. The purpose of translation is to return a cultural other as the same, the discernible.

Referens:

1. Catford, J. C. A Linguistic Theory of Translation. London: Oxford University Press, 1965.
 2. Latyshev, L. K. Transfer technology. Moscow, Russia: Academyya. 2005.
 3. Venuti, L. The Translator's Invisibility, London; New York: Routledge, 1995
 4. Vinogradov, V. S. Introduction to translation studies (General and lexical issues). Moscow, Russia: Publishing house of the Institute of General Secondary Education of RAO. 2001
- Academic supervisor:* A.V. Prokopenko., Ph. D. in Philological Sciences, Senior Lecturer in Sumy State University

СЕКЦІЯ 2. ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ СТУДІЇ

Олександр Кіншак,

канд. філол. наук

професор кафедри германських мов та перекладу

Київського міжнародного університету

Інна Жукович,

магістрантка Київського міжнародного університету

ГЕНДЕРНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ЧОЛОВІЧИХ ОБРАЗІВ У РОМАНІ «THE HANDMAID'S TALE» М. ЕТВУД

М. Етвуд – одна з найбільш відомих сучасних письменниць Канади. Вона є автором таких відомих романів як: «Оповідь Служниці», «Котяче око», «Під ім'ям Грейс», «Сліпий убивця», «Їстівна жінка» тощо. Кожен її художній твір – це глибоке дослідження не лише найтонших струн людської душі, але й навколишніх реалій. Проте спільною тематикою для усіх творів М. Етвуд є феміністична проблематика, що найяскравіше висвітлена у романі «The Handmaid's Tale» (Оповідь Служниці) (1985) р.

Сучасне літературознавство має глибокі напрацювання, де вивчається образ жінки в романі «The Handmaid's Tale» М. Етвуд (Н. Овчаренко, І. Ткаченко, І. Желейкіна, А. Щербина, А. Худолій), проте вивчення чоловічих образів не стало об'єктом спеціального наукового дослідження й зумовлює актуальність теми.

Метою наукової розвідки є розкриття чоловічих образів у романі «The Handmaid's Tale» М. Етвуд шляхом перекладу оригіналу твору.

Завданням дослідження є проаналізувати чоловічі образи, виявити їх характерні риси у романі «The Handmaid's Tale» М. Етвуд

У романі «The Handmaid's Tale» М. Етвуд репрезентовано три важливі чоловічі образи, що демонструють різні грані маскулінності: чоловік (чоловік-

опікун), господар, коханець. Кожен із них відіграє свою роль у житті головної героїні Офред у відповідному часовому проміжку: минулому, теперішньому й майбутньому.

Минуле героїні втілено в образі її колишнього чоловіка Люка. Люку подобається його власне життя. Він має роботу, де може себе реалізувати. У нього є дружина, донька й навіть теща, з якою він часто жартома дискутує. Йому подобається у вільний час готувати м'ясо, яке він сам старанно обирає.

«Luke was over at the side of the store, out of sight, at the meat counter. He liked to choose what kind of meat we were going to eat during the week. He said men needed more meat than women did, and that it wasn't a superstition and he wasn't being a jerk, studies had been done. There are some differences, he said. He was fond of saying that, as if I was trying to prove there weren't» [3, p. 62].

У наведеному фрагменті доречно звернути увагу на речення: *There are some differences* (маємо на увазі чоловіків і жінок). Люк уособлює маскулінний погляд на жінку, наголошуючи на тому, що не може бути рівності між ними, жінці потрібно менше, ніж йому, чоловікові.

І коли влада змінюється і жінки більше не належать собі, а їхні гроші переходять до їхніх законних чоловіків або найближчих родичів по чоловічій лінії, то Люк сприймає це, як звичну річ, адже чоловікові належить більше: *men needed more meat than women did*. Ступінь порівняння прикметників *more* підсилює цей стан.

Люк перестав бути тим, ким він був для неї колись, тим чоловіком, якого вона захищала перед матір'ю та кохала. Тепер він виступає для неї в ролі опікуна. З одного боку, він сприймає це як дрібницю, не акцентуючи на цьому увагу, але, з другого боку, йому це подобається, що вказує на моральні пріоритети героїв.

«He kissed me then, as if now I'd said that, things could get back to normal. But something had shifted, some balance. I felt shrunken, so that when he put his arms around me, gathering me up, I was small as a doll. I felt love going forward

without me. He doesn't mind this, I thought. He doesn't mind it at all. Maybe he even likes it. We are not each other's, anymore. Instead, I am his» [3, p. 107].

Люк виявився чоловіком не гіршим, не кращим, а таким же, як і решта, якому притаманне почуття власності. М. Етвуд влучно передає вплив цієї події на героїню, її самоідентифікацію, стан душі. Офред часто плаче, замикається в собі, проте не показує цього чоловікові, щоб не засмучувати та не зашкодити його роботі.

За часів республіки Джилеад Люк для неї залишається минулим, що дає надію, віру, віру в неї саму.

«I believe Luke is lying face down in a thicket, a tangle of bracken, the brown fronds from last year under the green ones just unrolled, or ground hemlock perhaps, although it's too early for the red berries» [3, p. 95].

Офред постійно думає про Люка, подумки розглядає усі варіанти, що могли з ним статися. Проте цікаво, що М. Етвуд не зображує портретну характеристику Люка, а лише ставить акцент на тому, що він мав різний вираз обличчя. Ми припускаємо, що це зроблено для того, щоб читачка поставила на місце Люка будь-якого знайомого чоловіка і запитала себе: «Яким буде його поведінка в умовах тоталітаризму чоловіка?».

Після створення республіки Джилеад господарем Офред стає Командор, який уособлює теперішній час для героїні. Командор є одним з керівників нового світу. Його головна місія – це влада та успіх Джилеаду. Він одружений вже багато років на колишній телеведучій Серені Джой, але любові ми не бачимо в їхніх стосунках. Натомість є обов'язок перед державою – народити здорову дитину, матір'ю якою буде Серена. М. Етвуд яскраво демонструє цим гендерні ролі, які були закладені в основу режиму: чоловік – завойовник, керівник, влада, жінка – матір.

В образі Командора поєднано кілька образів: Великого Інквізителя, Гравця, Підлітка. Образ Великого Інквізителя розкривається під час читання Біблії.

«The Commander has on his black uniform, in which he looks like a museum guard. A semi-retired man, genial but wary, killing time. But only at first glance. After that he looks like a mid-western bank president, with his straight neatly brushed silver hair, his sober posture, shoulders a little stooped. And after that there is his mustache, silver also, and after that his chin, which really you can't miss. When you get down as far as the chin he looks like a vodka ad, in a glossy magazine, of times gone by» [3, p. 81].

Варто зазначити, що письменниця надає перевагу чорному кольору, коли зображує Командора. І. Подгурська зазначає, що водночас чорний колір у романі – не лише атрибут престижу, а й символ погребіння. Традиційно цей колір символізує зло, темряву, страждання, хворобу і смерть. Саме тому похмура тональність образу Командора створює певний настрій у сценах, де він з'являється, і підкреслює мертовну холодність і бездушність людини, яка займає верхній щабель нового суспільства і вирішує долю простих людей [1, с. 43]

Далі Командор постає перед Офред в образі Гравця, який сам обирає коли в яку гру та за якими правилами він буде грати. Героїня змушена приймати його запрошення на зустрічі, гру в «Ерудит» й поцілунки на прощання, намагаючись зрозуміти власника не лише будинку, але і її життя. М. Етвуд не розкриває почуття Командора. Ким насправді для нього була Служниця: однією з небагатьох, з ким можна було провести вечір, чи лише однією з тих жінок, які були тут до та будуть після неї. Проте Офред вбачає в цьому шанс. Навіть якщо цей шанс не дасть їй можливості втекти, її життя могло стати принаймні стерпним.

Офред вирішує піддатися Командору, адже жінка не могла бути розумнішою за чоловіка. Саме ця раціональність та аналітичний розум дозволяє нам зрозуміти наміри Служниці, жага до самозбереження та хитрість, вміння прорахувати свої дії наперед, що розкриває її образ з іншого боку. Офред бачить для себе вигоду, адже вона може використати командора у своїх цілях, що у, свою чергу, говорить про оптимізм героїні.

«But there must be something he wants, from me. To want is to have a weakness. It's this weakness, whatever it is, that entices me. It's like a small crack in a wall, before now impenetrable. If I press my eye to it, this weakness of his, I may be able to see my way clear» [2, p. 110].

Г. Тащенко зазначає, що у наведеному прикладі авторка майстерно переплітає образи бажання та слабкості. Прийом повтору, до якого вона вдається, підкреслює, що в Джилеаді хотіти чогось не дозволялося, значення мали виключно потреби держави [2, с. 108].

І нарешті третій образ Командора – образ Підлітка, який хоче нових відчуттів, прагне відчутти адреналін. Саме тому він везе Офред до публічного дому. Тут він змінюється: його поведінка, жести, рухи, але він продовжує бути господарем. Це вдало демонструє наступний фрагмент.

«He is demonstrating, to me, his mastery of the world. He's breaking the rules, under their noses, thumbing his nose at them, getting away with it» [3, p. 209].

Незважаючи на неоднозначні дії Командора, ми вбачаємо в ньому особливий тип людини, яка звикла до своєї ролі й прагне з нею йти до кінця.

Вирішальну роль у житті Офред відіграє водій Нік. Вона зустрічає його одним з перших, коли приходить до будинку Командора. Жінка Командора зводить разом Ніка та Офред, маючи свої наміри. Проте між водієм та служницею виникають почуття. Нік дає можливість Офред стати щасливою і вільною, хоч на короткий час. Ці таємні зустрічі для них обох – ризик, адже його можуть повісити, а її відправити в колонію для нежінок.

У зустрічах з Ніком Офред не бачить ніякої аморальності й не виправдовує себе. Навпаки, вона відчувається щасливою поряд з ним. Героїня знову відчуває кохання, що свідчить про її духовну еволюцію. Ідеться про її духовне оновлення. Вона живе зустрічами з цим чоловіком, її не огортає почуття сорому за свою зовнішність, убрання, яким вона незадоволена. У зустрічах вона знаходить відраду, яка дає їй надію. Нік веде себе як справжній

чоловік, який за будь-яку ціну прагне захистити свою кохану. Саме тому він знаходить можливість вивезти Офред з Джилеаду.

Основні результати та висновки дослідження, їх цінність. Отже, у романі представлено три маскулінні образи: чоловік, господар, коханець. Кожен з них демонструють власний стиль поведінки відносно жінки. Проте якщо для перших двох образів (чоловік, господар) характерною є панівною поведінка, то для образу коханця властива поведінка захисника.

Список використаних джерел:

1. Подгурська І. Проблема автора та авторської модальності в романі Маргарет Етвуд «Оповідь Служниці». *Актуальні питання гуманітарних наук*. Вип 28, том 3, 2020. С. 40 – 44.
2. Тащенко Г. Образ жінки в перекладі антиутопії: самозбереження чи знеособлення (на прикладі роману М. Етвуд «Оповідь Служниці») *Германістика та міжкультурна комунікація*. Випуск 1. 2020. С. 104 – 110.
3. Atwood M. *The Handmaid's Tale*. Toronto: McClelland & Stewart, 1985. 311 p.

Марина Карпенко,

студентка Сумського державного університету

THE PROBLEMS OF TRANSLATING A BUSINESS CORRESPONDENCE

The business sphere is one of the vital spheres of human activity, and the business letters and documents remain its integral part. Writing or translating a business correspondence deals with the peculiarities of the lexical and grammatical structure of individual languages and includes a number of difficulties to be overcome.

Any type of business or formal cooperation involves a constant exchange of information, in particular the usage of correspondence or different kinds of documentation. Since English is generally accepted as the language of business communication, special attention should be paid to the peculiarities of the official style, vocabulary and terminology characteristic for the business discourse, rules and norms of compiling and translating business letters of different types.

The relevance of the research regards to the widespread use of an e-mail, the most reliable and affordable means of business communication that is an integral part of the functioning of the modern world. The modern linguistics is focused on the study of the peculiarities of texts of various styles, including official one, and the specifics of their reproduction in translation. There is a need to study the problems of business communication due to the growth of intercultural ties in the modern world, which leads to the intensification of information exchange in the field of professional communication.

The purpose of this research is a study and an analysis of the basics of business correspondence writing; a definition of the concept of business letter and its subspecies; an overview of the main problems and features of the translation of English and Ukrainian business correspondence.

The assignment of the research is the analysis of the principles of translation (according lexical, grammatical, general aspects) and writing the business letters.

Correspondence is one of the most important parts of business documentation. Official correspondence of various types, which is sent on behalf of one organization or institution to another organization or institution, although it may be addressed to one official and signed by one official, is business correspondence.

A business letter is a special type of document that is less strictly regulated than a contract or decree, but has a legal significance. Business correspondence is recorded and stored in both organizations, so outbound, as inbound documentation. This is important because business letters act as an instrument regulating economic, legal and social relations between correspondents (contractors, partners, participants in social relations).

There are certain restrictions on the style and lexis concerning the process of writing a business letter in any language. In general, the ideal letter is one that combines friendliness and dignity [3, p. 323]. In addition, business correspondence requires clarity, conciseness and courtesy. That is why the author of the letter should follow these rules and express the content of any correspondence concisely and clearly, without using unnecessary words and expressions. Of course, when

concluding both Ukrainian-language and English-language business letters, the familiar style of writing is unacceptable. According to B. C. Bean., the message of the letter should be set out in a simple and natural language [2].

A characteristic feature of modern business correspondence, both Ukrainian and English, is that the language style of letters confidently tends to the conversational version. Business correspondence of both languages intensively displace high-sounding stamps, phrases and expressions that have lost any meaning long ago, although in the recent past were still common [2]. Typical examples are *to inform* or *to state* instead of *to advise*, *mentioned previously* instead of *aforementioned*, *according to* – *as per*.

The use of synonyms in business correspondence, to avoid ambiguity of perception, is minimized. There is no emotionally expressive vocabulary. The business correspondence is characterized by clearly regulated placement and structure of the text, the presence of standard stable phrases, and certain language clichés [3]. They have a pragmatic orientation and serve to implement the category of business courtesy in correspondence (*I am writing with a request to/We were pleased to learn your interest in/We are looking forward to hearing from you/ Our proposal is valid till/I especially call your attention to*).

The translation of business correspondence is a special form of translation that requires not only perfect knowledge of a foreign language, but also mastery of business style from the translator. The main difficulties encountered by a translator, when working with business correspondence, may include several equally possible translation options and the need for stylistic and lexical equality in the target language. Researchers note that the problem of having several translation options is in second place, in terms of frequency, after the problem of information lack [3].

Specialists increasingly emphasize that taking into account only the peculiarities of the source and target languages does not ensure high-quality results. An effective translation requires the achievement of communicative and pragmatic equivalence of the source and target texts. For this purpose, pragmatically conditioned transformations can be used.

Lexical transformations are various changes of lexical elements of the source language during translation in order to adequately convey the semantic, stylistic and pragmatic characteristics, considering the norms and speech traditions of the target language [1]. Translating the business correspondence, lexical transformations are used when the dictionary equivalents of a word in the original language cannot be used in translation due to inconsistencies in terms of meaning and context. Among the lexical transformations used in the translation of business letters the following should be noted:

- differentiation of the meaning (*Department of Justice – Міністерство юстиції, the Court of justice - суд*);
- specification of meaning (*We have had the meal with our partners in the restaurant – Ми вже посідали з нашими партнерами в ресторані*);
- concretization or generalization of meaning (*I am certain that you will find a position which suits you soon and I believe that you have a great deal to contribute – Я впевнений, що скоро ви знайдете посаду, яка задовільнить вас, і вважаю, що ви можете зробити великий внесок*);
- semantic development (*The state by election was an acid test for the Labor Candidate – Додаткові вибори у штаті були лакмусовим папірцем для лейбористського кандидата*);
- antonymic translation (*It was not until yesterday when his colleague signed the papers – Це було аж тільки вчора, коли його колега підписав документи*);
- integral transformation (*How old are you? – Скільки вам років?*);
- addition and omission of words for lexical reasons (*takeover – поглинання одного підприємства іншим – addition; You can clearly see the results of his work – Ви бачите результати роботи вашої компанії – omission*);
- calque (*self-help group – група взаємодопомоги*);
- transcription (*Mary – Мері, management – менеджмент, computer - комп'ютер*);

- transliteration (*Lord – лорд, Mister – Містер, Miss – Міс, London – Лондон*).

Actually, from the stylistic point of view, despite the impersonality of the official business style, the business letter, depending on the pragmatic purpose of the addressee may be marked by a certain complementarity, contain manifestations of positive, neutral-friendly or somewhat negative connotation. However, the types of English and Ukrainian business correspondence mostly coincide, because, as already mentioned, the purposes of writing letters are universal. Therefore, when translating the letters, there should be no major problems provided that international standards are met.

The main results and conclusions of the study. Writing a business letter, or even translating business correspondence, is usually a complex and difficult process that requires appropriate competence, which should be based not only on knowledge of native and foreign languages, but also on a deep understanding of lexicographic and stylistic features of official style.

Due to the fact that the main purpose of writing the business letters is clear, concise and understandable (from a grammatical and lexical viewpoint) presentation of certain information, the translator, guided by the appropriate purpose, should choose the most established and stylistically appropriate translation. Overcoming the problem of achieving stylistic and lexical correspondence requires knowledge of all the features of business correspondence listed in this research paper, and paying attention to the study of the native language no less than a foreign one.

Specialists increasingly emphasize that taking into account only the peculiarities of the source and target languages does not ensure high-quality results. An effective translation requires the achievement of communicative and pragmatic equivalence of the source and target texts. For this purpose, pragmatically conditioned transformations are to be used.

References:

1. Bryan Garner. HBR Guide to Better Business Writing. US : Harvard Business Review Press, 2013. 240 p.
2. Burt Clifford Bean. Business Correspondence. London: Forgotten Books, 2017. 224 p.

3. Sinee Sankrusme. International Business Correspondence. US: Anchor Academic Publishing, 2017. 496 p.

Науковий керівник: О. А. Кириченко, старший викладач кафедри германської філології Сумського державного університету

Svitlana Baranova,

PhD in Philology

Associate Professor of the Germanic Philology Department

Sumy State University

Diana Nestorenko,

student of Sumy State University

THEORETICAL ASPECTS OF TRANSLATION

The beginning of the 21st century is an epoch of translation because of growing amount of information that is spread widely thanks to translation. A lot of people that are laymen in translation are involved into interpreting activity. While the knowledge of fundamentals of its theory, bounds of its opportunities and its basic ways are an element of personal general education, the requirements to the translator's outlook are still greater. The things mentioned above determine the *relevance* of the topic.

The purpose of the research is to generalize the background for performing translations. Its *tasks* are to highlight the range of issues concerning theoretical planes and to define methodological aspects of translation.

The important method in translation is the comparative analysis, i. e. the analysis of the target text form and content in contrasting it to the source text form and content [3, p. 72]. During the comparison one can reveal the inner mechanism of translation, distinguish equivalent units and find the changes in form and content that take place while a source unit is replaced with an equivalent target unit.

Translation is an ancient type of the human activity. As soon as there appeared groups whose languages differed from one another, there appeared bilingual people who helped groups speaking two different languages to communicate. After that oral interpreters were joined by written translators. They translated various texts of

official, religious and business character. From the very beginning translation has been performing the most important social function enabling personal interlingual communication. Written translations made interaction and mutual enrichment of literatures and cultures possible. Translations were of great value in formation and development of many national languages and literatures.

Translation as any activity starts from the need. A need in itself cannot govern the subject's activity until the object is determined taking possession of which can meet the need. The need directed at a certain object is a motive. A translator in his/her activity does not satisfy his/her need, he/she is not driven with his/her own motive, the motive is predetermined for him/her by the society. Translation meets the constant need of communication among people divided by the linguistic and ethnic barrier.

There are also non-linguistic ways to overcome the polylinguism: natural and conventional gestures (e. g. gestures of an umpire at sporting grounds), international telephone codes, international signs, e. g. traffic signs), mathematical, chemical and other formulae, generally known symbols (no smoking, seats for disabled people, entrance, exit, café) [1]. These ways of communication demanding no language mediator have a very narrow sphere of usage and provide extremely limited opportunities to share information.

It is language mediation that gives much wider opportunities for communication over the language and ethnic barrier. Language mediation is an activity of a person that has command of both languages and enables speech communication of people who speak different languages. Language mediation is a central link of mediated two-language communication. The main type of language mediation is translation.

Other types of language mediation are adaptive transcoding. It is a type of language mediation during which it is not only transcoding of information that takes place. One witnesses its adaptation to communicate it in another form that is not determined by the organization of this information in the source text but by a peculiar

task of interlingual communication. The adaptive transcoding is oriented at a certain group of translation receptors or at the suggested form of information changes:

1. Shortened translation [2, p. 11] where some parts of the source text are omitted for moral, political or other reasons of practical character.

2. Adapted translation where source text structure and content are simplified to make a target text more comprehensible for receptors who have no sufficient knowledge, professional or life experience necessary to understand the message of the original fully and thoroughly.

3. Retelling that is a type of language mediation which is usually employed in translating literary works where some are some narration details skipped and the text is not rendered so exactly as in the source language.

4. Making a *précis* (annotation, summary) of foreign sources when the volume of a source text is shortened to a maximum while the most essential elements of its content are preserved.

5. Textualization of speakers' communicative intentions, i. e. intentions are converted into a text in a foreign language. This type of language mediation consists in the fact that a speaker does not formulate the text that should be translated, retold, etc. He merely gives a language mediator a task like: "Ask that", "Find out this", "Try to achieve that", etc. The language mediator himself / herself formulates the text in a foreign language without the source text.

Each type of language mediation corresponds with a specific social need. Translation as the main type of language mediation is to satisfy the need of society in two-language communication that is approximated to the natural one-language communication in completeness, effectiveness and being natural as much as possible. Social destination of translation exists objectively, i.e., irrespective of translators', users' and translation clients' thoughts and desires. A translator is not an immediate participant of communication; he is merely a mediator between them who does not need the translation, or moreover, the information existing in the source text form. The social destination of translation is revealed in such traditional requirements according to which a target text should not betray its foreign origin.

Unlike translation, other types of language mediation are not to enable two-language communication that is approximated to the natural one-language communication as much as possible. The reason is that a mediator in them is a message co-author because he makes it available for a foreign recipient trying to be as much imperceptible as possible, he remakes a message, compress it, adds something, regroupes the content, forms the text again, comments, etc. The problem of the social significance of translation has something in common with its definition. Translation is a type of language mediation during which the source text content is conveyed with another language by means of making the text in this language that is of the same communicative value.

Two determinants come into collision in translator's actions. These are a source text that dictates a translator what should be translated and with what minimal exactness and language and ethnic barrier that determines what modifications of the rendered material are necessary to achieve communicative-functional equivalence of source and target texts.

Thus, methodological aspects of translation deal both with the source and target texts and the process of converting the source text into the target one, since making faithful translation a translator considers the peculiarities of a source text author and translation receptors, their knowledge and experience. The issues concerning theoretical planes of translation consider the reality reflected in the message, the character and peculiarities of the reception of people whom the message is addressed to and other aspects of interlingual communication that affect translation process and its results.

References:

1. Бірченко О. В., Баранова С. В. Застерігаючі громадські знаки як лінгвокомунікативне явище. *Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства*: матеріали Всеукраїнської наукової конференції викладачів, аспірантів, співробітників та студентів, м. Суми, 21-22 квітня, 2016. С. 14–16.
2. Kobayakova I., Shvachko S. Teaching Translation: Objective and Methods. *Advanced Education*. 2016. № 5. P. 9–13.
3. Shvachko S. A., Kobayakova I. K., Kovtun V. A. The Major Objectives of Translatology. *Філологічні трактати*. 2016. Т. 8, № 3. С. 71–76.

Алла Красуля,

канд. пед. наук

старший викладач кафедри германської філології

Сумського державного університету

Анжеліка Шумило,

студентка Сумського державного університету

АНГЛОМОВНІ РЕКЛАМНІ ПОВІДОМЛЕННЯ: ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ

У світі, де конкуренти відчайдушно змагаються за увагу потенційного клієнта, слоган компанії чи бренду є важливою передумовою для досягнення поставлених цілей, а саме: заохочування придбати товар чи скористатися послугою. *Мета* нашого дослідження – проаналізувати лінгвостилістичні засоби увиразнення англомовних рекламних гасел, а саме *епітет*, *метафора* і *каламбур*, а також охарактеризувати особливості їх перекладу на українську мову. *Актуальність* дослідження полягає у тому, що максимізація впливу рекламного повідомлення на споживача уможливується не лише завдяки аудіо-візуальному контенту, а перш за все, завдяки використанню спеціальних лінгвістичних ресурсів. Таким чином, створення ідеального слогану, який вдало підкреслить сильні сторони бренду і забезпечить конкурентоспроможність, залежить від вибору вдалої риторичної фігури.

Одним із найтипівіших стилістичних засобів увиразнення слоганів є епітет. **Епітет** – це засіб виразності, зазвичай прикметник або прислівник, що підкреслює певну якість чи ознаку описуваного явища, рекламного об'єкта тощо [7, с. 248]. Зазвичай, при перекладі епітетів перекладачі використовують прямі відповідники, так як у цільовій мові досить ресурсів, щоб перекласти рекламне повідомлення і зберегти закладену автором ідею (при цьому порядок слів у реченні може бути змінений). Наприклад:

(8) *Raisin Life Cereal. Nutritious. Delicious.* – *Пластівці Raisin Life. Смачно. Поживно.* (Raisin Life, 2018).

Інколи перекладачі стикаються не стільки з проблемою неперекладності епітетів, скільки із прагненням якомога експресивніше передати їх значення і адаптувати до культурних реалій цільової аудиторії. У такому випадку доцільно використовувати прийом смислового розвитку або контекстуальної заміни, як-от у цьому прикладі:

(10) *With 360 Reality Audio, music has never been so **immersive** and so **real** – Технологія 360 Reality Audio робить музичні записи **надзвичайно виразними та живими** (SONY, 2020).*

По-перше, для уникнення повторів і надлишковості, конструкція «so... and so...» була перекладена одним словом «надзвичайно». По-друге, слово «real» за допомогою контекстуальної заміни було інтерпретоване як «живий», адже для українського реципієнта поняття «жива музика» є ближчим.

Оскільки українська мова є синтетичною, уможлиблюється переклад англійських прикметників та прислівників шляхом залучення зменшувально-пестливих слів в українському варіанті перекладу. Наприклад:

(3) *Make it one of your **delicious** daily habits! – Твоя **смачненька** звичка на кожен день!* (Activia, 2019).

Однак доцільно враховувати, що така характеристика товару є суб'єктивною і нею не варто зловживати, адже може виникнути так званий «ефект обманного очікування» (англ. *defeated expectancy*) [2], коли зміст рекламного тексту не відповідає якості кінцевого продукту, а, навпаки, руйнує очікування і передчуття споживача.

Метафора – це перенесення сутності одного предмета, явища через особливості іншого. У цьому тропі зливаються дві, здавалося б, несумісні концепції задля створення символічного ефекту [7, с. 432]. Бажання розгадати загадку, приховану у метафоричному перенесенні, підсилює інтерес покупця до продукції. Наприклад:

(5) *Could your eyes use a lift? – Крем-ліфтинг для твоїх повік* (Babe Laboratorios, 2019).

У цьому слогані переносне значення приховане у фразі «eyes use a lift», оскільки наші повіки не можуть використовувати ліфт, а отже це гасло відображає ліфтингові особливості крему для шкіри навколо очей, який допомагає позбутися вікових зморшок. Дослівний переклад був би недоречним, саме тому ми запропонували власний переклад, використовуючи прийом транскреації та зберігаючи при цьому семантику слова «ліфт».

(4) *Let's **Butterfly Touch** You – Нехай крила метелика доторкнуться до тебе* (Amro Beauty Lounge, 2020).

Це гасло також містить метафоричний зворот, застосовуючи який рекламодавці немов би натякають, що їх послуги макіяжу та візажу з легкістю підкреслять красу кожної клієнтки. При перекладі вважаємо доцільним використати таку трансформацію як додавання, а саме «крила метелика». Метафора є досить ефективним засобом творення рекламних слоганів, проте при її перекладі доречно застосовувати трансформації залежно від контексту.

Каламбур – це стилістичний прийом, який базується на грі слів, часто для досягнення гумористичного ефекту [1, с. 154; 7, с. 572]. Це досить поширений рекламний прийом, однак каламбур досить складно зберегти при перекладі через наявність сталих виразів, фразеологізмів, метафор тощо. Наприклад:

(6) *If you're not **fast**, you're **food** – Не гальмуй, з'їдять* (Timberland, 2009).

У цьому гаслі мовна гра присутня завдяки словосполученню «fast food», що означає швидкий перекус, тож якщо перекладати дослівно, отримаємо «Не будеш швидким, станеш їжею». Автори вирішили заохотити споживачів купувати їх спортивне взуття, а вдалий графічний дизайн з хижакими та чоловіком, що від них тікає, доповнив задум. У цьому випадку складно передати гру слів, тож при перекладі був застосований прийом транскреації, завдяки якому вдалося передати основний меседж слогана.

Однак існують вдалі приклади перекладу каламбуру в англійській мові, наприклад:

(9) *We have beer as cold as your ex's heart* – *У нас є пиво таке ж холодне, як серце твоєї колишньої* (Sign next to a café, the USA, 2020).

Окрім значення «холодний», слово «cold» може перекладатися як «байдужий, непривітний», тож гумористичний ефект зможуть оцінити як україномовні, так і англомовні поціновувачі прохолодного напою.

Отже, лінгвостилістичні засоби є невід'ємною частиною стратегії переконання в англомовному рекламному дискурсі. Проаналізувавши гасла, які містять епітети, метафору і каламбур, можемо зробити висновок, що перекладачі використовують *прийоми смислового розвитку, контекстуальної заміни, додавання, транскреації* тощо. Синтетичний характер української мови уможлиблює переклад англійських прикметників та прислівників за допомогою зменшувально-пестливих слів. Перспективи подальших досліджень вбачаємо у ґрунтовному аналізі інших лінгвостилістичних засобів увиразнення англомовних рекламних повідомлень. Практична цінність дослідження полягає в можливості застосування отриманих результатів на заняттях з практичного курсу англійської мови та практики перекладу. Окрім цього, результатами дослідження можуть скористатися фахівці з реклами при створенні рекламних повідомлень.

Список використаних джерел:

1. Красуля А. В., Гончарова О. В. Розвиток когнітивних здібностей учнів на уроках англійської мови засобами гри слів «каламбур». *Вісник КНЛУ. Серія Педагогіка та психологія*. 2020. Вип. 32. С. 151–159. DOI : <https://doi.org/10.32589/2412-9283.32.2020.207768>
2. Цілі та ефекти реклами. URL : <https://sites.google.com/site/frenchadvertisefr> (дата звернення: 24.03.2021).
3. Activia Bifidus Yogurt. Danone Ltd., 2019. URL : <https://www.activia.com/> (дата звернення: 24.03.2021).
4. Amro Beauty Lounge. Facebook, 2020. URL : <https://www.facebook.com/AmroBeautyLounge/posts/lets-butterfly-touch-you/> (дата звернення: 24.03.2021).
5. Anti-wrinkle Lifting Cream. Babe Laboratorios, 2021. URL : <https://laboratoriosbabe.com/anti-wrinkle-lifting-cream> (дата звернення: 24.03.2021).
6. Block, P. *If You're Not Fast You're Food*. Abundant Community, 2010. URL : <https://www.abundantcommunity.com/if-youre-t-fast-youre-food/> (дата звернення: 24.03.2021).
7. Cuddon, J. A. *A dictionary of literary terms and literary theory*. John Wiley & Sons, 2013. URL : https://www.academia.edu/7012145/A_Dictionary_of_ (дата звернення: 24.03.2021).

8. Raisin Life Cereal. The Quaker Oats Company, 2021.
URL : <https://www.quakeroats.com/products/cold-cereals/life-cereal> (дата звернення: 24.03.2021).
9. We have beer as cold as your ex's heart meme. AhSeeit, 2020.
URL : <https://ahseeit.com/?qa=27866/we-have-beer-as-cold-as-your-exs-heart-meme> (дата звернення: 24.03.2021).
10. 360 Reality Audio. SONY Electronics Inc., 2021.
URL : <https://www.sony.com/electronics/360-reality-audio> (дата звернення: 24.03.2021).

Алла Красуля,

канд. пед. наук

старший викладач кафедри германської філології

Сумського державного університету

Владислав Кравченко,

студент Сумського державного університету

СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ КВАЗІРЕАЛІЙ У ЛОКАЛІЗАЦІЇ ВІДЕОІГОР

Ринок відеоігор стрімко розвивається, тому все більше виникає потреба в їх локалізації для нових ринків. Мова відеоігор охоплює риси багатьох стилів мовлення, залишаючись водночас доволі унікальною та самобутньою. Не зважаючи на все це, наразі існує мало ґрунтовних досліджень відеоігор з точки зору мовознавства та перекладознавства.

Актуальність теми зумовлена тим, що перекладацькі аспекти локалізації відеоігор усе ще недостатньою висвітлені в наукових студіях вітчизняних та закордонних вчених.

Матеріалом для дослідження слугує офіційна українська локалізація пригодницької відеогри *Subnautica* [7].

Метою є розгляд способів перекладу квазіреалій у контексті локалізації відеоігор. Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі *завдання*:

- 1) окреслити поняття *локалізація* та його співвідношення з перекладом;
- 2) визначити головні риси відеоігрового дискурсу;
- 3) схарактеризувати квазіреалії як елемент описових текстів у відеоіграх;

4) проаналізувати приклади перекладу квазіреалій у відеоіграх.

Локалізація – це адаптація програмних продуктів для розповсюдження на новому ринку послуг та товарів [4, с. 85]. Переклад є важливим складником локалізації, проте ці поняття не тотожні. Локалізація охоплює низку інших процесів, таких як технічні зміни, адаптація шрифтів та графічних складників, культурна адаптація контенту, зміна маркетингових стратегій тощо.

Відеогра – це мультимедійна інтерактивна форма розваг для однієї або більше осіб, яка запускається на комп'ютерному технічному і програмному забезпеченні, контролюється допоміжним пристроєм і показується на екрані. У них можуть зображатися будь-які теми, види діяльності та вигадані світи [4, с. 18].

З огляду на те, що відеоігри є поєднанням наративних складників та програмного забезпечення, відеоігровий дискурс характеризується наявністю елементів художнього та комп'ютерного дискурсів. Це можна простежити в класифікації текстів у відеоіграх. Внутрішньоігровий текст охоплює «користувацький інтерфейс, оповідальні та описові тексти, а також недубльовані діалоги, які з'являються тільки в письмовій формі» [5, с. 122]. До комп'ютерного дискурсу більш близьким є користувацький інтерфейс, а ось описи, діалоги та оповідальні тексти написані здебільшого в художньому стилі.

Таким чином, локалізація відеоігор певною мірою поєднує елементи локалізації програмного забезпечення та художнього перекладу. Технічно зумовлені складнощі часто зачіпають тексти в художньому стилі, зокрема описи. Їх спричиняють обмеження на кількість символів, невідповідність між граматичними категоріями роду та відмінка в мові оригіналу та мові перекладу тощо. Розв'язання цих проблем вимагає від локалізатора креативного підходу.

Описи становлять найбільшу частину внутрішньоігрових текстів. Вони слугують для ознайомлення гравця з ігровими механіками, персонажами, тваринами, монстрами, географічними локаціями тощо [5, с. 155–156]. З огляду на незвичні сетинги відеоігор, самі їхні назви є квазіреаліями, тобто «лексичними одиницями на позначення об'єктів, створених авторською уявою

для характеристики вигаданого (казкового або фантастичного) світу, в якому відбуваються змальовані в художньому творі події» [3, с. 182].

Такі лексичні утворення особливо важливі у відеоіграх, оскільки вони не лише описують предмети та поняття, а й дають гравцям змогу використати їх у грі. Якщо у предметів є назва, призначення та певний спосіб роботи, вони стають більш реальними та корисними для проходження гри. Таким чином, переклад цих новоутворень доволі складний, оскільки вони позначають ключові елементи гри.

Серед найголовніших способів утворення квазіреалій в англомовних відеоіграх А. Рау виділяє: 1) *словоскладання*, тобто поєднання двох наявних слів або лексичних елементів у нову одиницю; 2) *афіксацію*, тобто додавання одного або декількох префіксів або суфіксів до основи слова; 3) *лексико-семантичний спосіб*, під час якого наявне слово використовується для позначення іншого явища [6, с. 91–92].

За теорією перекладознавства квазіреалії відносять до безеквівалентної лексики. Основними способами їхнього перекладу в художніх текстах є *елімінування лінгво- та соціокультурної лакунарності* [2, с. 55–56], *транскрипція, транслітерація, калькування, описовий переклад, пряме включення (використанні оригінального написання англійського слова в українському тексті)* [1, с. 342–343], Варто зазначити, що через специфіку відеоігор застосування описового перекладу до квазіреалій буде майже неможливим, оскільки він значно збільшує кількість символів.

Під час аналізу гри *Subnautica* [7] ми виявили такі класи квазіреалій:

1) *назви тварин*. Здебільшого утворені способом складання основ. Перша основа позначає характеристику тварини (місце проживання або зовнішній вигляд), а друга – її клас. У перекладі вони передаються шляхом вилучення другої основи (*bladderfish – міхур*) або заміною на суфікс (*holefish – дірвиця*).

Схожим чином сформовано словосполучення, які здебільшого перекладаються шляхом калькування. Наприклад, *cave crawler* – *печерний плазун*.

Також трапляються квазіреалії, утворенні суфіксальним способом. Наприклад, *warper* – *переміщувач*. Цікавим є приклад «*ameboid*», у якому суфікс *oid* позначає схожість на амебу. У перекладі це створіння отримало зменшувально-пестливу форму «*амебулька*».

Окремо розглянемо рибу «*boomerang*», назву якої було утворено лексико-семантичним способом. Проте, локалізатор не переклав її дослівно, а застосував контекстуальну заміну «*кривуля*». Також у грі є близький родич цієї риби «*tagmarang*», назву якого було складено шляхом блендингу, або лексичного зрощення (*magma+boomerang*). В українській локалізації її було експлікативно перекладено «*лавова кривуля*».

2) назви рослин. Назви ігрової флори здебільшого сформували шляхом складання слів та основ за схемою, подібною до назв тварин. Відповідно, найчастіше до них застосовували калькування. Наприклад, *lantern tree* – *ліхтаринове дерево*, *gabe's feather* – *тейбове пір'я*.

Деякі назви рослин було конкретизовано в перекладі. Наприклад, *tiger plant* – *тигровий пагін*, *ghost weed* – *примарна водорість*.

Яскравим прикладом культурної адаптації є рослина «*ming plant*», яка отримала свою назву завдяки схожості на вазу китайської династії Мін. Оскільки вони маловідомі українській лінгвокультурі, локалізатор переклав її як «*глечик*», використавши трансформацію генералізації.

3) назви технічного спорядження. Головним чином складені шляхом утворення словосполучень. Особливих перекладацьких труднощів не становлять, оскільки обладнання має аналог у реальному світі, на який вказує головне слово у словосполученні. Наприклад, *propulsion cannon* – *поштовхова гармата*, *stasis rifle* – *гамівна гвинтівка*.

Для технічних квазіреалій характерними є аббревіації. Наприклад, «*Prawn Suit*» насправді розшифровується як «*Pressure Reactive Armored Waterproof*

Nano Suit». Щоб передати гру слів, локалізатор використав «*Рачок*», оскільки прямий відповідник «*Креветка*» був би занадто довгим для абревіації. У перекладі нова повна назва звучить як «*Реактивно-човниковий океанічний костюм*», тобто пріоритетом локалізатора було збереження стилістичного засобу, а не дослівний переклад квазіреалії.

Отже, не існує чітких правил перекладу квазіреалій у відеоіграх, проте найчастіше застосовували калькування. Більшість квазіреалій базується на асоціації з предметом або явищем з реального світу. Саме тому головним завданням перекладача під час їхнього перекладу полягає в передачі асоціації, а не в пошуку прямого відповідника. Аналіз показав, що стратегії, які зазвичай використовують в художньому перекладі не завжди є допустимими для локалізації відеоігор. Саме тому локалізація відеоігор – це окремий комплексний вид перекладу, який потребує окремого вивчення. Перспективну подальших досліджень вбачаємо в розгляді перекладацьких стратегій у локалізації внутрішньоігрових описів.

Список використаних джерел:

1. Данкевич Т. Переклад авторських неологізмів в англійській мові. *Мова і культура*. Київ : Вид. дім Дмитра Бураго, 2014. Вип. 17, т. 3. С. 341–346.
2. Красуля А. В., Кримова А. В. Елімінування лінгво- та соціокультурної лакунарності в аудіовізуальному перекладі (на матеріалі британських серіалів). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. № 42. Т. 3. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2019. С. 55–58. DOI <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2019.42.3.12>
3. Ребрій О. В. Сучасні концепції творчості у перекладі : монографія. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 376 с.
4. Bernal-Merino M. *The Localisation of Video Games: Making Entertainment Software Global*. New York and London : Routledge, 2014. 322 p.
5. O'Hagan M., Mangiron C. *Games Localization: Translating for the global digital entertainment industry*. Amsterdam / Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2013. 374 p.
6. Ray A. Playing with the Language of the Future: The Localization of Science-fiction Terms in Videogames. *Approaches to Videogame Discourse: Lexis, Interaction, Textuality* / ed. by A. Ensslin and I. Balteiro. London: Bloomsbury, 2019. P. 87–115.
7. Subnautica – An Underwater Exploration Game. URL: <http://subnauticagame.com> (дата звернення: 28.03.2021)

Лариса Щигло,

канд. філол. наук

доцент кафедри германської філології

Сумського державного університету

Ольга Гончарова,

студентка Сумського державного університету

СПОСОБИ ВІДТВОРЕННЯ МОВНОЇ ГРИ (НА ПРИКЛАДІ ТВ ШОУ «WHOSE LINE IS IT ANYWAY?»)

Актуальність теми. Новітній етап розвитку суспільства вирізняється активним поглибленням процесів інтеграції економічної, політичної, та культурної сфер життя країн у всьому світі. Широкого вжитку набуває термін глобалізація як ознака формування єдиного світового суспільства. Інтеграція культурного аспекту на світовому рівні відбувається, першочергово, завдяки доступності джерел відповідної національної культури та активній перекладацькій діяльності, що спрямована на їх поширення.

Мета розвідки полягає у дослідженні способів відтворення явища мовної гри засобами української мови (на прикладі британського шоу «Whose line is it anyway?»). *Завданням* дослідження є виявлення способів перекладу з метою відтворення мовної гри з її подальшим збереженням.

Поняття «мовна гра» було започатковане австро-англійським філософом Людвігом Вітгенштайном у 1995 році. У праці «Філософські дослідження» науковець визначає мовну гру як сукупність мови та діяльності. З часом саме це тлумачення мовної гри укорінилося серед мовознавців. На сьогодні термін мовна гра позначає усі можливі ситуації, коли мовець вільно поводить себе з формою мовлення. Так званий «експромт» під час вираження думок прослідковується чи не на всіх мовних рівнях [2, с. 154].

У сучасному світі людина постійно стикається з явищем мовної гри, особливо серед видів мовної активності, що включають в себе елементи імпровізації та експромту. Приміром можуть служити публічні дебати в прямому

ефірі, інтерактивні онлайн-трансляції (вебінари, стріми), ігри КВН, виступи стендап-коміків тощо. Одним із взірців серед названих жанрів є комедійне шоу «Whose line is it anyway?» (скорочено Whose Line? або WLIA) – короткометражне комедійне імпровізаційне шоу, що вперше вийшло у ефірі британського телебачення у 1988 році. Найяскравіші приклади мовної гри у шоу прослідковуються на фонологічному та лексичному рівнях.

Переклад мовної гри досліджували В. Комісаров, Н. Любімов, Д. Делабастіта та ін. У процесі досліджень була створена систематизація способів перекладу мовної гри:

1) мовна гра → мовна гра. У цьому випадку мовна гра з тексту-оригіналу відтворюється за допомогою мовної гри засобами мови перекладу. Переклад може дещо відрізнитися за формою вираження та семантикою;

2) мовна гра → не мовна гра. Переклад здійснюється виразом, що не вміщує мовної гри. Вважається, що притаманним цьому способу є прийом опущення, утім, таким лише способом цей варіант перекладу не обмежується;

3) мовна гра → редакторська техніка: перекладачі застосовують примітки, посилання, пояснення.

Розглянемо способи перекладу, що можуть бути використані під час відтворення мовної гри з її подальшим збереженням окремо для лексичного та фонетичного рівнів.

Фонетичний рівень творення мовної гри в шоу «Whose line is it anyway?» представлений:

1) Вимовою з акцентом. Під час зображення члена руху амішів (християнська спільнота США, яка дотримується старого традиційного способу життя та користується пенсильвансько-німецьким діалектом) актор говорить з сильним акцентом задля засудження сучасного стилю життя з точки зору консервативності свого персонажа: *TV presenter: What is your favourite colour and why? – An Amish guy: I'll tell you. The color of a willow switch across your behind, that's what you need!* [4]. У цьому випадку переклад лексичного елемента не створює жодних складнощів, утім, акторам дубляжу доведеться відтворити засуджувальний стиль вимови, що притаманний людям застарілих поглядів на

життя. Знадобиться спосіб мовна гра → редакторська техніка – розшифровка поняття амішів на екрані.

2) Римована співзвучність або звукопис (звукосподібнення). У межах епізоду гри, де актор має заримувати у пісні обране аудиторією слово, мовна гра реалізується за допомогою рими. *I do not know what to say, but let us to go away to France and sail on the Rive Gauche. Neroshi! Let us cook some brioche. Neroshi! I put on some sun tan loshi!* [6]. У цьому випадку переклад відбудеться за схемою мовна гра → не мовна гра, оскільки знайти еквівалентні римовані відповідники лексемам *Neroshi, Rive Gauche, brioche, loshi* неможливо.

3) Вживання омофонів. До фонетичного рівня творення мовної гри також можна віднести вживання омофонів – слів, які вимовляються однаково, утім, мають різне написання і значення. *I would like to take you out for a few drinks, but... I'm a minor* [7]. У наведеному прикладі, омофоном є слово *minor*. Мовець з каскою на голові говорить, що він хотів би зустрітися, утім, не може, оскільки йому немає 18 років: *minor* (молодший, неповнолітній) та *miner* (шахтар). Омофони *minor* – *miner* створюють комічний ефект у цій ситуації. У цьому випадку зберегти мовну гру у перекладі можливо за допомогою смислового розвитку та професійного жаргону шахтарів. Слова *minor* можна перекласти лексичними одиницями *салага* або *не папочка* (директор шахти, начальник дільниці), аби показати юний вік та приналежність до гірничої справи [1, с. 86].

Лексичний рівень мовної гри в шоу «Whose line is it anyway?» реалізується за допомогою:

1) Явища параномазії – каламбурного зближення близьких за звучанням, але різних за змістом слів. *Bad stand-up comedian: Some people think it's because of the heavy rains lately. It was raining cats and dogs. I stepped into a poodle* [5]. Мовець вдається до мовної гри, перетворюючи логічно пов'язану з ідіомою *raining cats and dogs* (укр. ллє як із відра) лексему *puddle* (укр. калюжа) на *poodle* (укр. пудель). Під час перекладу завдяки заміні можливим є спосіб мовна гра → мовна гра: *Там ллє як із відра. Я в нього і вступив*. Оригінальна мовна гра не збережена, утім, комічність вислову відтворена.

2) Зоосемізмів. Розмова між коміками, один з яких має гумову курку на голові відбувається так:

- *Can you hide me?*
- *What are you? Chicken?*
- *Why do say something like that?*
- *Have I hurt your feelings?* [3].

Мовна гра зумовлена тим, що загальноповживане слово *chicken* (укр. куриця) може виступати зоосемізмом з негативною конотацією. Наявність такого ж зоосемізму в українській мові уможлиблює дослівний переклад, де мовна гра → мовна гра.

3) Явища полісемії. Репліка актора з карткою «Giving birth» (укр. під час пологів): *TV reporter: If you were a piece of women`s clothing, what kind would you be and in what color? – Giving birth: I`d probably be a bra, a push-up! Push! Push!* [5]. Лексема *push* має значення *штовхати, тужитися* в дискурсі медицини, а також значення *підіймати, підтримувати*, що реалізується у назві жіночої білизни – *push-up bra*. Мовна гра утворена логічним зв'язком ситуації пологів та предмету одягу. Оскільки назва *пуш-ап* є запозиченням з англійської мови, а слово *push* часто трапляється у різних інструкціях, обидві лексичні одиниці є відомі переважній більшості людей. Переклад мовна гра → мовна гра можливий за допомогою транскрипції: *I`d probably be a bra, a push-up! Push! Push! – Я б, мабуть, був бюстгальтером, пуш-ап! Пуш! Пуш!*

Отже, мовна гра є складним перекладацьким викликом, оскільки для її перекладу не існує єдиного затвердженого способу чи усталеної перекладацької трансформації. Будь-який випадок потребує окремого аналізу перекладачем. В залежності від засобів реалізації мовної гри можуть бути використані транскрипція, заміна, калькування, смисловий розвиток тощо. До того ж у деяких випадках мовну гру у тексті перекладу відтворити неможливо.

Список використаних джерел:

1. Глуховцева К. Стан і перспективи вивчення професійного професійного жаргону шахтарів. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2011. Вип. 24. С. 85–88.

2. Красуля А.В. Розвиток когнітивних здібностей учнів на уроках англійської мови засобами гри слів “каламбур”. *Вісник КНЛУ. Серія «Педагогіка та психологія»*. 2020. Вип. 32. С. 151–159.

3. Are You Always This Creepy? | Whose Line Is It Anyway?.
URL: <https://www.youtube.com/watch?v=NPzxqeY0BK0&t=120s> (дата звернення: 02.04.2021)

4. Whose Line Is It Anyway? – S1 E1 – Greg Proops.
URL: <https://www.dailymotion.com/video/x48jnrn> (дата звернення: 02.04.2021)

5. Whose Line Is It Anyway? – S1 E4 – Brad Sherwood.
URL: <https://www.dailymotion.com/video/x48jnrk> (дата звернення: 02.04.2021)

6. Whose Line Is It Anyway? – S1 E5 – Brad Sherwood & Karen Maruyama
URL: <https://www.dailymotion.com/video/x48jnt9> (дата звернення: 02.04.2021)

7. Whose line is it anyway? – I am a miner.
URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ycHphBRf7ss> (дата звернення: 02.04.2021)

СЕКЦІЯ 3.
**СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ВИКЛАДАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ
(РОСІЙСЬКОЇ), АНГЛІЙСЬКОЇ МОВ ЯК ІНОЗЕМНИХ**

Ольга Шум,

канд. філол. наук

доцент кафедри іноземної філології

Київського національного університету культури і мистецтв

**ДОПОМІЖНІ ЗАСОБИ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ
В ОНЛАЙН ФОРМАТІ**

Актуальність теми дослідження полягає у тому, що із переходом на дистанційне онлайн навчання перед викладачами, зокрема іноземних мов, постала необхідність пошуку нових дієвих способів мотивації та утримання уваги студентів, а також ефективного оцінювання за нових обставин. При цьому по-іншому почали розглядати методики *гейміфікації* навчального процесу, які досі часто використовувались під час практичних занять у різній формі та з різною метою.

Метою нашої розвідки є розгляд проблем та сучасних способів їх подолання, з якими зустрічається викладач іноземних мов під час забезпечення дистанційного онлайн навчання на високому рівні.

Головне *завдання* нашого дослідження вбачаємо у пошуку способів і методів, а також допоміжних засобів та ресурсів для ефективної організації дистанційного онлайн навчання, зокрема викладання іноземних мов. Вивченню зазначеної проблематики, а саме особливостям дистанційного навчання, присвячували свої дослідження В. Юнчик [4], В. Кухаренко, В. Попов, Л. Требик, М. Левіщенко [1], О. Шум [3] та інші. Проблеми використання *гейміфікації* в освітньому процесі вивчають О. Ткаченко, Л. Жиділова, К. Ляшенко, К. Бугайчук, О. Коневщинська, Б. Качан, Т. Краснова, О. Макаревич [2], О. Шум [5].

У своєму дослідженні ми розглядаємо дві категорії Інтернет ресурсів, які можна використовувати для організації практичних онлайн занять з іноземних мов: 1) з метою проведення тестів та тематичних перевірок знань та 2) для опитувань та отримання зворотного зв'язку від студентів, а відтак подальшого вдосконалення методик дистанційної освіти. Об'єктом свого дослідження ми обрали ресурси для створення інтерактивних онлайн тестів та квізів – *Flippity*, *Kahoot*, *Triventy*, *Plickers*, *Simpoll*, *Quizizz*, та сайти для створення опитувань, наприклад, з метою отримання анонімного зворотного зв'язку тощо – *Google Forms*, *Opinion Stage*, *Oproso*, *Survey Monkey*, *Survey Nuts*.

Flippity – це онлайн сервіс, який дозволяє створювати вправи і завдання у формі гри, також на основі таблиць *Google*. Цей додаток є безкоштовним, що є однією із найвагоміших переваг та дозволяє створювати ігри та вікторини за різними зразками. З метою виконання зазначеного завдання достатньо поділитися зі студентами посиланням, що не потребує реєстрації. Усі завдання є інтерактивними, а також з метою зацікавлення студентів є можливість створення навчальних флеш-карток.

Kahoot – один із найвідоміших сьогодні сайтів, за допомогою якого, використовуючи різноманітні зразки і трафарети, можна створювати завдання, тести, опитування і вікторини, зокрема з метою перевірки лексичних або граматичних знань студентів. Навігація та функціональна панель ресурсу є досить простою та зручною у використанні. Студенти мають змогу долучитися до виконання завдання, перейшовши по посиланню.

Triventy – функціональний Інтернет ресурс, який дозволяє викладачу конструювати ігри та інтерактивні завдання. Виконувати завдання та тести можна як з комп'ютера чи ноутбука, так і з смартфона. Сервіс дає змогу одразу автоматично оцінювати результат студентів, а також нараховувати додаткові бали за швидкість виконання.

Plickers – цей сайт дозволяє розробляти завдання з метою отримання зворотного зв'язку – опитування, голосування, оцінки групових знань тощо. Завдання створюються безпосередньо на сайті, їх можна також за потреби

роздруковувати. Ресурс дозволяє перевіряти результати виконання завдань шляхом їх сканування через додаток, завантажений на смартфон.

Simpoll – це онлайн ресурс, який дає змогу викладачу швидко створювати різноманітні запитання, анкети, голосування, тестування з можливістю автоматичної перевірки. На сайті можна створювати тестові завдання різної складності. Має базові безкоштовні пропозиції та потребує реєстрації. Завдання з ресурсу поширюються за допомогою стандартного посилання або через спеціальний код.

Quizizz – це інструмент, який у першу чергу дає змогу якісно оцінювати знання студентів завдяки інтерактивним тестам та вікторинам. Якщо завдання розроблені для групи студентів, то кожен отримує змогу виконувати їх індивідуально. За допомогою цього сайту можна отримувати загальний результат групи, а також відслідковувати успіхи кожного окремого студента. Виконання завдань можливо обмежувати в часі.

З метою отримання швидкого зворотного зв'язку або опитування студентів найчастіше використовують:

Google Forms – сервіс, який дозволяє швидко створювати опитування і графіки, зберігати їх, а також комбінувати між собою раніше створені тести. На ресурсі є змога створювати запитання різних типів з різними варіантами відповідей.

Opinion Stage – інструмент, який дозволяє створювати, зокрема за зразками, різноманітні опитування, вікторини, форми. Дозволяє швидко отримати зворотний зв'язок від студентів та отримати результати оцінювання за окремими мовними компетенціями.

Oprossio – ще один популярний ресурс, який дає змогу створювати опитування або тести за 23 типами запитань. Можна поєднувати в одному тесті або опитувальній формі різні типи запитань. Легко інтегрується в інші онлайн платформи, ресурси, сайти. За потреби опитування можна завантажити окремим файлом (xls, pdf тощо).

Survey Monkey та *Survey Nuts* – два схожі сервіси для створення типових опитувань або тестів різного виду. Мають 51 шаблон для опитувань та близько 15 видів запитань, а також підтримують різні мови. Є можливість перемішування запитань. На сайтах можна вибрати функцію виконаних запитань та отримати автоматичні результати, а також зберегти документ у форматі pdf.

Отже сьогодні в мережі Інтернет викладач може знайти чимало сервісів у вільному доступі, які дають змогу урізноманітнити процес онлайн навчання та підвищити ефективність практичних занять з іноземних мов. На нашу думку, розглянуті вище інструменти мають приблизно схожий функціонал, тому їх можна використовувати за вибором викладача, враховуючи простоту інтегрування у відео заняття, з метою застосування елементів гейміфікації – проведення інтерактивних тестувань, завдань на перевірку лексичних або граматичних знань тощо. Однак, вважаємо, що кількість ігор має бути лімітованою, оскільки процес навчання має дисциплінувати студента. У перспективі, на нашу думку, доцільно продовжувати подальші розвідки щодо ресурсів, які дозволяють урізноманітнити форму подачі теоретичного та практичного матеріалу під час онлайн занять (дошки, презентації тощо).

Список використаних джерел:

1. Левіщенко М. Основи дистанційного вивчення іноземної мови. *Сучасні тенденції іношомовної професійної підготовки майбутніх фахівців немовних спеціальностей в полікультурному просторі* (5 червня 2020 року). За заг. ред. Ю.Волошина, Н.Гончаренко-Закревської, Н.Василишиної. К.: ФМВ, НАУ, 2020. С. 490-493.
2. Макаревич О. Гейміфікація як невід'ємний чинник підвищення ефективності елементів дистанційного навчання. *Молодий учений*. 2015. № 2(17). С. 275–278. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/2/357.pdf> (дата звернення: 12.03.2021).
3. Шум О. Особливості дистанційного вивчення іноземних мов конференції. *Сучасні тенденції іношомовної професійної підготовки майбутніх фахівців немовних спеціальностей в полікультурному просторі* (5 червня 2020 року). За заг. ред. Ю.Волошина, Н.Гончаренко-Закревської, Н.Василишиної. К.: ФМВ, НАУ, 2020. С. 522-525.
4. Юнчик В. Методичні особливості дистанційного навчання оновлення змісту, форм та методів навчання і виховання в закладах освіти: Збірник наукових праць. *Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету*. Випуск 7(50), 2013. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CN

R=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=Ozfm_2013_7_67 (дата звернення: 12.03.2021).

5. Shum O. Common features of distance learning of foreign languages. *Сучасне суспільство і наука: актуальні дослідження молодих науковців*: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції іноземними мовами (29 травня 2020 року). Харків: Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого, 2020. С. 109-111.

Галина Швець,

старший викладач кафедри соціогуманітарних дисциплін

Львівського національного університету імені Івана Франка

ВИКЛИКИ ДЛЯ ВИКЛАДАЧА ПІД ЧАС ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ ОНЛАЙН

Навчання іноземних мов є одним з основних елементів системи професійної підготовки фахівців у ЗВО України. Система дистанційного навчання в Україні має багато переваг і недоліків. Проте екстремальна ситуація, пов'язана з пандемією CoVid-19, змусила викладачів і студентів опинитися в реальності, де викладати й навчатися доводиться виключно перед екраном комп'ютера чи смартфона. Ефективність такого навчання покаже свої результати вже незабаром, коли фахівці онлайн-навчання отримають дипломи й підуть працювати за фахом.

Про важливість та перспективність дистанційної освіти говорить В. Дацюк ; стаття Ю. Дишлевої присвячена проблемам дистанційного навчання англійської мови в немовному закладі вищої освіти, в дисертації Н. Муліної розглядаються питання методики розробки та використання дистанційного курсу англійської мови у вищому технічному закладі освіти.

Мета статті – розглянути виклики, які постають перед викладачем у процесі дистанційного навчання іноземних мов у немовному ЗВО.

Сучасні інформаційно-комунікаційні технології мають такі особливості [1, с. 20–21]:

- дають доступ до різних джерел інформації та навчальних ресурсів, включаючи книги, підручники, монографії тощо;

- в такому навчально-виховному процесі студент виступає суб'єктом навчання, а викладач відіграє лише функцію помічника, який не повністю визначає зміст навчання;

- можливість здобувати знання, уміння і навички за допомогою проблемного та дослідницького навчання;

- основні принципи такого навчання практичність, тісний зв'язок із життям і процесами в суспільстві;

- покращує комунікацію між студентами, викладачами і вищими навчальними закладами;

- виступає надійною вимірювальною та ієрархічною системою, яка дає змогу чітко визначити місце студента, викладача та університету;

- постійне покращення за допомогою зворотного зв'язку;

- здатність підтримувати безперервний процес самонавчання і вдосконалення студентів в будь-який час;

- дає змогу розповсюджувати нові ідеї в сфері освіти;

- сприяє розвитку освіти в сільській місцевості;

- забезпечує доступ студентів до освітніх ресурсів, які не мають змоги це робити під час навчальних годин;

- забезпечує освітні послуги за нижчою ціною в режимі онлайн;

- допомагає викладачам у проведенні екзаменів і забезпеченні матеріалів з курсів;

- забезпечує студентів різними можливостями з вивчення іноземних мов.

Проте існує низка недоліків, які умовно можна поділити на такі, що стосуються студентів, і такі, що стосуються викладачів [4, с. 172]:

1) до першої категорії належать: недостатність соціальної взаємодії, яка є прямим наслідком віртуального формату навчання; технологічні проблеми, які найчастіше полягають у побоюванні нових технологій або їх відсутності; портативність матеріалів за рахунок електронної форми – це зазвичай зручно, але не завжди стовідсотково краще, ніж традиційні підручники.

2) друга категорія включає такі недоліки, як: технологічні питання, тобто наявність і технічного забезпечення та його відповідність потребам нової форми навчання; неналежні матеріали, які не підходять для застосування в дистанційному навчанні; відсутність необхідного культурного прийняття – далеко не всі в нашій країні готові до нової форми навчання та сприймають її серйозно, а тому вочевидь необхідним видається проведення певної підготовчої роботи з майбутніми студентами.

Дистанційне навчання іноземних мов із використанням комп'ютерних технологій має забезпечувати реалізацію таких завдань [3, с. 244]:

- формування і розвиток умінь та навичок читання з безпосереднім використанням матеріалів мережі Інтернет;

- удосконалення вмінь аудіювання на основі адаптованих та автентичних звукових текстів;

- формування умінь і навичок перекладу та реферування текстів за фахом;

- удосконалення умінь монологічного та діалогічного мовлення;

- розширення активного та пасивного словників, ознайомлення з лексикою сучасної іноземної мови, яка відображає певний етап розвитку культури країни, соціального та політичного ладу суспільства:

- формування елементів глобального мислення (діалог культур);

- формування стійкої мотивації пізнавальної діяльності, потреби використання іноземної мови в реальному спілкуванні;

- формування культури спілкування.

Наскільки вдається практично застосувати ІКТ при навчанні іноземних мов? Які виклики постають перед викладачем у процесі навчання іноземної мови онлайн? Наведемо декілька прикладів тих проблем, на які наштовхується викладач, котрий працює в комфортних умовах перед екраном комп'ютера.

1) Проблема реалізації комунікативної методики під час навчання онлайн.

Як відомо, сьогодні однією з найпопулярніших і найефективніших методик навчання іноземної мови є комунікативна. Основні принципи комунікативної методики включають [2, с. 63]:

1. Кожен студент бере активну участь в процесі навчання.
2. Викладач говорить мало, а студент – багато.
3. Спільна робота в групі, студенти вчаться спілкуватися один з одним, розуміти кожного, взаємодіяти між собою.
4. Студенти вчаться пояснювати і висловлювати свою думку різними способами.
5. Використовуються рольові ігри.
6. Активне вивчення ідіоматичних виразів, розмовного сленгу.
7. Застосовується метод «занурення» – тобто використання рідної мови на заняттях зводиться до мінімуму.
8. Залучення студентів до культури англомовних країн.

Дистанційне навчання начебто дозволяє повністю реалізувати комунікативну методику, під час онлайн-заняття. Однак, на практиці не завжди все так, як у теорії. І якщо пункти 2, 4, 5, 6, 7 та 8 з легкістю імплементуються викладачем у навчальний процес, з рештою пунктів комунікативної методики навчання виникають проблеми.

Так, щодо пункту № 1: на жаль, не кожен учень/студент бере активну участь у процесі навчання. Причиною цьому може бути не тільки банальне небажання навчатися чи втома від майже цілодобового споглядання на екран комп'ютера, а й технічні проблеми чи відсутність якісного Інтернет-сполучення.

Ті самі зауваги стосуються третього пункту, при якому студенти мали б працювати у групах і взаємодіяти між собою, спілкуючись. Але додаються й інші. По-перше, розділити студентів на групи дистанційно вимагає неабиякого вміння від викладача. Так само, як і проведення певних ігор (зокрема, рольових) чи конкурсів онлайн. По-друге, виникає питання: чи всі студенти дотримуватимуться правил елементарних етики й етикету, тобто не користуватимуться спільними групами в чатах для обміну інформацією чи допомоги-підказки одне одному?

2) Проблема використання студентами ключів до вправ, відповіді онлайн.

Мабуть, використання студентами ключів до вправ з підручників чи пошуку відповідей онлайн – один з найактуальніших викликів, який постає перед

викладачем іноземних мов. Часто студенти шукають переклад певного слова під час усної відповіді (наприклад, коли викладач просить перекласти певне слово чи речення відразу, не пишучи його в чат-боксі). Те саме стосується пошуку відповідей до завдань у мережі – онлайн-вправи часто пропонують готові ключі чи підказки.

Можливість вимкнути мікрофон чи сказати про погане Інтернет-з'єднання заохочує студентів до такого недобросовісного навчання з метою хіба лиш отримати хорошу оцінку, адже знання при цьому надовго не затримуються.

Відповідно, окрім основного завдання – навчити іноземної мови за допомогою наявних засобів навчання – викладач має ще ретельніше добирати матеріали, які використовуватиме на занятті. Ідеальний варіант для викладача під час дистанційного навчання – завдання без можливості знаходження ключів у мережі Інтернет, створення презентацій, проектів чи завдань за типом відкритої відповіді, коли кожен студент висловлює власне бачення певної теми чи проблеми.

Викладач міг би створити такі завдання чи організувати процес навчання таким чином, щоб студент відповідав би на тест чи виконував вправи відразу на занятті в режимі реального часу без можливості збереження правильних відповідей, проте такий варіант практично неможливий у час, коли процес навчання підлягає (часто обов'язковому) запису.

3) Проблема можливості запису.

Саме можливість запису є третім викликом для сучасного викладача іноземних мов. Запис дає можливість переглянути заняття, проаналізувати його й згодом вдосконалити свою методику викладання. Але коли йде мова про вибір завдань і перевірку студентських знань, запис радше шкодить. Навіть, якщо завдання будуть неповторні й ексклюзивні. Адже, студенти можуть записати заняття і передати правильні відповіді тим, хто відсутній, чи своїм колегам з інших груп.

Отже, попри те, що дистанційне навчання робить навчальний процес зручнішим (студент навчається, а викладач навчає у комфортному середовищі, часто вдома), такий формат навчання ставить свої виклики, особливо, для викладача. Викладачам варто врахувати проблеми, які виникають під час

дистанційного навчання, й надалі досліджувати це питання з метою успішного, комфортного, ефективного й цікавого навчання в мережі.

Список використаних джерел:

1. Бойко Я. Особливості використання інформаційно-комунікаційних технологій та вивчення іноземних мов у вищих навчальних закладах. *«Мова і світ: сучасні тенденції викладання іноземних мов у вищій школі»*: збірник матеріалів IV Всеукраїнського науково-практичного вебінару (29 листопада 2017 р.). Житомир: Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2017.

2. Комар О. Комунікативний підхід до викладання іноземної мови з використанням нових інформаційних технологій як фактор формування загальних компетентностей у студентів немовних спеціальностей. *«Мова і світ: сучасні тенденції викладання іноземних мов у вищій школі»*: збірник матеріалів IV Всеукраїнського науково-практичного вебінару (29 листопада 2017 р.). Житомир: Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2017.

3. Олійник О. Інноваційні технології дистанційного навчання іноземної мови для студентів немовних ВНЗ. *Лінгвістичні дослідження*: збірник наук. праць ХНПУ ім. Г.С. Сковороди. 2014. Вип. 38.

4. Романюк С. Дистанційне навчання англійської мови у процесі професійної підготовки майбутніх юристів: стан та перспективи. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія». Педагогічні науки*. 2015. № 1 (9).

Лариса Біденко,

канд. пед. наук

доцент, завідувач кафедри мовної підготовки іноземних громадян

Сумського державного університету

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙ У ПРОЦЕСІ ВИКЛАДАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ

Актуальність теми. Методика навчання української мови як іноземної пройшла величезний шлях свого розвитку. Починаючи з практичного застосування порівняльного мовознавства і закінчуючи сучасними інноваційними методичними концепціями навчання української мови як іноземної, зокрема: комунікативного, інтенсивного, діяльнісного, проектного, методики дистанційного навчання та інших, змінювалися не тільки цілі навчання іноземної мови, а й вимоги до оволодіння ними.

На сучасному етапі розвитку лінгводидактики вирішальну роль відіграють комунікативно-орієнтовані методики, які орієнтовані на комунікацію і творчість студентів.

Аналіз наукової і дидактичної літератури показав, що вченими описані різні аспекти, пов'язані з дослідженням прогресивних технологій навчання. Так, вченими Н. В. Борисової, В. Н. Кругликової, Ю. Б. Лузейко, М. М. Новик, А. М. Смолкін розроблена класифікація активних методів навчання; використання ділових ігор у процесі формування професійної компетенції присвячені роботи А. М. Новікова, Г. П. Щедровицького.

Вченими описано проєктні технології, матрично-методичні методи зворотного резонансу, досить добре вивчена діяльнісна концепція навчання, представлена теорією поетапного формування розумових дій. Але, незважаючи на існуючі наукові роботи лінгводидактів, все ж у сучасній методиці викладання мови немає єдиної думки з приводу універсального інноваційного методу навчання.

Мета статті – описати сугестопедичну методику навчання української мови як іноземної і показати її практичне застосування.

На кафедрі мовної підготовки іноземних громадян СумДУ використовуються багато інноваційних методів навчання української мови як іноземної. Зупинимось на характеристиці однієї з них – сугестопедична методика Георгія Лозанова.

Г. Лозанов використовував сугестію як засіб активізації резервних психічних можливостей в навчальному процесі, зокрема, при навчанні іноземної мови.

Ідеї Г. Лозанова з'явилися відправним пунктом для побудови низки методичних систем інтенсивного навчання іноземної мови. Спочатку модель інтенсивного навчання мови розроблялися для дорослих або студентів старших груп в умовах короткострокових курсів, але в подальшому досвід успішної реалізації інтенсивного методу навчання і в інших умовах був позитивним. Використання сугестії дозволяє знімати різного роду психологічні бар'єри.

Педагог проводить заняття з урахуванням психологічних факторів, емоційного впливу, використовуючи логічні форми навчання.

Також специфічною рисою інтенсивної методики є те, що сугестопедія широко спирається на положення про різні функції півкуль головного мозку. Підключення емоційних чинників до навчання іноземної мови значно активізує процес засвоєння, відкриваючи нові перспективи в розвитку методики навчання іноземним мовам. Уся атмосфера занять організовується таким чином, що засвоєння мови супроводжують позитивні емоції.

З одного боку, це є важливим стимулом для створення і підтримки інтересу до предмета. З іншого боку, інтелектуальна діяльність студентів, підкріплена емоційною діяльністю, забезпечує найбільш ефективне запам'ятовування матеріалу і оволодіння мовними вміннями.

Ще одним важливим чинником служить активне використання рольових ігор. Специфіка інтенсивного навчання полягає саме в тому, що навчальне спілкування зберігає всі соціально-психологічні процеси спілкування.

Рольове спілкування – це одночасно і ігрова, і навчальна, і мовна діяльність. Але при цьому, якщо з позиції студентів рольове спілкування – ігрова діяльність або природне спілкування, коли мотив знаходиться не в змісті діяльності, а поза ним, то з позиції викладача рольове спілкування – форма організації навчального процесу.

Основними результативними моментами інтерактивної методики навчання є: створення сильної мотивації навчання, що здійснюється у неформальному спілкуванні, і мотивації спілкування, наближеного до реальних; висока і негайна результативність навчання; пред'явлення і засвоєння великої кількості мовних, лексичних та граматичних одиниць.

У даний час інтенсивне навчання іноземних мов реалізується на кафедрі мовної підготовки іноземних громадян. Ми поділяємо думку науковців щодо ефективності невимушеного спілкування, що призводить до активізації розумової, мовленнєвої і емоційної діяльності. Ми вважаємо, що мову треба вивчати легко та невимушено. Викладач промовляє нові фрази, перекладає їх,

після чого просить усіх декілька разів повторити. Граматичні вправи не виконуються у звичному для нас варіанті. Студенти спочатку запам'ятовують нові фрази, а потім аналізують їхню граматичну конструкцію. Також і розвиток писемних навичок не є метою навчання. Говорити студенти починають з перших уроків. Спілкуватися не лише з викладачем, але й з групою. Навчання у групі не заважає, а допомагає спілкуванню. Протягом заняття студенти говорять з різними співрозмовниками і самостійно оцінюють свій прогрес, спілкуючись то з більш сильними, то зі слабкими партнерами. Викладач коректно виправляє помилки, щоб не перервати мовлення.

Усе викладене дозволяє зробити певні *висновки*. Для ефективного формування мовленнєвої компетенції іноземних студентів необхідно викладачу володіти новими методиками навчання мови, серед яких важливе місце належить сугестопедичному навчанню, яке спирається на створення відчуття внутрішньої свободи і розвитку самодисципліни.

Список використаних джерел:

1. Гончаров С.М. Сугестивні технології навчання в кредитно-модульній системі організації навчального процесу: навч.-метод. посіб. Рівне : НУВГП, 2008. 118 с.
2. Лисейко Ю.Б. Про деякі методичні принципи інтенсивного навчання іноземних мов. URL: http://www.rusnauka.com/8_NND_2011/Philologia/1_81336.doc.htm
3. Лозанов Г.К. Суггестопедия в преподавании иностранных языков. *Методы интенсивного обучения иностранным языкам*: сб. научн. трудов; отв. ред. С.И. Медьник. М. : Изд-во МГПИИЯ им. М. Тореца, 1979. Вып. 5. С. 53–62.
4. Методика изучения языков. Метод Лозанова. – Суггестология – изучение внушения и внушаемости. URL: <http://filolingvia.com/publ/67-1-0-104>

Ганна Кисельова,

старший викладач кафедри мовної підготовки іноземних громадян

Сумського державного університету

Салма Мустафа,

студентка Сумського державного університету

ФОРМУВАННЯ УКРАЇНОЗНАВЧОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ ІНОЗЕМНИХ СТУДЕНТІВ ЗАСОБАМИ УМІ

Актуальність теми дослідження полягає у необхідності створення, удосконалення та впровадження навчально-методичного забезпечення для формування лінгвокраїнознавчої компетенції іноземних студентів, які навчаються в Україні, в нових освітніх умовах, при домінуванні віддалених форматів навчання. *Метою розвідки є* з'ясування методичних можливостей, засобів та ресурсів нового навчально-методичного посібника з української мови як іноземної, створеного на матеріалі історії України. Цим обумовлені *завдання дослідження*: стисло описати та проаналізувати методичні можливості та особливості посібника, обґрунтувати доцільність його використання у навчальному процесі для формування українознавчої компетенції студентів-інокомунікантів.

Основні результати та висновки дослідження, їх цінність. З метою оптимізації формування українознавчої компетенції в іноземних студентів, які здобувають вищу освіту в Україні, викладачами кафедри мовної підготовки іноземних студентів СумДУ створений електронний навчальний посібник з УМІ «Відкрита історія», який дозволяє поєднувати два аспекти навчання: лінгвістичний та українознавчий [2]. Посібник призначений іноземним студентам, з базовими знаннями української мови на рівні B1. Насамперед, звичайно, це студенти, які вивчають предмет «Історія України» у якості обов'язкового навчального курсу на пропедевтичному етапі. Крім того, матеріали посібника стануть у пригоді також й іноземним студентам усіх етапів навчання і різних фахових спрямувань, як такі, що значно розширюють знання

про Україну, удосконалюють їхню соціокультурну компетенцію. Оскільки сучасні освітні умови унеможливають навчання без інтенсивного використання електронних ресурсів, посібник структурований таким чином, що є ефективним та зручним у різних форматах навчання – як у традиційному аудиторному, так і при змішаному, гібридному, дистанційному, а також під час самостійної роботи студентів. Електронний формат посібника дозволяє також широко застосовувати різноманітну наочність, аудіальний супровід, посилання на різні інтернет-ресурси, тобто робить книжку більш цікавою, тим самим посилюючи мотивацію навчання.

Назва посібника віддзеркалює його концепцію. Він має відкриту структуру, що дозволяє студенту, виконуючи різноманітні лінгвістичні вправи і створюючи власні тексти за аналогією з поданими текстами-моделями, стати співавтором книжки. З іншого боку – історія України триває, наповнюється новими подіями і новими поглядами на ці події. Це робить необхідним та дає можливість розширювати межі посібника за рахунок включення інформації з новітньої історії України.

За інформаційним наповненням текстотека посібника поділяється на 17 мовленнєвих тем. Дві перші, вступні, теми містять загальні відомості про історію як науку, про основні поняття історії: факти, історичні пам'ятки, особливості розвитку суспільства тощо. Студенти дізнаються, що вивчає хронологія, які історичні періоди вона визначає, що таке літочислення, що являє собою стрічка часу. Головні теми знайомлять іноземців із сучасною Україною, її географією, природою, державним устроєм, державною символікою, народами, які населяють країну, правами, обов'язками та особливостями перебування іноземців в Україні. На наступних заняттях опановується інформація з історії України починаючи з часів Київської Русі і до часів набуття Україною державної незалежності в 1991 році.

Посібник побудовано за принципами текстоцентричності, тому об'єднуючим компонентом кожної мовленнєвої теми є текст, модельований відповідно до навчальних завдань. У процесі моделювання текстів автори

керувалися, в першу чергу, принципом доступності. Тести адаптовані з урахуванням рівня володіння студентами української мови та мають відповідне сконцентроване мовне наповнення: основу текстів складають уже відомі студентам лексика та граматичний матеріал. Тексти є мовно насиченими, містять лексичні та граматичні повтори, оскільки насамперед головною метою є розвиток та удосконалення мовної компетенції студента. Разом з тим вони відрізняються певною новизною для іноземця, оскільки містять нові факти та події, які мали місце в історії України. Слід зазначити, що більша частина цих текстів є комунікативно репрезентативними, що дозволяє студентам у подальшому використовувати їх під час виконання умовно-мовленнєвих вправ – під час складання самостійних розповідей про історію та сучасність своєї країни. Ілюстрацією викладених положень може слугувати уривок з навчального тексту про державну символіку, у якому йдеться про герб України: «Герб України має велику і довгу історію. Та офіційно він існує з тисяча дев'ятсот дев'яносто другого (1992) року. Герб України має форму прямокутного щита. На щиті розташований дуже цікавий знак. Він називається тризуб, тому що має три зуби. Це дуже старий символ. Що символізує тризуб? Одні науковці вважають, що це сильний птах, який захищає країну від ворогів. Подивіться уважно! Тризуб дійсно схожий на птаха, який летить униз. Інші науковці думають, що тризуб – це зброя, символ влади і сили». Цей уривок показує також, що навчальні тексти-моделі можуть містити безеквівалентні лексеми (у поданому уривку це слово *тризуб*), оскільки розповідають про реалії саме української історії та сучасності.

Навчальному тексту передує словник уроку. Оскільки більшість навчальних груп є полімовними, словник має відкриту структуру. Студентам пропонується заздалегідь перекласти нові слова рідною мовою та проаналізувати їхні граматичні ознаки. Перекладу підлягає також і навчальний текст. Це дозволяє іноземцям попередньо ознайомитися з фактичною інформацією теми, а на занятті зосередитися на виконанні мовних та мовленнєвих вправ.

Для мовного аналізу тексту в кожний з розділів посібника додається система вправ, яка дозволяє опанувати українську мову на різних лінгвістичних рівнях, починаючи з лексики, словотвору, морфології й закінчуючи синтаксисом словосполучення та речення. Разом із відбором комунікативно обґрунтованого вокабулярію мовленнєвої теми важливою є система методичних кроків для формування лексичної компетенції інокомунікантів. Студентам пропонується знайти у тексті, що аналізується, власні назви, абстрактні іменники, з'єднати антоніми або близькі за лексичним значенням слова, виокремити назви, які належать до певної лексичної групи, поєднати слово та його дефініцію. Завдання із словотворення направлені на краще усвідомлення граматичного устрою української мови. Студенти вчаться вирізняти у тексті споріднені слова, ідентифікувати їхні лексичну спільність та граматичні відмінності, встановлювати зв'язок між граматичними формами слова, які нерідко розуміються іноземцем як окремі лексичні одиниці. Граматичні завдання передбачають не тільки автоматизацію навичок на базі вже відомого студентам граматичного матеріалу, але і розширення їхніх лінгвістичних компетенцій у сфері морфології та синтаксису української мови. Кожний розділ завершується контекстуальними мовленнєвими умовно-комунікативними вправами.

Слід зазначити, що відмінною ознакою посібника є цілеспрямоване використання типових завдань у стандартизованих формах. Такий формат подання навчального матеріалу робить навчальні кроки прогнозованими та зрозумілими для студента, дозволяючи йому не з'ясовувати кожного разу, що і як потрібно робити, і зосередитися виключно на новому лінгвістичному змісті вправи, і це суттєво заощаджує навчальний час.

Отже, авторська методика, запропонована у електронному навчально-методичному посібнику «Відкрита історія», виявилася ефективною задля формування українознавчої компетенції іноземних студентів СумДУ. Її використання дозволяє іноземному студенту зрозуміти ментальні особливості, життєві цінності та прагнення українців, більше дізнатися про країну свого

навчання, у якій він перебуває протягом тривалого часу, надзвичайно важливого для формування особистості молодшої людини.

Список використаних джерел:

1. Афинская З., Воробьева Е. Лингвострановедение как отражение картины мира. *Актуальные вопросы теории и практики лингвострановедческой лексикографии: сб. материалов II международной научно-практической конференции 5-6 декабря 2013 года.* Прага : Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2013. С. 40–44
2. Біденко Л.В., Кисельова Г.І, Шевцова А.В. Відкрита історія : навчально-методичний посібник з української мови (на матеріалі історії України) Суми : Сумський державний університет, 2020. 201 с.
3. Коньок О., Насер Алі. Етнокультурні тексти на заняттях з української мови як іноземної. *Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства: зб. матеріалів восьмої Всеукраїнської наукової конференції студентів, аспірантів, викладачів та співробітників (Суми, 16–17 квітня 2020 р.).* Суми: Сумський державний університет, 2020. С. 92–96
4. Конященкова І., Чуланова Г. *The 10th International scientific and practical conference «Topical issues of the development of modern science» (June 4-6, 2020).* Publishing House «ACCENT», Sofia, Bulgaria. 2020. С. 425–431
5. Лісінська Т., Василенко О. Країнознавча компетентність у контексті сучасних проблем навчання іноземних мов. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Розділ VIII. Лінгвістичні й методичні проблеми викладання іноземних мов у школі та ВНЗ.* 2017. №3. С. 326–331
6. Швець Г. Моделювання навчального тексту: термінологічний та методичний аспекти. *Науковий часопис національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Педагогічні науки: реалії та перспективи.* Випуск 58. К. : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2017. С. 170–178

Tetiana Dehtiarova,

Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Language Training for Foreign Citizens Sumy State University

Hanna Diadchenko,

Candidate of Philology, Senior Teacher of Department of Language Training for Foreign Citizens Sumy State University

GAME METHOD AS A WAY OF INTENSIFICATION OF TEACHING UKRAINIAN LANGUAGE AS FOREIGN

In the process of teaching the Ukrainian language of foreign students, the game is the most effective form of learning, as it promotes the development of interest in

foreign language communication, creates a certain information base, forms the necessary language mechanisms. The game method is the pedagogical tool that is able to remove the language barrier and intensify the process learning Ukrainian as foreign language. In the game students acquire personal knowledge that becomes meaningful and emotionally colored to them, and it helps them to understand and feel the situation better. This, in turn, requires students to mobilize knowledge, encourages them to learn new things, broadens their horizons and forces them to master a set of communication skills. So the *aim* of the article is to observe the issue of teaching the Ukrainian as foreign language through the game method implication.

According to N. B. Bitehtina, «...the game is an integral and necessary part of culture, it is training in interaction with people in various social contexts and roles, interaction carried out with the help of various tools, including language» [4, p. 48].

Jill Hadfield emphasizes that when learning a foreign language in a game of any type, the emphasis is not on the correctness of language, but on the success of communication, and offers her classification of games: competitive and cooperative (non-competitive), linguistic and communicative (non-linguistic) [1, p. 3].

The value of game methods and techniques of teaching is that they cause foreigners' increased interest, positive emotions, help to focus on the task, which is not imposed by the teacher, but in itself arises in the students' mind. They provide an opportunity to solve educational problems in an interesting and active atmosphere. It is in the game situation that the processes of students' perception, understanding and assimilation of educational material improve and accelerate.

Game activity forms a number of such psychological features as imagination and symbolic function of consciousness, which give foreign students the opportunity in their actions to transfer the properties of some things to others. The inclusion of games in the educational process allows to solve a very important task related to the compensation of information overload and the organization of psychological and physiological recreation. Relaxation of the body and its mental self-regulation contributes to positive changes in the personal-motivational and content areas of the student [7, p. 43].

Games often help a student to get out of a depressed or even crisis-related state of not understanding any issues of the Ukrainian language program. The ability to be in the role of boss, subordinate, interested, indifferent or excellent one, sophomore, leader or outsider allows participants to feel and experience the fullness of a role, go beyond personal stereotypes, gain experience [5, p. 70].

Methodists single out the entertaining, interesting and moving games as an important link in teaching methods, the purpose of which is to change activities, to feel psychological rest. Such games help to improve well-being and raise the overall tone, create a mood for learning, psychological readiness to absorb large amounts of information.

Simultaneously, the game can perform several functions: instructive, entertaining, communicative, relaxing, psychoemotional [5, p. 70]. A distinctive feature of educational games is their clear structure, the presence of an algorithm of actions and a common role for all participants or several roles. An important feature of the educational game is a clear goal and outcome of learning, which are characterized by educational and cognitive orientation. Such games are held in specially created groups, the participants of which, under the guidance of the teacher, are involved in the process of intensive communication and self-improvement.

In order to make the game during the Ukrainian language lessons successful some conditions must be considered and taken into account. Conducting any game is preceded by the preparation of participants for it: the teacher explains the conditions of the game twice. In the first games, the leader should be a teacher, but later, as the group is involved in the game activity, the leader of each new game should be chosen from the students involved in the game. The facilitator must have a good understanding of the purpose and conditions of the game, must be able to communicate with people and have the qualities of a leader, so it is natural that not all the participants will successfully cope with this role, but should give the opportunity to try themselves as the facilitators to all students [2, p. 72].

It is better to include students with different backgrounds in each team, so that the teams have approximately equal strengths. It is desirable that the same team does not win, as the losers may lose interest to the game.

As a rule, the participants of the game evaluate its results. In games, where possible, it is necessary to introduce an element of competition, in order to compare the results of individual achievements or teams. Identifying the winners should be humorous, there should be no reproaches or condemnations for the losing teams. The winners of the game should be awarded with an incentive: to present a prize or award, which must be considered in advance. It is better if the prizes are symbolic, funny or amusing. If a student lags behind, the prizes he receives are able to raise his motivation. It is necessary to encourage not only those students who coped with the task better and faster, but also those who made it smarter, more interesting, brighter.

The game should be based on the material familiar to students, correlate with the topic and purpose of the lesson and help to consolidate or repeat what has been learned. It is not recommended to use the game in the process of learning new material, as this will lead to mass mistakes of students and disrupt the course of the game itself. Making students want to play, the game itself should be voluntary and spontaneous. If one of the students does not want to or cannot answer, he should not be forced. Students should feel free in process of the game. Teacher shouldn't make many disciplinary remarks. The game should be lively but not noisy.

The rules of the game must be formulated concisely and clearly. The success of the game largely depends on its organization. The teacher should prepare the game, follow the rules, but he should not interfere in the game itself. It is not recommended to delay the game by explaining the mistakes, you just need to quickly correct them. If there are still moments that students do not understand, they should be commented on after the game.

The game with the greatest possible number of participants is the most useful. The activity of playing students increases if they see and follow the results of the game, which are written on the board. The game creates a lively, interested, joyful atmosphere in the audience, but it is important not to prolong it so that students do

not feel tired and overwhelmed. The game should be played in the middle or end of the lesson, but not at the beginning.

The use of the game in each case must be approached creatively: to decide whether this game will be interesting to students, what in this game can capture them, which language material will be useful to repeat. The teacher can change the conditions of the game, simplify or complicate the task, giving the consideration of the group preparedness.

Quality language play has the following features: lack of long preparation for the game, the presence of intellectual impulse and activation, ease of play and a relatively short time in class. The game is entertaining, but does not disrupt the learning process, does not require time to control the answers. The classification of games is diverse, but as a rule, games develop language or communication skills [3, p. 164].

We came to *conclusion* that the game exercises provide an opportunity to organize training and activation of language skills in dialogic and monologue language, to create language communication. In such games a foreign language becomes a way of performing a task that corresponds to the target setting of the game. As far as the algorithms of this technique are simple, the lessons create a situation of success for weak or disinterested students. Language games not only increase students' motivation, promote the development of their language competence, but also compensate for information overload in Ukrainian as a foreign language lessons. But keep in mind that even if games give positive results, «they can never completely replace the learning process» [6]. They should be combined with other teaching methods.

References:

1. Hadfield J. *Advanced Communication Games*. Harlow Longman, 1996. 130 p.
2. Акишина А. А. *Игры на уроках русского языка*. Москва: Русский язык, 1990. 95 с.
3. Арутюнов А. Р. *Игровые задания на уроках русского языка: книга для преподавателя*. Москва, 1987. 217 с.
4. Битехтина Н. Б. *Игровые задания в обучении русскому языку как неродному. Сборник научно-образовательных материалов для учителей русского языка московских школ*. Москва: Гос. ИРЯ им. А. С. Пушкина, 2010. С. 23-60.

5. Крючкова Л. С. Практическая методика обучения русскому языку как иностранному: учебное пособие. Москва: Флинта: Наука, 2011. 480 с.

6. Палінська Олеся Рольові ігри на заняттях з української мови як іноземної. *Теорія і практика викладання української мови як іноземної*. Львів: ЛНУ ім. І. Франка. 2015. Випуск 11. С. 50–56.

7. Щукин А. Н. Современные интенсивные методы и технологии обучения иностранным языкам. Учебное пособие. 3-е изд. Москва: Филоматис, 2020. 188 с.

Марія Антошкіна,

вчитель англійської мови КЗ ЗСО I-III ступенів «Успіх»

Новобогданівської ОТГ, Мелітопольського району, Запорізької області

ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ УЧНІВ НА УРОКАХ ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Актуальність теми. Сучасний світ постійно кидає виклики освіті, підштовхуючи її на нові відкриття та звершення. Світ цифрових технологій та розвиненої комп'ютеризації вже давно залишив позаду себе традиційні форми та методи навчання, що в свою чергу призвело до «навчальної кризи». Вчителі, які нещодавно були майстрами викладання, сьогодні страждають від нездатності зацікавити сучасного поціновувача освіти. Частіше вони ладні здатися, ніж розвиватися та вмотивувати здобувачів освіти на отримання знань. Оскільки мотивація є головним двигуном у пізнавальній діяльності суб'єкта, тож, слід приділяти їй належну увагу. Проблема мотивації під час навчання взагалі та вивчення англійської як другої іноземної мови постала не лише в Україні, а й має широке розповсюдження світом. Вчителі та викладачі повинні бути у постійному пошуку, що приведе їх до глибшого розуміння проблеми та відкриє нові горизонти для навчання здобувачів освіти.

Проблема мотивації досліджується в межах діяльнісного підходу до навчання, розробленого В. Рубінштейном, О. Леонтьєвим та іншими. У навчанні іноземних мов психологічні питання мотивації розглядаються в працях А. Алхазішвілі, І. Зимньої, О. Леонтьєва, Н. Симонової та інших.

Мета розвідки. Основною метою статті є дослідження проблем мотивації учнів на уроках вивчення англійської мови як іноземної.

Отже, що таке «мотивація»? Словом «мотивація» зазвичай визначають зусилля, що відповідають за збудження, спонукання, стимул, вибір, напрямок та манеру поведінки. Взагалі-то, її часто використовують, щоб описати певний вид поведінки, або стан людини. Учня, який добре навчається використовуючи багато зусиль та досягає вершин, можна назвати «високо вмотивованим», у той час як його/її друга «важко вмотивувати». Під таким твердженням мається на увазі, що мотивація має найважливіший вплив на поведінку. Отже, це поведінка спрямована на досягнення певної мети [5].

Говорячи про те, що дійсно «вбиває» мотивацію, варто зазначити наступне: переповнений клас; коли парти фіксовані і їх важко пересунути, щоб змінити шаблонне сидіння в класі; замалі класи; малий запас слів – учні відстороняють себе від вивчення слів стверджуючи, що вони їм не згодяться; знижена концентрація в класі; відсутність виклику знання англійської мови; відсутність цифрових технологій на уроках; викладання за старими формами та методами та інше [2, с. 179–181].

Мотивація вже давно є головною проблемою для більшості вчителів англійської як другої мови або як іноземної мови по всьому світі. У класі, де англійська вивчається як друга іноземна, або просто англійська як іноземна мова, є принаймні одна з головних причин низької мотивації учнів. Оскільки більшість з них мають надто розпливчастий стимул такий як: «англійська буде корисною для мого майбутнього» то, вони, або, навіть не мають чіткого розуміння, що це означає, або не вважають, що це досить потужна мотивація. Тож, або це надто розпливчато, або надто далеко. У вивченні другої мови як і в іншій галузі, що вивчає людина, мотивація це критична сила яка визначає чи буде взагалі вивчена ця сфера, скільки енергії доведеться витратити на неї та як довго людина витримає. Це комплексний феномен, що включає в себе багато різних компонентів: індивідуальний поштовх, потреба у досягненнях та успіху,

цікавість, жага то стимулу та нового досвіду та інше. Ці фактори відіграють роль у будь-якій навчальній ситуації.

Завдання дослідження полягає у пошуку шляхів подолання труднощів мотивації та створення набору порад для підняття мотивації здобувачів освіти. «На мотивацію учнів впливають як внутрішній, так і зовнішній фактори, які можуть розпочинати, витримувати, посилювати або знеохочувати поведінку» – стверджував Рів ще у 1996 році. Відтоді майже нічого не змінилося. Вчитель має активувати ці мотиваційні компоненти в учнів, а вони натомість виявлять та вкажуть на проблему. Отже, як це можна робити на кожному уроці щодня?

Здавалося б, що досвідчений вчитель може швидко опанувати атмосферу класу, навести порядок та встановити дисципліну, що допоможе йому/їй провести плідний урок. З іншого боку, молодий вчитель, який не мав досвіду роботи з класом, але має своє власне уявлення атмосфери класу та пануючої там дисципліни можуть опинитися «за бортом», оскільки не розуміючи та не чуючи дітей не можна встановлювати порядки де буде лише один головнокомандувач – вчитель. Вивченню досвіду вчительських поразок приділялося також багато уваги. Цей досвід можна знайти у дослідженнях Feiman-Nemser S. «What new teacher need to learn», He & Cooper «Struggles and strategies in teaching», MacMahon B. «The newly qualified teacher», Darling-Hammond L. «Constracting 21st-century teacher education» [1]. Як показали дослідження, одна з найбільших помилок молодих вчителів в тому, що вони не враховують досвід попередніх поколінь, а намагаються не змінюючи моделі досягти результатів, оминаючи виклик сьогодення. У будь-якому віці вчитель має бути сучасним.

Протягом уроку вчитель має створити таку атмосферу, що спонукатиме та мотивуватиме до отримання знань, а саме: створювати атмосферу взаємодії між учнями; змінити культуру учнів від індивідуальної роботи до роботи в команді; створити більш сприятливу атмосферу, щоб учні змогли проявити всі свої здібності. Розвернувши індивідуума від своєї «самості» до соціуму ми

зможемо отримати суспільство, де люди помічають один одного, враховують побажання один одного, та виявляють повагу до оточуючих.

Одним з поштовхів мотивації є невідомість. Саме те, що нам не відомо частіше спонукає та підштовхує нас до дії. Виявляє в нас цікавість до того, що може статися та спрямувати на якусь неочікувану дію. Наприклад, приходячи на урок розсадити учнів зовсім іншим чином, що дасть їм змогу спробувати розгадати задум вчителя. Спосіб, за яким розсаджені діти дуже часто визначає динаміку уроку. Тож, невеличка зміна може призвести до приголомшливої зміни в узгодженості групи (класу) та задоволення учня. У багатьох випадках саме спосіб в якій сидять діти стає критичним елементом успіху або поразки на уроці. Можна влаштувати круглі столи, розділяючи дітей на декілька груп. Ця модель добре підходить і для великих класів. Якщо учнів не так багато, можна їх розсадити у формі підкови U-образною формою з пустим місцем всередині; або, учні навкруги величезного стола з трьох боків, з вчителем на четвертій стороні.

У будь-якому разі, не залежно від того яка обрана модель, урок буде більш вдалим та успішним якщо тримати у розумі наступне:

- спробуйте максимізувати зоровий контакт;
- варто бути впевненими, що учні сидять на комфортній відстані один від одного;
- продумайте заздалегідь як організувати зміни шаблонів або змінити групи;
- говоріть учням про позитивні очікування від уроку: надайте впевненості учням у їх майбутніх звершеннях та налаштуйте їх на вищі очікування [3; с. 59–63];
- не розмовляйте коли учні вас не слухають або ще не готові до уроку. Очікуйте;
- встановіть якийсь сигнал, щоб привернути увагу класу, групи: вимкніть або увімкніть світло; поплескайте в долоні; скажіть: «Freeze!» і кожен має

зупинитися на тому місці де були, наче статуя. Потім скажіть: «Melt!» коли ви готові працювати;

- використовуйте лічильничку на початку, навіть якщо поведінка учнів задовільна, лише для того, щоб вони відреагували на ваші сигнали. Після цього обов'язково похвалити їх. Наприклад: «One, two, three – eyes on me».

- встановіть гарну звичку «слухати» під час «story time». Інколи ми читаємо та слухаємо, та інколи ми читаємо та говоримо, але завжди слухаємо.

- даріть учням компліменти, відзначаєте їх підготовку до уроку. Прості слова: «Oh, I like the way Sophie is ready today!» стануть стимулом для інших у підготовці, аби почути подібне у свою адресу;

- використовуйте для всіх один стандарт оцінювання – ніяких фаворитів!

- встановлюйте час для кожного завдання коли плануєте, це дасть змогу корегувати ваші подальші завдання, повідомляйте про час учням та говоріть їм про бажаний часовий результат, аби привчити учнів цінувати важливість часу та поважати його;

- готуйте екстра завдання для тих, хто виконує завдання із блискавичною швидкістю. Подаруйте стимул іншим отримати бонуси.

- продумайте наперед можливі activities, які будуть співпадати з темою: читання мовчки, навчальні ігри, написання журналу та інше;

- використовуйте цифрові технології, програми для кращого розуміння учнями теми. Учні мають бачити в вас сучасну людину, і, хоча наразі складно бути попереду всіх, станьте цікавим для учнів!

- цікавтеся новими розробками, успішним досвідом інших; збагачуйте свою професійну скриньку. Будьте завжди конкуренто-спроможними!

Багато праць написано про мотивацію вивчення іноземних мов студентами мовних або немовних ВНЗ, однак, слід пам'ятати, що учні сьогодні – це студенти завтра. Вчителі мають завжди розвивати майстерність у викладанні англійської мови, бажання приготувати цікаві та цінні завдання, дати знання структур та граматичних основ та тепла товариська атмосфера нададуть впевненості учням та бажання віднайти баланс між «маю» та «хочу».

Вчителі завжди мають розмовляти англійською. Спілкування має стати метою вивчення. Варто створювати в учнів позитивне психологічне ставлення до говоріння, де в нагоді стане метод гри.

Список використаних джерел:

1. Cecilia Boakye, Joseph Gharthey Ampiah Challenges and Solutions: The Experience of Newly Qualified Science Teachers, May 4, 2017. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2158244017706710>
2. Rasulova Nilufar Challenges and Solutions in English language teaching to students. *Young Scientist*. 2020. № 11 (301). p. 179–181.
3. Sandra Gunawan, Haris Saputra Problems and teaching solutions for students' in learning English. PROJECT. Volume 3, №1, January 2020, p. 59–63. URL: <https://www.journal.ikipsiliwangi.ac.id/index.php/project/article/view/3114>
4. Uysal, D. Problems and solutions concerning English language preparatory curriculum at higher education in view of ELT instructors. *International Journal of Contemporary Educational Research*, 6 (2), 2019, p. 452–467. URL: <https://doi.org/10.33200/ijcer.635093>
5. Ways of motivating EFL/ESL students in the classroom. URL: <https://www.teachingenglish.org.uk/blogs/alexenoamen/ways-motivating-efl-esl-students-classroom>

Тетяна Беценко,

доктор філ. наук

професор кафедри української мови і літератури

Сумського державного педагогічного університету ім. А. С. Макаренка

РОБОТА З ТЕКСТОМ ЯК РІЗНОВИД НАВЧАЛЬНИХ ВПРАВ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ

Актуальність теми. Сьогодні в україністиці постала глобальна проблема: створення методик навчання української мови у вищій школи, що успішно розв'язується науковцями у різних регіонах. У галузі методики викладання української мови як іноземної активно працюють філологи Львова, Тернополя, Харкова, Сум, Одеси, Полтави, Запоріжжя та ін.

Мета статті: означити основні види роботи з текстом при початковому вивченні української мови як іноземної.

Завдання дослідження – подати орієнтовні зразки текстів, пропонованих для використання з навчальною метою у процесі вивчення української мови як іноземної; зазначити можливі різновиди роботи з текстами.

Робота з текстом як зв'язним цілим – завжди об'ємна, складна, але цікава і, на нашу думку, результативна. Такий вид діяльності сприяє формуванню в студентів чуття мови, дозволяє їм відчувати «дух» мови. Виграшним деякою мірою буде використання текстів, у яких міститься інформація про факти із життєдіяльності народу, представники якого вивчають українську мову (це своєрідно консолідуватиме міжнаціональні зв'язки).

1. Переклад тексту з російської мови на українську з використанням довідкових джерел.

У випадку, якщо іноземні студенти вивчали російську мову і мають початкові знання, варто пропонувати завдання, що базуються на перекладі тексту з російської мови на українську. Наприклад, для студентів з Туркменістану можуть бути запропоновані такі тексти:

Текст 1

Флаг Туркмени

Флаг представляет собой прямоугольное зелёное полотнище с вертикально расположенной красно-бордовой полосой и пятью орнаментами у основания флага. Снизу этой полосы изображены оливковые ветви. Рядом с полосой у верхнего края флага — белый полумесяц и пять белых звёзд. Пять ковровых орнаментов (так называемых гёлей) туркменских племён — ахалтеке, йомут, салыр, човдур, эрсары — означают пять областей страны[1]. Каждый из гёлей обрамлен ковровым орнаментом, внешний край которого совмещен с краем полосы. В нижней части полосы изображены две пересекающиеся у оснований и направленные вверх в разные стороны оливковые ветви. Каждая состоит из десяти уменьшающихся к концам листьев, расположенных попарно, кроме нижнего и верхнего. На зелёной части в левом верхнем углу изображены полумесяц и пять пятиконечных звёзд белого цвета. Пропорции ширины полотнища к его длине составляют один к полутора. (З Інтернету).

Текст 2

Ковроткачество в Туркменистане

Ковроткачество – еще одна из древних традиций страны и символ туркменского народа. Для кочевого туркмена ковер всегда был единственным

предметом мебели – легко транспортабельные и теплые ковры служили и для покрытия внешних обводов юрт "кара-ой", и настилом для пола, и постелью. При этом их изящный и замысловатый рисунок, свой у каждой этнической группы, являлся и визитной карточкой семейства, и украшением жилища. Искусство ковроткачества, очень сложное и трудоемкое, традиционно передавали из поколения в поколение, а умение ткать красивые ковры считалось одной из главных благодетелей невест и жен. В Туркменистане ковер являлся и является чем-то священным, даже на флаге страны изображены ковровые мотивы. Поэтому никого не удивляет, что настоящий ковер представляет собой произведение искусства и стоит очень дорого. (З Интернету)

Спочатку тексти, пропоновані для перекладу, повинні бути невеликими. Поступово необхідно буде їх збільшувати й ускладнювати. У процесі перекладу вчимо студентів користуватися різними словниками, довідковими виданнями (в тому числі й електронними). До кожного тексту доречно пропонувати лінгвістичні завдання (знайдіть слова з апострофом, м'яким знаком, спрощенням, подвоєними і подовженими приголосними тощо, поясніть написання; випишіть іменники, визначте їх рід, число, відмінок; випишіть прикметники, встановіть їх розряд, визначте рід, число, відміно та ін.; складіть з поданим прикметником своє речення та ін.).

2. Читання, розуміння і аналітична обробка тексту, поданого українською мовою.

Наступним видом роботи з текстом може бути їх читання й виконання на основі запропонованого тексту завдань. З цією метою студентам пропонується текст українською мовою. Студенти повинні прочитати текст і дати відповіді на загальні питання: Яка тема тексту? Яка основна думка тексту? Чи є в тексті герої, хто саме? Чи наявні емоції в тексті (автора, героїв)? Який настрій тексту? На яку думку (вислів) варто звернути увагу? Чому? Викладач може конкретизувати запитання (відповідно до тексту).

Розпочинати роботу потрібно з текстів невеликих. Такі тексти повинні бути легкими для читання і сприйняття.

Який слід повинна лишити людина на землі?

Старий Майстер звів кам'яний будинок. Став осторонь і милується. «Завтра в ньому оселяться люди», – думає з гордістю. А в цей час біля будинку грався Хлопчик. Він стрибнув на сходинку й залишив слід своєї маленької ніжки на цементі, який ще не затвердів.

- Для чого ти псуєш мою роботу? – сказав з докором Майстер.

Хлопчик подивився на відбиток ноги, засміявся й побіг собі.

Минуло багато років. Хлопчик став дорослим Чоловіком. Життя його склалось так, що він часто переїздив з міста до міста, ніде довго не затримувався, ні до чого не прихилився – ні руками, ні душею.

Прийшла старість. Згадав старий Чоловік своє рідне село на березі Дніпра. Захотілось йому побувати там. Приїхав на батьківщину, зустрічається з людьми, називає своє прізвище, але всі здвигують плечима – ніхто не пам'ятає такого Чоловіка.

- Що ж ти залишив після себе? – питає у старого Чоловіка один дід, – Є в тебе син чи дочка?

- Немає у мене ні сина, ні дочки.

- Може, ти дуба посадив?

- Ні, не посадив я дуба...

- Може, ти поле випестував?

- Ні, не випестував я поля...

- Так, мабуть, ти пісню склав?

- Ні, й пісні я не склав.

- Так хто ж ти такий? Що ж ти робив усе своє життя? – здивувався дід.

Нічого не міг відповісти старий Чоловік. Згадалась йому та мить, коли він залишив слід на сходинці. Пішов до будинку. Стоїть той наче вчора збудований, а на найнижчій сходинці – закам'янілий відбиток Хлопчикової ніжки.

«Ось і все, що залишилось після мене на землі», – з болем подумав старий. (Василь Сухомлинський).

Обов'язковою є лінгвістична робота з текстом (пошук певних морфологічних форм, їх характеристика). Бажано, щоб студенти записували відповіді, які вони відтворюють усно.

3. Складання власного тексту.

Найскладнішим різновидом роботи буде складання тексту на визначену тематику з подальшим виконанням граматичного завдання. Вважаємо, тематику потрібно добирати таку, щоб вона була пов'язана з життєдіяльністю студентів, їх перебуванням в Україні тощо. Наприклад: 1) Що я раніше знав (знала) про Україну. 2) Чому я обрав (обрала) для навчання Україну? 3) Що мене

зацікавило в Україні? 4) Що мене вражає в Україні? 4) Що мені подобається в Україні? 5) Які українські звичаї, свята тощо мені подобаються? та ін.

Текст як матеріал для виконання завдань із граматики має значні переваги порівняно з окремими незв'язаними між собою реченнями. Уміння правильно і грамотно скласти текст – показник володіння мовою, що засвідчує певний рівень її засвоєння.

Висновки. Отже, вдосконалення методики навчання української мови як іноземної – шлях до успішного засвоєння студентами-іноземцями україномовного матеріалу. З цією метою варто використовувати тексти і пропонувати студентам виконання на їх основі різних видів граматичних завдань. Такий підхід, вважаємо, буде продуктивним, що створить підґрунтя для ефективного, результативного і оперативного засвоєння наукової інформації.

Список використаних джерел:

1. Кочан І. Лінгвометодичні основи укладання підручників з української мови як іноземної. *Теорія і практика викладання української мови як іноземної*. № 8. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2013.
2. Українська мова для іноземців: навчальний посібник. 3-тє вид. Суми : Університетська книга, 2018. 400 с.
3. Форманова С., Розман І. Українська мова як іноземна: експрес-курс. Ужгород : РІК-У, 2018. 108 с.

Станіслава Зайцева,

канд. наук із соціальних комунікацій

асистент кафедри мовної підготовки іноземних громадян

Сумського державного університету

ПЛАТФОРМА GOOGLE MEET ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНО-КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ІНОЗЕМНИХ СТУДЕНТІВ

Актуальність теми. Хвиля коронавірусу COVID-19 змусила стрімко реагувати на потреби сучасності. Вона не оминула і соціально значущий

інститут – освіту. Виникла загроза зупинки навчання, яка призвела б до втрати можливості здобувати нові знання, навички, компетентності для молодого покоління. Обрана тема дослідження вбачається актуальною, адже карантинні обмеження змушують керівництво вишів, науково-педагогічний склад підлаштовуватись під сучасні вимоги, шукати нові форми й методи для проведення занять у форматі онлайн. Все це забезпечує інтернет, адже є найпопулярнішим і найдоступнішим джерелом доступу до інформаційних ресурсів та послуг.

Метою розвідки є дослідження відеоконференції в організації онлайн-навчання як засобу набуття мовних компетентностей іноземних студентів на заняттях з дисципліни «Українська мова як іноземна», на прикладі платформи Google Meet.

Завдання дослідження передбачає обґрунтування використання однієї із найпопулярніших платформ Google Meet для проведення онлайн-занять з української мови як іноземної.

Основні результати. З початком пандемії COVID-19 до ситуації, що склалася в освіті, ніхто не був готовим. Неготовність дала про себе знати з перших днів запровадження онлайн-навчання: відсутність коштів на державному рівні для забезпечення усіх навчальних закладів (початкових шкіл, середніх шкіл, училищ, технікумів, закладів вищої освіти) комп'ютерним та мультимедійним обладнанням, мережею інтернет, ліцензійного програмного забезпечення, брак коштів у батьків для придбання комп'ютерної техніки та ін. Постає логічне питання, якщо повністю перейти на онлайн-навчання (або на тривалий час), то які ж засоби викладання в інтернеті використовувати? Міністерство освіти і науки України радить такі форми організації онлайн-занять: відеоконференцію, чат, соціальні мережі, мобільні додатки, блог, електронну пошту тощо [4].

Як зазначають Ч. Донг, Д. Вай-Чінг Лі та ін. «В інтернеті є безліч навчальних засобів, які до того ж мають мобільні додатки. Найкращим має бути той, який відповідає вашим конкретним потребам. Будь-яка нова онлайн-

технологія, програма може бути складною для користувачів-початківців. Таким чином, в першу чергу, навчальний засіб має бути зручним у використанні й викладачам, і студентам» [6 с. 59].

Оскільки володіння будь-якою іноземною мовою, в тому числі українською, забезпечують основні види мовленнєвої діяльності: слухання, говоріння, читання, письмо, то для організації і проведення онлайн-занять ми спробували використати режим відеоконференції.

Слід зазначити, що за останні два роки у світі зросла чисельність публікацій щодо онлайн-навчання в період пандемії COVID-19. Проте, дослідження щодо режиму відеоконференції вітчизняними вченими припадають лише на останні 5-10 років. Вікіпедія дає наступне визначення терміну «відеоконференції» – це «телекомунікаційна технологія, що забезпечує одночасну двосторонню передачу, обробку, перетворення та представлення інтерактивної інформації на відстані в режимі реального часу за допомогою апаратно-програмних засобів обчислювальної техніки» [1]. В. Мізюк, О. Коваленко вважають, що «відеоконференцв'язок об'єднує прямий діалог, доступ до баз даних, передачу голосу і відео, а також функцію «білої дошки» [2].

Для онлайн-навчання у режимі відеоконференції ми найчастіше використовуємо платформу Google Meet. Розглянемо її детальніше. Google Meet – це сервіс для теле- та відеозв'язку, який розробила компанія Google. У 2020 році, у зв'язку з пандемією COVID-19, було надано безплатний доступ до програми [1].

З переваг платформи Google Meet слід відзначити наступні.

1. Вона проста у використанні, не потребує особливих навичок ні від викладача, ні від студентів, доступна та не вимагає установки на комп'ютер/телефон. (Це велика перевага, адже при самостійній установці деяких програм можуть виникнути проблеми із коректною роботою техніки).. Для того, щоб провести відеоконференцію, достатньо мати обліковий запис Google.

2. Наявність камери та мікрофону дозволяє бачити та чути усіх учасників в реальному часі. Таким чином, під час таких занять у студентів формується вміння проводити презентацію, дискутувати, формується риторична культура тощо [3, с. 94].

3. Функція «Демонстрація екрану» дозволяє як організатору відеоконференції, так і учасникам показувати навчальний матеріал: підручники, посібники, зображення, фото тощо. Є функція, яка дозволяє та забороняє демонструвати екран учасникам. Це може зробити організатор. Завдяки функції «Демонстрація екрану» викладач може застосовувати такий важливий принцип навчання як наочність. Вона дозволяє викладачу економити час, полегшувати засвоєння навчального матеріалу, активізує навчальний процес та такі органи чуття як зір.

4. Функція «Запис відео» дозволяє записувати та зберігати весь хід заняття та, за потреби, переглядати. Після завершення сеансу, через деякий час приходить посилання на Google Диск, на якому автоматично зберігається запис. До функції «Запису відео» має доступ як організатор, так і учасники відеоконференції. Сучасні дослідники радять записувати відеоролики, які були б простими для розуміння, візуально привабливим, зрозумілими і легкодоступними для студентів, а також записувати mp3, mp4 з додаванням вступного та кінцевого музичного супроводу [5, с. 118].

5. Функція «Чат» дозволяє швидко обмінюватись інформацією або коли, наприклад, у студентів проблеми зі зв'язком, не працює мікрофон чи камера, він може повідомити про це. Тут є функція «обмеження надсилання повідомлень в чат», тобто організатор може заборонити учасникам писати в чат. Проте, переслати навчальні матеріали через чат неможливо, така функція, на жаль, відсутня.

До недоліків роботи в форматі відеоконференції Google Meet слід віднести наступні.

1. Так званий «людський фактор» – це дисципліна під час заняття, небажання учасників конференції включати камеру. Організатору доступна

функція «виключити мікрофон», але кожен учасник може самостійно відновити її. Таким чином, можна говорити про відсутність контролю за роботою студентів під час заняття.

2. Відсутність віртуальної дошки, на якій могли б одночасно писати і викладач, і студенти. Потрібно користуватися іншими додатками. В режимі «демонстрації екрану» на уявній дошці вчитель може писати завдання, використовуючи документ Word. Студенти в цей час можуть бачити на своїх екранах та переписувати в зошити. Проте, в режимі живого часу перевірити правильність написання викладач не має можливості. Фото виконаного домашнього завдання висилається у мобільний месенджер або електронну пошту, все це потребує часу.

3. Можливі проблеми з мережею Інтернет, комп'ютерною, мобільною технікою, які не залежать ні від організатора відеоконференції, ні від її учасників, проте, суттєво впливають на якість навчання.

4. Швидка стомлюваність, адже довгий час доводиться перебувати в одному положенні, відсутня можливість рухатись. Через це зменшується концентрація, відчувається виснаженість. На нашу думку, потрібно робити перерви й скорочувати час заняття. Таким чином, в умовах онлайн-навчання витрачаються не менші людські ресурси, ніж під час аудиторних занять.

Висновки дослідження, їх цінність. У ході проведеного дослідження ми дійшли висновку, що платформа Google Meet дозволяє працювати викладачу зі студентами в режимі реального часу. Виняток становлять лише ймовірні проблеми з мережею Інтернет як у викладачів, так і студентів.

Отже, для набуття мовленнєвих компетентностей іноземними студентами на заняттях з дисципліни «Українська мова як іноземна» є важливим застосування різних форм організації онлайн-навчання, серед яких не лише форма відеоконференції, а й форум, чат, соціальні мережі, мобільні додатки, електронна пошта та ін. Кожен викладач обирає найбільш зручну форму. Як показує наш досвід, їх має бути декілька. Наприклад, для онлайн-заняття в режимі живого часу можна застосовувати форму відеоконференції або

мобільний месенджер, для розсилки навчальних матеріалів – електронну пошту, для швидкого обміну інформацією та з'ясування поточних питань – мобільний додаток. Проте, обраний вами засіб онлайн-навчання може бути зовсім не корисним для викладання, наприклад, математики або хімії, бо під час таких занять використовуються формули, додатково потрібно придбати графічний планшет тощо.

Таким чином, здобутий досвід з використання платформи Google Meet в організації онлайн-навчання як засобу формування професійно-комунікативної компетентності іноземних студентів на заняттях з української мови як іноземної є цінним та вбачається перспективним напрямком, що потребує подальших наукових розвідок у частині пошуку нових форм організації онлайн-навчання.

Список використаних джерел:

1. Відеоконференція. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%>. URL: (дата звернення: 05.04.2021)
2. Мізюк В., Коваленко О. Відеоконференція як інноваційний метод проведення занять в умовах дистанційного навчання. URL: <http://dspace.idgu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/1> (дата звернення: 04.04.2021).
3. Приходько А. Відеоконференція як засіб формування професійно-комунікативної компетентності іноземних студентів вищих технічних навчальних закладів. *Вісник Черкаського університету. Серія «Педагогічні науки»*. 2015. № 32 (365). С. 92–96.
4. Сервіси дистанційного навчання для вчителів. Міністерство та Комітет цифрової трансформації України. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/servisi-distantsiynogo-navchannya-dlya-vchiteliv> (дата звернення: 03.04.2021.)
5. Lorico DS, Lapitan Jr., Cristina E, Tiangco. An effective blended online teaching and learning strategy during the COVID-19 pandemic. *Education for Chemical Engineers*. 2021. 35. P. 116–131. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ece.2021.01.012> (Last accessed: 05.04.2021).
6. C. Dong, D. Wai-Ching Lee, D. Chen-Wee Aw. Tips for medical educators on how to conduct effective online teaching in times of social distancing. *Proceedings of Singapore Healthcare*. 2021. Vol. 30(1). P. 59–63. DOI: 10.1177/2010105820943907. (Last accessed: 05.04.2021).

СЕКЦІЯ 4.

ІНОЗЕМНА МОВА ЯК ЗАСІБ ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ

Наталія Петрушова,

канд. філол. наук

доцент кафедри загального і слов'янського мовознавства та іноземних мов
Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка

Ольга Петрович,

викладач кафедри загального і слов'янського мовознавства та іноземних мов
Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка

ОСОБЛИВОСТІ ЧИТАННЯ ПРОФЕСІЙНО ОРІЄНТОВАНИХ ТЕКСТІВ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Навчання іноземній мові студентів непрофільних спеціальностей у сучасних програмах підготовки фахівця вимагає професійно орієнтованого підходу, тобто вивчення у тісному поєднанні із профільюючими дисциплінами за спеціальністю. Введення дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» призвело до необхідності по-новому підходити до викладання іноземної мови, підшукувати нові прийоми, засоби та методи навчання, з метою досягти успішного оволодіння студентами навичок професійно орієнтованої комунікації за фахом. Вивчення іноземних мов у вищих навчальних закладах на професійній основі, на нашу думку, є необхідною складовою для професійного розвитку студентів, для становлення їх як творчого спеціаліста, здатного до спілкування на професійному рівні. І взагалі, іноземна мова на етапі розвитку вмінь та навичок налагодження контактів у іншомовному середовищі, допомагає краще оволодіти власною мовою, навчитися культурі спілкування.

Метою нашого дослідження є доведення факту, що основою професійно орієнтованого навчання іноземним мовам є використання професійно орієнтованих текстів, які містять актуальну та доцільну інформацію з фаху студентів. Як визначає Л. В. Ломакіна, «основою курсу іноземної мови при

професійно-орієнтованому навчанні стають автентичні тексти, сформовані за тематичним принципом. Їх супроводжує система вправ, що спрямована на розвиток необхідних для цього навичок і вмінь» [3]. Читання автентичних текстів за спеціальністю є засобом забезпечення збагачення словникового запасу у професійній області, що відповідно є першим напрямком у роботі з розвитку мовлення. Автентичний текст є одним із ефективних шляхів формування іншомовної особистості студента на заняттях з іноземної мови, оскільки у Рекомендаціях Ради Європи зазначено, що автентичний текст є центром будь-якого акту мовленнєвого спілкування, зовнішньою предметною з'єднувальною ланкою між тим, хто продукує, і тим, хто сприймає, спілкуються вони безпосередньо чи на відстані [2, с. 93]. Автентичні тексти сприяють ефективному оволодінню іноземної мови та формуванню іншомовної особистості, є одним із видів навчальних матеріалів, оскільки автентичність запропонованих текстів забезпечує природність їх лексичного наповнення, оригінальність слово використання.

Професійно орієнтовані тексти є джерелом збагачення словникового запасу студентів, прикладом використання термінологічної лексики в контексті, який допомагає конкретизувати значення слів та словосполучень, пояснити випадки їх вживання відповідно до встановлених мовних норм і стандартів. Крім того, читання є дуже важливою навичкою для студента, яка «забезпечує йому доступ до подальшого вдосконалення мови та для продовження особистої освіти» [6, с. 200].

Щодо самого процесу читання, то він є складним, багатокомпонентним, оскільки для розуміння та аналізу інформації в тексті студент повинен застосовувати знання з граматики іноземної мови, вміти визначити тематику, використовувати навички осмислення незрозумілих частин тексту через контекст, тощо. Читання як вид діяльності завжди має на меті розуміння тексту, а очікуваний результат визначає як кількість отриманої з тексту інформації, так і її характер. Слушним є твердження Н. Г. Мойсеєнко, Л. В. Сізової [4, с. 198], які зазначають, що «під читанням ми розуміємо процес реценції графічно

зафіксованого тексту, результатом якої є створення смислів, зумовлених лінгвістичною та екстралінгвістичною компетенціями особистості. Для того, щоб процес читання був результативним, читач повинен адекватно інтерпретувати смисли, закодовані в тексті автором, для цього повинні збігатися їх лінгвістична та екстралінгвістична компетенції, що виявляються в зазначеному відрізку мовлення» [4, с. 198–206]. Сучасне трактування процесу читання передбачає його зв'язок із рецептивними стратегіями. Так, У. Грейб визначає читання як активний процес розуміння, під час якого студентів потрібно навчити ефективних читацьких стратегій [5, с. 377]. Завданням роботи з фаховим текстом є отримання інформації з тексту в об'ємі, необхідному для вирішення конкретного мовного або комунікативного завдання.

Формування у студентів текстової комунікативної компетенції, що включає в себе знання, уміння і навички, які забезпечують текстову діяльність читачів (когнітивну обробку, розуміння й інтерпретацію автентичних професійно-орієнтованих текстів різних структурно-мовленнєвих типів, властивих даному регістру), їх гнучкість, вміння користуватися своїми мовленнєвими та мовними навичками. За Г. Барабановою, професійно орієнтоване читання – це «складна мовленнєва діяльність, обумовлена професійними інформаційними можливостями і потребами» [1, с. 70–71]. Особистісно-орієнтований підхід до вивчення іноземних мов може виступати найважливішим фактором становлення вільної творчої особистості, яка володіє усіма професійними навичками завдяки значному потенціалу іноземної мови як дисципліни, заснованої на спілкуванні, і такої, що розвиває рефлексивність мислення, професійну культуру й самосвідомість, загальну компетентність майбутніх фахівців. Мотивацією при оволодінні іноземною мовою насамперед служить професійна потреба студента, який готується стати висококваліфікованим фахівцем зі знанням іноземної мови. Тому однією з головних особливостей іноземної мови для немовних спеціальностей повинен бути професійно орієнтований характер, відображений у навчальній меті і змісті навчання.

Отже, професійно орієнтовані тексти, на думку багатьох дослідників, задовольняють інформаційно-пізнавальні потреби студентів, служать опорою для стимулювання навчальної мовленнєвої взаємодії студентів на професійну тематику та доповнюють їх знання з фаху. Тексти фахового спрямування є джерелом для розширення фахового термінологічного словника, предметом читання та обговорення на заняттях, основою для використання в ситуаціях мовлення, для аудіювання, тобто для цілеспрямованої і продуктивної мовленнєвої діяльності студентів.

Список використаних джерел:

1. Барабанова Г. В. Методика навчання професійно-орієнтованого читання в немовному ВНЗ : монографія. К. : Фірма «Інкос», 2005. 315 с.
2. Загальноєвропейські Рекомендації з мовної освіти: вивчення, оцінювання / Науковий редактор укр. видання доктор пед. наук С. Ю. Ніколаєва. К. : Ленвіт, 2003. 273 с.
3. Ломакіна Л. В. Професійно-орієнтоване навчання іноземної мови у вищому технічному навчальному закладі : *materials of the XI International Research and Practice Conference «Fundamental and applied science – 2015»*. Sheffield UK, 30.10-07.11.2015: Volume 7. С. 64–66.
4. Мойсеєнко Н. Г., Сізова Л. В. Засоби інтенсифікації вивчення російської мови студентами-іноземцями економічних спеціальностей за допомогою текстів професійного спрямування. *Слов'янський збірник*. 2015. Вип. 19. С. 198–206.
5. Grabe W. Current developments in second language reading research. *TESOL Quarterly*. 25, 1991. P. 375–406.
6. Strevens P. *New Orientations in the Teaching of English*. Great Britain. Oxford University Press, 1977. 235 p.

Mykola Nikonov,

student of Sumy State University

Igor Kramskyi,

student of Sumy State University

DEVELOPMENT OF ALGORITHMS FOR MEASURING NONSINUSOIDALITY VOLTAGE AND TEMPORARY OVERVOLTAGE

Today, operating electrical networks, low and high voltage devices, and engines cause incidents that are characterized by the deviation of parameters from the

nominal values. Yet, due to switching of the load cause temporary overvoltages. Besides, emergency modes caused by power outages and sudden failure of equipment of consumers, additionally cause the temporary overvoltages. On the other hand, the operation of powerful consumers: melting furnaces, frequency converters, and even household appliances significantly affect the non-sinusoidal voltage, which is characterized by the coefficient of the n -th harmonic component of the voltage and the coefficient of distortion of the sinusoidal voltage curve.

The topicality of the paper is determined by the importance of developing automated measuring systems to calculate the basic parameters of voltage using digital devices for collecting and processing data in real-time. Why are these parameters so important?

All-electric installations, engines, and devices are rated for the set values and deviation of these parameters beyond the normalized limits leads to economic losses. Besides, deviation of these indicators of quality of the electric power from limit values, influences work of the power electric equipment, relay protection and even on systems of the account of the electric power. Changing these indicators additionally affects the loss of active and reactive power, reducing the service life of electrical insulation, the creation of electromagnetic interference, which is negative for the automation and protection systems. Therefore, the development of automated measuring systems for electricity quality indicators using digital devices for real-time data collection and processing is an urgent task.

The purpose of this paper is to develop a measuring system for determining the coefficient of the n -th harmonic component of the voltage, the coefficient of distortion of the sinusoidal voltage curve and the temporary overvoltage following DSTU using the data collection device National Instrument USB-6009 and software package MatLab.

Necessary parameters for calculating the coefficient of the n -th harmonic component of the voltage and the coefficient of distortion of the sinusoidal voltage curve are the harmonic voltages of the output signal. To determine these parameters,

we use the fast Fourier transform (FFT) method, and the additional Quinn's Estimator method to increase the accuracy of the frequency and voltage amplitude [2, p. 815].

Their main idea of FFT is to decompose one periodic output signal into the sum of several sine functions. The result of this decomposition is the amplitude-frequency spectrum where each spectral component is represented as a row, the horizontal position of which corresponds to its frequency and the height to its amplitude. This method remains a filter through which it is possible to pass a mixture of a liquid and receive separate components from which it would consist [1, p. 2]. Moreover, the number and proportions remain the same. But this method has a big error. This is happening due to the multiplicity of time between the measurements of the signal to its period [2, p. 815]. In other words, the FFT cannot accurately determine the frequency when its maximum does not match with the maximum of the voltage spectrum. To increase the accuracy in determining the frequency, it is necessary to use the additional methods, such as Jacobsen's Modified, Quadratic Estimator, Quinn's Estimator, Quinn's Second Estimator, Macleod's Estimator, Grandke's method, Parabolic Interpolation, Gaussian Interpolation [2, p. 15]. The essence of these methods is to find the intermediate values of the series that we have. In other words, to finish building sine intermediate values, and this correction does not change the structure of the signal. In our work, we use Quinn's Second Estimator. This method allowi to build up only three points near the maximum of the signal and finds the frequency with less error.

Thus, using these methods allows us to obtain the amplitude-frequency spectrum. Using this spectrum, we find amplitudes and frequencies of 40 harmonics and write them to separate array [3, p. 16]. After that, we calculate the coefficient of the n -th harmonic component of the voltage and the coefficient of distortion of the sinusoidal voltage curve, as the average value of the voltage U_n of each harmonic during a short time of interval which equals 3 seconds. The number of observations during this period should be at least 9.

The quality of electrical energy by the coefficient of the n -th harmonic component of the voltage and the coefficient of distortion of the sinusoidal voltage

curve is considered to comply with the standard if the largest of all the values of the distortion coefficients measured for 24 hours does not exceed the maximum limited value [3, p. 17].

At the same time, the quality of electrical energy by the coefficient of the n -th harmonic component voltage is considered to comply with the standard if the total duration of the time for going beyond the normally permissible values is no more than 5% of the set period, that is 1 hour 12 minutes, and for the maximum permissible values - 0% of this period of time [3, p.18].

The temporary overvoltage coefficient K and its duration Δt are used to analyze the quality parameter of the temporary overvoltage electricity. To determine them, an algorithm developed in the MatLab software package according to DSTU EN 50160: 2014 is used [4]. The operation of the algorithm begins with the division of the output signal into intervals. The magnitude of such intervals is equal to the half-period. After that, at each interval, the measured voltage amplitude is compared with the nominal voltage amplitude. Deviation of the measured value of the voltage amplitude beyond the limit value indicates that a temporary overvoltage has occurred in the network [3, p. 22]. The time of the beginning of overvoltage is fixed on the investigated interval. Next, using the developed algorithm we determine the maximum value of the voltage amplitude at subsequent intervals and their values are recorded in a separate array. The end of the overvoltage is defined as the decrease of the voltage amplitude at a certain interval to the nominal value and if in the next half-period the maximum value of the voltage amplitude does not exceed the limit value [3, p. 22]. After that, the overvoltage duration Δt is calculated as the difference between the end time and the overvoltage start time, and the time overvoltage factor K . To calculate the time overvoltage factor, first determine the maximum value of the voltage amplitude U_{max} in the data set in which the program recorded the voltage value at each interval. After that, the value of the temporary overvoltage factor K is calculated as the U_{max} divided by the rated signal voltage [3, p. 22].

In conclusion, it should be noted that while operating engines and devices there might be incidents that are characterized by the deviation of parameters and the question

of compensation energy directly depends on how accurately we measure and calculate the amplitude and frequency of the harmonics and determine the temporary overvoltage.

In this paper, we developed the program that allows to record input signal and to calculate with high accuracy the deviations of the indicator's quality of electricity and the algorithms in order to find non-sinusoidal voltage and temporary overvoltage and to save data for future additional analyses. Besides, using measured data, recommendations can be made for optimizing the operation of electrical networks, to eliminate undesirable phenomena by various consumers and reduce electricity losses in distribution networks.

References:

1. An Interactive Guide to The Fourier Transform.
URL: <https://betterexplained.com/articles/an-interactive-guide-to-the-fourier-transform/>
2. Quinn, B.G. Estimation of frequency, amplitude and phase from the DFT of a time series / B.G. Quinn // IEEE Trans. Signal Processing, vol. 45, no. 3, 1997. С. 814–817.
3. ГОСТ 13109-97. Нормы качества электрической энергии в системах электроснабжения общего назначения. М.: Изд-во стандартов, 1997 г.
4. DSTU EN 50160: 2014. Характеристики напруги електропостачання в електричних мережах загальної призначеності (EN 50160:2010, IDT). К., Мінекономрозвитку України, 2014 р.
Academic adviser: A. M. Diadechko, PhD in Philology, Associate Professor of foreign languages department, Sumy State University

Євгенія Бурнос,

старший викладач кафедри мовної підготовки іноземних громадян
Сумського державного університету

Мохамед Разі,

студент Сумського державного університету

ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ІНОЗЕМНИХ СТУДЕНТІВ-МЕДИКІВ

Мета дослідження: охарактеризувати мовнокомунікативні навички як складника професійної компетентності іноземних студентів медичних

спеціальностей. В даному контексті *актуальним* стає оволодіння іноземцями мовою як засобом професійно-особистісного розвитку в процесі навчання.

Специфічні особливості професійної діяльності лікаря визначають необхідність постійного спілкування з різними категоріями людей: з пацієнтами та їхніми родичами, з колегами по роботі. Для цього лікар повинен володіти культурою спілкування, принципами і нормами медичної етики. Проблема навичок міжособистісного спілкування у системі професійної підготовки студентів-медиків відбувається не тільки в навчальних аудиторіях, а й у лікарнях, де студенти оволодівають необхідними практичними навичками [1, с. 137].

Етап здобуття професії лікаря, а також виконання своєї професійної діяльності вимагає від іноземних студентів високого рівня професійної та комунікативної компетенції [2, с. 254].

Особливість навчання мовленнєвої компетентності полягає в розвитку і вдосконаленні механізмів мови, формуванні професійно-значущих комунікативних умінь і навичок клінічного мислення. До професійно-комунікативних компетенцій належать уміння усвідомлювати і чітко визначати своє мовне завдання; уміння чітко планувати хід бесіди; уміння подавати такі репліки-стимули, на які б давалися відповідні репліки-реакції бажаної функціональної спрямованості, а також навички вести діалог (ставити конкретні запитання, які б направляли відповіді пацієнта в рамки. Встановлені самим студентом; ставити уточнювальні запитання, в яких студент сам використовує знайому лексику і знайомі граматичні конструкції) .

Необхідно постійно звертати увагу іноземного студента на особливості комунікативної поведінки носіїв іншої культури, проводити порівняння з рідною культурою, вивчати стереотипи і готувати до різних ситуацій спілкування, виконувати завдання з невербальної поведінки. Підготовка іноземного студента до міжкультурної комунікації включає в себе оволодіння мовним етикетом і нормами комунікативної поведінки іншого народу, що

забезпечує правильну стратегію професійного спілкування, в тому числі й у медичній сфері.

Відтворюючи клінічні ситуації в навчальному процесі, викладач спонукає іноземних студентів до мовлення і взаємодії співрозмовників. Таким чином, обмін інформацією завжди відбувається в конкретних ситуаціях спілкування. Потрібно відтворювати в процесі навчання ситуації з мотивацією мовної діяльності та формування мовних звичок, що важливо для комунікативних потреб студентів. Відомо, що комунікативно-спрямоване навчання передбачає відтворення процесу навчання як моделі спілкування. І якщо на початковому етапі навчання студенти-іноземці формують елементарні навички спілкування в умовах українськомовного оточення, то на основному етапі навчання найважливішим виявляються комунікативні потреби студентів навчально-наукової сфери діяльності в аспекті спеціальності.

Оволодіння комунікативною поведінкою носіїв культури має відбуватися як за допомогою рецептивного засвоєння мови і невербальних засобів спілкування, так і в процесі участі студентів у продуктивних видах діяльності – рольових діалогах і рольових іграх, виконання комунікативних завдань. Підготовлене монологічне мовлення, діалог, спонтанне висловлювання, доповідь на медичну тему, дискусія – усі ці форми роботи спрямовані на навчання студента спілкуванню. Важливу роль у навчанні комунікативної поведінки відіграють сучасні цифрові та мультимедійні технології. Доцільно переглядати і відеоматеріали професійного характеру, і художні фільми, в яких представлений весь діапазон екстралінгвістичних засобів спілкування. Серед нових технологій викладання знань усе популярнішим стає метод *інтерактивного навчання* – один із варіантів комунікативних технологій, що передбачає двосторонній обмін інформацією між суб'єктом і об'єктом навчання.

Вивчаючи мову спеціальності, іноземні студенти-медики:

- 1) засвоюють найбільш частотні комунікативно-цінні мовні засоби наукового стилю мовлення;

- 2) знайомляться зі структурними моделями текстів, характерними для медичних дисциплін;
- 3) формують загальнонауковий термінологічний і понятійний апарат.

Формуванню мовленнєвих мовних навичок і вмінь на матеріалі наукового стилю мови допомагає студентам-іноземцям оволодівати знаннями на основних предметах. Студенти навчаються :

- розуміти усні і письмові тексти, бачити всі закладені в них змісти, створювати власні тексти;
- висловлювати одну думку різними способами, адекватно реагуючи на ситуацію за допомогою мовленнєвих вчинків;
- активно і творчо аналізувати і використовувати наукову літературу за фахом;
- засвоювати наукову інформацію;
- обробляти, оцінювати, описувати дані клінічних досліджень;
- виконувати роботи у вигляді рефератів, статей, доповідей.

До кожного тексту з наукового стилю викладачами мови розробляються вправи (фонетичні, лексичні, лексико-граматичні, вправи з метою формування мовленнєвих навичок і вмінь). Наприклад, студент повинен орієнтуватись у комунікативному завданні кожної смислової частини тексту, прогнозувати подальший зміст речення, смислової частини тексту, визначати головну й додаткову інформацію та ін. Реалізація принципу комунікативності під час навчання читання навчальної літератури передбачає максимальне використання реальних завдань, що виконуються студентами на заняттях зі спецдисциплін.

Головною метою занять з української мови є формування навичок і вмінь аудіювання і читання українською мовою найбільш уживаних слів, словосполучень, речень, тобто лексичного та термінологічного матеріалу, з яким студент може зустрінутися на практиці. Матеріали, які вивчаються на заняттях з української мови, дозволяють перейти від ознайомлення з лексикою і граматикою до використання його на рівні професійної комунікації під час спілкування у клініці з пацієнтами. Наприклад, у 3 семестрі студенти вивчають

такі теми: «Будова людського організму», «Паспортні дані хворого», «Скарги хворого», «Захворювання серцево-судинної системи», «Захворювання дихальної системи», «Захворювання травної системи», «Захворювання сечовидільної системи», «Структура медичного закладу». Матеріал, який вивчають студенти на заняттях української мови, знайомить їх з особливостями діалогу лікаря з хворим. Слід відзначити особливий інтерес іноземних студентів до навчання професійного спілкування, до мовленнєвого етикету, знання якого є реальною потребою для них. Вивчення етикету є складовою частиною включення до комунікації з носіями мови, оскільки адекватне взаєморозуміння учасників комунікативного акту, які належать до різних національних культур, передбачає знання та вміння правильно використовувати різні мовні одиниці. Під час відбору мовленнєвих одиниць для кожного етапу навчання необхідно брати до уваги не тільки комунікативні потреби, але й професійні інтереси, соціальні ролі, в яких виступають студенти в навчально-професійній сфері спілкування. Така робота має на меті запобігти типовим помилкам у використанні вербальних і невербальних засобів мовленнєвого етикету й правил повсякденної поведінки (наприклад, калькування вербальної одиниці рідної мови на українську, створення штучних мовних конструкцій, сприйняття й оцінка правил повсякденної поведінки чужого народу відповідно до культурних традицій свого народу).

Висновки. Особистісне і професійне становлення іноземного студента вищого навчального медичного закладу, його мовленнєва компетентність ґрунтується на глибоких професійних знаннях (навчання специфічної медичної термінології, особливостей спілкування з пацієнтами).

Таким чином, робота з іноземними студентами на заняттях з української мови як іноземної потребує:

- стимулювання професійно-пізнавальної мотивації студентів до оволодіння вміннями ділового спілкування як значущого складника професійно комунікативної компетентності;

- створення у процесі навчання ситуацій взаємодій, наближених до реальних умов професійної діяльності.

Заняття української мови як іноземної мають бути наповнені професійно орієнтованим змістом, з урахуванням лінгвокультурних особливостей, що сприяє формуванню мовнокомунікативних навичок. Основним завданням під час формування таких навичок є: розвинути здатність іноземних студентів до розв'язання комунікативних завдань у сфері професійної діяльності, мотивувати іноземних студентів брати участь у діалоговій комунікації, демонструвати достатній рівень знань медичної термінології.

Список використаних джерел:

1. Абатуров А.Е., Агафонова Е.А., Бабич В.Л. Факторы, определяющие мотивационный и эмоциональный контекст образовательного процесса в медицинском высшем заведении. *Здоровье ребенка*. 2015. № 6 (66). С.136–141.
2. Лембрик І. С. Формування професійної комунікативної компетентності у студентів-медиків 4-6-х курсів факультету підготовки іноземних громадян при вивченні дисципліни «Педіатрія». *Буковинський медичний вісник*. 2016. Т. 20, №1 (77). С. 254–257.

Дар'я Міщенко,

студентка Сумського державного університету

АМЕРИКАНСЬКИЙ СТРУКТУРАЛІЗМ

Широке поширення в науці поняття структури зумовили виникнення структуралізму. Структура (лат. *structura* - будова, розміщення, порядок) – спосіб закономірного зв'язку між складовими предметів і явищ, мислення та пізнання, сукупність істотних зв'язків між виділеними частинами цілого, що забезпечує його єдність; внутрішня будова чого-небудь. У лінгвістиці виділяють чотири основні напрямки структуралізму:

- 1) Празька лінгвістична школа ;
- 2) Американський структуралізм ;
- 3) Копенгагенська школа ;

4) Лондонська лінгвістична школа.

Американський структуралізм може мати декілька лінгвістичних термінів: Американська школа структурної лінгвістики, Дескриптивна лінгвістика, Дескриптивізм.

Метою роботи є дослідження напряму американського структуралізму.

Завдання, які допоможуть досягнути мету:

- 1) визначення американського структуралізму як сфери дескриптивної лінгвістики;
- 2) визначення етапів розвитку американського структуралізму(дескриптивізму);
- 3) ознайомлення з представниками цієї течії.

Відповідно до сформульованих мети та завдань у роботі застосовано такі *методи дослідження*: описовий і порівняльно-історичний.

Американський структуралізм володіє більшою системою дослідної роботи порівняно з іншими течіями лінгвістичного структуралізму. Розвиток структурної лінгвістики і в США мало свої особливості. Американські вчені багато в чому йшли своїми шляхами, незалежно від діяльності Ф. де Соссюра та інших засновників структуралізму в Європі [1, с. 195].

Дескриптивна лінгвістика взяла свій початок з практичних потреб вивчення мов американських індіанців (і також цим відрізняється від структуралізму копенгагенської школи, що виходить з абстрактних категорій і схем), і в подальшому, коли стала застосовувати свої методи до вивчення англійської мови, а також інших індоєвропейських, тюркських і семітських мов, вона прагнула зберегти свою практичну спрямованість, встановивши тісні зв'язки також і з методикою викладання мов.

Можемо виділити основні напрямки американських лінгвістів. Перший: учні та послідовники Л. Блумфілда створили так звану Йельську групу (Л. Блумфілд був професором Єльського університету) [6, с. 135]. Їм вдалося розробити прийоми дистрибутивного аналізу як універсальну техніку

процедур, застосовних до будь-якого мовного матеріалу [6, с. 135]. Другий: Енн-Арборська - включає вчених, які зберігають духовну спорідненість з теоретичними поглядами Е. Сепіра і в той же час використовують техніку методів дослідження Л. Блумфілда [6, с. 136]. Третій різновид пов'язаний зі школою трансформаційного аналізу, який у свою чергу орієнтується на формальних методах аналізу структури речення.

Отже, створення системи дескриптивної лінгвістики, центральним і головним завданням якої є опис фактів мови, але не їх пояснення. Головну роль на формування американського структуралізму поклали початок вчені США, які вивчали мову, культуру американських індіанців. Ця практика виявилась надзвичайно складною через те, що вони мали потребу звернутися до носіїв-інформантів, які допомагали з питаннями членування текстів на слова. Як наслідок незрозумілим для дослідження були деякі граматичні та лексичні запозичення.

Дескриптивна лінгвістика (в термінологічному сенсі) є особлива область дослідження, що має справу не з мовною діяльністю в цілому, але з регулярно певних ознак мови. Ці регулярності полягають в дистрибуційних відносинах ознак досліджуваної мови, тобто повторюваності цих ознак відносно один одного в межах висловлювань [3, с. 89]. Маємо зазначити, що етапи розвитку американського структуралізму припадають на діяльність великих мовознавців, таких як : Ф. Боаса, Е. Сепіра, Л. Блумфілда, З. Харріса та інших.

У першу чергу можемо відмітити перший етап Франца Боаса та його деякі лінгвістичні погляди. На думку Боаса, «кожна мова з точки зору іншої мови вельми довільний в своїх класифікаціях. Те, що в одній мові є однією простою ідеєю, в іншій мові може характеризуватися цілою серією окремих фонетичних груп » [4, с. 153]. Франц Боас вважав, що індіанські мови мають зовсім інші мовні категорії, причиною цього є те , що у минулому вони зовсім не були розвинутими, тому до них не можливо застосовувати метод історичної інтерпретації. На підставі цього виникає необхідність застосовувати об'єктивний метод для вивчення мов.

Другий етап відносимо Леонарду Блумфілду. Він поставив собі за мету розробити єдину, конструктивну і послідовно побудовану систему понять, придатних для синхронного опису мови будь-якого ладу. Тобто, саме Блумфілд сформулював методи, які містять лінгвістичний опис, які відносять до дескриптивної лінгвістики, представниками якої були: Б. Блок, Дж. Трейджер, З.Харріс та інші. Висунуті Ф. Боасом об'єктивні методи опису мови Л. Блумфілд орієнтувався на положення «поведінкової» психології (біхевіоризм) і в своїх роботах обґрунтовував принципи так званої механічної лінгвістики, яка розчленовує процес мовного спілкування на ряд фізіологічних у своїй основі стимулів та реакцій [2, с. 8]. Роботи Блумфілда слугували для подальших досліджень в сфері лінгвістичного аналізу, а особливо дескриптивної лінгвістики.

Третій етап пов'язаний з представниками З. Харріс, Б. Блок, яким заслуговуємо за появу самого терміну «дескриптивна лінгвістика». Вони працювали над формальними елементами мови, використовуючи дистрибуцію мовних характеристик. Підсумком цього етапу стала найбільш відома книга вченого – «Методи в структурній лінгвістиці», написана З. Харрісом. У книзі була зроблена спроба розробити максимально сувору і всеохоплюючу процедуру опису структури мови без звернення до поняття значення [8].

Поява структуралізму обумовлена загальними закономірностями розвитку наукової думки середини і кінця ХХ століття. Мета американського структуралізму зумовлена в описі формальних елементів структури мови. Завдяки дослідницькій практиці вчених США, що займалися вивченням мов і культур американських індіанців, з'явилася концепція дескриптивізму. Науковці прагнули максимально точно дотримуватися методів порівняльно-історичного мовознавства.

Отже, дескриптивна лінгвістика мала значний вплив на інші лінгвістичні напрямки в Америці і на світове мовознавство. Дескриптивісти внесли величезний вклад в розробку процедур точного формального аналізу мови та

залучення методів логіки і математики. Вони збагатили світове мовознавство численними термінами.

Список використаних джерел:

1. Алпатов В. История лингвистических учений: Учеб. пособие. 4-е изд., испр. и доп. М.: Языки славянской культуры, 2005. 368 с.
 2. Глисон Г. Введение в дескриптивную лингвистику: пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. В. Звегинцева. Изд. 3-е. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 496 с.
 3. История языкознания: XIX – 1-я половина XX в. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2010. Ч. 2. 280 с.
 4. Кондратов Н. История лингвистических учений: Учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по спец. № 2101 «Рус. яз. и лит.». М.: Просвещение, 1979. 224 с.
 5. Апресян Ю. Идеи и методы современной структурной лингвистики (краткий очерк). URL: <https://www.booksite.ru/fulltext/apresyn/text.pdf>
 6. Засорина Л. Н. Введение в структурную лингвистику. Учеб. пособие для студентов филологических специальностей ун-тов. М., Высш. школа, 1974. 319 с. URL: http://tlf.msk.ru/school/zasorine_school.htm
 7. Боас Ф. URL: <https://eleven.co.il/jews-in-world/science/10675/>
 8. Хэррис, Зеллиг З. Энциклопедия кругосвет. URL: <http://www.krugosvet.ru/encye>
- Науковий керівник:* І. К. Кобякова, кандидат філологічних наук, професор кафедри германської філології Сумського державного університету

СЕКЦІЯ 5. РЕЛІГІЯ І КУЛЬТУРА В ЖИТТІ СУСПІЛЬСТВА

Олена Щербина-Яковлева,

докт. філос. наук, професор

професор кафедри психології, політології та соціокультурних технологій

Сумського державного університету

Єкатерина Кравченко,

студентка Сумського державного університету

ПРОСУВАННЯ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО КІНОМИСТЕЦТВА В СТУДЕНТСЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Актуальність теми. Процес розвитку будь-якого сучасного суспільства залежить від багатьох факторів, зокрема соціальних, економічних, політичних, демографічних тощо. Але й не останню роль у складі чинників прискорення суспільного розвитку відіграє мистецтво. Саме мистецтво виконує найбільш значущі функції в активізації духовної життєдіяльності різних вікових груп суспільства. Мистецтво має прямий формуючий вплив на соціальну поведінку та виховання, мораль, ціннісні орієнтації, стереотипи кожної окремої особи.

Одним із найбільш впливових масових видів мистецтва є кіно, що давно досягнуло піку своєї популярності і має велику освітню і естетичну силу.

На сьогоднішній день кіно – популярна і широко запитувана форма мистецтва. Кіно є звичною та доступною сферою розваг. Переглядати кінофільм можна в будь-який час по телевізору, комп'ютеру або в кінотеатрі. Більшість кінофільмів легко сприймаються і не вимагають таких глибоких знань та навичок, як наприклад, сприйняття професійного живопису, співів або танцю. Сучасне суспільство звикло до постійного перегляду кінофільмів, адже завдяки цьому люди здатні отримувати нову та цікаву інформацію, переживати широкий спектр емоцій. Перегляд кінофільму зазвичай трактується як форма спокійного дозвілля. Але кіно за своїми основними ознаками вважається

мистецтвом. Протягом десятиліть в цій галузі накопичені ознаки високого ступеня майстерності. Із чорно-білого німого ролика кінця XIX століття кіно перетворилося на феєричне видовище, що належить глядачам XXI століття.

Сьогодні кінематографія – насамперед індустрія, галузь культурного виробництва, яка є значущою складовою економіки розвинених держав, приносячи колосальні прибутки.

Саме заради прибутковості кіно орієнтоване на колективне сприйняття, на задоволення «усереднених бажань» масового глядача. Кожен рік з'являються нові фільми, що встановлюють рекорди за переглядами, касовими зборами та відгуками. Кіноіндустрія настільки швидко розвивається, що кіноглядачі не встигають стежити за процесом і виходом нового кіно. Кіно приваблює все більше глядачів завдяки тому, що використовуються абсолютно нові технології, що дозволяють глядачам насолоджуватися спецефектами і гарною якістю зображення самого фільму. Так наприклад, світовий ринок кінопрокату встановив новий рекорд в 2019 році: загальна виручка галузі склала 45,1 млрд. дол. США (+ 9,2%). Касові збори в США і Канаді склали 11,4 мільярда доларів від загальносвітового показника, що значно більше, ніж в будь-якому іншому регіоні світу. Однак це не означає, що ринки за межами Голлівуду не можуть виробляти якісне кіно. Слід визнати, що попит на неангломовні фільми набагато нижчий і, як правило, не залучає таку велику аудиторію, але все ж має потенціал для успіху.

На проблему становлення та існування українського кінематографу звертали увагу такі наукові діячі як В. М. Андрущенко, Ж. О. Безвершук, С. Д. Безклубенко, Ю. П. Богуцький, Л. І. Госенко, В. В. Ілляшенко, Н. М. Капельгородська, К. В. Котенко, Г. В. Чміль, Л. В. Новохатько та інші. Беззаперечно що в останні роки українська кіноіндустрія зазнає стрімкого зростання. Українські фільми постійно демонструються у вітчизняному кінопрокаті та беруть участь в конкурсах та світових кінофестивалях. Нові та перспективні митці дебютують із своїми повнометражними фільмами.

Простежується налагодження співпраці українських кінокомпаній із державою і міжнародними партнерами.

Протягом 2018 року за підтримки Держкіно було знято 26 повнометражних фільмів. У 2019 році в Україні було завершено виробництво 46 фільмів. Станом на початок лютого 2020 року в виробництві знаходилось 94 фільми. Такий стан розвитку української кіноіндустрії має істотні відмінності, у порівнянні з ситуацією, яка була на початку ХХІ століття, коли кількість нових українських фільмів була взагалі незначною, і більшість з яких залишалися нецікавими та непоміченими аудиторією в Україні і у світі відповідно.

Розвинута індустрія кіно приносить доволі значну частку грошей, тим самим поповнюючи бюджет країни. Створювати фільми високої якості вигідно не лише для економіки, але й загального світового сприйняття та визнання держави, що здатна на конкуренцію з іншими. В свою чергу одним з дієвих напрямків просування кіномистецтва можуть слугувати спеціальні заходи. Наприклад, фестивалі, які є важливими платформами для розвитку кіно. Справжній успіх українського кіно ще не настав, але засади для цього створюються вже на сучасному етапі.

В межах такого цікавого *об'єкта дослідження*, як процес просування сучасного українського кіномистецтва, ми виділяємо в якості центрального *предмета власної наукової розвідки* засоби його популяризації в середовищі першокурсників СумДУ, які приїхали із районних центрів та селищ міського типу. Отже, маємо *на меті* не тільки дослідити сучасний стан і тенденції розвитку українського кіномистецтва, а й здійснити практичний пошук корисних засобів просування сучасного українського кіномистецтва в студентському середовищі.

Сформульована мета дослідження обумовлює наступні його *основні завдання*:

- Здійснити огляд та узагальнення наукової літератури, у якій відображаються особливості сучасного українського кіномистецтва та

обговорюється проблема його конкурентоспроможності на ринку кінопродукції;

- Розглянути, спираючись на наукові джерела, існуючі форми та засоби просування продуктів сучасного кіномистецтва у молодіжному середовищі;

- За допомогою аналізу документів, формалізованих співбесід та опитувань схарактеризувати особливості спільноти першокурсників СумДУ, які приїхали із районних центрів та селищ міського типу, з погляду їх споживацького ставлення до продукції кіномистецтва;

- Методами емпіричних досліджень дослідити рівень знайомства спільноти першокурсників з продукцією українського кіномистецтва;

- Виділити та обґрунтувати практичний метод просування сучасного українського кіномистецтва в середовищі першокурсників СумДУ, які приїхали із районних центрів та селищ міського типу.

Методи дослідження. Для реалізації сформульованих завдань передбачається використання таких методів дослідження, як:

1. Аналіз накопиченої інформації, що здобута у процесі вивчення наукових джерел – для визначення провідних понять та уточнення спеціальної термінології, яка вживається у дослідженні;

2. Узагальнення накопиченої інформації - для її скорочення та змістовного згрупування існуючих у наявній науковій літературі визначень специфіки проблеми просування кіномистецтва у різних соціальних групах населення;

3. Систематизація здобутих визначень та узагальнень - для ґрунтовної розробки концепції ефективних практичних методів просування сучасного українського кіномистецтва у студентській аудиторії;

4. Моделювання – для визначення технологічних особливостей плану організації та проведення прикладного експерименту з апробації виокремленого методу просування продуктів сучасного українського кіномистецтва;

5. Синтез провідних визначень та підходів – для змістовного підготовки тексту рекомендацій з практичного опрацювання прикладного експерименту.

Гіпотезою дослідження є припущення про ефективність використання для популяризації сучасного українського кіномистецтва у студентському середовищі такої форми соціокультурної діяльності, як edutainment – поєднання навчально-пропагандувальної та ігрової діяльності.

На даному етапі дослідження відбувається збір наукової літератури, обґрунтування вихідних теоретичних понять дослідження, а також моделювання інструментарію для обстеження запитів студентської молоді щодо продукції сучасного українського кіновиробництва.

Список використаних джерел:

1.Щербина-Яковлева О. Ю. Поняття соціокультурної діяльності: філософські та культурологічні виміри. *Світогляд-філософія-релігія*. 2017. С. 71–79.

2.Щербина-Яковлева О. Ю., Назаров М. С. Компетентність менеджера соціокультурної діяльності з вимірювання соціокультурних ефектів. *Вестник Киевского национального университета культуры и искусств*. Серія «Менеджмент соціокультурной деятельности». 2019. № 2. С. 115–175.

3.Щербина-Яковлева О. Ю. Когнітивний аналіз процесів і продуктів соціокультурної діяльності особистості. *Становлення особистості в умовах сучасного розвитку суспільства: соціально-педагогічний, психологічний, корекційний і медичний аспекти: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м.Полтава, 18–19 червня, 2020*. С. 159–166.

Віталій Степанов,

аспірант Запорізького національного університету

ФЕНОМЕН БРИТАНСЬКОГО ВЧЕНОГО ЯК ПОБІЧНИЙ ЕФЕКТ СУЧАСНОЇ НАУКИ

Людина є істотою соціальною, тому її існування нерозривно пов'язане з пізнанням і осмисленням дійсності. Водночас, довкілля є підконтрольною власністю людини: вона змінює світ залежно від власних потреб. Так формується ноосфера – стан біосфери, вирішальним фактором розвитку якого є розумова людська діяльність, зокрема в осередку науки [2, с. 183–534].

Зважаючи на давній вік людської цивілізації, наука вже далеко вийшла за рамки можливого. Вченими досліджено все, що тільки можна, а наукові студії треба розвивати далі. Як наслідок, у науці виник побічний ефект – феномен британського вченого. У декого може з'явитися питання: що це за явище і в чому полягає його суть. Цим зумовлена *актуальність нашої доповіді*.

Мета дослідження – з'ясувати роль феномену британських вчених для науки зокрема і соціуму загалом. Мета досягається виконанням конкретних завдань: 1) розкрити сутність феномену; 2) навести приклад досліджень британського вченого; 3) проаналізувати передумови появи феномену; 4) встановити роль британських вчених для сучасного суспільства.

1) Хто такий британський вчений? Британський вчений – людина, яка займається дослідженнями, що не мають жодної практичної користі для суспільства, хоча власне дослідження виконано за всіма науковими правилами.

2) Приклад дослідження британського вченого.

Праця: «Кількісний вимір дощових опадів: статистичний ракурс».

Об'єкт дослідження – дощ, предмет – вивчення його кількісних показників за 1 годину на 1 квадратний метр.

Мета – встановити точне число дощових опадів у локально-темпоральних обставинах. Завдання: 1) описати, що таке дощ; 2) визначитися з методами (емпіричні – експеримент та вимірювання з використанням мірних посудин; раціональні – статистичне опрацювання отриманих результатів).

Актуальність зумовлена тим, що ніхто раніше не вимірював випадання дощових опадів. Наукова новизна – соціум знатиме, скільки крапель дощу в середньому випадає за 1 годину на 1 квадратний метр. Практична значущість роботи – враховуючи зазначене, люди знатимуть, наскільки сильно вони промокають під дощем і як цьому запобігти (хоча соціум як мокнув під дощем, так і буде мокнути й далі).

3) Звідки з'явилися британські вчені? За онлайн-енциклопедією *Lurkmore*, феномен британських вчених зародився в Сполученому Королівстві, чому слугували історичні, правові, освітні та кар'єрні причини [1].

А) Історичне підґрунтя. Раніше в Британії вища освіта була виключно платною, дозволити її собі могли лише заможні люди (наприклад, за часів королеви Вікторії). У зв'язку з цим наукові студії проводилися одиничними вченими, тому залишалося безліч недосліджених тем у майбутньому.

Б) Правове підґрунтя. Бажаючи надати всім підданам право на вищу освіту, держава поступово знизила ціни. Крім того, приватні структури отримали дозвіл на створення власних закладів, так що освітня мережа розрослася по всій Британії. Як наслідок, наукою почали займатися всі без винятку, і кількість недосліджених тем стрімко впала до нуля.

В) Освітнє підґрунтя. У науці досліджено все, що тільки можна. Водночас, все більше й більше студентів вступають до вузів. На останньому році навчання треба розробити й захистити дипломний проект. Що робити, коли немає тем для дослідження, а без наукової роботи диплом видавати заборонено? Вихід один: вивчати абсурдні ідеї, але з суворим дотриманням наукових стандартів.

Г) Кар'єрне підґрунтя. Вчені, бажаючи отримати грант, вимушені імпровізувати з науковими ідеями, щоб якнайшвидше зацікавити бізнес для фінансування досліджень. Чому саме приватні комерційні структури заохочують такі дослідження? Справа в тому, що будь-яке підприємство в умовах шаленої конкуренції на ринку прагне продати свою продукцію щонайширшому колу споживачів. Як переконати, що твій товар найкращий? Відповідь: заявити, що в ньому є певна особливість, якої не надають інші виробники (і підкріпити це результатами відповідних наукових дослідів).

Приклад. На 100 добровольцях провели експеримент щодо емоційного впливу жовтої фарби виробника Х у порівнянні з синьою фарбою виробника У. Результат: 80 учасникам більше сподобався інтер'єр, пофарбований у жовтий колір, 20 учасникам – у синій. Висновок: купуйте жовту фарбу виробника Х, вона значно краща для емоційної рівноваги.

Крім того, непрактичні дослідження можуть проводитися заради зростання числа наукометричних показників вченого. Так, навіть негативне, але

масове цитування абсурду може значно підвищити індекс Гірша. Це вигідно для науковця: не треба проводити нові студії для підтримання репутації.

4) *Яку роль відіграють британські вчені в сучасному світі?* Феномен надає змогу обійти чинні обмеження в освітньому законодавстві, коли тем для дослідження немає, а документи про освіту треба видати, не порушуючи закон, усе більшому числу випускників. Зрештою, добре і студенту, і державі: не треба морочитися з реформуванням освіти.

Крім того, виграшну позицію займає бізнес: реклама є двигуном торгівлі, тому абсурд заради прибутку завжди заохочуватиметься.

По-третє, феномен дозволяє досягти особистих кар'єрних мрій.

Приклади інших досліджень британських вчених [3]:

I) Пиво закінчується на 39% швидше, якщо бокал кривий. Британські вчені перевірили на 160 добровольцях залежність швидкості зникнення пива з бокала від його форми. 358 мл пива із прямого бокала випивається в середньому за 13 хв, із кривого – за 8 хв.

II) На правильній новорічній ялинці повинно бути 36 іграшок. Кількість іграшок розраховується за формулою: висота дерева в сантиметрах, помножена на 0,2. Так, на новорічній ялинці висотою 180 см має бути 36 іграшок.

III) Мат може використовуватися як знеболювальне. Британські вчені попросили добровольців засунути пальці в крижану воду. Ті, хто при цьому лаявся, протрималися довше. Лихослів'я не знеболює, якщо особа лається понад 60 разів на день.

IV) Горили і шимпанзе – правші. Британські вчені виявили, що під час контакту з неживими предметами горили і шимпанзе частіше користуються правою рукою (хоча раніше вважалося, що правшами є лише люди). У разі контакту з живими об'єктами ефект зникає.

Список використаних джерел:

1. Британские ученые. URL: <https://lurkmore.to/%B8%D1%8> (дата обращения: 30.03.2021).

2. Вернадский В.И. Ноосфера. Биосфера и ноосфера. Москва: Айрис-пресс, 2004. С. 183–534.

3. Исследования британских ученых.
URL: <http://www.lookatme.ru/mag/archive/experience-other/187111-science> (дата обращения: 30.03.2021).

Науковий керівник: Н. В. Таценко, доктор філологічних наук, доцент, завідувач кафедри іноземних мов Сумського державного університету

Аліна Шевцова,

канд. філол. наук

доцент кафедри мовної підготовки іноземних громадян

Сумського державного університету

Мірзаде Санан Аділь огли,

студент Сумського державного університету

ВІДОБРАЖЕННЯ РОДИННИХ СТОСУНКІВ У ПАРЕМІЯХ УКРАЇНСЬКОЇ ТА АЗЕРБАЙДЖАНСЬКОЇ МОВИ

Постановка проблеми. Актуальність проблеми вивчення родинних стосунків у різних мовах обумовлена тим, що сім'я, з одного боку, традиційно належить до базових цінностей у культурах народів світу, а з іншого – постійно перебуває під тиском соціально-економічних обставин і невпинно трансформується. Уявлення про сімейне життя у всіх його проявах, на наш погляд, найбільш яскраво просліджується у пареміях. Як слушно зауважують науковці, паремії є тим розумово-культурним феноменом, що акумулює ціннісні категорії, що стосуються самосвідомості нації, містить оцінку соціально значущої поведінки особистості, відображає ідеал і антиідеал життя для носіїв конкретної мови, універсальні й національні концепти [1, с. 80].

Метою даної розвідки є аналіз родинних стосунків, сімейного життя українського та азербайджанського народу на прикладі паремій.

Завдання дослідження. Паремії лаконічно та метафорично висловлюють знання, накопичені людством у процесі пізнання світу. Зіставлення паремій

різних народів сприяє взаєморозумінню націй, допомагає побачити універсальні і національні риси в їх мовних картинах світу.

Традиційно в пареміології найбільш значущими цінностями є морально-етичні, серед яких важливу роль відіграють паремії з компонентом «родина». Визначимо зміст і обсяг власне поняття «родина». В Академічному тлумачному словнику української мови лексема «родина» визначається як «група людей, що складається з чоловіка, жінки, дітей та інших близьких родичів, які живуть разом; сім'я» [2, с. 591].

В українських пареміях родина – це країна, в якій живуть люди зі своїми правами та обов'язками, традиціями, що передаються від роду до роду: *Де мир та лад, там і Божя благодать; У дружній родині і в холод тепло; Нащо й клад, коли в сім'ї лад; Добре там живеться, де гуртом сіється й жнеться.*

З давніх-давен на Україні шанувалися багатодітні родини. Велика дружна, працьовита родина – запорука щасливого життя: *Багато дітей у сім'ї – Божя благодать; Де одинець – сімейству кінець, де сім – щастя всім.* У великих сім'ях поважають старших, родинні традиції.

Сім'я, родина, рід – опора особистості. У пареміях української мови увіковічені цінні поради й настанови наших пращурів щодо створення родинного вогнища: *Сім'я міцна ладом; У своїй родині всяк сам великий; Є рід – буде й обід.*

Доволі великий прошарок складають українські паремії про міцну родину, у якій підтримують один одного, до якої завжди хочеться повертатися: *Сім'я міцна – горе плаче; До свого роду хоч через воду; У нашому роду нема переводу.*

В українських пареміях акцентується увага на схожості батьків і дітей, на подібності характерів, вчинків, здібностей: *Який куц, така й хворостина, який батько, така й дитина; Які мамка й татко, таке й дитячко; Батько рибалка, то й діти у воду дивляться; Який рід – такий і плід.*

Історія кожного роду – дідусі та бабусі – жива мудрість, досвід, який передається молодим у спадок: *Поки діда, поти й хліба; Поки баби, поти й*

ради; Для онука дідусь – розум, а бабуся – душа; Молодь багата мудрістю батьків.

Родинні зв'язки, взаємовідносини в українській культурі завжди супроводжувались родзинками усної народної творчості, що передавались із покоління в покоління: *Міцна сім'я – міцна держава; Без сім'ї й свого роду – немає нації, народу; Яка сім'я – такий і я.*

Слід наголосити на тому, що частина україномовних паремій має негативне забарвлення. В таких пареміях гостро засуджуються відносини в родині, де не шанують своє коріння: *Добрі діти доброго слова послухають, а лихі – й дрючка не бояться; Добрі діти – батькам вінець, а злі діти – кінець; Добрі діти на ноги поставлять, а лихі і з ніг зваллять.*

Відтворюються у фольклорі родинні стосунки великої сім'ї, де немає любові та дружби, де не родичаються з близькими людьми: *Великий рід, та ніде голови прихилити; Тільки рідні, що лапті одні; Рід великий, а родича нема.*

Українські прислів'я та приказки: *Без роду й племені; Людина без братів і сестер – самотнє дерево; Без роду, хоч з мосту та в воду підкреслюють, що людина без сім'ї, без роду самотня.*

Іронічні стосунки відображено у пареміях: *Нема роду без вироду; Десята вода на киселі; Не трать ходу до поганого роду.*

В азербайджанських пареміях акцент робиться на спадкоємності поколінь в сімейних відносинах. В азербайджанських родинах особливо шанують літніх людей, піклуються про людей похилого віку. Тут розуміють, що краще, ніж в рідній сім'ї людині, а особливо старій, не може бути ніде. Зв'язок поколінь, спадкоємність на рівні сім'ї, коли молодші спілкуються зі старшими, а старші передають їм накопичений досвід, відображається в азербайджанських пареміях: *На старих сім'я тримається; Люди похилого віку стовпи сім'ї.* Ці паремії відрізняються життєвою проникливістю і розумінням важливості збереження міцної сім'ї.

Кожна азербайджанська родина зберігає і шанує традиції свого народу. Сватання, весілля, народження дитини об'єднують рідних людей, допомагають

у створенні гармонійних родинних стосунків. Недарма однією з найбільш згадуваних в азербайджанській пареміології вважається паремія *Сім'я – ключ до щастя*.

Деякі азербайджанські паремії мають паралелі з українськими. Так, наприклад, українській паремії *У сім'ї не без виродка* відповідає азербайджанська *У сім'ї не без скандалів, у лісі не без шакалів*.

Відображення родинних стосунків в українських та азербайджанських пареміях має певні споріднені риси: сім'я – це цінність (укр. *Земля без води мертва, людина без сім'ї – пустоцвіт* / азерб. *Дерево тримається корінням, а людина сім'єю*).

Аналіз українського та азербайджанського пареміологічного фонду показав, що паремії з компонентом «сім'я» тісно пов'язані з такими, що включають в свій склад концепти «батько», «мати», які утворюють семантичне поле «родинні стосунки».

У пареміях української мови батько – авторитетний глава сім'ї і вихователь: *Батько сина не на зле вчить; Батько карає, батько і хвалить; У доброго батька добрі і дитятки*.

В азербайджанських пареміях батько постає як надійна опора, джерело мудрості: *Для дитя батько сильніший за всіх; Хто прислухається до слів батька, ніколи не відстане; Де хороший батько, там і син молодець*.

Образ жінки в пареміях, що відносяться до семантичного поля «родинні стосунки» в українській і азербайджанській мові має домінанту – «материнство». Мати – символ нескінченної любові, жертвності: укр. *Материнська любов кордонів не знає; Серце матері краще сонця гріє; Рідну матір ніким не заміниш* / азерб. *Материнське серце – в дитині, а дитяче серце – в собачці; Мати себе спалить, а дитини врятує; Заради дитини матери в вогонь кинеться*.

Окрім того, в пареміях обох мов мати важливіше батька в житті дитини: укр. *Без батька наполовину сирота, а без матері – кругла сирота* / азерб. *Без*

батька – півсироти, а без матері і вся сирота; Без батька дитя не сиротіє, без матері – осиротіє.

Висновки. Можна стверджувати, що відображення родинних стосунків у пареміях української та азербайджанської мови має як універсальні риси, так і національні, що пов'язано з історичним і соціокультурним досвідом кожного народу. Порівняння паремій дозволяє зрозуміти, наскільки схожі чи відмінні різні країни та їх культури.

Список використаних джерел:

1. Коньок О., Шевцова А. Відображення соціальних уявлень про совість у пареміологічній картині світу українського і туркменського народу. *Світогляд, філософія, релігія*: збірник наук. праць, м. Суми, 2017. С. 79-85.
2. Словник української мови в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І.К.Білодіда. Київ: Наукова думка, 1970–1980. Т. 8. С. 591.
3. Азербайджанські приказки та прислів'я. URL: <https://vislovi.in.ua/azerbajdzhanski-prykazky-ta-prysliv-ya/> (дата звернення 03.04.2021)
4. Прислів'я та приказки про сім'ю та родинне життя. URL: <https://traditions.in.ua/usna-parodna-tvorchist/pryslivia-ta-prykazky/1442-pryslivia-ta-prykazky-pro-simiu-i-rodynu> (дата звернення 03.04.2021)

Людмила Кулішенко,

канд. філол. наук

доцент кафедри мовної підготовки іноземних громадян

Сумського державного університету

Дарина Калюжна,

студентка Сумського державного університету

КОСМОНІМІЯ: ГЕНДЕРНИЙ АНАЛІЗ

Актуальність теми дослідження. Зоряне небо є об'єктом досліджень багатьох науковців, починаючи з часів Клавдія Птолемея (бл. 87-165 pp.). Космос – це невичерпне джерело астрономічних відкриттів. У його просторах приховано безліч наукових фактів, що можуть бути актуальними не лише для

астрономії, фізики, хімії, але й для представників мовознавства, тому помилково було б вважати, що дослідження космосу можливе лише з астрономічної точки зору. Космонімія (грец. *kósmos* — світ, Усесвіт і *ónyma* — ім'я) – наука про власні назви астрономічних об'єктів та їхніх деталей, є частиною ономастики – галузі мовознавства, яка вивчає власні назви.

Власні назви – це функціональні одиниці будь-якої наукової термінології. У картині зоряного неба зустрічається безліч таких прикладів. Зокрема, найменування на честь міст, держав, гір, водойм, відомих людей тощо. Але, як з'ясувалося, більшість космічних об'єктів названо на честь богів, найчастіше – давньогрецьких та римських. Так людство висловлювало свою вдячність богиням, титанам, сподіваючись на подальшу допомогу та підтримку упродовж усього життя. Називаючи астрономічні одиниці на честь своїх покровителів, людство залишало про них згадки у Всесвіті назавжди. Тому для багатьох філологів залишається актуальною проблема номінації об'єктів космосу.

Аналіз попередніх досліджень. Вивчення космосу з лінгвістичної точки зору набуло розвитку у ХХ столітті. За цей час мовознавці встигли зробити свій внесок в дослідження номінації планет, зірок, галактик. А. Суперанська пояснила теорію власних назв космічних одиниць. З українських філологів вивченням назв сузір'я Великої ведмедиці займалися такі вчені: Є. Тимченко, А. Кузьмин та І. Климишин, але досі недослідженим залишається аспект найменувань планет та їх супутників з гендерної точки зору.

Мета – з'ясувати походження назв планет Сонячної системи, визначити співвідношення кількості чоловічих і жіночих імен серед назв планет та їх найбільших супутників.

Завдання: розглянути номінацію планет, зазначивши їх найбільші супутники з урахуванням родових особливостей (приналежність до жіночих імен або чоловічих), з'ясувати їх походження; побудувати діаграму кількісного співвідношення чоловічих та жіночих імен та обґрунтувати його причини.

Виклад основної інформації. Сонячна Система – це система планет, в центрі якої знаходиться яскрава зірка, джерело енергії, світла, тепла – Сонце.

Навколо Сонця обертається 8 планет (Меркурій, Венера, Земля, Марс, Юпітер, Сатурн, Уран, Нептун), Плутон віднедавна перестали вважати дев'ятою планетою, надавши йому звання «карликової» планети. Більшість планет та їх супутників мають назви на честь давньогрецьких богів, титанів та богинь [1].

У давнину планети отримали свої імена за іменами богів грецького та римського пантеону: Меркурій, Венера, Марс, Юпітер, Сатурн. Меркурій (у греків Гермес) – це син Зевса, котрий виконував на Олімпі обов'язки кур'єра та гінця. Венера (у греків Афродіта) – донька Зевса й океаніди Діони, богиня кохання та краси. Марс – бог війни, Юпітер – це і є верховний бог римлян, він же Зевс у греків, а Сатурн – це римське ім'я верховного доолімпійського божества, у греків він звався Кроном і був батьком Зевса (Юпітера).

Отож, коли було відкрито нові планети, вони також були названі на честь богів греко-римського пантеону: Уран, Нептун, Плутон. Уран – давньогрецький бог неба, перший володар світу; Нептун – володар морського безмежжя, а Плутон – володар підземного царства, царства мороку та забуття.

До карликових планет записали Путон та Цереру. Їх назвали на честь богинь: Хаумеа, Макемаке, Еріда. Церера – римська богиня родючості та хліборобства. Хаумеа (Гаумеа) – гавайська богиня родючості та дітородження, Макемаке – творець людства і бог достатку в міфології корінних жителів острова Пасхи – рапануйців. Еріда – це ім'я, яке утвердилось за карликовою планетою не відразу, її називали різними іменами: Ксена, Зена, Ліла. Напевно, тому остаточно своє ім'я Еріда вона отримала від імені грецької богині чвар та розбрату. А ще один транснептуновий об'єкт сонячної системи – Седна – отримав назву на честь ескімоської богині морських тварин [2].

Розглянемо окремо кожен з планет, визначивши родові особливості їх супутників.

Планети, що не мають супутників: Меркурій (ч. р.), Венера (ж. р.). Щодо назви планети Земля, то вона не має жодного відношення до імен давньогрецьких чи римських богів.

Планети, що мають супутники: Марс (ч. р.). У Марса є два супутники, що мають такі родові особливості: Деймос (ч. р.), Фобос (ч. р.), Юпітер (ч. р.). Серед назв його супутників частіше зустрічаються жіночі імена: Калісто, Амальтея, Гімалія, Елара, Пасіфе, Сікопе, Лісітея, Карме, Леда, Ананке. Серед чоловічих імен зустрічається лише одне – Ганімед. Сатурн (ч. р.) має такі супутники, названі на честь давньогрецьких богинь та німф: Рея, Тефія, Діона, Феба. Решта супутників мають чоловічі імена: Япет, Енцелад, Мімас, Гіперіон, Янус, Епіметей [3]. Уран (ч. р.) має набагато більше супутників, ніж попередні планети, серед яких: Титанія, Аріель, Міранда, Джульєта, Крессіда, Дездемона, Розалінда, Белінда, Корделія, Офелія, Біянка, Пердіта, Маргарита – жіночі імена. Оберон, Пак, Стефано, Просперо, Тринкуло, Фердинанд, Франциско, Купідон – чоловічі. Нептун (ч. р.) має такі супутники: Тритон, Протей, Галасса – з чоловічою номінацією. А також з жіночою такі, як: Нерейда, Лариса, Деспіна, Галатея, Наяда, Галімеда.

Також не слід забувати і про карликові планети Сонячної Системи: Церера, Плутон, Еріда. Плутон (ч. р.) та його супутники з чоловічими іменами: Харон і Кербер. Церера (ж. р) не має супутників. У Ериди (ж. р.) відомо єдиний супутник – Дісномія [4, с. 32].

Наразі можливо кількісно підрахувати співвідношення чоловічих та жіночих імен.

Всього було проведено аналіз 69 власних астрономічних назв, серед яких чоловічих імен – 30, натомість жіночих – 39. Є доречним побудувати відповідну діаграму із зазначеними числами, для наочної оцінки різного співвідношення номінацій планет та їх супутників (Рис.1).

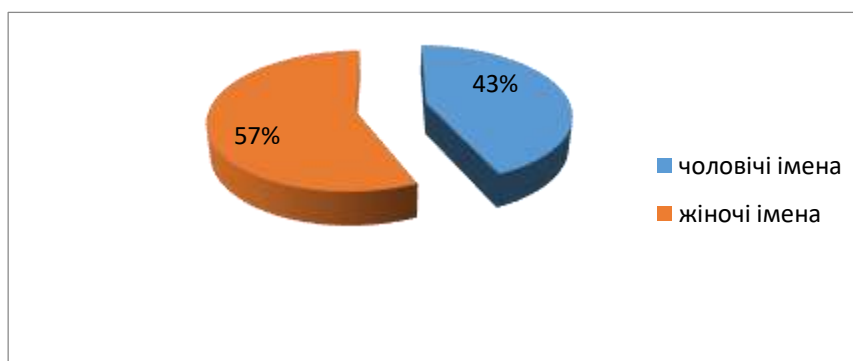


Рис 1. Співвідношення чоловічих та жіночих назв планет

Отже, можна стверджувати, що різниця між кількістю чоловічих та жіночих імен складає близько шести відсотків (власних жіночих назв більше серед назв супутників). Натомість всього одна планета носить жіноче ім'я – Венера, решта планет – чоловічі. Різницю у 6% можна обґрунтувати тим, що майже всі планети мають чоловічі імена, що наголошує на авторитетності і величності богів, на відміну від богинь, тому жіночі імена перемогли кількістю, а чоловічі – важливістю.

Таким чином, дослідження засвідчило, що у номінації космічних об'єктів майже повністю простежується гендерна рівність (усього 6 % різниці між показниками), а це означає, що під час вибору власних назв планет та супутників, суспільство усвідомлювало як роль жінки, так і чоловіка у тогочасному суспільстві (зокрема майже урівноважена роль богинь та богів стародавньої Греції та Риму).

Проблеми гендерної нерівності були, є і будуть актуальними у всі часи, але, напевно, хтось буде сперечатися з космосом, якщо навіть Всесвіт поставив знак рівності між чоловіками та жінками.

Список використаних джерел:

1. Сонячна система URL : <https://uk.wikipedia.org> (дата звернення: 17. 03. 2021)
2. Планети Сонячної системи: по порядку від Меркурія до Плутона та дев'ятої планети URL : <https://futurenow.com.ua/planety-sonyachnoyi-systemy-po-poryadku/> (дата звернення: 22. 03. 2021)
3. Боги та богині стародавньої Греції та Риму URL : <http://moyaosvita.com.ua> (дата звернення: 24. 03. 2021)
4. Кун М. А. Легенди та міфи Стародавньої Греції. Харків: Фоліо, 2008. 441 с.

Ольга Бойко,

доктор філос. наук

професор кафедри психології, політології та соціокультурних технологій

Сумського державного університету

Вікторія Гавриленко,

аспірантка Сумського державного університету

УКРАЇНСЬКА РАНЬОМОДЕРНА СМІХОВА КУЛЬТУРА: ТРАКТУВАННЯ СМІШНОГО В ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРИ

У спробах осмислення світогляду українського народу, зокрема суспільства ранньомодерної доби, чільне місце посідають питання світоглядних реакцій на соціальні, релігійні, політичні, буденні, міжособистісні проблеми тощо. Тобто, говорячи про світогляд, ми неодмінно опиняємося у сфері серйозного. Водночас, аналіз ранньомодерного гумору, що сформував цілий прошарок сміхової культури, дозволяє розгляд світогляду українців як комплексного явища. Оскільки сутнісною рисою людини як «animal ridens» є її здатність сміятися, ми не можемо оминати сміхову культуру як один із аспектів життя ранньомодерного українця. Аналіз цього аспекту неможливий без усвідомлення того, як пояснювали феномен смішного українські ранньомодерні інтелектуали. Тому метою статті є окреслення поглядів на смішне в українському інтелектуальному та філософському просторі ранньомодерної доби.

Стосовно метафізики смішного А. Бергсон у праці «Сміх. Нарис про значення комічного» стверджує, що смішне не існує поза людським [3, с. 16]. До відомого з часів античності визначення людини як «animal ridens» (тварини, яка сміється) філософ додає її характеристику як такої, що й сама викликає сміх. Тобто сутнісною здатністю людини є не лише можливість сміятися, а й можливість продукувати смішне. Бергсон стверджує, що «сміх повинен мати суспільне значення» [3, с. 20]. Специфічні звичаї та уявлення певного суспільства чи спільноти, що продукує смішне, зумовлюють труднощі

перекладу жартів іншими мовами та трансляцію їх в інших культурних контекстах. На цю тезу ми й спираємося, пропонуючи розглядати сміхову культуру як один із показників світогляду ранньомодерних українців.

У сучасному науковому й філософському просторі гумор і смішне часто виступають предметом дослідження (зокрема, у студіях Дейвіда Монро, Лідії Амір, Артура Бергера й інших). Устаткувалася й типологізація гумору, що базується на узагальненні філософських ідей. А. Бергер виокремлює чотири теорії смішного: гумор через перевагу (зверхність); невідповідність; психоаналітична теорія (розрядки); теорія комунікативних парадоксів [10].

Що ж до феномену сміхової культури певного культурно-історичного періоду, М. Бахтін (а говорив він про Ренесанс) відзначав, що сміх «має глибоке світоспоглядальне значення, це одна із суттєвих форм правди про світ в цілому, про історію, про людину; це особлива універсальна точка зору на світ, що бачить світ по-іншому, але не менш (якщо не більш) суттєво, аніж серйозність» [2, с. 78].

У західній філософії XVII століття з точки зору осмислення сміху показовою є праця «Левіафан» англійського мислителя Томаса Гоббса. Філософ тлумачить сміх як пристрасть тобто внутрішнє начало мимовільного руху [4, с. 98]. Хоча Гоббс досить вузько трактує сміх: як пристрасну реакцію, викликану раптовою славою [4, с. 104]. Це сміх малодушності, з якою людина звеличує себе через пошук хиб у інших, тобто для Гоббса смішне стає можливим через перевагу. Гоббс вважає сміх раптовим порухом, миттєвим адже «Звичка розвіює його, бо ніхто не сміється над давніми жартами» [4, с. 104]. Подібні міркування щодо актуальності й часової доречності гумору з'являлися в українському просторі у курсі Феофана Прокоповича.

Смішне як безглузде постає у міркуваннях І. Канта. Висновуючи смішне з невідповідності, Кант стверджує, що сміх виникає у результаті несподіваного перетворення напруженого очікування на ніщо. Отож у смішному неодмінно

має міститися щось позбавлене смислу, безглузде [7, с. 207]. У такий спосіб через невідповідність очікувань жарт завжди містить миттєвий обман.

Говорячи про тлумачення гумору й смішного на українських теренах, відзначимо, що такі міркування, як і інші філософські розмисли, оберталися, здебільшого, у навчальній сфері. Отож, розглянемо ці думки, що курсували в інтелектуальному просторі ранньомодерного часу. У одній з найпоширеніших пам'яток давньоруської філософської літератури «Йоана Дамаскина Діалектика або Логика», що була добре відома ранньомодерному інтелектуалу, здатність усвідомлено сміятися подається як суто людська якість: «Всякий убо человек смішний есть и всякий смішний человек. И аще рекуть обезяна смеятельна, не смеется от сердца, но точию знамянием, понеже есть наслідително животное» [6, с. 85]. Тут транслюється аристотелівське розуміння, за яким людина «єсть звір сміющейся, прямоходящий» [6, с. 92].

Спроби розглянути фізіологічні умови здатності сміятися зустрічаємо в «Аристотелівських проблемах» Касіяна Саковича. Так, у розділі XXII «Про селезінку» порушено питання «Чому, як кажуть філософи, жовч сприяє гніву, а селезінка сміху?». Відповідь спирається на ідею про гуморальні впливи: селезінка «притягуючи до себе меланхолію, яка є причиною смутку, скорботи і страху, закриває її і цим сприяє веселошам і сміху» [7, с. 405]. Сміх же, загалом, відноситься не так до морального чи душевного вдоволення, як до фізичної (тілесної) насолоди. У такому розумінні Кирило Транквіліон-Ставровецький стверджує: «И сміху сладость бивает» [9, с. 236].

Натомість Феофан Прокопович у курсі риторики («Про риторичне мистецтво») визнає сміх «певним душевним зворушенням» тому умовно відносить до почуття радості [8, с. 307]. Філософ тлумачить жарт як багатофункціональний інструмент оратора, оскільки гумор може допомогти вийти зі скрутного становища та завоювати доброзичливість аудиторії. При цьому Прокопович трактує смішне як залежне від сприйняття явище. Так, жарт може виконати своє призначення лише у доречний момент та у доречному

місці. А отже, смішне повсякчас ризикує бути незрозумілим і втратити свою суть.

У тлумаченні гумору Прокопович дуже по-бароковому звертається до поділу на високе й низьке. До першого він відносить благородний, витончений і вільний гумор, а до другого – «блазенський» гумор, в основі якого лежить непристойність. З точки зору ораторського мистецтва, «Жартувати по-міському витончено – це значить створювати нешкідливе задоволення, яке не ображає слухача ані не осоромлює його» [8, с. 308]. Як один із конкретних способів творення витонченого жарту Прокопович рекомендує використання несподіваних уподібнень, за яких «більше зводимо до меншого, а менше до більшого» [8, с. 309]. Тобто філософ у творенні смішного радить вдаватися до невідповідності, зміни природного плину речей, створення несподіваного контрасту між очікуваним і почутим, пародіювання та перебільшення.

Як показують практичні прояви гумору (школярські вірші нищенські, вірші-орації тощо), ці прийоми активно вживані і співзвучні українському відчуттю смішного: у метушливій поведінці птахів, тварин чи комах ранньомодерна людина мусить побачити сміховинність власної повсякденної метушні; а гіперболізовані фантастичні картини підкреслюють насправді зовсім не кумедні соціальні проблеми.

З точки зору розуміння «професійного» гумору XVII-XVIII століть розглянемо поетику («Сад поетичний») Митрофана Довгалевського (1736 р.). Це праця, у якій проголошено основні засади барокового гумору. Довгалевський вважає, що оформлення комічного має бути «легке, забавне, ясне, мистецьке, прикрашене просто і скромно» [5, с. 191]. У «їдкому» гуморі (сатири) він вбачає інструмент виправлення вад, адже сатира «самим висміюванням виліковує рани недоліків» [5, с. 191]. У такий спосіб сферою, власне, смішного вважається сфера комедії й комічного, а сатира виступає радше критикою хиб у людських діях та характерах [5, с. 146].

Отож, як у західній філософській думці, так і в українському ранньомодерному просторі наявні певні роздуми про природу смішного.

Оскільки здатність сміятися визнається однією із сутнісних ознак людини, смішне бачиться, найперше, як інструмент впливу на інших. Так, смішне розглядається як один із засобів умілого оратора або поета, який може за допомогою гумору завойовувати прихильність, вирішувати конфлікти чи викорінювати вади слухачів. Звісно, теоретизування навколо теми смішного хоч і мало точки перетину із практичними його виявами, однак воно не могло у повній мірі регламентувати живе побутування смішного як однієї з екзистенційних реакцій людини на себе, суспільство і світ.

Список використаних джерел:

1. Арістотелевські проблеми або питання про природу людини з додатком передмов до весільних і похоронних обрядів, складених Каллістом Саковичем. *Пам'ятки братських шкіл на Україні (кінець XVI – початок XVIII ст.)*. Київ: Наукова думка, 1988. 568 с.
2. Бахтин М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. Москва, 1990. 543 с.
3. Бергсон А. Сміх. Київ: Дух і літера, 1994. 166 с.
4. Гоббс Т. Левіафан, або суть, будова і повноваження держави церковної та цивільної. Київ: Дух і літера, 2000. 606 с.
5. Довгалевський М. Поетика. Київ: Мистецтво, 1983. 436 с.
6. Йоана Дамаскина Діалектика, або логіка. *Пам'ятки братських шкіл на Україні. Кінець XVI-початок XVII ст.* Київ: Наукова думка, 1988. С. 73–141.
7. Кант И. Критика способности суждения. Москва: «Искусство», 1994. 367 с.
8. Прокопович Ф. Філософські твори в трьох томах. Том 1. Київ: Наукова думка, 1979. 512 с.
9. Транквіліон-Ставровецький К. Уривки з прозових та віршованих творів філософського змісту. *Пам'ятки братських шкіл на Україні. Кінець XVI-початок XVII ст.* Київ: Наукова думка, 1988. С. 207–255
10. Berger Arthur Asa. Three Holy Men Get Haircuts: The Semiotic Analysis of a Joke. URL: <https://ejop.psychopen.eu/index.php/ejop/article/view/1042/html> accessed 24.02.2019).

Ольга Коньок,

старший викладач кафедри мовної підготовки іноземних громадян

Сумського державного університету

Амбаркулов Абдулахад,

студент Сумського державного університету

КОНЦЕПТ «СОВІСТЬ» В УКРАЇНСЬКИХ ТА УЗБЕЦЬКИХ ПАРЕМІЯХ

Актуальність теми. Відображенням загального національного уявлення про світ та систему цінностей, що визначають ідеали того чи іншого суспільства, є пареміологічна картина.

Репрезентуючи систему цінностей, яка в конкретний історичний період характеризує національну свідомість, паремії містять оцінку соціально значущої поведінки особистості, виявляють ідеал й антиідеал життя для носіїв конкретної мови, містять універсальні і національні концепти.

Поняття «совість» і належить саме до тих понять, які можна назвати універсалами людської свідомості. Совість є внутрішнім відчуттям справедливості, яке керує вчинками людини.

Дослідники концепту «совість» зазначають, що вона виступає в різних соціальних ролях: 1) совість як головний радник в прийнятті рішень; 2) совість як свідок всіх вчинків і помислів людини, яка сама закликає її як гаранта справедливості своїх намірів; 3) совість як обвинувач, який оцінює вчинки людини, який викриває її [1].

Аналіз літературних джерел показав, що на цей час ще немає єдиної, загальноприйнятої концепції такого складного феномену, як совість. У зарубіжній та вітчизняній науці поняття «совість» вивчається в різних контекстах: психоаналітичних (З. Фрейд, Е. Фромм), гуманістичних (А. Маслоу), когнітивних (Ж. Піаже, Л. Колберг), у контексті морального розвитку особистості (О. Г. Дробницький, Т. М. Титаренко, О. С. Шимановський) та ін.

Мета розвідки. Мета нашого дослідження – порівняльний аналіз концепту «совість» в пареміологічній картині світу українського та узбецького народів.

Завдання дослідження: 1) вивчити лінгвістичну літературу за темою дослідження; 2) дослідити особливості змістового наповнення українських та узбецьких паремій з концептом «совість».

Основні результати та висновки дослідження, їх цінність. Спочатку визначимо зміст та обсяг концепту «совість». Як відомо, найбільш узагальнено зміст понять подається у словниках та енциклопедіях.

Так, «Словник української мови» тлумачить совість як «усвідомлення і почуття моральної відповідальності за свою поведінку, свої вчинки перед самим собою, людьми, суспільством; моральні принципи, погляди, переконання; сумління» [3]. В Енциклопедичному словнику Брокгауза і Ефрона совість визначається як «моральна свідомість людини, що виражається в оцінці власних і чужих вчинків, на підставі певного критерію добра і зла» [7]. Філософський енциклопедичний словник містить таку дефініцію концепта: «совість – категорія етики, що характеризує моральну діяльність особистості через її здатність здійснювати моральний самоконтроль, самостійно визначати зміст морального обов'язку, вимагати від себе його дотримання і давати самооцінку власних вчинків» [6].

Як бачимо, у наведених дефініціях совість постає як моральна категорія, як здатність людини розрізняти добро і зло та як моральна відповідальність за ті чи інші вчинки.

Порівняльний аналіз українських та узбецьких паремій [2; 4; 5] показав, що концепт «совість» у свідомості українського народу реалізується через такі категорії, як:

1) душа: *Очі – міра, душа – віра, совість – порука; Душа християнська, та ось совість циганська;*

2) честь: *Яка совість, така й честь; Краще й не жити, аніж честь згубити; Добро стратити – наживеш, честь втратити – пропадеш; Як не маєш краси, то май хоч честь;*

3) сумління: *Хто чисте сумління має, той спокійно спати лягає; Винуватого совість мучить; Водюю, що хочеш, лиш сумління не сполощеш.*

Нехтування законами совісті, на думку українців, заслуговує найбільшого засудження. Українці вважають несумісними з совістю лицемірство та лукавство. Паремії застерігають і закликають: *Лукавий чоловік в очі світить, а поза очі душу тягне; Лукавий чоловік словами любить, а ділами губить; Живи просто, проживеш років за сто, а будеш лукавить – чорт тебе задавить.*

Особливістю українських паремій з концептом «совість» є їхній повчальний характер: *Робиш добро – не кайся, робиш зло – зла й сподівайся; Істинне щастя не в ваших скринях, а в серці; Вчитися доброму – погане на ум не прийде; Краще гірка правда, ніж солодка брехня; Не бійся людину похвалити, а бійся скривдити дарма.*

В узбецькій пареміологічній картини світу лексема «совість» практично відсутня. Уявлення ж про совість реалізуються через такі категорії, як:

1) душа: *Айтсам – тилим куюди, айтмасам – дилим* (Скажу – язик згорить, не скажу – душа згорить: сказати – мову відібрало, а не сказати – совість гризе); *Кўнгли қоранинг юзи қора* (У кого душа чорна, у того й обличчя чорне: недобррозичливець не може відкрито в очі людям дивитися);

2) гордість: *Кўкка боққан йиқилар* (Той, хто дивиться на небо, спіткнеться: не гордись – спіткнешся);

3) добро: *Яхши бўлсанг – ошингни ерсан, ёмон бўлсанг, бошингни ерсан* (Будеш добрим – матимеш статки, будеш поганим – заплатиш головою); *Яхшидан бог қолади, ёмондан дог қолади* (Від доброї людини залишиться сад, від злої (негідника) залишиться чорна пляма); *Яхшиликни дарёга қил, биёбондан топ* (Річці добро зробиш, пустеля віддячить);

4) сором: *Қозон қораси кетар, юз қораси кетмас* (Сажу від котла змити можна, але сором з обличчя не змиєш);

5) милосердя: *Садақа радди бало* (Хто подає милостиню позбавляється від нещастя).

Як і в українських, так і в узбецьких пареміях засуджуються лицемірство та лукавство: *Бировга чоҳ қазисанг, ўзинг тушасан* (Не рий іншому яму, сам у неї потрапиш); *Мол оласи тишида, одам оласи ичида* (Різномшерстість тварин видно зовні, розбіжності (лукавство) людей приховані всередині); *Жоним-жоним деб жонингни олади* (М'яко стелить, та твердо спати; на язичі медок, а в сердці – льодок); а також звучить засторога: *Ёлгоннинг умри қисқа* (У брехні життя коротке); *Ўтма номард кўпригидин, сой сени оқизса ҳам* (Не переходь через міст негідника, навіть якщо понесе тебе річка; не спілкуйся з нікчемною людиною, навіть якщо будеш з голоду вмирати).

Узбецькі паремії також наголошують на необхідності жити за законами совісті та стерегтися гріха: *Қозонга яқин юрсанг – қораси юқар, ёмонга яқин юрсанг – балоси юқар* (Будеш поруч з котлом – сажа пристане, будеш спілкуватися з поганою людиною – пакость пристане); *Ҳар ким қилса ўзига, уна-елик юзига* (Кожен за свої гріхи відповідає сам; кожна людина відповідає за себе: за добро отримає добро, за зло – зло); *Бошингга қилич келса ҳам, ёлгон гапирма* (Нехай тобі загрожує смерть, говори правду).

Поняття про добро в узбецьких пареміях подане в опозиції його антиподу – злу. При цьому наголошується не просто цінність добрих справ, а добрих справ у відповідь на зло: *Яхшиликка яхшилик ҳар кишининг ишидир, ёмонликка яхшилик эр кишининг ишидир* (Відповідати добром за добро – обов'язок кожного; відповідати добром за зло – вчинок справжньої людини (героїзм)).

Особливу увагу в узбецьких пареміях приділено такому прояву добра, як щедрість на противагу скнарості: *Кенгга кенг дунё, торга тор дунё* (Хто щедрий, тому світ широкий, хто скупий, тому світ вузький); *Бахилнинг боги кўкармас* (У скнари сад не зацвіте; скнарі щастя не посміхнеться); *Берган худога ёқибди* (Той, хто дає, і Богу подобається). Паремії закликають бути завжди вдячними та пам'ятати добро: *Бир кун туз ичган жойингга қирқ кун*

салом бер (Де тебе погодували хоч раз, вклонися сорок разів; пам'ятай добро);
Кўр бўлсанг бўл, кўрнамак бўлма (Будь хоч сліпим, але не будь невдячним, не
 будь безтурботним, оціни добро людей).

Отже, зіставлення змісту концепту «совість» в українській та узбецькій пареміологічній картині світу дозволяє дійти висновку про близькість його розуміння як критерію моральної свідомості людини, як внутрішньої оцінки та морального самоконтролю. Аналіз пареміологічного фонду українського та узбецького народу показав універсальний зв'язок поняття «совість» з такими категоріями, як душа, чистота, доброта, честь, сором, лицемірство. Таке зіставлення є важливим не тільки в мовному плані, воно формує уявлення про унікальність кожної культури, кожної мови.

Список використаних джерел:

1. Кондратьева О. Н. *Концептуальная метафора «совесть – второе «я» человека» в Библии и древнерусской культуре и национальная культура*: Межвуз. сб. науч. ст. Пермь, 2005. 168 с.
2. Номис М. Українські приказки, прислів'я і таке інше. Київ: Либідь, 1993. 768 с.
3. Словник української мови: в 11 т. Київ: Наукова думка, 1970–1980. Т. 9.
URL: <http://sum.in.ua/s/sovistj>
4. Узбекские пословицы и поговорки. URL: <http://fmc.uz/maqollar.php>
5. Українські прислів'я та приказки URL: <http://kuprienko.info/ukrayins-ki-prislivya-ta-prikazki>
6. Філософський енциклопедичний словник. Київ: Абрис, 2002. 742 с.
URL: http://shron.chtyvo.org.ua/Shynkaruk_Volodymyr/
7. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона : в 86 т.
URL: <http://www.vehi.net/brokgauz>

Єлизавета Драновська,

студентка Сумського державного педагогічного університету

імені А. С. Макаренка

КОНЦЕПТ УКРАЇНА У МОВНО-ПОЕТИЧНІЙ КАРТИНІ СВІТУ ВАСИЛЯ ГОЛОБОРОДЬКА

Актуальність теми. У сучасній україністиці не втрачає ваги когнітивний напрям лінгвістичних досліджень; зокрема, не втрачають актуальності питання

вивчення мовної картини світу художніх творів, концептосфери художнього дискурсу тощо. Це, певно, зумовлено тим, що багата національна словесно-художня творчість митців різних епох потребує докладного аналітико-синтетичного опису – з метою осмислення еволюції національного образного мислення, ідейного спрямування, тематичного розширення художнього надбання митців та ін. Зазначене спонукає до глибинного усвідомленого пізнання природи художнього мовомислення сучасних українських поетів.

В. Голобородько – митець, що заслуговує на особливу увагу. Його мовно-поетична картина – суто національна, глибинно українська. Мовну картину світу, реалізовану в художньому тексті, якнайвиразніше репрезентують концепти. Популярне сьогодні наукове поняття концепт співмірне з різними галузями знань (психологією, літературознавством, філософією, лінгвістикою). Погляди мовознавців супроводжують розгорнуті, а нерідко й суперечливі трактування терміна концепт. Всеохопним, об'ємним видається визначення С.Г. Воркачова: «Концепт – це термін, який поєднує лексикографічну і енциклопедичну інформацію, «найближче» і «найвіддаленіше» значення слова, знання про світ і про суб'єкт, який його пізнає» [2, с. 10]. Концепт як ідея, образ, поняття – те, за допомогою чого людина пізнає світ; він базується як на досвіді, так і на енциклопедичній інформації, «якась середня, вироблена в процесі пізнання, єдино вірна квінтесенція значення слова» [4, с. 10]. Д. С. Лихачов пропонує вважати «концепт свого роду «алгебраїчним» виразом значення (алгебраїчним виразом або «алгебраїчним позначенням» яким ми оперуємо у своєму письмовому та усному мовленні» [5, с. 4].

Концепт був предметом наукового аналізу таких учених-лінгвістів, як С. О. Аскольдов, Д. С. Лихачов, В. В. Колесов, З. Д. Попов, Й. А. Стернін, О. С. Кубрякова, В. М. Телія та ін.

Інтерес викликають концепти, засвідчені в художній творчості. Саме вони здатні акумулювати весь багатоступінчатий досвід мовців. Увагу в цьому плані привертає поетична творчість В. Голобородька.

Різні аспекти творчості В. Голобородька розглядали такі вчені, як М. Ільницький, А. Макаров,

М. Антонович, О. Кузьменко, Ю. Шутенко, О. Вертій, Т. Пастух та ін. Мовостиль В. Голобородька був предметом наукового спостереження Л. Неживої, Т. Беценко та ін.

Мета статті: схарактеризувати в загальних рисах специфіку реалізації концепту Україна, представленого у поетичній мовній картині світу. В. Голобородька.

Завдання дослідження – з'ясувати «семантичний обсяг» концепту Україна як домінанти художньо-образного світу митця.

Концепт Україна у поетичних полотнах українського письменника, шістдесятника Василя Івановича Голобородька реалізується насамперед у власних назвах – топонімах (та похідних від них) (Україна, Прикарпаття, – Чернігівщина, Поділля, Макіївка, Київ та ін.): поезії «Україна на сцені», «Проза: з України – додому», «Вся Україна» та ін. Наприклад: Іван проорав аж від Макіївки додому («Для нього люди складали піч»), на біле полотно течуть зі скроні/ червоною заповоччю/ вишивки – / не подільські, не полтавські, не слобожанські – / українські. («Міждо мир хрещений»); Я приїду, коли над полтавськими килимами, / розстеленими у зелених полях, / крила свої шукатимуть гуси/ і колеса маритимуть дорогою, / вишитою на полтавських килимах («Лист до матері»).

Знаковим є українців годонім Хрещатик – центральна вулиця столиці: Коли ми йшли Хрещатиком/ тримаючись за руки («Провалля»), Почеплю на нитку п'яток росинок/ і буде конвалія дзвінка,/ стану на Хрещатику з пучечками в руках/ продавати конвалії дзвінкі. («Дзвінкі конвалії»).

Разом з тим асоціативно українська дійсність пов'язується з історичними подіями та визначними особистостями минулого, що невіддільні від української історії (Полуботок («Засушені козаки»), Тарас Шевченко (Кобзар) (««Білий празник Кобзаря»), Катерина Білокур («Катерина Білокур: виготовлення пензлика»), Григорій Косинка («Побачення з Косинкою»), Сагайдачний,

Довженко («Вся Україна»)): Полуботок аж чотири сотні козаків бере з собою «Засушені козаки».

Чумакування і кобзарювання – теж давні реалії минулого України, її своєрідні знакові величини. Як відомо, чумак - «на Україні в XV-XIX ст. – візник і торговець, який перевозив на волах хліб, сіль, рибу та інші товари для продажу». [СУМ Т. 11, с. 382.]; Чумацький Шлях – назва Галактики і водночас історичний путь наших предків, їх давній тяжкий рід занять. Поет крізь століття увіковічне образ чумаків:

*чумаки синіють нитками у високих печалях
трави іншими молитвами мостять грані
ясним безодням крила м'якого інею
мішаються з тінями аж до вина
нічного вітри разносять думки
по сивих тканинах країни за обрієм
сон кришить до ями дорогу
димлять тростини важких журавлів
хвилі носять розпечену безнадію
на уламках відцвітають утомлені діти
готуються пізніми іскрами вийти
в діброву чистого попелу*

(«Чумацький шлях»).

Так само знаковим для українців є кобзарювання. У 11-томному СУМ так визначено семантику лексеми: кобза́р, я, чол. «український народний співець, що супроводить свій спів грою на кобзі [СУМ Том 4, 1973, с. 200]. Кобзарі – співці (часто сліпі), що були провісниками долі народу. Наприклад:

*Обідрані сироти народу,
сліпі, мов цуценята,
ходять на ниточці поводаревої руки,
пестять вербову дівчину.
Голі серця народу
судинами –
шляхами України ходять –
переганяють
кров народу
на ім'я кров,
а кров іменують
Україною.*

(«Кобзарі»).

Мова (як і пісня) – один із найсуттєвіших складників концепту Україна, представленого у творчості В. Голобородька. Мова в розумінні поета інтегрує весь довколишній (матеріальний і духовний світ нації): кожне слово/ нашої мови/ проспіване у Пісні/ тож пісенними словами/з побратимами у товаристві розмовляємо («Наша мова»).

Поняття Україна об'єднує увесь життєвий уклад: житло (хата, стеля, піч, поріг, призьба, долівка), рослинний світ (яблуко, м'ята), звичаї, обряди (весілля, похорони), харчування (паляниці), предмети побуту (глечик, кухоль): Із неба, із самого дна, упала хата, / яблуком перестиглим упала... / У цю хату не прийде м'ята, / давно вона самотньою стала. / По долівці не балакають ноги, / повернувшись із дальньої дороги. / Ця хата не заходить на весіллі ходором -/ сьогодні тут тихо як на похоронах. / І на широкій, як дорога, скатерті/ паляниці курками не заскачуть, / і не піде дощ із блакитної стелі, / і мати блакитна на піч не постелить. («Стара хата»). Взагалі мовно-естетичний знак *хата* (слово-образ) – центральний у індивідуально-авторському світовідтворенні національного простору: «Поетична філософія В. Голобородька ґрунтується на возвеличенні хати – ідеальної і матеріальної сутності – основи національної культури, звичаєвості, обрядовості. Образ хати виступає канонізованою реалією української ментальності. Семантика образу хата в поезії художника слова охоплює коло таких понять, як «родина», «мала батьківщина», «батьки, рідні, рід», «українська етнокультура», «національний спосіб життя», «українська дійсність», «основа національного світорозуміння буття». [1, с. 415], тому «українська хата – ушавлений митцем зразок і еталон національної звичаєвості, національного устрою буття», більше того, цей образ-символ він осмислюється «як макросвіт (всесвіт) і як мікросвіт (простір особистісного «я»); як центр (вісь етнобуття), як життєвий етноуклад» [1, с. 418].

Одним із найпоетичніших постає у В. Голобородька національний предмет посуду – глечик (поезії «Глечик на столі», «Плачуть над глечиком» та ін.): Нас за столом сидить троє / Принесла мати воду в глечику / з блакитним боком

(«Глечик на столі»), Плачуть над глечиком що розбився / і гуртом ліплять другого / розмальовують любовно / («Плачуть над глечиком»).

Концептуальний образ Україна також корелює з поняттям *криниця*:

*Хмаро,
затули долонею
сонце».
«А ти, дерево,
підди до криниці —
саме нап'єшся і мені принесеши».
«Хай пташка полетить,
їй нічого робити — співає,
а я тчу тіні з трави».
Хмара затулила долонею сонце.
Дерево виткало тіні з трави.
Пташка накрила крильцями пташат у гнізді.
А я сходив до криниці по воду:
сам п'ю і товаришам-косарям подаю.
(«На косовиці»)*

Українським є рослинний світ у поетичному континуумі митця: яблуні, вишні, спориш, пшениця, жито, соняшники: Іду по нашій вулиці і в спориші помічаю щілини («Товщина ґрунту»), Бійтеся вдень і вночі, коли цвітуть вишні і коли сніг – / бійтеся / Бійтеся, коли ви сієте пшеничне зерно і в жнива / бійтеся / Бійтеся, коли ви глибоко в копальнях добуваєте / вугіль і коли ви креслите лінії на полотні – / бійтеся («Прикмети імітації»). Особливо полюбляє митець калину, соняшник, яблуню, грушу, вишню, з квітів – мак, барвінок та багато інших:

*Півень дивиться в дзеркальце маку,
і мак дивиться в дзеркальце півня.
Яблуня піднімає догори гілки,
і гілки піднімають догори яблуню.
Стежка лоскоче босі ступки,
і ступки лоскочуть босу стежку.
(«Відлуння»)*

*«Солодкі деревця,
приходьте квітнути до нашого садка:
я води принесу,
щоб напилися із зимової дороги,*

*я під ноги трав'яного килимка постелю,
щоб м'яко стояли, я на гілки птахів посаджу,
щоб весело було».*

*Уже приходять деревця до нашого садка,
квітнуть біло, мов зиму згадують,
родять груші по глечичку,
яблука, червоніші півнячого гребеня,
а вишень рясно, як бджіл у рою.
Буде всім!*

(«Солодкі деревця»)

Зображені у віршах дії - *сіяти, жати, орати*, а також пов'язані з ними поняття *серп, жнива, уродився урожай, комбайн, сівалка* – теж своєрідно вказують на українську дійсність – споконвічне хліборобське заняття наших предків: *Посіяла мати на дорозі жито* («Посіяла мати»).

З-поміж фаунонімів одним із найулюбленіших у художника є образ *солов'я* (наша мова – теж солов'їна):

*«Соловейку, соловейку,
де твій теремок?»
«У темних лісах,
на високих деревах.
Тут я живу, тут:
на червоній калині,
на долоні з гілочок,
тут мій теремок,
тут я коло віконця плачу,
сльозами прикликаю дощ променів.*

(«Соловейків теремок»)

Національний рослинний і тваринний світ постають тісно переплетеними: а моя підказка, що той літак, / як лелека може сісти на хату, / чи як жайворонок у поле, чи як бджола/ просто на соняшник («А той літак, що летить...»).

Україна у авторовій уяві – довколишній світ: ліс, гай, солов'їні пісні, поля, ниви, долина, луг, річка: Будуть бані черлені гаю березового / золотіші від крони церков старовинних / і стане над тобою висока височина («Буде золотом у золоті»), За тим, за тим деревом/ за тим деревом, що стоїть у долині над

криницею/ за тим деревом, від якого далеко до дороги і близько до тебе («За тим, за тим деревом»).

Україна, національний дух, національна належність митця пізнаються не тільки у змісті, а й у формі вірша, у мотивах, наслідуваннях, своєрідних «переспівах-модифікаціях» фольклорних жанрів тощо, напр., «Замовляння дощика»:

*Дощику, дощику, –
я тобі вудлице бамбукове подарую,
щоб ти ловив рибу, а луску розкидав по городі,
я тобі вишень нарву повну миску,
щоб ти їв, а кісточками стукав у вікно,
я тобі зубки витешу на нові граблі,
щоб ти ходив розчісувати волосся траві, –
тільки не йди по тій стежці,
де я йду – татові їсти несучу.*

Митець прагне творчо використати народні українські замовляння і продукує авторський зразок тексту. Таким чином, поетична картина світу художника повсякчас тяжіє до національної дійсності, що об'єднана провідною ідеєю – Україна.

Висновки. Отже, поетичний мовосвіт В. Голобородька спроектований на українську дійсність. Він наскрізно національний. Концепт Україна в авторській інтерпретації інтегрує духовно-матеріальну реальність. Закономірно, що він постає домінантним у творчості митця.

Список використаних джерел:

1. Беценко Т. Семантика і поетика слова-образу хата у поезії В. Голобородьк. *Наукові записки*. Вип. 175. Серія: Філологічні науки. Кропивницький: Вид-во Код, 2019. 923с. С. 414–418
 2. Воркачев С. Счастье как лингвокультурный концепт. М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. 236 с.
 3. Голобородько В. Летюче віконце. Вибрані поезії. URL: <http://litmisto.org.ua/?p=12065>
 4. Літяга В. Поняття «концепт» у парадигмі сучасних лінгвістичних досліджень. URL: http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/elcat/new/detail.php3?doc_id
 5. Лихачев Д. Концептосфера русского языка. Серия лит. и яз. Т. 52. М.: 1993. № 1. С. 3–9.
 6. Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. К.: Наукова думка, 1970–1980.
- Науковий керівник:* Т. П. Беценко, доктор філологічних наук, професор кафедри української мови і літератури Сумського державного педагогічного університету ім. А. С. Макаренка

Катерина Сердюк,

студентка Сумського державного педагогічного університету

імені А. С. Макаренка

СЛОВО-ОБРАЗ *СОНЦЕ* У МОВНО-ПОЕТИЧНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

А. МАЛИШКА: СПЕЦИФІКА ХУДОЖНЬО-ОБРАЗНОЇ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ

Постановка проблеми. Андрій Малишко – неперевершений майстер українського художнього слова. Поетична мова А. Малишка неодноразово ставала об'єктом дослідження. Стильові особливості лірики Андрія Малишка були предметом наукового спостереження критиків, літературознавців, лінгвістів (Надія Обжирко, Дмитро Павличко, Всеволод Неділько, Любов Мацько, Тетяна Коць, Віктор Гриневич, Тетяна Беценко та інші). Вважаємо, мовостиль А. Малишка потребує сучасних лінгвостилістичних студій – з урахуванням новітніх підходів до аналізу художніх творів.

Мета статті – схарактеризувати специфіку художньо-образної реалізації знака-символу *сонце* у поетичній мовосистемі А. Малишка.

Слово-образ *сонце* у структурі поетичних текстів А. Малишка має складну і багатопланову семантику. Слово-образ як мовно-поетичний знак представляє синтез індивідуально-авторського розуміння з традицією його народних уявлень та національного вживання. Функціонування цього знака-символу в мові художньої літератури свідчить про архетипну природу образу, який є універсалією світової культури.

А. Малишко здебільшого поетичний знак *сонце* вживає із семантикою «центральне небесне світило сонячної «системи, що має форму гігантської розжареної кулі, яка випромінює світло й тепло» [СУМ 9, с. 459]; «І земля навек взеленена / І зіходить *сонце гаряче*» [3, С. 129]; «відбиття, відображення чим-небудь або у чомусь цього небесного світила» [СУМ 9, с. 459]: «білі промені сонця лягли на обочі» [11, с. 363], «Заклекочеш, спінишся із дна, / Ні вітрів, ні сонечка на дні» [8, с. 68], «на шаблі виблискує сонце, як зайчик у росяній жмурці» [8, с. 90], «світло й тепло, що випромінюються цим

світилом» [СУМ 9, с. 459] : «червіньково спіє сонце, мов гарячий плід» [7, с. 24], «перен. Про те (того), хто (що) є джерелом життя, втіхи, радості і т. ін. для когось» [СУМ 9, с. 459]: «Нам *гаряче сонце* щастям сіє, / Даль-дорога сповнена чудес» [11, с. 547], «І «Нехай над горем злим гаряче сонце встане» [3, с. 148]; «перен. Те, що освітлює шлях, той, хто веде за собою (у житті, боротьбі і т. ін.); провідна зоря» [СУМ 9, с. 459]: «не малюй мені сонце, як вистиглий овоч, покажи мені сонце, що в бурі суворе» [8, с. 177].

Словесно-образний знак *сонце* орнаментується лексемою *проміння*: «світанок сіє своє *проміння* в ясноті» [11, с. 240], «над заходом, в *промінні вечоровім*, снувалася мелодія струнка [11, с.350], «білі *промені* сонця лягли на обочі» [11, с. 363]; «І за дальнім за вечірнім пругом, за *ранковим променем* в саду брат із братом, друг із вірним другом повертають землю до ладу» [11, с. 174]. Сонце у художньо-образному осмисленні митця – заграва: ««вечорів заграви янтаристі» [11, С. 305], «*Червонозорні заграви* щосили їм крешуть міць і яросний вогонь [11, С. 497]; Сонце також – світання: «а за вікном підводилось *світання*, нового світу блиски громовиці» [11, с. 38]; «високе безмежне *світання* над борами до сонця встає» [11, с. 297]. Сонце традиційно – зоря: «о зоре світла, зоре світова! Пливи, палай над рідною землею... О зоре рідна, як вогонь меча, ніхто й ніде не зітре твого цвіту» [3, с. 154]; «*Зоре* ж моя світанкова, палай наді мною!» [3, с. 154].

Отже, художніми відповідниками сонця в художній авторській інтерпретації є *світання, заграва, зоря*.

Моделювання будь-якого образу неможливе без використання тропеїстики. Андрій Самійлович вдається до широкого діапазону тропів для репрезентації образу сонця.

Поетичний словесно-образний знак *сонце* входить до складу порівняльних зворотів (автор порівнює сонце з певними предметами і також зіставляє з сонцем реалії дійсності) : «звисає *сонце, мов яблуко*» [3, с. 201], «повелось: не карбувати в знаки, пить любов, як *сонце* п'є росу» [3, с. 243], «на шаблі виблискує *сонце*, як зайчик у росяній жмурці» [8, с. 90], «червіньково

спіє сонце, мов гарячий плід» [7, с. 24], «не малюй мені сонце, як вистиглий овоч, покажи мені сонце, що в бурі суворе» [8, с. 177], «палає схід, мов кров'ю змочені знамена» [11, с. 51], «та сонце сходить угорі, мов шабля блискає знов» [11, с. 83]. «Сонце росло, як велетенська бджола, і бриніла природа. І молилися соняхи біля його чола, щоб Україні була свобода» [11, с. 495]; «Тутobelіск у житі, а на нім медалі сонця й неба теплі жили» [11, с. 500], «над баштами, над сталлю амбразур горить, як жар, червона зоряниця» [3, с. 163], «Сяє сонце Вкраїни, як щит у зеніті» [11, с. 319].

Сонце (а також світання, зоря) є компонентом численних метафоричних структур: «сонце стеле пурпурові пасики» [8, с. 185], «а сонце міниться і мліє на горбочку» [3, с. 226], «вставало сонця раннє пожарище, небесних кленів обсипалась мідь» [7, с. 31], «вже сонячні злитки розливаються злотом в небеснім горнилі» [3, с. 280], «сонце звелося над полем» [7, с. 92], «теплу тишу світанкову вкриє сонячна юга» [3, с. 112], «а за вікном підводилось світання...» [11, с. 38]. «Половіє в полі жито, сонце падає в траву» [11, с. 30]. «І настроюють хмари велетенські оркестри сонця теплого, злив і розкутого грому» [11, с. 399]. Характерною ознакою авторських метафоричних конструкцій постає антропоморфізація образу сонця, що досягається завдяки уживанню відповідних дієслів: *міниться, мліє, вставало, звелося, розливаються, підводилось, падає*.

Образ сонце у творчості Андрія Самійловича означається прикметниками *гаряче, соковите, полудневе, жнивварське, задимлене, молоде, веселе, бунтівниче*, що виконують функцію епітетів: «І зморщок біг, і ран старих сліди / Розгладжуються сонцем соковитим» [3, с. 220]; «Ввижалися літа минулі, і снилися ранки прийдешні, / Гарячі, рум'яні, шумливі, як сонце жнивварське між віт» [3, с. 87]; «За крутою хвилею, за океаном / Задимлене сонце в хмарах тече» [3, с. 137]; «Закурене сонце засяяло нині, / Дуби зеленіють в розбитій долині» [11, с. 163]; «Що дороги, що високе жито / Із веселим сонцем пополам / Рідну, добру, у крові умиту, / Я тебе нікому не віддам» [7, с. 19]; «А серце прагне січі й далини, / Твердих доріг, копит многоголосих, / І молодого сонця в буйних росах» [8, с. 73];

«Бродити буде крутошумний сік / Симфонією сонця молодого» [8, с. 193] (образ молодого сонця прирівнюється тут до образу весни).

Із образом *сонце* поет асоціює Батьківщину - сонячну, осяйну: «Моя сонцевита, / Моя Вітчизно дорога, / Яка в тобі горить снага!» [3, с. 144]. Батьківщина також постає в образі зорі-супутниці, дороговказу: «Ти мене з дитинства підіймала, / Хліб дала з піснями солов'я, / Відвела доріг мені немало, / Земле, зореносице моя!» [7, с. 19]. *Сонцевита, зореносице* – індивідуально-авторські неологізми.

У поетичних текстах знак *сонце*, окрім номінації об'єктів та явищ, виконує й інші функції: він стає невід'ємною деталлю поетичних творів, виступає засобом втілення авторського задуму. Образ *сонце* у творах А. Малишка поєднує архетипну основу та його традиційне національне сприймання з індивідуально-авторським переосмисленням. Семантика аналізованої мовної одиниці, з одного боку, виражає його наукове трактування як зорі, небесного світила, внаслідок чого актуалізуються семи «тепло», «світло», а також темпоральні та просторові семантичні характеристики. З другого боку, знак-символ *сонце* у поетичній мові митця нерозривно пов'язаний з віруваннями українців, з міфологічним світоглядом, антропоморфізацією сонця та його обожненням.

Висновки. Образ сонце – один з найуживаніших у поетичній творчості А. С. Малишка. В ідіостилі письменника *сонце* переважно виступає як об'єкт природи – центральне небесне світило сонячної системи, що випромінює світло й тепло, одночасно поєднуючи семантику «джерело життя, втіхи, радості» тощо. Письменник реалізує слово-образ *сонце* з традиційною символічною семантикою. Сонце у художній картині митця є символом світла, тепла, щастя, радості, любові, душевного піднесення. Словесно-образний знак *сонце* - один із найбільш потужних і найбільш позитивних образів-символів у світовій культурі.

Список використаних джерел:

1. Беценко Т. Народнописенні універсалії в мовотворчості Андрія Малишка. *Дивослово*. 2012. № 11. С. 34–39.

2. Беценко Т. Фольклорні джерела поетичної мовотворчості Андрія Малишка. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія: збірник наукових праць*. 2016. Вип. 24, том 1. С. 7–11.

4. Вибране. Поезії. Київ: Радянський письменник, 1978. 296 с.

5. Войтович В. Генеалогія богів давньої України. Рівне: Видавець Валерій Войтович, 2007. 556 с.

6. Жайворонок В. Знаки української етнокультури: словник-довідник. Київ: Довіра, 2006, С. 564–566.

7. Лозко Г. С. Українське народознавство. Київ: АртЕК, 2004. 472 с.

8. Малишко А. «Жайворонка срібляний смичок». Київ: Веселка, 1988. 270 с.

9. Малишко А. «Зорі світ провіщають : лірика та поеми». Київ: Дніпро, 1969. 302 с.

8. Павличко Д. Магістралями слова. Київ, 1977. С. 106–171.

9. Письменники Радянської України: Бібліографічний довідник. Київ: Радянський письменник, 1970. С. 272–273.

10. Поетичні твори: Літературно-критичні статті. Вступна стаття О. В. Шпильової; упоряд. і приміт. Н. М. Гаєвської. Київ: Наукова думка, 1988. 736 с.

11. Потапенко О., Дмитренко М., Потапенко Г. та ін. Словник символів. Київ: Редакція часопису «Народознавство», 1997. 156 с.

12. Словник символів культури України. Київ: Міленіум, 2005. 352 с.

13. Словник української мови: в 11 томах. Том 9, 1978. С. 458–459.

Науковий керівник: Т. П. Беценко, доктор філологічних наук, професор кафедри української мови і літератури Сумського державного педагогічного університету ім. А. С. Макаренка

Марина Набок,

канд. філол. наук

доцент кафедри мовної підготовки іноземних громадян

Сумського державного університету

Гьокальп Каяпинар,

випускник Сумського державного університету

АРХЕТИПНА ОСНОВА ПОНЯТТЯ «РІД» В УКРАЇНСЬКІЙ ТА ТУРЕЦЬКІЙ УСНІЙ НАРОДНІЙ ТВОРЧОСТІ

Актуальність дослідження. Національна свідомість відображає своєрідний генетичний код, в основі якого стародавні уявлення про людину і світ. Особливу увагу ми звертаємо на первні колективного підсвідомого, як важливого чинника світопізнання і світорозуміння нації, поняття «Рід», пізнання яких важливе передусім для збереження національної природи

людини, народу, становлення і розвитку міжкультурного спілкування загалом. Саме «у процесі міжкультурного взаємообміну виявляємо своєрідність світосприйняття і світорозуміння кожного окремого народу» (Набок, 2018, с. 201).

Мета нашої роботи – розглянути Рід, як універсальне поняття на позначення духовних, моральних, етичних принципів, що взаємодіють між Людиною і Всесвітом в українських народних думках та народній творчості Туреччини. Охарактеризувати національні архетипи-символи на позначення Роду, порівняти явища сакральної свідомості народів. Такі порівняльні фольклористичні дослідження проводяться вперше, що становить на сьогодні їх новизну.

Архетип (грец. *arche* – початок, походження і *typos* – форма, відбиток) – прообраз, первісний образ, ідея, за Олегом Ольжичем – первень. Національні первні спостерігаємо у фольклорі: символіці міфів, казок, обрядів, традицій, народних думках зокрема. Найвиразніше первні постають в національних культурах, втілюючи досвід родів. Відтак, первісну символіку РОДУ в українських народних думках і турецькій народній творчості ми розглядаємо крізь призму поняття «Час», що є виявом зв'язку поколінь, їх єднання, а отже, показує витоки культурних праобразів, їх часопросторову трансформацію в жанр дум, турецькі народні пісні, звичаї, обряди. «РІД» же розглядаємо як поняття на позначення духовних, моральних, етичних принципів, що взаємодіють між Людиною і Всесвітом. Подібні зв'язки маємо і у мові, що використовує «різні засоби для передачі сакральних кодів загальнолюдських цінностей наступним поколінням» (Бедлінський, Набок, 2020, с. 223): вРОДливий, приРОДа, вРОДити, наРОД, гоРОД, поРОДа, наРОДити, нагоРОДити, переРОДження та інші.

О. Лук'яненко потрактує Рід як суму окремих характеристик Р+О+Д (Р+І+Д). Зміна кожної складової дає наступне тлумачення поняття РОД = безкінечний інформаційний потік (РО) глибинної генетичної пам'яті (Д) (або ж: РІД = багатократно примножений потік (РІ) родової генетичної пам'яті (Д))

(Лук'яненко, 2009). Таку кодову пам'ять наші предки передавали молодому поколінню шляхом навчання, залучення їх до віршування, співу, танцю: «Великим здобутком було те, що вивчення нового матеріалу поєднувалося із залученням дитини до господарської діяльності разом із дорослими. Волхви, родичі та старші діти наводили приклади віршування, співу. Молоде покоління на основі прикладів здобувало розуміння, як краще складати вірші, як співати та організовувати танцювальний супровід. Систематизація отриманих знань проходила паралельно із осяганням нових висот у дисципліні. ... Хоровий та сольний спів, правила римування, словниковий запас дітей, танцювальні уміння й навички – все перевірялося під час взаємодії з тими, хто міг виступати у ролі вчителів: волхвів, родичів, старших дітей. Кульмінація всього попереднього процесу – Коляда. Це – вирішальний іспит для учнів, які до цього часу осягали науки та мистецтво. Спів та танці оцінювалися під час театралізованих дійств» (Лук'яненко, 2009). На сьогодні така традиція виховання молодого покоління втрачена. В обрядовому фольклорі українців збережено лише певні її прояви, наприклад, в театралізованому дійстві «водіння кози», традиції «носити вечерю родичам» та ін. В українських народних думах послідовником таких психолого-педагогічних вчень волхвів, старших родичів є *оповідач, творець і виконавець* народної думи. Вони є продовжувачами національного родового виховання, адже виспівуючи образи героїв думи, кобзар ніби «морально «перезавантажує» свідомість слухачів, перенастроює й узгоджує її з традиційними нормами поведінки» (Черемський, 2018). Виконуючи думу, оповідач, творець і виконавець пробуджував «родові гени», виховував, невимушено допомагав слухачам злитися зі Всесвітом, увійти в його склад. Його творчий процес, як і процес волхів, сприймаємо як явище психо-космічне, що «виникло на перетині взаємодії мисленневопочуттєвого світу людини з енергетичними потоками Космосу» (Лук'яненко, 2009), як «визнання, дотримання та розвиток народних традицій, звичаїв та обрядів як спосіб реалізації архетипних законів Предко-Вічності-Майбуття» (Азьомов, 2018). Таке співвідношення Людини і Космосу втілено у прадавніх віруваннях наших предків, коли РІД (РОД) був зачинателем

усього живого, «Господарем світу», батьком БІЛОБОГА чи ДІДА (головний бог добра) й ЧОРНОБОГА (символ боротьби добра і зла) (Братко-Кутинський, 1996). Часто саме кобзарів та лірників називали «Божими людьми», «дідами». ДІД в культурі українців, як носій архетипної родової пам'яті, добра, тісно пов'язаний з ДИТЯМ, яке утримує в собі знання, почуття свого пращура та продовжує жити в досконалості (Братко-Кутинський, 1996). Тож, оповідач творець і виконавець дум, як носій духовних цінностей, народної моралі, етики, естетики, намагався злитися з буттям, увійти в його склад, вказавши продовжувачам роду, а, отже, й слухачам дум, на важливість у виборі того, що є корінням морального життя, морально-етичним первнем, бо таким чином можна протистояти злу, байдужості. Прикладами цього є думи невільницького циклу, де засуджується зрада родових цінностей «Втеча трьох братів із города Азова»; героїчного циклу «Про Хмельницького та Барабаша», в якій карається на смерть зрада козацьких принципів, «Оренди» – виголошується покарання тим, хто посягнув на честь, свободу роду козацького; думи соціально-побутового циклу як «Сестра і брат», в якій закликається не бути байдужим один до одного та інші. Відтак, можемо говорити про позапросторовість, позачасовість буття кобзаря і лірника, а, отже, й про сакралізацію його образу, яка «постійно присутня в подальшій діяльності співця і проявляється в усіх вимірах співоцького буття» (Савчук, 2017).

У турецькій народній творчості музичне мистецтво має свою унікальну природу. *Sazende* (сазенде) – так називали тих, хто грав на музичному інструменті, *Hanende* (ханенде) – того, хто співав. Першим народним інструмантом був *Koruz* (копуз), який робили зі шкіри та різних сортів дерев, переважно грецького горіха, шовковиці. Струн було дві-три, зроблених з хвоста коня чи кишечника вовка (чи)або барана (*Bağlamanın tarihçesi*). Різновидом копуза був інструмент *dombira* (домпра). *Bağlama* чи *saz* (баглама, саз) – народний турецький інструмент, на якому грають і дотепер, з'явився у 18 столітті. Завданням співака було виспівати хоробрість воїнів, донести народу важливість військового походу для майбутнього імперії. Важливим значенням у

грі на копузі було його звучання. Звук, мелодію мали почути якомога більше людей, тому до виготовлення цього народного інструменту готувалися дуже ретельно – вибирали найкраще дерево, за особливими технологіями обробляли та висушували кишечники тварин, щоб зробити з (нього)них струни. Таким чином, сила звучання копуза, домри, саза мала привернути увагу для того, щоб народ відчув силу, радість підготовки до походу, перемогу в ньому, виховував у родині безстрашність перед ворогом, готовність у бою бути ще сміливішими «cesaretlendiren». У цьому головна роль відводилася саме грі на музичному інструменті, який мав голосно звучати.

Kara kış köyüme gelende,
 Lapa lapa kar yere düşende
 Dombıramı alırım,
 Yürek sazımı çalarım,
 Kaygılarımı hiç söylemem.
 Dombıra sazımı işiten babalar (yiğitler)
 Коли приходить зима,
 Коли падає сніг,
 Я беру свою домру та граю.
 Я не говорю про свої переживання,
 Герої слухають звук домри,

(Dombra), –

так в народній турецькій пісні засобом гри на інструменті співак виражає свої внутрішні переживання, які співзвучні з переживаннями воїнів.

Знаходячись далеко від дому, гра об'єднувала їх в одну військову родину, вселяла віру в спільну перемогу. Таким чином, співогра для виконавця була засобом самовираження, об'єднання, причетності до Роду славного війська, де цінувалися та передавалися наступним поколінням хоробрість, самопожертва, краса перемоги. Ця ідея простежується і в турецькому прислів'ї: «Türkler sadece savaşta rahat eder» («Турки втішаються лише на війні»).

Первень Роду в українському і турецькому фольклорі тісно пов'язаний з образами матері та батька. В українців Рід наділений життєдайною енергетикою, що виражається в певних законах світобудови, де центральним образом є трієдина життєтворча сила Батька (Вогонь), Матері (Води) та їх дітей (Життя Насущного) (Братко-Кутинський, 1996). Вогонь і вода були основними атрибутами усіх народних обрядів від народження українця і до його смерті. Тому в образах батька та матері утверджувалася національна ідеологія життєтворення, бо їх шанували як творців Всесвіту. Така сакральність передавалася і земним батькам, бо вважалося, що вони є земним втіленням небесних, космічних батьків.

В українців первень Матері, Великої Матері виник під впливом магічної причетності людини до землі, природи, які зберігають та передають українцям силу і славу предків. Природний потяг українців до землі, як життєдайної основи, втілено в образах Водяної Матері, Землі-Матері, Лісової Матері, Матері Вогню, Матері Врожаю або Мокоші, Печі-Матері, Польової-Матері, Матері-Слави, Матері-Свободи (Плачинда, 1993).

Первні Роду в турецькій народній творчості представлені у міфах, легендах, казках. У міфології жіноче і чоловіче начала втілені в астральній символіці Сонця (Günes) та Місяця (Ay), де Сонце – Мати, Місяць – Батько: «Türklerde genel olarak, “Günes-Ana” ve “Ay-Baba” deyimleri kullaniliyordu» (Türk Mitolojisi'ne Göre Günes, Ay Ve Yıldızlar).

У доазіатські часи Сонце та Місяць були тільки чоловіками. Вважалося, що Сонце нагрівало воду в печері і це місце ставало ніби утробою матері, де зі слизу та води народився першопредок – Місяць-Ата. Це, в значній мірі, пояснює верховенство чоловіка в турецькій родині та повагу до матері, як берегині та продовжувачки роду. Так, наприклад, родичі по материнській лінії вважалися ближчими за батькових. У сучасній турецькій сім'ї ніхто не має права першим сісти за стіл їсти. Всі чекають батька, чи найстаршого у родині.

Висновки. Таким чином, первень Роду в українських народних думках і турецькій усній народнопоетичній творчості має свою національну природу,

зумовлену особливістю світосприйняття, світорозуміння і світовідтворення кожного народу (Набок, 2020). Багатство художнього змісту народних творів – це той ґрунт, на якому в природній єдності постають моральні принципи, естетичні ідеали нації, на основі яких мають формуватися основоположні підстави розвитку сучасного суспільства.

Список використаних джерел:

1. Азьомов, В. Духовна Архетипна Система Етнонаціонального як основа літературознавчого аналізу художнього твору, творчості письменника та національного літературного поступування. *Формування національних основоположних підстав сучасного українського народознавства та літературознавства: збірник наук. статей*. Випуск І. Упорядники Олексій Вертій, Олена Новікова. К.: Українська літературна газета, 2018. 75 с.
2. Братко-Кутинський, О. Феномен України. К.: Вечірній Київ, 1996. 394 с.
3. Bağlamanin tarihçesi. URL: <http://www.esermuzik.com.tr/baglamanin-tarihçesi>
4. Dombra. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=yPsUxLLeV1E>
5. Набок, М. У пошуках сакральних мовних кодів загальнолюдських цінностей (на матеріалах запозичень російської, української та русинської лексики). *Русин*, 2020. № 60, 198–212. DOI: 10.17223/18572685/60/13
6. Лук'яненко, О. Родоцентрична педагогіка. URL: <http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/1>
7. Nabok, M. Ukrainian National Dumas: National Perceptions in the Process of Intercultural Communication. *PSYCHOLINGUISTICS*, 2018, 24(2), 198–217. DOI: <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2018-24-2-198-217>
8. Nabok, M. (2020). Teaching Ukrainian Folk Dumas at University: analysis in context of intercultural communication. *Advanced Education*, 2020, 16. 4–8. DOI: <https://doi.org/10.20535/2410-8286.184554>
9. Плачинда, С. Словник давньоукраїнської міфології. К.: Укр.письменник, 1993. 63 с.
10. Савчук, О. Традиційний кобзарський світогляд в світлі філософської системи Г.С.Сковороди. *Традиційні музичні інструменти кобзарів і лірників: матеріали науково-практичної конференції з міжнародною участю (2 червня 2017 р.)*; упоряд. К.П.Черемський. Харків: Видавець Олександр Савчук; НЦНК «Музей Івана Гончара», 2017. С. 144–152.
11. Türk Mitolojisi'ne Göre Günes, Ay Ve Yıldizlar. URL: <http://sibelatasoy.com/turk-mitolojisine-gore-gunes-ay-ve-yildizlar/>
12. Черемський, К. Етномедичні аспекти практики українських традиційних співців-музикантів. *Актуальні питання сучасного виконавства на традиційних кобзарських інструментах: матеріали науково-практичної конференції (26-27 червня 2018 р.)*; упоряд. К.П.Черемський. Харків: Видавець Олександр Савчук; НЦНК «Музей Івана Гончара», 2018. С.178–193.

Марина Данілова,

студентка Сумського державного університету

ФЕНОМЕН МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ В СУЧАСНОМУ СВІТІ ТА УКРАЇНІ

В науковій літературі ми можемо бачити досить широкий спектр визначень масової культури. На жаль, ми не можемо якимось однозначним чином зрозуміти цей феномен. З одного боку, він окреслює особливості розвитку культури (і) споживання на сучасному етапі, а з іншого – рівень сприйняття і усвідомлення масового культурного продукту. Індустріальна цивілізація породжує масову культуру в її основоположній якості – доступності кожному. І в цьому контексті масова культура є в певних аспектах пародією на високу культуру, доступну лише еліті суспільства і коли масова культура сприймається як «погана культура».

На думку теоретика і дослідника масової культури Дуайта Макдональда масова культура не здатна приносити емоційного задоволення та естетичного переживання, оскільки для цього необхідне інтелектуальне зусилля для усвідомлення цінностей культурного продукту [4].

У високої культури існують певні стандарти, тоді як у масової культури вони не чітко артикульовані. Масова культура – «популярна» не лише тим, що вона доступна кожному, а й тим, що вона заперечує стандарти, вона різна. Однак доцільно зауважити, що в творах одного й того ж самого автора можуть бути, як елементи масової культури, так і елементи високої культури.

Крім естетичної складової масова культура увібрала ще й ознаки політичного дискурсу, поскільки нав'язує шаблони споживання «зверху». В цьому контексті варто відзначити, що масова культура сприяє перевтіленню особистостей на масу, натовп, конс'юмерів, яких легко можна контролювати, чим не гребують тоталітарні режими. Очевидно, що людина маси – це «натовп одиноких». Масове суспільство, як натовп, не здатне на творчість, це своєрідний симулякр.

Масова культура – споживацька культура широких верств населення і переважно комерційно успішна, елементи якої знаходяться повсюди: в кулінарії, одязі, засобах масової інформації, розвагах, спорті і літературі тощо, контрастуючи з «елітарною культурою».

Взагалі масова культура це дуже консервативний сегмент експериментів, він є чужим експериментом, який йде за певними шаблонами і традиціями.

На наше переконання, масової культури в Україні не існує в тому розумінні в якому її прийнято вважати. Тобто існують певні стандарти та певні шаблони масової культури. В Україні масова культура не є популярною. Цю тезу доводить той факт, що для будь-якого продукту потрібен ринок, але на жаль на сьогодні в Україні такого ринку не існує (принаймні, затребуваного). Попит є, але відсутня достатня кількість пропозицій аби задовольнити його.

Так, в Україні замало майданчиків для продажу книг, розповсюдження фільмів, концертної діяльності. Ми готові бути культурними споживачами поки якийсь продукт або контент є доступним. На зараз саме найбільшою загрозою для культури є карантинні обмеження.

Це явище не сприймають взагалі, тому воно погано розвивається. Наприклад, в Україні лише 35 книжкових магазинів «Книгарня Є», чесно кажучи це мало. Про українські книги сучасних письменників мало хто знає, тому більше читають зарубіжну літературу. Найбільшим тиражом (у 350 тисяч примірників) видруковано книгу Василя Шкляра «Чорний ворон». Коли за сюжетом книги зняли фільм, то на його перегляд прийшло менше ніж 100 тисяч глядачів. І це показово, принаймні, для сфери ринку культурних послуг і розвитку індустрії масового споживання.

Якщо б Україна визнала явище масової культури та почала розвиватися, то наша країна може перейти на інший рівень життя, коли про нашу культуру дізналися б в інших країнах, насамперед про українських письменників, музикантів і не тільки, дізналися б і ми самі.

Наприклад, після фільму «Червоний», завдяки гарно відзнятому сюжету люди почали купувати книги Андрія Кокотюхи, тобто кіно допомагає

розвиватися літературі і навпаки. Якщо взяти фільм «Скажене весілля» чи серіал «Школа», то завдяки кіно люди почали слухати українську музику.

Щодо українських виконавців, то про них багато хто знає, але нажаль дуже мало жанрових різновидів музики, тому слухаємо більше зарубіжних виконавців. Це сталося і через те, що Україна досі не сформулювала свій урбаністичний простір. А як відомо, масова культура – це явище міське.

Список використаних джерел:

1. Джеймисон Ф. Постмодернизм и общество потребления. *Логос*. 2000. №4 (25).
 2. Ильин А. Проявление субъектности на различных уровнях массовой культуры. *Вопросы культурологии*. 2009. № 8
 3. Костина А. Массовая культура: аспекты понимания. Электронный журнал «Знание. Понимание. Умение». 2006. № 1.
 4. Макдональд Д. Маскульт и мидкульт.
URL: <http://tehne.com/event/arhivsyachina/duayt-makdonald-masskult-i-midkult-1960>
- Науковий керівник:* А. Є. Лебідь, доктор філософських наук, професор, професор кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

Олена Похілько,

канд. пед. наук

викладач кафедри мовної підготовки іноземних громадян

Сумського державного університету

Океріо Давид Масесе,

студент Сумського державного університету

ПЕДАГОГІЧНІ ДУМКИ ПОЕТИЧНИХ РЯДКІВ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

У цьому році широкі кола громадськості не тільки в Україні, а й далеко за її межами святкували 150-річчя з дня народження великої української письменниці Лесі Українки. *Мета статті* полягає в тому, щоб окреслити коло творів Лесі Українки для дітей, виявити їх педагогічний потенціал, передати силу й глибину поетичного світу поета.

На сучасному етапі багато науковців звертаються до вивчення проблематики, пов'язаної з розвитком української освіти та педагогічної думки, спадщиною видатних учених, педагогів, письменників тощо. Це зумовлено зростаючим інтересом до рідної історії, намаганням досягнути її складний шлях, усвідомити й окреслити перспективи подальшої діяльності у контексті світових, зокрема європейських, вимог до освіти. Саме тому впродовж останніх десятиріччя сотні імен видатних українців було доповнено та збагачено новими знахідками, переосмислено під новим кутом зору.

Ще з кінця 60-х років ХХ століття з'явилася низка оригінальних праць, підготовлених співробітниками відділу історії педагогіки Академії педагогічних наук УРСР про Т. Шевченка, І. Франка, С. Васильченка. Серед них виділялися роботи, присвячені Лесі Українці. Одним із перших дослідників, хто звернувся до узагальнення педагогічних поглядів та громадської діяльності плеяди українських педагогів, визначних культурно-освітніх діячів XVIII–XIX століть, був Ю. П. Ступак. Зокрема, ще у 1946 році у газеті «Більшовицька зброя» з'явилася його стаття «Леся Українка сьогодні», до творчості Лесі Українки він звертається й у статті «Леся Українка і дитяча література», надрукованій у 1958 році в журналі «Дошкільне виховання». Твори письменниці для дітей і далі постійно привертали увагу вченого: він аналізує їх у цілій низці своїх статей, включає у хрестоматію, присвячує окремі глави у підручниках та розділі своєї докторської дисертації [2, с. 106]. Зрозуміло, що за останні десятиріччя з'явилося безліч цікавих, ґрунтовних досліджень про спадщину поетеси. Зокрема, її твори для дітей, їх виховний потенціал стали темою наукових пошуків І. Бойцун, Т. Качак, Л. Кіліченко, В. Костюченко, П. Лещенко, І. Проценко, Р. Стаднійчук тощо.

З давніх давен питання виховання особистості засобами літератури й мистецтва завжди знаходилися у центрі уваги дослідницьких зацікавлень, а відтак були й напрямками творчої спадщини видатних письменників. Увага видатної української поетеси, чий славетний ювілей ми відмічали у цьому році, – Лесі Українки (Косач-Квітки Лариси Петрівни), була спрямована на процес виховання дітей, їхнє громадянське змушнення. Серед її творів

виокремлюються ті, що були призначені саме для дитячої аудиторії. Зацікавленість «дитячою» тематикою виникла ще у поета-початківця. Так, у Львові з 1890 року почав виходити дитячий журнал «Дзвінок». Саме з цим журналом активно співпрацювали Л. Глібов, М. Коцюбинський, І. Франко й тоді ще зовсім юна Леся Українка, розміщуючи на його сторінках «зразки передової демократичної дитячої літератури».

Також її твори разом із творами Ю. Федьковича, С. Ковалева та інших письменників друкувалися в дитячому журналі під назвою «Бібліотека для молодіжи» (пізніше – «Ілюстрована бібліотека для молодіжи, міщан і селян»), який виходив у Чернівцях. Варто підкреслити, що на Галичині, Буковині й Закарпатті сформувалася традиція укладання окремих збірок, призначених для дитячої аудиторії (як-то «Читанка для малих дітей» М. Шашкевича, «Книжиця читальна для початківців» О. Духновича, «Співаник для господарських діточок», «Проскурка. Подарунчик чемним руським діточкам» Ю. Федьковича). Леся Українка, як і більшість письменників інших регіонів України, включала твори для дітей в загальні збірки своїх праць, не виокремлюючи їх. Але це в ніякому разі не зменшує ролі й значення вкладу поетеси у простір української дитячої літератури.

У низці праць багатьох дослідників творчості Лесі Українки перш за все аналізується саме поезія для дітей, в основі якої широко використовується фольклор. Зокрема вони відмічають, що письменниця виявляла не аби який інтерес до давньої української міфології. Міфологічні образи, елементи, мотиви широко представлені у її «дитячих» творах [3, с. 36].

Леся Українка захоплювалася багатством словесного матеріалу й поетичною формою зимових обрядодійств, щедрівникові мотиви звучать в її віршах. Популярність іншого фольклорного жанру – веснянок – зумовила появу у неї специфічних веснянкових ліричних віршів і циклів («Веснянка»). Святкова обрядовість літнього циклу знайшла своє відображення в унікальній праці майстрині – «Купання на Волині» (1893). Між фольклором і літературою завжди існував тісний взаємозв'язок. Народна творчість надихала багатьох

письменників, література ж впливала на розвиток фольклору. Багато авторських пісень з часом ставали народними. Так, в українській народній пісенній поезії широко побутують твори Лесі Українки.

Доробок поетеси знайомив юних читачів із природою, допомагав зрозуміти роль мистецтва, пробуджував віру в свої сили, виховував почуття любові до всього прекрасного. Життерадісність, жадоба пізнання, благородство вчинків, здатність до смілої мрії – такі моральні принципи прагнула прищеплювати своїм малим читачам Леся Українка.

Чарівний поетичний світ Лесі Українки – це не тільки вірші та казки для малечі, а також уривки з поем, драматичних творів, доступні для сприймання дітьми молодшого та середнього шкільного віку. Серед творів, які написані спеціально для дітей і про дітей, дві прозові казки – «Лелія» і «Біда навчить», вірші «Вишеньки» і «Колискова», цикл «У дитячому крузі», спеціальний збірник «Дитячі ігри, пісні, казки...». Такі твори, як «На зеленому горбочку», «Літо красне минуло», «Мамо, іде вже зима», «Тішся, дитино, поки ще маленька», «Веснянка», «Дитячі ігри, пісні й казки», «Народні пісні до танцю», прозові казки «Метелик», «Лілея», «Біда навчить» пронизані гуманізмом і високою художньою досконалістю. Відомо, що ще у 19 років Леся Українка також написала серйозну педагогічну працю – підручник «Стародавня історія східних народів», де у викладі історичного матеріалу дотримувалась основних принципів дидактики.

У дитячих творах письменниця майстерна й оригінальна, як і в усій своїй творчості. «Використання народно-поетичних образів, розумне тлумачення філософських понять, педагогічний такт і основне – виховання любові і поваги до рідного народу і природи – ось найбільш цінне в творчості Лесі Українки для дітей», – вважають дослідники її спадщини [1]. Характерно, що в дитячих віршах поетеса розглядає природу як джерело пізнання, мислення. Так, у поезії «Мамо, іде вже зима...», спостерігаючи взимку за пташкою, дитина ставить матері низку запитань: *Мамо, чи кожна пташина в вирій на зиму літає?... Чом же вона не втіка? Нащо морозу чека?... Нащо ж співає? Чудна!..*

Літературознавці підкреслюють стислість, простоту змісту й форми, відсутність моралізаторства, застосування найпростіших засобів образності (в тому числі пестливих народних форм) у віршах поетеси, використання нею в межах однієї поезії двох віршованих розмірів, що дозволяє недосвідченим у сприйнятті читачам відчувати, коли говорить один персонаж, а коли – інший.

Працювала письменниця й у жанрі літературної казки. Зауважимо, що між фольклорною та літературною казкою існує суттєва відмінність. Остання має відбиток особистості її творця. У ній помітні стильові ознаки автора й типова для його доби проблематика. У своїх казках письменниця активно використовує часто вживаний у народних творах мотив зустрічей із різними істотами, діалогічну форму, через яку розкриваються особливості характеру. Розуміючи, що у вихованні підростаючого покоління вирішальне значення має дитяча література, Леся Українка активно працювала над її збагаченням і тому часто зверталася у своїй творчості саме до жанру казки («Біда навчить», «Казка про Оха-чудотвора» та ін.). Відгукуючись на пропозицію С. Русової написати казку на тему народних казок, поетеса з'ясовувала, для якого віку хоче вона видати казку: для більшого, то «Яйце-райце» годиться, а коли для меншого, – тоді підійшла б тема про «Дідову дочку і бабину дочку». Це свідчить про надзвичайно серйозне ставлення поетеси до написання дитячих творів (з урахуванням вікових особливостей дітей).

На відміну від інших публікацій, присвячених виокремленню та вивченню педагогічних ідей у художньому просторі різних письменників, у розвідках про Лесю Українку більш яскраво змальовано образ самої поетеси – співця мужності й боротьби, яка особистим прикладом виховувала кращі людські риси, була гідним зразком для наслідування, вчила уміти перемагати «журбу невсипущу», знаходити джерела «живущої й цілющої роси», які дадуть наснагу й нездоланність на життєвому шляху.

Таким чином, педагогічні погляди української поетеси можна сформулювати належним образом: широке використання народно-педагогічних джерел у написанні творів (зокрема, для дітей); життєрадісність, «жадоба»

пізнання, благородство вчинків як моральні принципи, які варто прищеплювати дітям; недопустимість моралізаторства у навчально-виховному процесі; важливість застосування найпростіших засобів образності.

Педагогічні погляди Лесі Українки стали значним внеском у становлення українського шкільництва, в теорію й практику навчання та виховання дітей і молоді, відіграли певну роль у розвитку світової педагогічної думки.

Список використаних джерел:

1. Березюк О. С. Педагогічні погляди Лесі Українки.
URL: <http://studentam.net.ua/content/view/8248/97/>
2. Іванова І. Б., Похілько О. В. Проблеми дитячого читання та розвитку української дитячої літератури у вітчизняних наукових працях другої половини ХХ століття. *Наукові записки*. Випуск 178. Серія: Педагогічні науки. Кропивницький: РВВ ЦДПУ ім. В. Винниченка, 2019. С. 103–108.
3. Руснак І. Є. Український фольклор : навчальний посібник. Київ : ВЦ «Академія», 2010. 304 с.

Анастасія Никоненко,

студентка Сумського державного університету

ПАРАДИГМА «УЧАСНИЦТВА» В ПЕДАГОГІЦІ: ЗМІНА ПРИНЦИПІВ ТА ЦІННОСТЕЙ ОСВІТИ І НАВЧАННЯ

Зміна способу життя, трансформації та виклики в сучасному світі вимагають відповідних змін цілей, засобів і способів сучасної освіти. У зв'язку з цим остаточно втратила свій функціонал «традиційна педагогіка» як така форма організації навчання, для якої характерна одностороння трансляція «готових» знань від педагога до учня, коли останній не розглядається як повноправний суб'єкт освітнього процесу, але як пасивний споживач інформації (Журавко, Левченко, 2020; Запорожцева, 2019; Скиба, 2019).

В центрі уваги сучасної освіти повинні бути не стільки навчальні предмети, скільки способи мислення і діяльності учнів: критичне мислення, рішення комплексних завдань, аналіз фактів і їх верифікація, лідерські якості,

навички комунікації та ін. (Lebid A. et al., 2020a; Lebid, Shevchenko, 2020b; Lebid, Shevchenko, 2020c). В зв'язку з цим актуальним стає питання про використання ефективних методів та інструментів навчального процесу, застосування яких формувало б і розвивало б всі ці якості. Як видається, таким інструментом однозначно можна назвати методологію інтерактивних форм навчання, що широко використовуються в «педагогіці учасництва» (Lebid, Shevchenko, 2020d).

На сьогодні можна виділити три основні моделі освіти, що визначаються використовуваними в процесі навчання методичними принципами і підходами:

- пасивна модель освіти;
- активна модель освіти;
- інтерактивна модель освіти.

Очевидним є той факт, що в сучасному освітньому процесі використання інтерактивних методик навчання підвищує загальний рівень освіти, сприяє розвитку необхідних умінь і навичок, в тому числі, пов'язаних з рішенням творчих, нестандартних завдань, виявленням і аналізом складних дослідницьких проблем і інших.

У загальному сенсі для інтерактивної моделі освіти основним є принцип безпосередньої комунікації, взаємодії і взаємовпливу суб'єктів педагогічного процесу - учнів, викладачів, стейкхолдерів, роботодавців. Саме їх синергія визначає сутність інтерактивного методу навчання, кінцевою метою якого є підготовка фахівця високої кваліфікації з розвиненою системою загальних компетентностей: лідерства, навичок критичного, системного та дизайн-мислення, здатності приймати рішення тощо (Lebid A. et al., 2020a; Lebid, Shevchenko, 2020b; Lebid, Shevchenko, 2020c).

У цьому контексті підтверджується теза про ефективне використання інтерактивних методик навчання для гендерно диференційованих груп, метою якого є створення комфортних умов навчання, де кожен зможе розкрити свій потенціал інтелектуального і емоційного інтелекту (Lebid, Shevchenko, 2020d).

У зв'язку з цим необхідним є визначити принципи роботи інтерактивного навчання. До таких ми відносимо активність, розуміючи залучення осіб, що навчаються до спільної роботи для досягнення загального, командного результату. Цей принцип безпосередньо визначає наступний, не менш важливий принцип зворотного зв'язку, що виявляється в активних формах групової роботи: обговореннях, дискусіях, брейнстормингу та ін.

Принцип експериментального навчання має на меті активний пошук нестандартних ідей і способів вирішення завдань і проблемних ситуацій. Особливо в цьому контексті ефективним є метод case-study, а також проектний метод (Lebid, Shevchenko, 2020d).

Застосування інтерактивних форм навчання є ваговою складовою «педагогіки учасництва», коли існує можливість для осіб, що навчаються, виступати в ролі співорганізатора, співучасника навчального процесу. Це, зокрема, актуально при розробці навчальних планів освітньо-професійних програм, формуванні цілей і програмних результатів навчання, коли до процесу їх формулювання залучаються здобувачі освіти, стейкхолдери, випускники спеціальностей, викладачі.

В інтерактивній педагогіці учасництва викладач виступає в ролі фасилітатора, а роль особи, що навчається, максимально активна. При такому підході змінюється і система мотивації – її джерелом виступає не стільки кількісна складова (оцінка), скільки якісна, що виражається в прагненні не тільки отримати знання, а й практично їх апробувати в реальних умовах.

Все різноманіття методів інтерактивного навчання можна класифікувати за групами:

- методи групового навчання;
- методи командної роботи;
- ігрові методи;
- навчання в дискусії.

У процесі групового навчання обговорюється новий матеріал, що розвиває навички спілкування в групах, вміння аргументувати свою думку.

Розвиваються також навички критичного мислення, переконання і захисту своєї думки.

Метод командної роботи передбачає колективне вирішення поставленого завдання. Ефективність цього методу яскраво виражена в тих ситуаціях, коли необхідно засвоїти велику кількість інформації. Для цього доречно використання і ігрових методів навчання, через моделювання ситуацій, що дає можливість самовираження, розвиває емоційний інтелект. Навчання в дискусії формує навички співпраці, поваги до думки інших, уміння не тільки говорити, а й слухати.

Важливо відзначити, що інтерактивне навчання є одним з інструментів інноваційності навчального процесу. Таке навчання приносить хороші результати не тільки в плані засвоєння знань, а й в практиці їх використання.

Список використаних джерел:

1. Журавко, Левченко, 2020 – Журавко С., Левченко О. (2020). Педагогіка партнерства як один із факторів ефективної взаємодії учасників освітнього процесу. [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: <https://genezum.org/library/pedagogika-partnerstva-yak-odyn-iz-faktoriv-efektyvnoi-vzaemodii-uchasnykiv-osvitnogo-procesu>
 2. Запорожцева, 2019 – Запорожцева Ю.С. (2019). Основні принципи та критерії ефективного партнерства учасників освітнього процесу // Науково-практична конференція «Педагогіка партнерства як основа розвитку суб'єктів освітньої діяльності в умовах НУШ». [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: <https://conf.zipro.net.ua/?p=77>
 3. Скиба, 2019 – Скиба М. (2019). Краще разом. Що таке педагогіка партнерства і навіщо вона в НУШ. [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: <https://nus.org.ua/articles/pedagogika-partnerstva-shho-take-ta-yak-zrozumity-chy-vona-ye-u-shkoli/>
 4. Lebid A. et al., 2020a – Lebid A., Degtyarev S., Polyakova L. A Study into the Skills of Using Data Verification Tools as a Media Information Literacy Instrument for University Students. *International Journal of Media and Information Literacy*. – Slovakia : Academic Publishing House Researcher, 2020.– 5(2). – P. 184-190
 5. Lebid, Shevchenko, 2020b – Lebid A., Shevchenko N. (2020). Cultivation of the Skills of Design Thinking via the Project-Based Method as a Component of the Dual Model of Learning. *European Journal of Contemporary Education*, 9(3): 572-583.
 6. Lebid, Shevchenko, 2020c – Lebid A., Shevchenko N. (2020). Cultivating the Skills of Systems Thinking in the Context of Fostering the Basic and Professional Competencies Associated with Media Education and Media Literacy. *International Journal of Media and Information Literacy*, 2020, 5(1): 60-68.
 7. Lebid, Shevchenko, 2020d – Lebid A., Shevchenko N. (2020). Gender Differentiation in Perceiving and Evaluating the Interactive Methods of Education by the Engineering Students. *European Journal of Contemporary Education*, 9(4): 819-826.
- Науковий керівник: А. Є. Лебідь, доктор філософських наук, професор, професор кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету.

Аміна Болотаєва,

студентка Сумського державного університету

МАСОВЕ КІНО: СЕРІАЛИ ЯК МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ

Сучасне суспільство не випадково називають «цивілізацією протезів», маючи на увазі, що надлишок різноманітної інформації травмує, понижує смислову чутливість. Звичайно, до цього причетна масова культура, оскільки вона є джерелом інформації. «Засмічуючи» свідомість, масова культура, тим не менш, вирішує завдання елементарного просвітництва. Серіал, детектив, бестселер стають енциклопедією сучасного життя, адже, крім безпосереднього сюжету, вони несуть знання про різні сфери людської діяльності. Це створює відчуття достовірності та підсилює ефект присутності. На думку Е. Милосердової «за допомогою набору стійких світоглядних кліше, що формують неявний кодекс світорозуміння та моделі поведінки, масова культура намагається утамувати природну людську тугу за ідеалом, занурює свого користувача в особливий міфологічний світ, який нерідко сприймається ним як більш реальний, ніж його власне буденне існування. Завдяки такій специфічній якості масової культури як тілесність, у творах складається апологія моменту, самоцінного відчуття життя, що оберігає людину від драм минулого та шоку майбутнього».

Сфера кінематографії у сучасному світі розвивається досить стрімко. Щодня на екрани виходять різноманітні фільми, серіали, мультфільми тощо.

Серед найбільш популярних світових кінокомпаній варто виділити: 20th Century Studios, Columbia Pictures, DreamWorks, Universal Pictures, Warner Bros., The Walt Disney Studios, Pixar, Marvel Studios, Netflix тощо. Ці та багато інших виробників створюють справді гарний кінопродукт, який є популярним у всіх куточках світу і завжди мають досить високі перегляди.

Зазвичай кіно знімають за мотивами книг, які стали бестселерами у світовій літературі, або ж книг, яким хочуть додати популярності. В певній мірі масове кіно створюється для нав'язування певної думки масам, думки, яку

вважають зручною та корисною для когось. Для цього використовують ряд функцій, такі як: інформування, виховання, організації поведінки, розваги та звичайно ж комунікації. За допомогою кіно режисер та вся команда, яка брала участь у створенні кіно, комунікують зі своїми глядачами через екрани. Завдяки тому, що кінематограф не має певних рамок, як от, наприклад, театр, ці комунікації є простішими та впливовішими. З цього можна зробити висновок, що кінематограф реалізує всі функції засобів масової інформації.

Сутність спілкування психологи бачать у «взаємному активному обміні індивідуально-особовим змістом». Особливо підкреслюється момент «взаємодії» в цьому процесі. І це є дійсно так, адже під час перегляду відбуваються моменти співпереживання акторам та активного включення глядача в екранний світ. Подібний тип взаємодії не явився специфічним для контакту кінокартини і публіки. Будь-який витвір мистецтва «спілкується» з людиною, впливаючи на його розум і серце. Але художній кінематограф належить не тільки до муз, але і до засобів масової інформації, тому ми стикаємося з ситуацією, коли всі перераховані функції засобів масової комунікації реалізуються фільмом в комплексі, більше того, реалізуються вони через естетичну дію кінотвору. І це надзвичайно важливо.

Деякі актори настільки професійно та талановито грають свої ролі, що глядач повністю занурюється в картину, забуваючи про все на світі. В цьому безперечно є і заслуги сценаристів, які вдало написали текст, операторів, які побачили гарний ракурс, режисерів, які керували дієм та інших.

Виникає своєрідна і достатньо складна діалектика: художній кінематограф, будучи засобом масової комунікації, а за формою дії на публіку, що наближається до традиційних видовищ, найтіснішими узами пов'язаний з соціальним життям. Він, з одного боку, «формує публіку швидко, і притому по своїй подібності», а з іншою – публіка «створює» кіно, тобто певний стан суспільної психології, «глибокі пласти колективної душі», якщо скористатися термінологією.

Для того щоб активно впливати на свідомість людей, служити засобом пізнання дійсності, фільм повинен бути істинним твором кіномистецтва. З другого боку – йому необхідний контакт з мільйонною аудиторією. На жаль, масовою, як правило, стає картина, з погляду критики, ні в якому разі не належна до шедеврів.

Якщо ж звернутися до особливостей психологічного сприйняття кіновидовища, то вимальовується наступна картина: при сприйнятті руху звуко-зорових образів виникає емоційне збудження, яке у відомому плані представляє собою як би архаїзм людської природи. Це найбільш рання освіта, і в ньому повною мірою виявляється єдність і цілісність всієї структури живого організму, де фізіологічне і психологічне тісно зв'язані. Емоції явилися початковим виявом психічної реакції на зовнішню дію. Вони як би готують перехід психічних процесів в інтелектуальну сферу. Дія, передусім, на емоції людини – це психофізіологічна характеристика контакту з кіновидовищем.

На основі емоції виникають причетність і співрозуміння (емпатія), при яких пасивне споглядання зображень екрану переходить в активно особовий процес співучасті. Але співучасть – не постійне явище, воно чергує із станами відчуження глядача. Ця зміна співучасті відчуженням залежить від різних причин, в основі яких, з одного боку – особливості глядача, а з іншою – сам фільм, його зміст і образна структура.

Сила впливу кінематографу на політичну свідомість полягає ще й в тому, що він впливає незалежно від рівня зацікавленості людей в політиці. Не всі люди дивляться політичні телепередачі, чи читають політичну пресу. Однак, кіно дивляться практично всі. І найбільша його сила в тому, що воно не виказує своєї політичної заангажованості, і на перший погляд може взагалі не стосуватись політики, однак закладені в фільмі неявні політичні повідомлення, соціальні еталони та зразки поведінкових норм будуть мимоволі впливати на глядача.

Отже, кіно як продукцію масової культури можна оцінювати негативно лише в тому разі, якщо розглядати його за критеріями елітарної культури, але

продуктивнішим у науковому аспекті є ставлення до нього як до факту, що існує і дедалі набирає обертів. І як би не називали дослідники серіали (культурою розваг; культурою, що експлуатує вільний час), нині очевидно, що вони поступово підкоряють собі «страт високої культури», завойовуючи її простір.

Список використаних джерел:

1. Почепцов Г. Мерлін. Супермен і Гаррі Поттер: конструювання нематеріального в масовій культурі. Київ: Спадщина, 2013. 288 с.
 2. Почепцов Г. Телесериали, теленовости, кино, видеоигры в борьбе за умы. Харьков: Фолио, 2020. 346 с.
 3. Почепцов Г. Гламур 2.0: телесериалы, маскульт и соцмедиа как создатели виртуальной реальности. Харьков: Фолио, 2019. 410 с.
- Науковий керівник:* А. Є. Лебідь, доктор філософських наук, професор, професор кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету.

Аліна Некрасова,

студентка Сумського педагогічного університету ім. А. С. Макаренка

ФІТОСИМВОЛИ ФОЛЬКЛОРНОГО ПОХОДЖЕННЯ У ПОЕТИЧНОМУ ДИСКУРСІ І. МАЛКОВИЧА

Українці вірили у надзвичайну силу рослин, що є наслідком давнього поклоніння їм, уявлень про силу рослини-тотему. У межах давніх поглядів окремі представники рослинного світу визнавались предками того чи іншого племені (кожне з них мало свого тотемного предка, який міг вважатися водночас охоронцем та оберегом людей цього племені) [2, с. 63].

На наш погляд, видається доцільним розгляд фітосимволів фольклорного походження у поетичному дискурсі І. Малковича.

Актуальність теми, у яких предметом дослідження виступають фітосимволи фольклорного походження, вказує на стійкий науковий інтерес до розв'язання даної проблеми.

О. Маленко дослідила лексико-семантичну групу «квіти», яка у форматі народної пісні представлена лексико-семантичними домінантами *квітка, цвіток* й конститuentами-естетизмами *барвінок, василечок, волошка, вишня-черешня, калина-малина, конвалія, крокіс, лен, мак, м'ята, пролісок, рожса, рута, фіалка, чорнобривець*. Ці лексеми номінують рослини, які мають здатність цвісти, що створює враження краси, впливає на чуттєву сферу споглядача, пробуджує його асоціативно-творчі потенції [3, с. 152].

Г. Микитів розглядає символ як експресивний засіб в українських народних ліричних піснях, виокремлюючи іменники жіночого роду зі значенням пестливості та здібності у формах однини, множини: *калинонька, конопельки*. Дослідник зазначає, що фітосимволіка у ліричних піснях наділена особливою виразністю і семантикою. Зокрема *калина*, яка *цвіте*, символізує як позитивні переживання героя, так і негативні. *Ялина* здебільшого у фольклорі виступає маркером смерті. *Похилені лози* символізують нелегке життя сироти [7, с. 244]. Постійні епітети супроводжують ті самі лексеми-символи, які служать засобами емоційно-образного відтворення дійсності, відбивають естетичні ідеали концептуальної картини світу українців: *дуб (явір) зелененький, пшениця ярая* [7, с. 245].

Євсєєва Г. П., Ткач О. В. розглядають символічне та магічне значення найпоширеніших фітосимволів: *барвінок, васильки, материнка, польовий мак (мак-видюк), півники, полин, цибуля, часник, бузина, верба, вишня, горобина, калина, осика* [2, с. 66].

Мета статті – схарактеризувати фітосимволи фольклорного походження, інтерпретовані в поетичному дискурсі І. Малковича, як фрагмент етнобуття українського народу.

Рідна природа і культура значно вплинули на творчу манеру поета. Мова І.Малковича наповнена діалектними лексемами, етнографічними символами з повсякденного гуцульського життя та побуту, читач відчуває сильний міфологічно-ритуальний струмінь поезії.

Поділяємо думку Н. Анісімової, яка наголошує, що вірші І. Малковича представляють «карпатський терен». У поезії трансформуються пантеїстичні уявлення карпатських верховинців про оточуюче довкілля [1, с. 37].

У поетичному дискурсі І. Малковича ми виокремили 27 фітосимволів фольклорного походження: 14 дендронімів, 10 квітучих рослин, одну трав'янисту рослину, 3 городні рослини. Зазначені рослини часто використовуються в народних піснях, переказах, казках.

Усі фітосимволи можна поділити на дві групи: 1) позитивні (символи з позитивною семантикою) та 2) негативні (символи з негативною семантикою). Розглянемо їх докладніше.

Позитивні фітосимволи (19) (символи з позитивною семантикою): бук, калина, лавр, ожина, сосна, черешенька, яблінька, ясен, безсмертник, конюшина, мак, молочай, рутка, ружі, спориш, євшан, гречка, часник, цибуля.

Лавр – символ миру, захисту: *У Таврії крилаті лаври.* («Таврія») [4]. Кущ лавру з розложистим гіллям слугує прихистком для подорожнього. **Ожина** – символ захисту від злих сил і неприємностей: *чорною ожиною підперезаний* («Напередовець») [4]. Поет відтворює обрядову дію з використанням рослини-оберега. **Сосна** – символ життєвої сили і сильного характеру, вірності й стійкості: *сосна горить очима в степ – дивіться! де ви?* («Ноктюрн для земляків») [4]. Українці так само, як інші європейські народи, вважали сосну прикладом вияву сили, витривалості. **Черешенька** – символ світового, родовідного дерева: *малий хлопчик до стовбура прихилив чоло* («Пісенька про черешню») [4]. Шанобливе ставлення до дерева передається від старшого покоління до молодшого. **Яблінка** – символ життя, любові та радості: *жовта яблінка вийшла за ліс – яблучко жовте зродила Йванкови* («Промовка про Вовка») [4]. Яблінька покидає темний ліс заради простору, сонця й можливості плодоносити. Звідси у назві пестливий суфікс як виразник ніжності й шанування жіночої краси. **Ясен** – чоловіче дерево, символ витривалості: *коріння ясенів / подорожують по тих горах* («Там де мені добре») [4]. Важко жити гуцулам у гірських районах, але вони вчаться витривалості й

приспосовуються до карпатського клімату так само, як ясен. **Конюшина** – символ удачі, передвісник добробуту і щастя: *сегорік не вродила конюшина* («Ще ранок лиш») [4]. Конюшина-чотирилисник була гарним знаком, тому рослину шанували, намагаючись відшукати і взяти із собою щасливий оберіг. **Мак** – магічна квітка-оберіг від лиходійства відьом, упирів та бісівської погані: *Цей мак для себе відсудили / дванадцять шершнів* («Шершенний вірус») [4]. **Рутка** – символ краси, розквіту: *Рутка в зеленім, хата в покрівлі* [4]. **Ружі** – символ дівочої краси і чистоти: *не ружі нетривкі, не вірші дарувати* («Тільки спогад») [4]. **Безсмертник** – символ здоров'я, довголіття: *а в Львові ще безсмертник не зацвів* («Стрімкими ріками зелених електричок») [4]. **Спориш** – символ живучості, витривалості, стійкості: *Час би змахнути крильми / понад цей змерзлий спориш* («В грудні») [5, 5]. Зовні звичайна однолітня травичка із дрібними білими квітками, що невибагливо стелиться своїми довгими, розгалуженими пагонами по землі на польових стежках, відкритій сонячній місцевості, набула поваги у селян через уміння пристосовуватись, виживати: ходи по споришу, бігай, а він все одно росте. **Євшан (полин)** – символ рідного краю: *коні й мужі... будуть гризти ночей коржі / й нюхати євшани* («Буколіка з євшаном») [4]. Полин зазнає символічної трансформації: автор відходить від символу полину-оберега, спроможного відганяти русалок і мавок, і використовує літературний символ аромату рідної землі, що відновлює сили. **Гречка** – символ теплоти подружніх стосунків, працьовитості: *Сотає вічний мед дбайлива гречка* («Антигрудень») [5, с. 15]. Повага до гречки, як і порівняння рослини з дружиною, видається доцільним і передбачуваним, адже вона так само дбає про хатній затишок і приємна у спілкуванні (*вуста її медовії*). **Часник** – символ захисної сили, самопожертви: *часник втягає в себе лють земну: людський посол, він жертвує собою* («Житіє часника») [4]. Повага до часника виявляється вже в назві твору, де городина прирівнюється до святої людини і проходить замість життєвого циклу житіє. **Цибуля** – символ життєстійкості: *зелені стебла цибулі / з низеньких туманів стримлять* («Сизі ранки послулі») [6]. Цибуля виступає символічним оберегом людини від

усіляких напастей та хвороб, також служить взірцем витривалості, життєлюбства.

Негативні фітосимволи (8) (символи з негативною семантикою) у поетичному світосприйманні І. Малковича – *липа, смерека, явір, болиголов, будяк, смородина, шипшина, дзвіночки*.

Липа – символ смутку, вічного відпочинку: *Просто – за крайньою з лип / в тінь свою / мовчки / вкладаємось* («Очікування»). *Запахи в липах потоплені*. [4]. В Україні вважали, що саме липі Господь надав силу відвертати прокляття, які вона приймає «на себе», тому на ній так багато знаків-наростів. **Смородина** (чорна) – символ тимчасових життєвих труднощів і негараздів: *смородина гірка й прозора / дозріла – і затріпотіла...* («Смородина») [4]. **Шипшина** – символ страждання, смерті, гріха: *Криваві мурашки. Шипшина. Бойня. Блуд*. («Росте тривоги чорний парашут») [4]. Автор використав християнський символ страждання – рослинний вінок з колючками (терновий вінець). **Явір** – символ пам'яті, смутку, зажури, жалю, нещасливої парубочої долі: *І так нам сумно буде стоятись під яворами* «Нав'язливий сон» [4]. Явір часто висаджували на могилі вбитого козака. **Болиголов** – символ смерті, нещастя: *Ніколи більше, / зриваючи квітки болигорова, / не затру собі ними очі* («Нав'язливий сон») [4]. **Будяк** – символ непридатності ні до чого: *Десь на звалищі, між будяками* («Лубок») [4]. Будяком залякували, а відлякував він сам колючками. **Дзвіночки** – символізують смуток, смирення і спокій, вдячність: *вінок з дзвіночків на столі* («Гуцульська ніч і Криворівня») [4]. Автор описує поминальний обряд, у якому вінок із дзвіночків виступає символом смутку і пам'яті живих про померлих родичів.

У поетичному тексті зустрічаємо також фітосимволи фольклорного походження з подвійним значенням (4), тобто такі, які можуть містити і позитивну, і негативну семантику.

Бук – 1. Символ стійкості й повноти життєвих сил: *худі баранчики / і буки* («Це край, де мовкне спів флюяр»). 2. Символ давніх знань, які переходять від пращурів до нащадків: *пішли каятись до буків* («З-за високої стодоли») [4].

Смерека – 1. Символ вічного життя та молодості *навідуються кораблі / вони усідаються під смереками* «кожний день». 2. Символ смерті, оскільки з її деревини роблять труни: *ніби снігу зі смереки / натряслося мені за душу* («Мама мені написала») [4]. Автор подає протилежні символи того самого фітоніма (позитивний і негативний). **Молочай** – 1. Магічна квітка: *Розгублений і зблідлий молочай, / зелені лики стебел – білі чари* 2. Символ домашнього затишку: *Ой заваріте, мамцю, мені чай / із корінців сухого молочаю* («Дивна пісенька») [4]. Тут так само бачимо протилежні значення символу: рослина водночас може шкодити людині й додавати сили. **Калина** – 1. Символ здоров'я, неперервності життя, роду: *зцілюща виринатиме калина* («Пракорабель»). 2. Символ нескореності та стійкості воїнів, вогню: *Не над ними калина палає* «Військо» [4]. Калина є одним з основних символів України (*Без верби і калини нема України*) відтворена відповідно до її сприйняття у народній традиційній культурі – символ вогню сонця, служіння Батьківщині.

Висновки. Проаналізований нами поетичний дискурс І. Малковича показує наявність фітосимволів фольклорного походження. Усі фітосимволи умовно можна поділити на дві групи: 1) позитивні (19/27) (з позитивною семантикою) та 2) негативні (8/27) (з негативною семантикою). Перших значно більше, бо мовці дотримувалися позитивного погляду на життя (*Бий лихом об землю!*). У віршах І. Малковича зустрічаємо також фітосимволи фольклорного походження з подвійним значенням (4), які можуть містити і позитивну, і негативну семантику: бук, смерека, молочай, (представлені протилежні символи того самого фітоніма), калина (представлені традиційні народні символи). Перспективи подальших розвідок вбачаємо в аналізі новітніх поетичних збірок автора у плані представлення у них етносимволіки.

Список використаних джерел:

1. Анісімова Н. Театралізована модель світу у поезії Івана Малковича з фольклорно-міфологічними мотивами. Актуальні проблеми слов'янської філології : міжвуз. зб. наук. ст. Бердянськ : БДПУ, 2010. Вип. XXIII. Ч. II. С. 36–47.

2. Євсєєва Г. Фіто- і зоосимволіка в українському традиційному хатобудуванні. *Строительство, материаловедение, машиностроение*. Вып. 87, 2016. С. 61–68.

3. Маленко О. Лінгво-естетична інтерпретація буття в українській поетичній мовотворчості (від фольклору до постмодерну) : монографія. Харків : ХНПУ, 2010. 488 с.

4. Малкович І. Білий камінь. URL: <http://poetyka.uazone.net/malkovych/> (дата звернення : 26.11.2020)

5. Малкович І. Вірші на зиму. Київ : А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА, 2006. 200 с.

6. Малкович І. Поезії. URL: <http://poetyka.uazone.net/> (дата звернення: 26.11.2020)

7. Микитів Г. Символ як експресема в українських народних ліричних піснях. *Актуальні проблеми слов'янської філології*. 2010. Вип. XXIII. Ч. 4. С. 241–247.

Науковий керівник: Т. П. Беценко, доктор філологічних наук, професор кафедри української мови і літератури Сумського педагогічного університету ім. А. С. Макаренка

Анна Заремба,

студентка Сумського державного університету

РЕЛІГІЯ ЯК ГОЛОВНА ТА НЕВІД'ЄМНА ЧАСТКА КУЛЬТУРИ

Актуальність даного питання полягає в тому, що з одного боку, культурний стан суспільства в його безпосередньому зв'язку з духовністю оцінюється як вищий щабель людської еволюції, що має воістину величезний історичний досвід і спадщину. З іншого боку, людство за останні 50 років, вступило в період безпрецедентної надмірної матеріальної зацікавленості, що перекриває духовну «надбудову», яка, будучи батарейкою природної сутті самої людини, не може не відчувати сильного тиску як з боку матеріального «базису», так і з боку нерозумних дій людини по відношенню до самої себе і природи. Саме це призвело до кризи сучасної цивілізації.

Мета розвідки є у взаємозв'язку культур і релігій, який характеризується через призму так званої «золотої пропорції». Моє дослідження на різному рівні розглядає як соціальні функції культур, релігій і динаміку розвитку духовності в християнстві та ісламі, так і відповідні соціально-природні зв'язки.

Завданням дослідження окреслюється порушення та вирішення проблеми сьогоденного світу щодо релігійного діалогу, богословської освіти, культури в цілому та сталого розвитку.

Даючи визначення релігії, яке ми вважаємо найбільш різнобічним і повним, Л. Н. Мітрохін писав: «Релігія - феномен багат шаровий, багатогранний, в ній якимось чаклунським чином життєві, повсякденні переживання змикаються з високими метафізичними спекуляціями»[1, с.127]. Релігія – не просто сукупність догм і моральних приписів. Це універсальна "наука життя", що обґрунтовує особливий тип соціальної діяльності, спосіб життя, обряди і свята, традиції і відносини між людьми. Релігія - інший пласт культури, безпосередньо пов'язаний з досвідом масової свідомості, з багатовіковим морально-психологічним спадщиною. Це не абстрактне світогляд, а світовідчуття, тип щоденного поведінки, в якому вирішальну роль грають не доводи розуму, логіки, а свідомість, світовідчуття, або, по Марксу, що не теоретичне, а практично-духовне освоєння світу[3, с. 131]. Без виявлення «вертикального» вимірювання релігії щось зрозуміти в ній неможливо. Іншими словами, існування Бога не можна раціонально («науково») ні довести, ні «спростувати» («критикувати»), його можна лише пояснити, виходячи зі свідчень масової свідомості. Звідси слідує, що культура і релігія – речі не окремі, а взаємопов'язані та існувати один без одного не можуть. До багатьох культурних феноменів відносяться як до належних, людей не цікавить запитання про те, чому прийнято носити певний одяг в більшості випадків – вони його просто носять. Чому прийнято вітатися так, а не інакше і т. д. Все це, здається, недоречні питання, але форми все одно різні в залежності від країни. Це відноситься і до панівної релігії. Вона підлаштовується під культуру і частково стає її частиною. Тому в різних країнах, де православ'я також релігія більшості, культура все-таки відрізняється. Це відноситься і до ісламу. Прикладом цього є хоча б «мусульманське суспільство» в Казахстані, Чечні, Сомалі і Саудівської Аравії [2, с. 201]. До релігії формальної варто ставитися точно так же, як до традицій і фольклору, що склалися. Традиція, звичка, навички, характерні саме для певної країни – це те, що складається стихійно в тому чи іншому суспільстві і не вимагає ніяких пояснень для людини. Довгий час релігія була єдиною світоглядною системою, в рамках якої знаходила себе і

культура, і навпаки. Сенси і цінності людського буття, його етичні, моральні та естетичні компоненти сприймалися насамперед в релігійному контексті. Релігія відповідала на граничні питання, висхідні до абсолютних форм існування і світобачення. Вихід релігійного пізнання на арену виступає через етичні уявлення про світ, про норми соціальних взаємодій, відносин між людиною і природою, уявлення про ідеали, а також про негативні абсолютні характеристики всіх дій. Релігія відповідає на найважливіші питання людського життя, відповіді на які поки не знайдені в інших світоглядних традиціях - науці перш за все. Внутрішня людська потреба усвідомити сенс життя і приваблює багатьох до релігії. Релігія дозволяє компенсувати людині сферу нереалізованих можливостей в дійсності. В релігії як би відбувається зняття одвічних соціальних протиріч: реальне гноблення долається «свободою душі», соціальна нерівність перетворюється в рівність гріховності перед Богом, роз'єднаність замінюється «братством у Христі», безсилля людини компенсується всесиллям Бога, смертний виявляється безсмертним, світ зла і несправедливості замінюється царством небесним. В молитві і покайні людина долає стан незадоволеності, знаходить полегшення, заспокоєння, прилив сил. Нині визнаються найбільш значущими консолідуючі можливості релігії, її гуманістичний потенціал. Найбільш тісно релігія стикається в культурному світі зі сферою мистецтва і особливо моралі. Саме ці сфери були спільними в формуванні духовності людини. Чимало теологів прямо ототожнюють релігію з мораллю. Загальнолюдські моральні якості, без яких неможливе існування жодної культури, так чи інакше, в тих чи інших варіантах виявляються практично у всіх світових релігіях (християнстві, ісламі, буддизмі). Знамениті заповіді «не вбий», «не вкради» і інші виявляються у всіх розвинених релігійних системах. Релігія, що акумулювала в собі моральний досвід величезної кількості попередніх поколінь людей, і нині виступає важливим фактором регуляції поведінки.

Отже, релігія пронизує все життя людства. Культура в широкому сенсі включає релігію як форму культури. Серед концептуальних підходів до

розуміння культури є варіант відомості культури до релігії, вірувань, святині, культу. На сьогоднішній день ми є свідками кричущих порушень в крихкому балансі природних даних з потребами людської цивілізації. Та й сама людська цивілізація далека від досконалості. До того ж необхідно у всьому завжди враховувати людський фактор, який в будь-якому розвитку є непорушною ланкою. Якщо ж не порушувати таку схему балансу ні в ту, і ні в іншу сторону, то наша планета може знайти довгоочікуваний спокій, який їй так необхідний для самовідтворення природних даних, а людина знайде додаткові можливості для подальшого пізнання природної дійсності і самодосконалості.

Список використаних джерел:

1. Сахроков В. Релігія, культура та суспільство в контексті глобалістики. Москва: ВП ПСК «ВІНІТІ», 2021. 125 с.

2. Kilp A. Religion in the construction of the cultural «self» and «other». ENDC Proceedings. 2011. С. 197–222

3. Woodhead L. Five concepts of religion. *International Review of Sociology*. 2011 № 1. С. 121–143.

Науковий керівник: І. К. Кобякова, кандидат філологічних наук, професор, завідувач кафедри германської філології Сумського державного університету

Анастасія Медяник,

студентка Сумського державного університету

ОРГАНІЗАЦІЯ КОНЦЕРТНОЇ ПРОГРАМИ ЯК ЕТАП УПРАВЛІННЯ В СОЦІОКУЛЬТУРНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Актуальність дослідження. Управління в соціокультурній діяльності (далі – СКД) є складним процесом, що вимагає уваги з боку керівника, організаторів, партнерів та інших зацікавлених сторін. Організаційна діяльність потребує знань, умінь і навичок, їх вмілого поєднання для забезпечення кінцевого результату. Менеджер СКД має володіти управлінськими компетентностями для аналізу та структурування організаційних проблем,

знаходження управлінських рішень та їх реалізації. Це повністю стосується організації таких масових заходів як концерти.

Метою дослідження є виявити місце організації концертної програми в управлінському процесі у сфері менеджменту СКД.

Завдання дослідження:

- проаналізувати основні поняття;
- виявити та описати елементи процесу управління у сфері менеджменту;
- з'ясувати роль і виявити місце організації концертної програми в управлінській діяльності менеджера СКД.

Виклад матеріалу. Управління є центральною складовою менеджменту, цілеспрямованим процесом зміни об'єкта, його поведінки та стану. Поняття «менеджмент» та «управління» схожі за змістом, реалізуються як єдиний процес досягнення конкретних цілей та мети [1, с. 10].

Менеджмент – це процес організації, контролю, планування, управління організацією для ефективного виконання завдань і досягнення мети. Управління – це процес впливу суб'єкта на об'єкт управління для досягнення ефективного функціонування систем за допомогою зв'язків і відносин, що використовуються для виконання завдань і досягнення поставленої мети. Поняття «управління» та «менеджмент», якщо вони застосовуються щодо організації заходів СКД, у науковій літературі вживають як синоніми.

Метою управлінського процесу в СКД є зміна або навпаки, збереження ситуації, яка може позитивно або негативно вплинути на організацію соціокультурного заходу. Якщо змінити ситуацію, то відбудуться зміни в завданнях і методах управління. Об'єктами управління, як правило, є зовнішні зв'язки, діяльність, люди, процеси вдосконалення системи, організація, технології діяльності тощо. Фазами процесу управління є аналіз ситуації на основі достовірної інформації, вироблення та прийняття рішень, організація виконання рішень, контроль, оцінка та коригування отриманих результатів, винагорода чи покарання виконавців [2].

Управління виконує ряд функцій, які можна застосувати до організації заходів, зокрема, концертів:

- планування – це прийняття рішень про мету та завдання, організовану діяльність команди з підготовки та проведення запланованих заходів;
- організації – забезпечення системи виконання управлінських рішень, процесу створення структури управління заходом;
- мотивації – спонукання команди до виконання необхідних дій;
- контролю – забезпечення процесу своєчасного виконання командою поставлених перед нею завдань, досягнення мети.

Планування, організація, мотивація, координація, контроль є взаємопов'язаними функціями управління. Крім цих функцій, організація концертної програми включає моніторинг, аналіз, адміністрування, складання бюджету, оцінку, експертизу тощо.

Щоб успішно підготувати концертну програму та її реалізувати, необхідно знати і розуміти етапи (елементи) управління заходом. Частіше виокремлюють такі етапи процесу управління заходом: постановка мети, оцінка ситуації, визначення проблеми, прийняття управлінського рішення [3].

Успіх заходу залежить від правильної системи управління метою та постановкою завдань, що дозволяє заощадити час і гроші. Керівник приділяє увагу часу, бюджету та якості підготовки і реалізації концертної програми підлеглими.

Будь-який захід соціокультурної сфери, – і концерт чи концертна програма не є винятком, – на етапі організації охоплює базові елементи, на яких вибудовуються сфера управління. Такими базовими елементами є ризики, ресурси, види діяльності в межах реалізації програми, результати. Ризики – це наслідки, які виникають під час праці та безпосередньо впливають на реалізацію концертної програми. Праця – це процес, під час якого учасники виконують завдання та використовують ресурси часу, аналізують літературу, тощо. Ресурси – об'єкти, які використовуються під час підготовки та реалізації

програми. Ресурси поділяють на матеріальні, фінансові, людські та інформаційні. Результати – досягнення визначених завдань і поставленої мети.

Значимими елементами реалізації концерту є підсистеми управління. В основі управління часом лежить часова шкала, за допомогою якої учасники виконують пов'язані між собою роботи. Управління ризиками мінімізує відхилення від норм, створює умови для уникнення дії непередбачуваних ситуацій. Управління комунікаціями – це надання інформації учасникам для ефективного виконання робіт, опрацювання та збирання додаткової інформації, створення документації, яка відображає управлінські рішення та звіт. Управління постачанням є процесом забезпечення матеріальними ресурсами, які потрібні для проведення заходу. Управління якістю – це процес, завдяки якому покращується результативність виконання поставлених завдань і якість досягнення мети. Таким чином, управління організацією концертної програми – це процес управління командою і ресурсами за допомогою специфічних методів, завдяки яким захід завершується успішно і досягає своєї мети.

Враховуючи зазначене, доцільно перелічити функції управління, які реалізує менеджер СКД при організації концертної програми, а саме: визначення мети та обґрунтування завдань, встановлення структури концерту, підбір виконавців, розрахунок необхідних ресурсів, визначення обсягів і джерел фінансування, встановлення термінів виконання, розроблення графіка реалізації, контроль за ходом виконання, моніторинг.

Ефективність управління організацією концертної програми залежить від рішень, прийнятих на кожній стадії її здійснення, причому неправильне базове розуміння мети спричиняє помилки у формулюванні завдань та у визначенні обсягів робіт, що, відповідно, призводить до втрат часу та інших ресурсів.

Висновок. Організація концертної програми є одним із основних етапів управлінського процесу. Цей етап впливає з планування, а результатом його реалізації є успішне проведення самого концерту. Менеджер СКД має володіти управлінсько-організаційними компетентностями, щоб успішно підготувати концертну програму до реалізації, тобто, досягнути кінцевого результату задля

якого здійснювалася вся попередня робота. Врахування взаємозв'язків між підсистемами управління допомагає у визначенні мети та формулюванні завдань, прийнятті управлінських рішень, здійсненні контролю за працею, тощо. Вирішення завдань на кожному з етапів організаційно-управлінського процесу впливає на якість підготовки та результативність проведення самого заходу.

Список використаних джерел:

1. Менеджмент : навч. посіб. / М. М. Шкільняк та ін. Тернопіль : Крок, 2017. 252 с.
2. Процес управління та його елементи. URL : https://stud.com.ua/42583/management/protses_upravlinnya_yogo_elementi (дата звернення : 30.03.2021).
3. Етапи процесу управління. URL : <https://studfile.net/preview/5252516/page:2/> (дата звернення : 30.03.2021).

Науковий керівник: В. В. Опанасюк, кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

Валерія Ольшанська,

студентка Сумського державного університету

ПРАВОВІ ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕЛІГІЙНОЇ ТОЛЕРАНТНОСТІ В УКРАЇНІ

Актуальність. Дане питання є актуальним в контексті сучасних змін у світі, що пов'язані із релігійною толерантністю. Життя людини відбувається у різних сферах життєдіяльності суспільства. Вступаючи у взаємодію з іншими людьми або групами, кожна людина ідентифікує себе з певними соціальними, економічними, політичними, релігійними та іншими групами, проявляє себе як представник тієї чи іншої групи. Приналежність до релігії у вузькому чи широкому значенні цього поняття, співвіднесення себе з певною релігійною організацією чи спільнотою, власна позиція в питаннях, що пов'язані з релігією – від фанатичного захисту до неприйняття чи несприйняття, – все це є проявами оціночного ставлення, що здатне загострювати відносини у суспільстві.

У сучасній Україні проблема толерантного ставлення до інших конфесій чи релігій базується на історичному підґрунті, тісно переплітається з політикою в національному питанні, впливає на національну безпеку. В умовах реформи децентралізації місцеві громади вирішують суперечності між прихожанами різних церков. Саме тому, правове регулювання свободи совісті та релігій, діяльності релігійних організацій і спільнот є ключовою потребою для забезпечення віротерпимості та поваги між вірянами та невіруючими, а також представниками різних етнічних і національних спільнот, у яких релігійний компонент відіграє суттєву роль.

Мета дослідження полягає у важливості порівняння актів законодавства України для виявлення тенденції до розвитку релігійної толерантності в Україні.

Визначимо такі *завдання* дослідження:

- з'ясувати сучасний стан розвитку законодавства України про релігію та церкву;
- виявити динаміку змін в аспекті вдосконалення законодавства України про релігію та церкву;
- показати можливі напрями вдосконалення законодавства України для правового забезпечення тенденції до розвитку релігійної толерантності.

Виклад матеріалу. Конституція України, ратифіковані Україною міжнародні правові акти, зокрема, Загальна Декларація прав людини, Закон України «Про свободу совісті та релігійні організації», окремі статті інших пов'язаних законів, а також підзаконні нормативно-правові акти регулюють релігійні відносини в Україні. Варто відзначити, що базовим для такого регулювання є Закон України «Про свободу совісті та релігійні організації», прийнятий Верховною Радою України 23 квітня 1991 року (*далі* – Закон) [1].

Порівнюючи прийнятий у 1991 р. початковий варіант Закону та внесені правки до нього, слід зазначити, що перший мав значну кількість недоліків. Підтримуємо думку історика В. Перевезія про те, що характер базового варіанту Закону частково можна умовно описати як загально декларативний, оскільки в Законі бракувало норм, що регулювали вже існуючі релігійні

проблеми та конфліктні ситуації. Саме тому, за весь період дії Закону в парламенті було зареєстровано кілька проєктів нового Закону, жоден із них не був прийнятий [2, с. 160], оскільки виявився гіршим за попередній, вже діючий Закон.

Вважаємо, що основна причина неприйняття цих законопроєктів полягала в тому, що за ними стояли інтереси різних церков, а відтак часто виникали суперечливі питання, що так чи інакше торкалися зацікавлених сторін.

Дійсно, висловлюючи свою позицію щодо одного з законопроєктів ще у 2002 році колишній митрополит Київський і всієї України Володимир (Сабодан) зауважував, що «Українська Православна Церква підтримає майбутній законопроєкт лише за певних умов, а саме: визнання державою особливої ролі канонічного Православ'я в історії України, в становленні та розвитку духовності і культури її народу; надання Церкві в цілому статусу юридичної особи; вилучення з чинного законодавства норми про почерговість богослужіння; повернення у власність канонічної православної конфесії всього церковного майна, яким поки що володіє та користується держава; надання права займатися виробничою та господарською діяльністю самим релігійним організаціям» [3].

Все ж вважаємо, що оновлене законодавство України про релігію та церкву заслуговує високої оцінки. Діючий Закон України «Про свободу совісті та релігійні організації» з внесеними до нього змінами в основному відповідає міжнародним та європейським стандартам. Окремо тут слід зауважити активність різноманітних релігійних організацій, які брали участь у процесі нормотворчості.

Поряд із цим слід звернути увагу, що зміни, внесені до Закону України «Про свободу совісті та релігійні організації», а також вилучення з нього положень, що суперечили Конституції України все ж не повністю врегулювало наявні проблеми. Закон досі містить змістовні неточності на рівні внутрішніх суперечностей та невідповідностей міжнародним нормативно-правовим актам.

Втім, окремі юристи пропонують внести уточнення не тільки до Закону України «Про свободу совісті та релігійні організації». Так, Л. Ярмол зазначає,

що досі актуальними залишаються його пропозиції до вдосконалення Конституції України, зокрема:

- про необхідність доповнення ст. 35 «положенням про те, що жодна релігія не може бути визнана державною» в Україні;
- конституційне закріплення принципу рівності всіх віросповідань та релігій перед законом;
- принципу світськості держави Україна;
- редагування формулювання принципу відокремлення церкви від держави та його запис у такій редакції – *«державні та комунальні заклади освіти відокремлені від церкви (релігійних організацій) та мають світський характер»* (курсив – автора), – при цьому передбачити можливість здобування релігійної освіти, тощо [4, с. 41–42].

Продовжуючи аналіз Конституції України, на нашу думку, доцільним також є узгодження ст. 35 Конституції України зі ст. 9 Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод на предмет однотипного та не суперечливого визначення основних понять, що застосовуються в законодавстві України про релігію та церкву. Так, Конституція України (ст. 35) визнає за громадянами України «право на свободу світогляду і віросповідання» [5], а ратифікована Україною в 1997 році вже згадана нами Конвенція (ч. 1 ст. 9) визначає право кожного «на свободу думки, совісті і релігії» [6].

Крім того, Л. Ярмол пропонує внести зміни до Закону України «Про свободу совісті та релігійні організації», зокрема:

- закріпити законодавчо право релігійних організацій створювати загальноосвітні школи поряд із релігійними, адже станом на 1 січня 2020 р. в Україні діяло 86 загальноосвітніх шкіл, заснованих релігійними організаціями у порівнянні з 16 такими школами у 2019 році;
- закріпити право на отримання релігійної освіти не лише за громадянами України, а так само за іноземцями та апатридами;
- доповнити законодавство нормою про те, що ніхто не може примушувати інших до релігійного навчання [4, с. 42].

Висновки. Право на свободу совісті та віросповідання є природним правом людини, його нормативне закріплення та регулювання має суттєве значення для розвитку релігійної толерантності. Враховуючи наведене вище, приходимо до висновку, що зміни, внесені до Закону України «Про свободу совісті та релігійні організації» наблизили норми цього Закону до міжнародної нормативно-правової бази забезпечення прав людини, зняли неконституційні норми, врахували інтереси релігійних спільнот. Водночас, незняті суперечності між церквами та релігійними громадами, подальший розвиток їх інтересів, зміни суспільних відносин і зростання загальної тенденції до розвитку релігійної толерантності спонукають до вдосконалення законодавства України про релігію та церкву шляхом внесення змін і поправок до вже діючих нормативно-правових актів. Цінність даного дослідження полягає у тому, що його результати можуть використовуватися як у подальших розвідках, так само й для формування цілісної системи норм про свободу совісті та віросповідання, вироблення основних положень, які варто внести до законодавства України.

Список використаних джерел:

1. Про свободу совісті та релігійні організації: Закон України від 23.04.1991 № 987-ХІІ. База даних «Законодавство України». ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/987-12#Text> (дата звернення: 30.04.2021).
 2. Перевезій В. Новий закон про свободу совісті – засіб подолання чи загострення релігійної напруги? *Політичний менеджмент*. 2007. № 3. С. 160–169.
 3. Проект нового закону про свободу совісті недосконалий. Так вважає Предстоятель Української православної церкви. *Хрещатик*. 06 вер. 2002 р. № 13 (2143). URL: <http://kreschatic.kiev.ua/ua/2143/art/7479.html> (дата звернення: 30.04.2021).
 4. Ярмол Л. В. Свобода віросповідання: позитивні тенденції та проблеми у сфері її юридичного забезпечення в Україні. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2020. № 6. С. 39–42. URL: http://lsej.org.ua/6_2020/9.pdf (дата звернення: 30.03.2021). DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2020-6/7>.
 5. Конституція України: Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. База даних «Законодавство України». ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 30.04.2021).
 6. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод : Конвенція Ради Європи від 04.11.1950 № 995_004, ратифікована Законом України від 17.07.1997 № 475/97-ВР // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_004 (дата звернення : 30.04.2021).
- Науковий керівник:* В. В. Опанасюк, кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

СЕКЦІЯ 6. СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

Марина Колінько,

доктор філос. наук

доцент кафедри філософії Київського університету імені Бориса Грінченка

Ігор Стрижак,

студент Київського університету імені Бориса Грінченка

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖКУЛЬТУРНОГО ДІАЛОГУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Актуальність теми. Сучасний світ в умовах глобалізації актуалізує значимість стосунків і зв'язків між представниками різних культур та національностей. Сьогодні неможливо уявити повноцінне функціонування і розвиток держави, що не залучена до глобального інформаційного поля, обмежує міжкультурні взаємини з іншими державами. Отже, модель міжкультурного діалогу постає нагальною потребою формування соціокультурних, політичних і економічних програм будь-якої країни. Проблема міжкультурного діалогу активно розробляється в сучасній соціальній та політичній філософії, існує велика кількість фундаментальних наукових праць і статей, в яких концептуалізовані поняття міжкультурної комунікації і міжкультурного діалогу. Це праці європейських та американських дослідників – К.О. Апеля, В. Беняміна, А. Вежбицької, Ю. Габермаса, С. Гантінгтона, Ф. Гваттарі, Ж. Дельоза, Ю. Крістевої, М. Маклюєна, А. Моля, Е. Морена, Р. Портера, А. Тойнбі, Ф. Тромпенаарса, Е. Хола, Г. Гофстеде, У. Еко. Значний внесок у розробку філософської теорії міжкультурного діалогу зробили українські філософи Є. Бистрицький, М. Бойченко, А. Єрмоленко, С. Кримський, М. Култаєва, В. Лях, В. Малахов, І. М'язова, М. Попович, С. Пролєєв, Л. Филипович. Дуже актуальними залишаються багатопланові

дослідження культури і комунікації М. Бахтіна, Д. Гаври, Т. Грушевицької, С. Зенкіна, Б. Іоніна, Ю. Лотмана, А. Садохіна.

Водночас, незважаючи на значний науковий доробок і велику кількість наукових праць, системне філософське осмислення сутності, актуальних структур та перспектив міжкультурного діалогу в сучасному глобалізованому світі ще концептуально не опрацьовано у вітчизняній філософії.

Мета розвідки. В науковій статті зроблено спробу цілісного соціально-філософського дослідження проблеми міжкультурного діалогу, його тенденцій і перспектив у контексті глобалізації.

Основні результати та висновки дослідження. Окреслимо проблематику, в межах якої виникає можливість наукового узагальнення нашого питання. Це з'ясування причин посилення конфліктогенності як всередині однієї комунікативної культури, так і в процесі міжнародних контактів; визначення напрямків вдосконалення стратегій ведення діалогу в різнокультурному комунікативному середовищі і векторів міжкультурного діалогу в рамках процесів глобалізації; осмислення людиномірності цієї проблеми; вироблення значущих продуктивних практик міжкультурного діалогу; включення освітнього процесу в практики, що сприяють підготовці людини до участі в міжкультурному діалозі.

Ми наголошуємо на важливості прискіпливого категоріального визначення у нашому дослідженні і схиляємось до наступного визначення діалогу, яке описує його суть та змістовність: «Діалог є комунікативною формою, яка топологічно спрямована на розрізнення смислів, виявлення намірів комунікантів, суміщення дискурсивних позицій через заперечення своєї у пізнанні іншої» [2, с. 302]. Очевидним є той момент, що явище міжкультурного діалогу існує у світі не першу сотню років та має масу прикладів та відображень у сучасній соціальній реальності та у історії загалом. Однак, як соціально-філософський концепт, він потребує продовження наукових розвідок і формування адекватного аналітичного інструментарію. Він спрямований на опис і осмислення актуального феномену, його епістемологічні

перспективи у вирішенні проблем у полі міжкультурної комунікації та політичних взаємин у глобальному світі провокують активне опрацювання вже існуючого теоретико-методологічного матеріалу та впровадження його у практичну сферу удосконалення міжкультурної форми соціальної комунікації.

Погодимось із О. Бучковською, що діалог «між культурами, є найдавнішим і найбільш фундаментальним способом демократичного спілкування, мета якого вбачається у можливості жити разом мирно в багатокультурному світі, розвивати відчуття спільності та причетності до нього» [1, с. 232]. Міжкультурний діалог вона визначає як форму «комунікації, в якій використовуваний механізм міжкультурної взаємодії спрямований на взаємне порозуміння та розв'язання проблем людського буття» [1, с. 232]. Діалог розгортається не тільки як мовленнєві стосунки, спілкування, отримання певної інформації. Він артикулює відкритість людини іншим, якісну взаємодію між суб'єктами.

Відзначимо негативні тенденції, що спонукають до прискіпливого дослідження механізмів міжкультурного діалогу. При виникненні глобального інформаційного простору з'являються небезпеки непорозуміння, небажання контактувати з іншими культурними суб'єктами, культурна та комунікативна некомпетентність. Діалог культур при різних формах його проведення завжди матиме різний результат, а звідси ми розуміємо, що ніхто і ніколи не застрахований від спекуляцій та «культурних нападів». В такому разі ми маємо справу ще й з тим, щоб захищати національну культуру та створити потрібні для цього важелі впливу.

Прагнення до взаєморозуміння становить суть діалогової соціальної взаємодії. При цьому кожна сторона не повинна ні наслідувати протилежній стороні, ні перетворюватися в неї. Завдання встановлення діалогу – це знаходження спільних точок дотику, при збереженні своєї суб'єктивності і індивідуального перебування на своїй онтологічній «території».

Налаштування міжкультурного діалогу, осмислення його як інструменту згоди та розуміння веде до виокремлення комунікативних технік і культурних

практик. Існування соціальних суб'єктів у єдиному глобалізованому просторі, взаємозв'язані економіки, культурне різноманіття у інформаційному полі створює нові засади для протидії агресії, інформаційним, військовим та іншим конфліктам. Одна із стратегій у цьому плані – спроба створення *спільного* «інформаційно-культурно-економічного поля». Така стратегія неодмінно створює умови для консолідації суб'єктів діалогу. Такий результат можна інтерпретувати як необхідний і такий, що позитивно впливає на трансформації цивілізованого світу.

Важливим моментом, що спонукає до створення спільного «інформаційно-культурно-економічного простору» і поширення міжкультурного діалогу стають ризики на кшталт інформаційної війни, маніпулювання, спекуляцій та «гомогенування» культур більш потужними суб'єктами. З точки зору норм, принципів та цінностей, якими керуються комунікативні суб'єкти, міжкультурний діалог постає багатогранним феноменом, що передбачає здатність до розуміння іншого, до подолання відчуженості, а не тільки комунікацію: передачу, поширення чи обмін інформації. Діалогова взаємодія передбачає створення цілісного комунікативного простору та взаємовплив комунікативних суб'єктів, що здійснюється на моральних та правових засадах.

Глобалізаційні процеси неупинно поширюються, відтак взаємозв'язки культур у інформаційному просторі вже не можна припинити, попри спроби деяких країн ізолюватися від світу (ситуація з КНДР слугує яскравою ілюстрацією у даному контексті). Зіткнення з чужими культурами завжди супроводжується ризиком відчуження. Що переживається як чужорідне, залежить від конкретної ситуації. Процес взаємодії культур передбачає певні виклики: небезпеку стирання культурної самобутності, уніфікацію. Це викликає прагнення до культурного самоствердження і бажання зберегти власні культурні цінності. Однак є держави і культури, що демонструють своє категоричне неприйняття культурних змін. Процесу відкриття культурних кордонів вони протиставляють непроникність своїх власних.

Висновки. Отже, ефективна міжкультурна комунікація не може виникнути сама по собі, їй необхідно цілеспрямовано навчатись. Міжкультурний діалог пропонує продуктивні смисли взаємодії різнокультурних суб'єктів. Саме в діалогічних ситуаціях людина набуває якостей суб'єктності, проєктивності та комунікативної зрілості.

Список використаних джерел:

1. Бучковська О. Ю. Міжкультурний діалог у контексті міжкультурної комунікації. УКРАЇНСЬКА КУЛЬТУРА: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. 2013. Т. II. Вип. 19. С. 232 – 236.
2. Колінько М. В. Міжкультурна комунікація: топологічний вимір: монографія. Вінниця: ТОВ «ТВОРИ», 2019. 344 с. ISBN 978-617-7742-54-7
3. Чарівна Т. Глобалізація: соціально-культурний аспект. *VERSUS*. 2016. № 1(7). С. 36 – 41.

Ярослав Яненко,

канд. соціол. наук

доцент кафедри журналістики та філології

Сумського державного університету

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ КАРАНТИННИХ ОБМЕЖЕНЬ У ЗАГОЛОВКАХ ІНТЕРНЕТ-ЗМІ

Вже більше року минуло з моменту, коли ВООЗ оголосила COVID-19 пандемією, але невідомо, коли закінчатся карантинні обмеження, правила соціального дистанціювання тощо. Все це негативно впливає на психологічне здоров'я людей, чому можуть сприяти відповідні публікації в ЗМІ та соціальних мережах. Тож медіа-фахівці мають усвідомлювати несприятливі наслідки карантину для психічного здоров'я в контексті їх відображення у сучасних медіа, що й обумовлює актуальність проблеми.

Мета дослідження – визначити особливості репрезентації карантинних обмежень у заголовках інтернет-ЗМІ.

Завдання: уточнити вплив жорстких карантинних обмежень на психологічне здоров'я населення; визначити особливості висвітлення регіональними та всеукраїнськими інтернет-ЗМІ факту потрапляння міста Суми у «червону» зону карантину восени 2020 р.

Основні методи дослідження – спостереження, контент-аналіз.

Вплив жорстких карантинних обмежень на суспільство досліджували ряд зарубіжних вчених, зокрема Х. Сате, К. Мішра, А. Сараф та С. Джон відзначають, що «пандемія COVID-19 здійснює негативний вплив на психологічне здоров'я населення, тому для запобігання цій кризі необхідно вживати відповідних заходів як на місцевому, так і на національному рівні» [3, с. 181], а А. Відіянто, А. Фаджрія, Д. Атмоджо, Р. Хандаяні, Л. Курніаві вказують, що «взаємодія з соціальними мережами під час цієї пандемії може збільшити ризик депресії та тривожних розладів» [4, с. 942]. Б. Арафах та М. Хасім відзначають, що важливо знайти «способи відрізнити правду і містифікації, поширювані користувачами в соціальних мережах, адже міфічна (помилкова) інформація не має чітких меж і може породжувати думки, які можуть поєднувати в собі брехню (міфи) і правду» [1, с. 1407], крім того, «поширення в соціальних мережах міфів, пов'язаних з COVID-19, здійснювало негативний вплив на суспільство, наприклад, громадськість відмовляла жертвам коронавірусу в публічних похованнях через трупи, які вважалися інфікованими» [1, с. 1398].

В Україні, як і в ряді інших країн, у певні періоди пандемії вводилися карантинні зони, позначені різними кольорами – зеленим, жовтим, помаранчевим, червоним. Кожний колір відповідав епідеміологічній ситуації у регіоні (або окремо взятому місті), і найсуворіші обмеження були передбачені для «червоної» зони.

Втім, жорсткі обмеження психологічно тиснуть на місцевих мешканців, про що пишуть М. Бонаті, Р. Кампі, М. Занетті, М. Картабія, Ф. Скарпелліні, А. Клавенна, Г. Сегре, які досліджували психологічний вплив карантинних обмежень на італійців під час пандемії COVID-19 (в онлайн-опитуванні взяли

участь 20 158 учасників) [2]. Цими вченими було виявлено негативну кореляцію між показником рівня стресу і відстанню від місця проживання до «червоної» зони карантину. Більш висока поширеність психологічного стресу була виявлена ближче 25 км від «червоної» зони, а важкого стресу – у тих, хто проживав ближче 15 км до «червоної» зони [2, с. 12]. Схожий ефект виявили дослідники Х. Сате, К. Мішра, А. Сараф, С. Джон, які вивчали рівень стресу у жителів Індії у період пандемії: «ті хто належить до району «червоної» зони, повідомили про більш високий ступінь страху перед COVID-19» [3, с. 181].

Ми провели дослідження у період, коли місто Суми вперше потрапило у «червону» зону карантину (з 12 жовтня 2020 р.), відповідно, було проаналізовано заголовки регіональних і всеукраїнських інтернет-ЗМІ щодо цього факту. Нами проаналізовано два тижні – 12-18 жовтня (коли у «червоній» зоні було лише два міста – Суми і Канів), і 19-25 жовтня (коли у «червону» зону додалися ще 8 обласних центрів, крім Сум, а загалом у цей тиждень у «червону» зону потрапило близько 60 міст та районів України). Загалом серед публікацій інтернет-ЗМІ на сайті «Ukr.net» нами відзначено 41 матеріал, які стосувалися факту потрапляння міста Суми у «червону» зону карантину та втілення у життя обмежень, передбачених законодавством для «червоної» зони. У перший тиждень (12-18 жовтня) нами зафіксовано 23 таких публікації, другого тижня (19-25 жовтня) – 18.

Найбільша кількість матеріалів припадає на початок першого тижня дослідження, це 12-13 жовтня. Приклади заголовків публікацій всеукраїнських ЗМІ: «Суми в червоній зоні: в місті призупинили міжміське і міжобласне сполучення» («НВ»), «Червона зона»: у Сумах зупинили залізничні перевезення» («ТСН»), «Ситуація в «червоних» Сумах: патрулі будуть штрафувати, підприємці страйкують, школи зачинили» («Фокус»).

Приклади заголовків публікацій регіональних ЗМІ: «Відсьогодні у Сумах запроваджені нові карантинні обмеження» («Телекомпанія СТС»), «У Сумах організації та установи масово зачиняються на карантин» («ТопГород»), «Сумська «Барса» зачинилася на карантин» («Данкор online»), «У Сумах

управління з питань праці в період карантину працюватиме в online-режимі» («SumyToday»), «Сумська ОДА перейшла на дистанційний режим роботи» («Азимут Сум»), «Сумський національний театр ім. Щепкіна йде на карантин» («Телекомпанія СТС»), «З гуртожитків не виселятимуть. Сумські університети переходять на дистанційне навчання» («UA: Суспільне мовлення»).

Далі починається поступовий спад інтересу інтернет-ЗМІ до цієї теми, що виражається у зменшенні кількості публікацій. Крім того, змінюється і контент матеріалів – якщо на першому тижні у заголовках простежується тенденція про перехід на дистанційне навчання, «віддалений» режим роботи тощо, то на другому тижні у заголовках йдеться переважно про місцеві особливості послаблення обмежень щодо міжміського та міжобласного транспортного сполучення тощо. Наприклад: «У Сумах не виявляють порушників карантину у транспорті» («SumyToday»), «Локдаун на мінімалках. Як дотримуються жорсткого карантину в містах червоної зони» («Страна.ua»), «На Сумщині відновили автобусне сполучення» («Сумські Дебати»), «Суми повністю відновили міжобласне та міжміське автобусне сполучення» («ТСН»), «Червона зона»: у більшості з 9 обласних центрів вирішили не запроваджувати надто жорстких обмежень» («ТСН»), «Укрзалізниця відновила продаж квитків на потяги зі станції «Суми» («UA: Суспільне мовлення»).

Висновки. Наукові розвідки зарубіжних вчених свідчать про наявність негативного впливу жорстких карантинних обмежень на психологічне здоров'я населення, тож це треба враховувати для фахової оцінки комунікацій у сфері спеціалізованого медичного інформування та безпеки особистості.

В результаті проведеного дослідження нами з'ясовано особливості висвітлення регіональними та всеукраїнськими інтернет-ЗМІ факту потрапляння міста Суми у «червону» зону карантину, зокрема різницю у контенті матеріалів на першому тижні дослідження (початок перебування міста Суми у «червоній» зоні) та другому тижні, на якому відзначено тенденцію до спаду інтересу ЗМІ до цієї теми, адже перше потрапляння міста до «червоної»

зони стає основою для більшої кількості інформаційних приводів для публікацій, ніж факт продовження перебування міста у «червоній» зоні.

Дослідження виконано у межах гранту НФДУ «Спеціалізована система медичного інформування та безпека особистості в умовах пандемій, криз, інших суспільних потрясінь: формування ефективної соціокомунікаційної моделі».

Список використаних джерел:

1. Arafah B., Hasyim M. Covid-19 Mythology And Netizens Parrhesia Ideological Effects Of Coronavirus Myths On Social Media Users. *Palarch's Journal Of Archaeology Of Egypt*. 2020. Vol. 17. Iss. 4. P. 1398–1409.
2. Bonati M., Campi R., Zanetti M., Cartabia M., Scarpellini F., Clavenna A., Segre G. Psychological distress among Italians during the 2019 coronavirus disease (COVID-19) quarantine. *BMC Psychiatry*. 2021. Vol. 21. Iss. 1. P. 1–13. DOI: 10.1186/s12888-020-03027-8
3. Sathe H. S., Mishra K. K., Saraf A. S., John S. A cross-sectional study of psychological distress and fear of COVID-19 in the general population of India during lockdown. *Annals of Indian Psychiatry*. 2020. Vol. 4. Iss. 2. P. 181–189. DOI: 10.4103/aip.aip_54_20
4. Widiyanto A., Fajriah A. S., Atmojo J. T., Handayani R. T., Kurniavie L. E. The Effect of Social Media Exposure on Depression and Anxiety Disorders in Facing Covid-19 Pandemic. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*. 2020. Vol. 7. Iss. 5. P. 942–950.

Вадим Яременко,

аспірант кафедри журналістики та філології

Сумського державного університету

ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ СПОРТИВНИХ PR-КОМУНІКАЦІЙ У ФОРМУВАННІ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ УНІВЕРСИТЕТУ

На сьогодні значну роль у формуванні та підтримці позитивного іміджу організацій або окремо особистості відводять спортивним PR-комунікаціям. Вони здатні якісно та ефективно реалізовувати таку мету, адже включають інноваційні інструменти та технології впливу, які формують в аудиторії позитивне ставлення до PR-об'єкта. Але розробка та впровадження спортивних PR-комунікацій зачасту залежить від конкретних іміджевих задач об'єкта діяльності. Що притаманно і університету, який генерує та реалізує ці

комунікації з метою представлення свого іміджу – відмінних від інших унікальних рис та характеристик. Це стає сьогоднішнім викликом для сучасних фахівців сфери PR.

Відзначаємо, що на даному етапі науковцями проводились дослідження щодо з'ясування PR-технологій, які демонструють узагальнені тенденції та способи для формування іміджу ЗВО. Детальним розробленням цього питання займались В. Березенко, О. Зацерківна, В. Маренич та інші. Серед сучасних наукових розробок варто відзначити і ті, що дозволяють з'ясувати особливості іміджетворення організацій з огляду на сучасні тенденції розвитку спортивної PR-сфери. Цим активно займались К. Батеррік, А. Гусєв, Г. Почепцов та інші. Отже, як бачимо, тема побудови іміджу сучасного університету через впровадження та ведення спортивних PR-комунікацій потребує детального розгляду та розробок в науковій сфері.

Мета нашого дослідження полягає у визначенні ролі сучасних спортивних PR-комунікацій для формування позитивного іміджу сучасного університету. *Об'єктом досліджень* є спортивні PR-комунікації у побудові позитивного іміджу Сумського державного університету. Цей ЗВО України є конкурентним спортивним осередком в Сумській області, його команди, студенти та випускники здобувають високі результати на професійній спортивній арені, відповідно, про них активно говорять місцеві та всеукраїнські мас-медіа. А отже, з'являється можливість для реалізації спортивних PR-комунікацій у сучасному представленні та позиціонуванні СумДУ. У вирішенні мети ми сформуваємо наступне *завдання*: виявити сучасні особливості спортивних PR-комунікацій, що застосовуються для формування позитивного іміджу Сумського державного університету (далі СумДУ).

Основні результати. Вітчизняна дослідниця В. Березенко стверджує, що PR навчального закладу це менеджмент, що розробляє та реалізує комунікаційні інструменти, що здатні відобразити мотиви та інтереси конкретного індивіда [1]. Як приклад, СумДУ реалізує спортивні PR-комунікації, де через підбір простих інформаційних конструювань та форм

комунікаційної реалізації, що не вимагають впровадження додаткових засобів та ресурсів транслявання, вдається презентувати цінність університету, яка відразу стає привабливою для індивіда, адже корелює до його досвіду та очікувань. У інформаційних повідомленнях СумДУ досить часто розповідають про високі спортивні здобутки його випускників, подолання ними труднощів до спортивних вершин, їх інтереси, прагнення до лідерства та досконалості тощо. Такий імідж університету зрозумілий молодій аудиторії, бо співпадає з їх цінностями та цілями. Отже, важливо розуміти, що спортивні PR-комунікації університету – це іноді проста ідея в їх організації, але через влучність та трансльовані унікальні смисли для реципієнта, вони здатні генерувати позитивний імідж університету, що важко імітований конкурентами.

Також СумДУ розробляє спортивні PR-комунікації як окремий механізм у здійсненні його потужної іміджевої кампанії. Через правильний підбір та реалізацію, ці комунікації жодним чином не руйнують закладену іміджеву мету, а лише доповнюють позитивними відомостями про університет, стають альтернативою узвичаєним PR-технологіям та постійно слугують потужним емоційним фоном для цільових груп. Наприклад, у період вступної кампанії, цей ЗВО, попри ряд реалізованих стандартних PR-технологій («днів відкритих дверей»), організовував заходи за участі відомих спортсменів. Наприклад, на одній з онлайн-зустрічей відомого боксера Т. Шелестюка, випускника СумДУ зі студентами, що була організована в стінах цього закладу, згаданий герой активно відповідав на запитання відвідувачів, та відмічав, що став успішною особистістю завдяки навчанню в цьому університеті [3]. Отже, такі спортивні PR-комунікації привертають увагу в згаданий період, адже створюють ряд іміджевих переваг про заклад вищої освіти – він здатний забезпечити якісний освітній процес та реалізує уявлення про себе як про відкритий, демократичний осередок, що генерує унікальну комунікацію з абітурієнтами, яка таким чином забезпечує свою поінформованість.

Важливими спортивними PR-комунікаціями є ті, які здатні залучати різні цільові групи у активному створенні та поширенні позитивних вражень про

університет. Це може відбуватися через побудову унікальної концепції діяльності СумДУ, завдяки якій аудиторія здатна не лише бути активним споживачем його послуг та інформації, але й являться їх активним створювачем. Наприклад, в університеті часто організують спортивні змагання між студентами та викладачами. Ці спортивні PR-комунікації передбачають ряд можливостей для цієї аудиторії – встановлення зв'язків, гарне проведення часу, здобуття спортивного результату з метою самореалізації та, головне, згідно цього, нагода через власні інформаційні платформи сформуванню привабливі іміджеві характеристики про університет.

Відповідно маємо розуміти, що конструювання та впровадження ефективних спортивних PR-комунікацій має, по-перше, сформуванню унікальну цінність про університет, що є зрозумілою та доступною для сприйняття, та, по-друге – стати послугою, що забезпечує процес постійного залучення цільової аудиторії до життя університету, а отже постійного його схвалення з її боку.

Погоджуємось із думкою науковця К. Батерріка, що спортивний PR – це постійний моніторинг та пошук найефективніших технологій та засобів у конструюванні іміджу будь-якого об'єкта діяльності [2]. Для СумДУ в цьому контексті є корисними PR-комунікації, що реалізуються у співпраці із її спортивними командами та окремо спортсменами. Конструювання іміджу за цим напрямом включає задіяння унікальної PR-складової цих об'єктів для створення унікальної іміджевої характеристики про університет або ведення діяльності цього ЗВО, яка здатна побудувати позитивний імідж останніх та слугуватиме перспективою для генерування та отримання його певних іміджевих характеристик.

Отже, першим видом PR-комунікацій є проведення університетом екскурсій в локаціях його успішної футзальної команди «СумДУ», що передбачає ряд заходів у стимулюванні інтересу молоді до спорту: спілкування з її успішними гравцями та автограф-сесія. Відповідно, університет якісно реалізовує профорієнтаційну роботу зі студентами. Другим видом PR-комунікацій є сприяння різній професійній діяльності цих PR-об'єктів. Як приклад, СумДУ

здійснює фінансову підтримку функціонерської діяльності її зіркового футзаліста Є. Петракова [4] та пропонує своїх талановитих студентів для здійснення ефективної інформаційної діяльності ФК «СумДУ». Відповідно, цей ЗВО представлений як осередок, що, по-перше, підтримує талановиту молодь в спорті, та по-друге, сприяє якісній професійній реалізації своїх студентів.

Висновки. Встановлено, що спортивні PR-комунікації відіграють важливу роль у формуванні позитивного іміджу сучасного університету, адже здатні генерувати про нього нові привабливі уявлення та характеристики, реалізовувати різні інноваційні напрями його діяльності, як результат, здобуття позитивної підтримки збоку громадськості. Підтверджує такі висновки здійснений нами аналіз спортивних PR-комунікацій Сумського державного університету.

З'ясовано, що особливостями сучасних спортивних PR-комунікацій у конструюванні позитивного іміджу цього ЗВО є реалізація різних інформаційних складових та інструментів, що здатні у простій формі донести до аудиторії позитивний меседж про університет; впровадження окремих механізмів для ведення будь-якої іміджевої стратегії університету, що не руйнує її унікальність, а навпаки доповнює та підсилює враження через позитивний емоційний контекст; застосування комунікаційної практики, що надає можливість аудиторії відчувати себе частиною університету, активно брати участь у його житті, самостійно генерувати про нього різні уявлення тощо; транслявання надбань та успіхів, що реалізовані через активну співпрацю університету зі своїми PR-об'єктами: спортсменами та спортивними командами.

Результати цього дослідження складають практичну цінність для розробок позитивних іміджевих стратегій сучасних університетів та становляться цінним фактажем для реалізації подальших досліджень щодо визначення особливостей спортивних PR-комунікацій у конструюванні іміджевих характеристик інших ЗВО та їх порівняння.

Список використаних джерел:

1. Березенко В. PR в освітній галузі в сучасній комунікаційній парадигмі. *Держава та регіони. Сер. Соціальні комунікації*. 2010. № 1. С. 111–115.

2. Butterick K. *Introducing public relations: theory and practice*. Boston : SAGE publications, 2011. 240 p.

3. У СумДУ відбулася online-зустріч із бронзовим призером Олімпійських ігор у Лондоні Тарасом Шелестюком (+ відео!). *Новини СумДУ*. URL: <https://news.sumdu.edu.ua/uk/news/1852-u-sumdu-vidbulasya-on-line-zustrich-iz-bronzovim-prizerom-olimpiskikh-igor-u-londoni-tarasom-shelestyukom.html> (дата звернення: 01.03.2021).

4. Нова рубрика: Футзал в регіонах. Представляємо – Сумщина. Євген Петраков: «Ми почали повністю з нуля». *Асоціація футзалу України*. URL: <https://futsal.com.ua/news/afu-intervyu/nova-rubryka-futzal-v-regionah-predstavlyayemo-sumshchyna-yevgen-petrakov-my> (дата звернення: 27.11.2020).

Науковий керівник – Я. В. Яненко, кан. соц. наук, доцент, кафедра журналістики та філології Сумського державного університету.

Тетяна Повалій,

канд. пед. наук

старший викладач кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

Надія Бірюк,

студентка Сумського державного університету

ЗМІСТОВІ СКЛАДОВІ РОЗРОБЛЕННЯ МЕДІАПЛАНУ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ЩОДО ПРОСУВАННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ПОСЛУГ

В умовах високої конкурентної боротьби для великої кількості підприємств важливим стає привертання уваги до різних методів дослідження ринку з метою мінімізації витрат і пошуку ефективних стратегій, що дозволять утримати власні позиції на ринку, наростити обсяги збуту і при цьому зберегти лояльність споживачів до своєї продукції (у нашому випадку такою продукцією виступають соціокультурні послуги). Для цього створюються різні маркетингові стратегії, що дозволяють вивести відносини між виробником і споживачем на новий рівень. У таких ситуаціях організації замислюються про ретельне опрацювання рекламної стратегії, а зокрема про розробку медіаплану.

Метою публікації є аналіз змістових складових розроблення медіаплану рекламної кампанії щодо просування соціокультурних послуг, що

конкретизовано у таких завданнях: конкретизувати поняття «медіапланування» та «медіаплан»; розглянути етапи складання медіаплану та його параметри.

Окреслюючи змістові складові розроблення медіаплану рекламної кампанії щодо просування соціокультурних послуг оперуємо поняттями «медіапланування» та «медіаплан». Проаналізуємо наукові дослідження щодо визначення цих понять.

Дослідник С. Галанін у своєму навчально-методичному посібнику «Медіапланування» розглядає поняття як процес та прийняті в ході цього процесу рішення, за яких можливо знайти найкращі варіанти вирішення питань, як більш ефективно організувати доставку маркетингових повідомлень ймовірним споживачам товару (послуги) [1, с. 3]. Також С. Галанін дає визначення медіапланеру – це спеціаліст, який створює медіаплати, планує стратегію комунікаційної кампанії, надає рекомендації щодо рівня бюджету та його поділу між ЗМІ, оцінює ефективність і рейтинги рекламних площ різноманітних ЗМІ, проводить аналіз кампаній конкурентів [1, с. 3–4].

Зазвичай, багато науковців вважають, що медіапланування є досить простим процесом і розглядають його як частину рекламної кампанії. Такої думки притримуються і дослідники Н. Скригун, І. Рижий, В. Дубровін та ін. Так, вчений Н. Скригун досліджує медіапланування в системі маркетингових комунікацій, де визначає його роль та функції, зазначаючи, що основною задачею медіапланування як процесу формування системи каналів доставки рекламних повідомлень адресатам є оптимізація схеми розміщення рекламних матеріалів, тобто потрібно вибрати таку схему розміщення рекламного звернення, при якій або отримуються необхідні показники охоплення аудиторії і розподілу частоти експозиції рекламоносіїв, або в рамках заданого бюджету досягаються максимальні показники охоплення цільової аудиторії з оптимальними частотами експозиції [3].

У свою чергу дослідник І. Рижий розглядає основні елементи й етапи рекламної кампанії та досліджує взаємозв'язок між стратегією і тактикою

рекламної кампанії, де особливу увагу приділяє медіаплануванню, а зокрема і розробці медіаплану [2].

Далі варто розглянути поняття «медіаплан», оскільки воно нерозривно пов'язане із процесом медіапланування та виступає важливою ланкою в розробці рекламної кампанії. Зауважимо, що медіаплан створюється для того, щоб донести рекламне повідомлення до оптимальної частини цільової аудиторії за певний термін і ефективну для досягнення мети рекламної кампанії кількість разів.

За визначенням дослідника К. Тендіта, поняття «медіаплан» складається з двох частин – «медіа» (вказує на засоби розповсюдження масової інформації) і «планування» (ряд попередньо обміркованих дій, заходів, об'єднаних послідовно для досягнення мети з можливими термінами виконання). Звідси поняття «медіаплан» вчений розглядає як план використання засобів масової інформації з метою встановлення ефективної масової комунікації. При цьому під ефективністю він розуміє інформування максимальної кількості людей при мінімальних ресурсних витратах [4, с. 4].

Зауважимо, що медіаплан являє собою частину плану маркетингу фірми, основні показники якого використовуються для прийняття рішень з медіапланування. До таких показників можна віднести: торгову марку і її положення; потенційних споживачів; ринки, на яких буде просуватися марка; сезонні та інші параметри, що впливають на попит; опис комплексу маркетингових комунікацій тощо. Медіа-план повинен враховувати всі складові комплексу маркетингових комунікацій та координувати їх. Він залежить від загальної стратегії рекламування.

Так, складання медіаплану проходить в декілька етапів, зокрема [4, с. 13–15]:

1. Визначення об'єкту медіаплану, встановлення кола джерел необхідної інформації, здійснення збору, зберігання, перевірки, коригування, систематизації та обробки даних, проведення аналізу даних для з'ясування тенденцій формування попиту і пропозиції в даний момент. Інакше кажучи, першим етапом в процесі

підготовки медіа-плану є скрупульозне і ретельне вивчення основних даних про продукти або послуги, які належить просувати на ринку.

2. Визначення медіа-стратегії, виходячи з цілей і завдань інформаційної або рекламної кампанії. Складається первинний план, що містить перелік інформаційних, маркетингових або рекламних завдань, які згодом будуть трансформовані в цілі, поставлені перед засобами масової інформації. На даному етапі закладається фундамент подальшої роботи зі ЗМІ, визначаються цільові сегменти ринку і відповідні їм засоби масової інформації, тобто обирається пріоритетний напрямок медіа-політики.

3. Проведення медіа-досліджень. Аналіз ефективності можливого використання тих чи інших ЗМІ як носіїв повідомлення про предмет інформування, з урахуванням переваг і недоліків медіа-засобів. На даному етапі розробки медіаплану визначається кількість засобів масової інформації, які можуть бути залучені в просування інформації або товару на ринку.

4. Складання варіантів плану і його узгодження із замовником. Як правило, замовнику пропонується кілька варіантів розміщення його реклами та інформації. Кожен варіант передбачає перелік медіа-засобів, способів розміщення в них інформації, вартості інформаційних послуг і ступеня ефективності досягнення поставлених цілей і завдань.

5. На завершальному етапі визначається бюджет розміщення інформації або реклами в медіа-засобах, затверджується план роботи із засобами масової інформації.

До основних параметрів, які відображаються в медіаплані зазвичай відносять: *Rating* – величина, що показує відношення чисельності аудиторії даного медіа-засобу до чисельності населення в цілому, виражена в%; *Share* – величина, що показує відношення чисельності аудиторії даного медіа-засобу до величини цільової групи, виражена в%; *Reach* – ступінь охоплення аудиторії або частина (у відсотках) цільової аудиторії, яка хоча б раз (або *n* число раз) мала контакт з рекламним повідомленням; *Coverage* – загальна кількість людей, яких досягло рекламне або інформаційне звернення; *Frequency* – це частота

рекламних охоптів або кількість разів, яке середній представник цільової аудиторії, охоплений рекламною кампанією, проконтактує з рекламним повідомленням; GRP – сума рейтингів, яке набирає рекламне повідомлення за весь період рекламної кампанії в рамках даного медіа-засобу; CPP – відношення реальної вартості розміщення реклами в даному медіазасобі до рейтингу цього видання по цільовій групі або по населенню в цілому за період рекламної кампанії. Чим нижче CPP, тим дешевше обходиться рекламодавцеві вплив на дану аудиторію за допомогою даного медіа-засобу; OTS – загальна кількість контактів з рекламним повідомленням, яке вимірюється в тисячах чоловік; CPT – ціна інформування тисячі чоловік аудиторії засоби реклами. Чим нижче ця величина, тим дешевше обходиться рекламодавцеві вплив на цільову групу за допомогою даного медіа-засобу [4, с. 68].

Зазначимо, що в установі культури в якості продукту виступають різні соціокультурні послуги, що надаються їми відповідно до їх місії. Для більшості, в якості основних послуг виступають виставкова діяльність, тобто уявлення та інтерпретація колекцій, а також освітня робота, а саме: екскурсії, лекції, семінари, конференції тощо.

Отже, у сфері культури реклама виступає засобом популяризації соціокультурного продукту, дає можливість розширити ринок культурної продукції і стимулює розвиток культурних потреб населення. Вона може передавати суспільні, політичні та благодійні ідеї і тим самим ставати частиною громадського життя. Реклама допомагає інформувати споживачів про нові види послуг (зокрема соціокультурних), а розроблення медіаплану створюється для того, щоб донести рекламне повідомлення до споживача в певний проміжок часу і певну кількість разів.

Список використаних джерел:

1. Галанин С. Ф. Медиапланирование. Казань : Изд-во КНИТУ-КАИ, 2017. 88 с.
2. Рижий І. Б. Особливості планування рекламних кампаній. *Науково-інформаційний вісник Івано-Франківського університету права імені Короля Данила Галицького*. 2014. № 9. С. 281–287.

3. Скригун, Н. П. Медіапланування в системі маркетингових комунікацій. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/16369/1/Mediaplanning%20in%20the%20system%20of%20> (дата звернення: 25. 03. 2021)

4. Тендит, К. Н. Основы медиапланирования. Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВПО «КНАГТУ», 2013. 90 с.

Iryna Bashlak,

English adviser of Sumy State University

Leila Vyshniak,

student of Sumy State University

A SELECTION OF JOURNALISTIC ARTICLES: ESSAY

Essay is the main genre of artistic journalism, which expresses real events and facts with the help of imagery.

As a genre, essays have been and continue to be studied by a large number of scholars, at least because it belongs to both journalism and fiction. Speaking of journalism, it is almost impossible to find well-written essays in modern publications.

For the study, we chose a kind of genre, such as travel. The choice of this genre is due to its uniqueness, where the journalist must step out of the comfort zone, travel and describe the real picture in the world, thus helping recipients through the prism of their own perception to learn about any area, see and feel everything the author experienced even without being there.

Travel essays were studied by such scientists as T. Kovaleva, O. Guseva, S. Belkova, G. Kolosov, A. Tertychny and others.

The relevance of our study is due to the small number of high-quality travel essays in the information space of Ukraine.

In order to begin our research, we need to understand the basic terms. Since we have determined that essay is the main genre of art journalism, it is worth understanding what art journalism is.

Journalism is a type of journalistic and literary work that, from its own point of view, describes important social issues and aims to influence public opinion through

various means, including the means of emotional influence. The emotional component is an integral aspect of a journalistic work. However, this does not mean that journalism is designed to impose the views of the author. Emotionality is not used here to manipulate, but rather to emphasize the existence of the problem.

According to V. Zdorovega, journalism is «works in which relevant facts and phenomena are promptly researched and generalized from personal, group, state, universal positions in order to influence public opinion, public consciousness, and thus social practice» [8, p. 223].

But fiction is a figurative symbiosis of information genres with analytical ones. The scientist G. Prokhorov notes that «under this phrase are actually united three fundamentally different phenomena – popular science text, pictorial journalism and artistic and journalistic unity» [6].

Considering the essay in the system of artistic and journalistic genres, we understand that it is still not thoroughly studied. The fact is that in different countries it has different names. For example, in Europe, an essay is essentially an essay. But in post-Soviet countries, the essay is still a clearly defined genre with its own characteristics. As O. Guseva noted in her research, the essay is «a non-canonical genre of relatively late origin, focused on reality. Its genre and style features are due to the aesthetics of the fact, the attitude to the authenticity of the story» [2, p. 221]. In our opinion, the most accurate definition can be called from the literary dictionary-reference book: «An essay is a narrative work of art and journalism, which depicts real facts, events and specific people. It is close in volume to a short story, a short story, but it lacks a clear, complete plot, which is obligatory for the short story inherent in the story» [4, p. 477]. The essay is characterized by the constant presence of the author, who gives an assessment of the event and the necessary explanations. The main difference between an essay and a literary work is that in an essay fiction does not matter as much as fact.

There are different types of essays, which are classified according to different characteristics. O. Yakuba divides them into the following types:

- in the presence or absence of fiction: documentary, which is based on real events, with real people; fiction, which describes a typical situation, but with fictional events and characters;

- by means research of reality research : portrait; travel; problematic [7, p. 459]

The writer V. Kantorovych defines the following types of essays: fiction (essays), travel, lyric, portrait essays, moral essays, scientific and artistic, problematic. [3, p. 8, 22, 101, 178, 198]. However, in journalism there are 4 types: portrait, travel, problem and physiological - unrecognized, but one that takes place among the types.

As mentioned in the introduction, the type we have chosen is travel. This essay provides a journey of the author, which describes everything that happened around. O. Gusaeva in her work notes that it accurately captures the subtleties of social order, nature, architecture, beliefs of peoples of different countries and more. «And every time in the center of the story is its author, who expresses his attitude to what he sees» [2, p. 223]

As all genres change a little over the years, the travel essay is no exception. A new concept has emerged – «travel journalism», which has absorbed several different genres of journalism. According to V. Galechko-Lopatina, travel journalism is, to some extent, a kind of regional studies, which gives the opportunity to learn about the world, to get acquainted with different regions of the planet, geographical location, government, customs, traditions, language, customs of the people of a country [1, p. 35]. It is a kind of entertainment journalism that helps to identify countries and learn more about its culture. Travel journalists, so to speak, tell insights that you won't find out about anywhere else.

With the emergence of opportunities for Ukrainians to travel, travel blogs have become an integral part of the trip anywhere. Such blogs are now read much more than classic dry travel essays. Especially when it comes to online publications, where journalists have complete freedom of opinion and talk about everything without censorship, which is in other types of publications.

Content analysis of the archives of the online resource «Novoe Vremya»

For the period selected by us from 14.07.2020 to 17.12.2020 in the section «Travel» 60 articles were published [5]. Of these, 11 travel essays and this is 18.3% of the total amount of articles.

List of found travel essays: «The land of gourmets. What does the Croatian region of Istria, a paradise for lovers of delicious cuisine and the joys of life live by «?» It is impossible not to fall in love with it». What does Panama live by and breathe «?» «Everything is treated with humor. What does Chile live by? Cuisine, customs and habits infrastructure «,» Poor but sexy. Features of life in Berlin: multiculturalism, habits of citizens, interesting places «,» Albania without stereotypes. Cuisine, language, history – what you need to know about the country in the west of the Balkan Peninsula», «Experience hospitality for yourself. A businesswoman from Ukraine talks about her experience of living in Azerbaijan», «Rules of life in Canada: is it really a paradise for Ukrainians and how the country differs from the United States «,» Country of reference purity. What do the people of Switzerland live and breathe: traditions, values, work «,» Surrounded by the Alps. How does the French city of Grenoble live: cuisine, nature, local traditions «,» Hot heart of Western Ukraine. Diary of a trip to Truskavets in the coronavirus era». In addition to entertainment, food and culture, these articles also talk about the advantages and disadvantages of each city and the problems that people face every day. While reading this journalism, you do not always immerse yourself in the journey with the author, feeling yourself in that place. However, this is all because some articles are not written by journalists, but by ordinary people who simply convey what they saw and felt in a particular country. It all looks like a short blog, from which you will learn where to visit, what to taste, what to see and where not to poke your nose.

According to the results of content analysis, it is difficult to say that there are not enough traveling essays in the information space, but as for quality, there are really few of them. Although, given the modern preferences of the recipients, such short blogs also have their place in journalism.

References:

1. Galechko-Lopatina V. Travel journalism: role and functions. Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/trevel-zhurnalistika-rol-i-funktsii>

2. Guseva O. Modern travel essay: features of the transformation of the old genre. *Visnyk of Lviv National University. Journalism series*. 2014. Issue 39. P. 221–226
3. Kantorovich V. Notes of the writer on the modern essay. Moscow: Soviet writer, 1962. 372 p.
4. Literary Dictionary-Reference. Ed. RT Gromyak, YI Kovalev, VI Teremko. K. : БІЛ Академія, 2007. 752 с.
5. NV. Rubric «Travel». Access mode: <https://life.nv.ua/ukr/travel.html>
6. Prokhorov G. What is «artistic journalism»? Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/chto-takoe-hudozhestvennaya-publitsistika/viewer>
7. Yakuba O. Humanitarian education in technical higher educational institutions. Genre of essay in the creative work of Yuri Yarmysh. 2013. Issue 27. P. 458 – 466.
8. Zdrovega V. Theory and methods of journalistic creativity: Textbook. 2nd ed., Reworked. and add. Lviv : PAIS, 2004. 268 p.

Tetyana Pochatko,

senior Instructor of Foreign Languages Department

Viktoriya Kurochkina,

senior Instructor of Foreign Languages Department

Sumy State University

BALANCED VIEW ON POLITICAL CORRECTNESS

The term *political correctness* is supposed to be first used in 1987 in Alan Bloom's bestseller *The Closing of the American Mind*. In a narrow sense, this term is associated with protest against male dominance over females. In a broad sense, it covers sensitive topics of age, race and gender identity, social and property status, health and appearance, physical development, unemployment, and others. Most scholars consider that a precursor of political correctness must comply with various unwritten rules in many societies; in other words, to follow the principles of decency. All these things are *relevant* today as well.

Recently, political correctness has become a proven mechanism of behavior in various situations. In Western countries, they usually adhere to rational principles in everything, including language. As US scholars such as D. Adler, A. Bloom, D. Souza, D. Leo, D. Taylor noted, due to the active processes of migration, political correctness is continuously being implemented in practice since only tolerance in

statements and actions can ensure the peaceful coexistence of different nationalities on the same territory. Political correctness is manifested in the attempt not to use such language units that can hurt an individual's feelings and dignity but to use appropriate positive or neutral euphemisms. Political correctness has become a kind of way of life there, dictating specific standards of socio-cultural and linguistic behavior [2, p. 230].

Our study aims to maintain a balanced view of political correctness because it has become a matter of increasing interest to foreign and domestic linguists, philosophers, and culturologists. The works by L. Ionin, V. Panina, O. Alexandrova, V. Karaban, S. Terminasova, and other scholars emphasize that political correctness has caused a lot of heated debates for years and divided not only linguists but the entire public into ardent supporters and ill-wishers. The former defend this concept because it can effectively combat intolerance, prejudices, and injustice. The latter consider it only as an instrument of political control and manipulation, which is an obstacle to freedom of speech. Their arguments are based on the fact that too many expressions that have already been accepted or proposed as «politically correct» often sound exaggerated, unnatural and even ridiculous [3, p. 56].

Additionally, they argue that messages are often lost because of political correctness. Adding ambiguity, it worsens language

However, political correctness is an issue that cannot be overlooked and undoubtedly a fundamental issue for teachers of English as a foreign language. Our research also aims to increase the ability of teachers, and hence students, to be aware of certain social aspects such as diversity, flexibility, tolerance, democracy, and other characteristics. After all, we strive to prepare competent and qualified English language users, able to communicate successfully and properly understand its cultural aspects and subtleties.

In recent years, significant changes have occurred in gender-sensitive words and expressions in the English language. People become more attentive to the use of lexical elements and phrases that women perceive as offensive [2, p. 231].

Many of them, especially those who conclude various official documents, find it necessary to treat both men and women seriously and equally. Thus, for representatives of different sexes, words, and expressions that diminish their role or significance can be offensive. It is recommended not to use such terms and phrases that are perceived as those that reduce the role or importance of any sex representatives. Besides, unless it is crucial in a particular context, do not use words, expressions, and linguistic elements that characterize a person's gender.

According to H. Blamires, who is known for his works of literary history and criticism, *political correctness* has had its main effect on English in two areas of usage: the traditional vocabulary of gender and the vocabulary used in reference to human abnormalities [1, p. 311].

As our domestic linguist V. Karaban says, political correctness is a kind of censorship; this fact is emphasized by its opponents when they characterize political correctness as a challenge to democracy. Nevertheless, political correctness is a typical feature of the modern Western discourse reflecting the fundamental values of the corresponding societies (equality, personal rights, and freedoms). Political correctness is a relatively new area of lexical problems. It is considered necessary in official publications, including mass media [2, p. 234].

The number of politically correct lexical items in English is steadily growing from year to year. Currently, they are given preference when gender-marked words are considered to be socially unacceptable.

In Ukraine, the movement for political correctness in speech is not so prominent. There are only some trends in this direction. One of them has appeared quite recently. The conventional professions, such as *викладач, психолог*, etc. that were traditionally perceived as gender-neutral ones have acquired gender connotation as in the following examples: *викладачка, психологиня, філологиня, історикиня, маркетингогиня, фахівчиня, директорка, завідувачка, професорка* and even *доцентка*. Nevertheless, while working with our students and post-graduates (especially of the Journalism Department) at professional texts, we often encounter gender-neutral lexis required to be adequately translated, avoiding misunderstanding.

Having researched this topic, the authors consider it necessary to familiarize students of all specialties with this concept. This research will probably help them better understand the culture of English-speaking countries. Furthermore, this topic offers a wide range of relevant vocabulary. When selecting teaching materials for students majoring in «Law», «Journalism», «Economics» and «Medicine», the emphasis is primarily on words and expressions that are not recommended for use due to their undesirable connotations. According to S. Terminosova, «Political correctness requires removing from language all those linguistic units that affect an individual's feelings and dignity. Preferably, to find appropriate neutral or positive euphemisms for them».

We must pay attention to words and expressions that can be used instead, without negative connotations:

chairman = chairperson / chair; congressman = representative / member of Congress / legislator; ~~anchorman~~ = anchor; policeman = police officer / law enforcement officer; ~~businessman~~—US = businessperson / business executive / manager / business owner / retailer; cameraman = camera operator / cinematographer; forefather = ancestor; layman = layperson / nonspecialist / nonprofessional; militiaman = law enforcement officer / police officer; salesman = salesperson / sales representative; spokesman = spokesperson / representative; housewife = homemaker; insurance man = insurance agent; sportsman = athlete; obese = overweight; Negro = African American [2, p. 237].

Moreover, an understanding of political correctness will provide new perspectives in teaching English and expanding students' vocabulary while promoting justice, non-discrimination, and equality.

So, *we can conclude* that using politically correct language, which began with English and spread to many other tongues, was caused by the constant growth of socio-political consciousness. People began to realize the need to treat each other with understanding and respect – regardless of gender, nationality, religion, age, sexual preferences, etc. Politically correct language reflects all the changes in modern society that have taken place with the growing awareness of various minorities and

disadvantaged groups' rights. However, many opponents of this language reform believe that the development of political correctness has gone too far. Some of them argue that political correctness threatens freedom of speech and thought. Some Americans believe that if you say the “wrong thing” in America today, you could be penalized, fired, or even taken to court. Political correctness is running rampant, and it is absolutely destroying this nation [4].

Opponents of political correctness predict its imminent end. Their confidence is not without foundation in connection with the events of recent years. Thus, the terrorist attack on the French satirical magazine *Charlie Hebdo* reminded people of freedom of speech. The perished cartoonists from *Charlie Hebdo* and the magazine itself became symbols of the struggle for freedom of expression. Besides, it is worth mentioning D. Trump's attacks against political correctness. In his own words, Trump stated, «The big problem this country has — is being politically correct. And I don't frankly have time for total political correctness. And, to be honest with you, this country doesn't have time either [5]».

We believe that some politically correct words and phrases will remain in use, not to mention Western countries. For example, many students from the African continent study at Sumy State University. Our local students would never call them Negroes, as everybody knows that it sounds offensive. Therefore, in our opinion, this language phenomenon will survive. Still, Western society may get rid of excesses and extreme bigotry of political correctness.

References:

1. Blamires, H. «Penguin Guide to Plain English». Penguin Books, 2000. 360 p.
2. Kurochkina V., Pochatko T. Gender Issues of Political Correctness in English and Ukrainian Contexts. *Філологічний часопис «Кременецькі компаративні студії» Кременецької обласної гуманітарно-педагогічної академії імені Тараса Шевченка*. 2020. С. 230 – 239.
3. Plančić, Biserka et al. «Political Correctness – Maintaining a Balanced View». *University of Split – Faculty of Maritime Studies. Transactions of Maritime Science*. Vol. 2, 2013. P. 56–59. Access mode: <http://www.digibib.tu-bs.de/?docid=00051308>
4. Snyder, M. «19 Shocking Examples of How Political Correctness is Destroying America». 2013. Access mode: <https://www.silverdoctors.com/gold/gold-news/19-shocking-examples-of-how-political-correctness-is-destroying-america/>
5. Trump, D. «Donald Trump Quotes». Access mode: <https://www.brainyquote.com/quotes/donald>

Antonina Siryk,

senior teacher of physical culture and sports department

Oksana Gladchenko,

senior teacher of foreign languages department

Sumy State University

THE HISTORY AND CURRENT STATE OF VETERANS BADMINTON DEVELOPMENT

Veteran sport is a promising means of restoring human strength in the process of its training activities, as well as the possibility of self-affirmation and self-expression in free time professional and domestic activities. Veteran sport is not only a means of combating the negative phenomena of the modern information society, but also is able to form worthy values for a healthy lifestyle, ethical, aesthetical and moral and psychological factors in the public consciousness [1, p. 279].

Veteran sport is an attractive and emotional phenomenon and most importantly involves participation in competitions. Maybe in the beginning it's just participation, not victory, but later the struggle for progress necessarily begins, veterans try to achieve new sport results in their age categories. Participation in competitions, competitive activities become a target factor and a significant additional motivation for further training. For some athletes it is a partial return to youth, for others it is pleasure or the possibility of self-affirmation. But for most veteran sports including badminton this is a meeting of like-minded people, a purposeful, disciplining lifestyle, which gives optimism and confidence, encourages creative self-improvement, but instead it brings a sense of satisfaction, reliability, spiritual freedom, a successful solution to many everyday problems. Veteran sport improves the quality of life, gives free time from professional and domestic activities.

Veteran athletes are an example of longevity and high results and skills in various sports. Scientists have proven that for those who played sports in their youth, the need to continue physical activity remains throughout all their life. Otherwise, if the body does not receive the necessary load, it ages and collapses faster than the

organism of people who did not play sports before. Veteran sport is not only a means of combating the negative phenomena of modern information society but it is also able to form worthy value institutions for a healthy lifestyle, ethical, aesthetic and moral and psychological factors in public consciousness.

Badminton requires adults to show special physical and psychological qualities: general endurance, coordination, operational and analytical thinking, creativity, stability of attention and a high level of health. Competitive activity becomes a powerful motivation, gives a deeper meaning to physical activity and even changes lifestyle.

The purpose of this study is to consider the problems of veteran badminton development in the world and in Ukraine nowadays on the basis of theoretical analysis.

To achieve this goal we used the following research methods: analysis and generalization of data from scientific and methodological literature sources and the Internet; pedagogical observations; methods of mathematical statistics.

The International Badminton Federation (BWF) was formed on July 5, 1934, and it is no coincidence that most of the countries that founded the federation were parts of the former British Empire: England, Holland, Denmark, Ireland, Canada, New Zealand, Wales, France, and Scotland. Currently 186 countries on all continents are members of the International Badminton Federation. By the way there are only 195 independent states in the world.

The history of badminton development in Ukraine started from the period of the USSR. 1957 is considered to be the year of badminton appearance, when the country representatives at the World Student Festival in Moscow met with badminton athletes who came to this international forum. In 1961 the Badminton Federation of the USSR was formed and in the same year the first competitions with the participation of teams from Moscow, Leningrad, Kharkiv, Lviv and others took place. In 1962, the teams of the republics of Ukraine, Belarus, Russia, Azerbaijan, Kazakhstan, Tajikistan and the cities of Moscow and Leningrad met. In 1974, the USSR joined the International Federation, and in 1975 the European, and thus our

badminton players were able to participate in official competitions held by the International and European federations. The beginning of badminton development in Ukraine is considered to be 1961, when badminton players from Kyiv, Kharkiv and Lviv took part in official match meetings with athletes from Moscow and Leningrad. In 1962, the first championship of the republic was held in Ukraine, the champions were Agneta Kartsub (Lviv) and Volodymyr Lifshits (Kharkiv). Since 1992, badminton has been included in the program of the Summer Olympic Games. The speed of the steering wheel after hitting a professional athlete reaches 493 kilometers per hour, which is an absolute record for the speed of the game projectile. In one game, a player runs about five kilometers and makes up to four hundred shots on the steering wheel, and the match consists of two or three games. To master the entire technical arsenal, professional athletes spend up to ten years of intense training. Currently, the planet is dominated by Asian athletes (China, Republic of Korea, Indonesia), who win up to 90% of medals at world championships. Asian countries are followed by European countries: Denmark, Great Britain, Spain, France, Russia, Germany, and the Netherlands [2, p.52].

World Masters Games (WMG) are the highest-ranked veterans' competitions, which are held every four years and include many sports in the program. The first World Masters Games were held in Toronto, Canada in 1985 (22 sports, 61 countries, 8,305 participants). Recently, the number of WMG participants exceeds the number of participants in the Olympic Games and World Universiades. This is due to the fact that participants from 35 to 100 years of age and older are allowed to participate in WMG and there is no quota for the number of participants. The popularity of the World Games grew along with the number of athletes who participated in these large-scale competitions. Therefore, in 1995, members of international federations proposed the creation of the International Masters Games Association (IMGA), which aims to promote friendship and mutual understanding between sports veterans around the world regardless of age, gender, race and religion. Analyzing the geography of the World Games of Veteran Sports, we see that only twice these competitions were held on the European continent (Aalborg, Aarhus, Herning,

Denmark, 1989; Turin, Italy, 2013). That is why the European Masters Sports Association (EMSA) was established, under the auspices of which, since 2008, the European Masters Games (EMG) have been held every four years. These are sports competitions for Europeans 30-35 years and older, whose program consists only of summer sports, including badminton.

In 2011, the Association of Veteran Sports of Ukraine (AVSU) was established which is all-Ukrainian union of public organizations whose goal is the creation and formation of a single system of veteran sports, development of veteran sports at all levels, social protection of veterans of physical culture and sports, the improvement of organization of all-Ukrainian sport competitions for veterans, participation of veterans in international sport tournaments.

Recently, veteran badminton has received widespread support from Ukrainian Badminton Federation. In 2021 Ukrainian Badminton Federation presented a single calendar of tournaments among veterans and badminton amateurs. It was the first time when amateur-veteran competitions have been agreed and consolidated into a single calendar in a convenient format for the years of Federation existence. The list of competitions includes the official Ukrainian Badminton Championship among veterans in 2021. According to the rules of these competitions, players who took 1-2 places in each age group and each category get the right to represent Ukraine at the European Badminton Championship among veterans, which will be held in Croatia in summer 2021.

Today veteran badminton is popular and it is practiced by a significant number of athletes in the whole world and in Ukraine in particular. Thus the development of veteran badminton movement in Ukraine requires thorough objective researching problems of organization, sport methodology, training practice and right combination of physical culture, sports, health and work of sportsmen of all ages.

The authors of this study propose badminton as means of motor activity for the staff and teachers of our university. Badminton is a fully accessible sport and the effective means of physical development during recreational activities.

activities have a positive impact on human health and help to delay the ageing process. The huge opportunities inherent to the body of each person can be realized in health and active longevity only under the condition of systematic and regulated physical activity.

Prospects for further research will focus on the development and implementation of badminton recreational and health programs for the elderly to improve their health and slow down the aging of the body.

References:

1. Serdyuk D., Chernenko A., Gergerunov A., Sharton M. Analysis of the modern status of veteran sports development. *Visnyk of Zaporizhzhya National University*. 2017. № 1. P. 278–283
2. Калякін А., Білоус О. Суддівство в українському бадмінтоні. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ»*. Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства, 2018. № 4 (1280). С. 51–54
3. Siryk A., Gladchenko O. Recreation Activities of the Elderly and Positive Effect of Badminton on their Organism. *Матеріали XIII Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та викладачів Лінгвістичного навчально-методичного центру кафедри іноземних мов «To Make the World Smarter and Safer»*, 2019. Суми : СумДУ. С. 78.

Daria Taranova,

student of Sumy State University

GENDER STEREOTYPES IN SUMY REGIONAL TELEVISION NEWS

Traditional mass media, including television, is a special form of social communication. It acts both as a mirror and a pointer, identifying and establishing the unwritten rules of society. A special place among the latter is occupied by gender stereotypes – repertoire of emotions, attitudes, behaviors, and perceptions that are commonly associated more with one sex than with the other. Content analysis of journalistic materials can give us an existing picture: which stereotypes exist now in our society.

Anything related to gender remains problematic and provokes conflicts among people. Many issues are not fully resolved and articulated. At the same time, the vast majority of people perceive the idea of gender equality quite controversial [1].

The relevance of this study is caused by the need to identify the current state of gender presentation in regional Sumy region television: trace various aspects of gender balance or imbalance in media in numbers. The purpose of the study: to reveal the gender picture of the world reflected by regional media.

Objectives of the study: to analyze the video materials of the regional media of Sumy region over the selected period, paying attention to the gender composition of the heroes and experts appearing on the screen; topics and contexts in which men or women appear more often; the presence of stereotypical gender images, sexist content, hate speech against women or men; the coverage of some specific issues such as gender-based violence; use of femininities to denote women by field of activity, profession, social status, etc; to provide interpretation of the obtained data.

The object of the study is news videos of three Sumy TV channels, which were broadcast on weekday evenings from November 30 to December 13, 2020 (materials for analysis are taken from the official websites and YouTube pages of mentioned TV channels [2–4]):

- «Syohodni. Holovne» ('Today. The main thing') is an informational and analytical program lasting from 40 to 50 minutes, which is broadcast on the TV channel «UA: Sumy» on weekdays at 19:00.

- «Novyny Sumshchyny» ('Sumy Region News') is an informational and analytical program lasting from 10 to 15 minutes, which is broadcast on the STS TV channel on weekdays at 19:00.

- «Objectyv» ('Lens') is an informational program lasting from 10 to 25 minutes, which is broadcast on ATV at 20:00.

Research method: qualitative and quantitative content analysis of videos.

A total of 183 materials with a total duration of 12 hours and 20 minutes were studied. The results of the study are presented in Tables 1 and 2.

Table 1. Distribution of men and women by news topics.

News topics	Heroes and experts			
	Men		Women	
		%		%

Army and War	22	96	1	4
Art and Culture	7	50	7	50
Crimes Reports	21	75	7	25
Ecology	12	80	3	20
Economics and Business	18	75	6	25
Education	5	36	9	64
Everyday Life	5	28	13	72
Legal sphere	11	85	2	15
Medicine	28	55	23	45
Politics	87	84	17	16
Quarantine	8	50	8	50
Roads and Transport	42	84	8	16
Social Issues	10	29	25	71
Others	13	93	1	7

Table 2. Distribution of men and women by TV channels.

TV Channels	Heroes and experts			
	Men		Women	
		%		%
ATV	100	66	52	34
STS	72	71	30	29
UA: Sumy	108	70	46	30

In general, women are represented as heroines or experts in 31% of journalistic materials (respectively, men – in 69%). So on average, men are about 2 times more likely to get into news stories as heroes or experts. There is no significant difference between the channels.

Army and war (4%), law (15%) and politics (16%) are the least saturated by women topics. The most "equal" areas are Medicine (55% of men, 45% of women), Art and Culture (50% / 50%) and Quarantine (50% / 50%). Men are heroes or experts in 69% of videos. They are least represented in the topics of Everyday Life (28%), Social Issues (29%) and Education (36%). We also must notice the high number of

men in the materials classified as Crimes Reports. 100% of the criminals mentioned there are men, women – mostly victims.

Issues of gender-based violence were covered twice by UA: Sumy and ATV in the selected period of time. No separate material was devoted to gender equality, but in some issues it was mentioned casually. No stereotypical gender images, hate speech against one sex, etc. were observed during the study period.

All 4 channels adhere to the rules of the new spelling and use femininities in 100% of cases when needed.

The obtained data does not contradict other studies, including monitoring of national TV channels and regional channels of other regions of Ukraine [5–6].

The significant gender imbalance in TV news is caused by several factors, which can be divided into objective and subjective. The following are objective:

- there are far fewer women in politics, sports, army and other traditionally masculine spheres of life, especially in leadership positions; likewise, men are less involved in social work, child rearing and education;
- experts of the required level of competence among women or men sometimes may be absent altogether;
- journalists cannot influence who will respond to the information request sent to the institution;
- men are more likely to commit crimes, and therefore more likely to become heroes of news about it.

Subjective factors are how journalists or editors choose which events to respond to and who to involve. In this matter, we can speculate for a long time about the probable causes of their actions. But if we want these assumptions to be more serious, we need to communicate with the journalists themselves: develop a questionnaire or a series of tests to identify mental patterns. This may be a topic for further research of gender balance in the media. It is difficult to determine the proportions of objective and subjective factors in each case.

The value of this study: it gives us a situational picture of gender balance and the presence of the sexism in the regional TV channels of Sumy region covering the most

important issues of gender discourse in the media. We see that modern society is far from gender equality. Women are much less likely to be in the spotlight, which may indicate certain authors' bias, as well as low number of women in various fields. The picture of the world created by media helps to reinforce the stereotypes though it is impossible to speak about conscious advancement of certain opinions by authors of materials.

The obtained data is interesting for science and practice because it depicts specific examples and numbers the gender picture of the world, which is reflected and formed by the media. It can be a stimulus for further research of the presence of gender stereotypes in social communications, a basis for creating manuals for journalists, and so on.

References:

1. Стельмах Б, Ярош О. Гендерна чутливість українських медіа. Порадник. Луцьк: Волинська мистецька агенція «Терен», 2018. 67 с.
 2. Суспільне Суми. 2020. URL: <https://www.youtube.com/c/C> (дата звернення: 15.01.2021).
 3. Телеканал «АТV». 2020. URL: <http://www.atv.sumy.ua/shows/informatsijni-peredachi/ob-ektiv-vipusk-novin.html> (дата звернення: 15.01.2021).
 4. Соціальне Телебачення Сумщини. 2020. URL: <http://sts.sumy.ua/all-video-news> (дата звернення: 15.01.2021).
 5. Детектор медіа. 2020. URL: <https://detector.media/infospace/article/> (дата звернення: 15.01.2021).
 6. Совенко О. Гендерний дискурс у сучасних медіа (на матеріалах моніторингу регіональної преси 2017–2018). URL: gendermaterialah-monitoringu-regionalnoi-presi-2017-2018-134487.html (дата звернення: 15.01.2021).
- Academic adviser:* I. A. Bashlak, Senior Lecturer at the Department of Foreign Languages, Sumy State University

Наталія Коляда,

канд. психол. наук

старший викладач кафедри психології, політології та соціокультурних технологій
Сумського державного університету

Анна Перепелиця,

студентка Сумського державного університету

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОСІБ ЮНАЦЬКОГО ВІКУ З РІЗНИМ РІВНЕМ МЕДІАГРАМОТНОСТІ

Актуальність дослідження. Стрімкий розвиток у сучасному світі інформаційно-комунікаційних технологій та системи мас-медіа нагально потребує цілеспрямованої підготовки особистості до вмілого і безпечного користування ними.

Медіа потужно й суперечливо впливають на освіту молодого покоління, стаючи одним із провідних чинників його соціалізації, стихійного соціального навчання. Незважаючи на численні напрацювання вітчизняних та зарубіжних дослідників проблема медіаграмотності потребує подальшого аналізу, що пов'язане із недостатнім вивченням психологічного фактору даного поняття.

Актуальним і водночас найменш емпірично дослідженим є існування зв'язку між акцентуаціями характеру, психічними станами особистості при критичному сприйманні інформації, що і зумовило вибір теми дослідження – «Психологічні особливості осіб юнацького віку з різним рівнем медіаграмотності».

Мета дослідження – визначити психологічні особливості осіб юнацького віку з різним рівнем медіаграмотності. Означена мета конкретизується в таких завданнях:

1. Визначити сутність понять «медіаграмотність», «акцентуації характеру» та «домінуючий стан».
2. Підібрати методики з діагностики рівня медіаграмотності, типу акцентуації та домінуючого стану у осіб юнацького віку.

3. Провести емпіричне дослідження медіаграмотності, домінуючого психічного стану та акцентуації характеру у студентів закладів вищої освіти та опрацювати його результати.

У дослідженні брали участь 62 студенти I-IV курсів Сумського державного університету, Сумського державного педагогічного університету та Сумського національного аграрного університету. За гендерним розподілом у дослідженні брали участь 30 осіб чоловічої статі та 32 особи жіночої статі.

У якості інструментарію ми використали анкету визначення рівня медіаграмотності, методику визначення домінуючого стану Л. В. Куликова та методику визначення акцентуацій характеру К. Леонгарда (модифікація Г. Шмішека).

Основні результати та висновки дослідження, їх цінність. Основу медіаграмотності кожної особистості становлять її аналітичні здібності і критичне мислення, а саме: уміння порівнювати, групувати, узагальнювати факти, властивості, явища, встановлювати взаємозв'язки поміж ними, інтерпретувати, оцінювати інформацію, робити висновок на підставі наявної інформації, застосовувати отримані у результаті розуміння медіатекстів знання у повсякденному житті, формувати свою позицію щодо фактів, відображених в мас-медіа. Сила переконань особистості базується на кількості і якості структурованих знань, якими вона володіє. Крім того, якість структурованих знань базується на наявних навичках й досвіді конкретної особистості. Можна наголосити, що люди, які діють на нижчих рівнях медіаграмотності, мають слабкі та обмежені погляди на медіа, мають більш поверхову і менш організовану структуру знань. Все це може формувати неадекватний погляд на значення медіа повідомлень [1].

Юнацький вік є періодом вдосконалення інтелектуальної сфери, у першу чергу, мислення, а також інтенсивного формування системи особистих цінностей, яка впливає на становлення характеру і особистості у цілому. Характер в юнацькому віці відрізняється певним рівнем дисгармонійності,

зокрема, спостерігаються неврівноваженість й суперечливість, протиріччя між моральними принципами і реальною поведінкою.

А. Реані і С. Лукін встановили, що акцентуації – це гіпертрофована вираженість деяких рис характеру, що зумовлює підвищену уразливість людини відносно певного роду дій і ускладнює її адаптацію у деяких специфічних ситуаціях [4]. А. Личко звернув увагу на той факт, що надмірне посилення деяких рис характеру, при якому спостерігаються відхилення у поведінці людини, які не виходять за межі норми та межують з патологією, найчастіше спостерігаються у підлітковому і юнацькому віці [2]. Тому надмірні прояви деяких рис характеру можуть виконувати роль бар'єрів на шляху до реалізації особистості в юнацькому віці та впливати на розвиток її медіаграмотності зокрема.

Психічні стани теж пов'язані з розвитком медіаграмотності, оскільки вони виступають і як система організації психічних процесів, і як суб'єктивне ставлення до явища, що відображається, і як механізм оцінки відображуваної дійсності. У психічних станах відображається взаємодія людини з життєвим середовищем. Будь-які суттєві зміни зовнішнього середовища і внутрішнього світу особистості викликають певний відгук у людини як цілісності й спричиняють перехід в новий психічний стан, змінюють рівень активності суб'єкта, характер його переживань.

А. Махнач відмічає, що людина не може залишатися байдужою до навколишнього світу. Предмети, що її оточують, події, свідком чи учасником яких вона стає, викликають у людини різні почуття. Радість, сум, гарний чи поганий настрій, переляк, гнів – все це різні емоційні процеси. Вони виражають відношення людини до дійсності [3]. Емоційно забарвлена маніпулятивна інформація в медіа може безпосередньо впливати на психічний стан людини.

Під час проведеного емпіричного дослідження встановлено, що 5% студентів мають низький рівень медіаграмотності, 69% – середній та 26% – високий рівень медіаграмотності. При порівнянні результатів за гендерним

показником ми з'ясували, що особи чоловічої статі мають вищі показники медіаграмотності, ніж особи жіночої статі (табл. 1).

Таблиця 1.

Порівняння результатів дослідження рівня медіаграмотності за гендерним показником

Рівень медіаграмотності	Особи жіночої статі	Особи чоловічої статі
Низький	3 (9%)	-
Середній	25 (78%)	18 (60%)
Високий	4 (13%)	12 (40%)

У осіб юнацького віку найбільш вираженим типом акцентуації характеру є екзальтований (39%). Загалом присутні всі типи, крім застрягаючого та педантичного. Найменш вираженим є дистимний (у 81 % респондентів даний тип акцентуації відсутній, у 13 % – присутня тенденція, а у 6% присутня ознака). У осіб жіночої статі у юнацькому віці в більшій мірі присутні та більш виражені акцентуації характеру, ніж у осіб чоловічої статі. У осіб чоловічої статі домінує високий рівень медіаграмотності та менш виражені акцентуації характеру. Це може свідчити про те, що особи, які мають високий рівень медіаграмотності, мають меншу вираженість акцентуацій характеру.

Результати дослідження домінуючого стану показали, що у осіб юнацького віку більш ніж 90% респондентів переважають низькі оцінки за всіма шкалами. Це означає, що у молодих людей, які мають низькі оцінки за даною методикою, пасивне ставлення до життєвої ситуації. Характерна втома, незібраність, млявість. Знижено можливість проявляти активність. Переважає інтенсивне прагнення здійснити необхідне, в більш повній мірі діяти, вести себе бажаним чином. Властиво збільшене залучення ресурсів або активізація захисних механізмів. Підвищено схильність відчувати занепокоєння в широкому колі життєвих ситуацій. Низькі оцінки за шкалою «По» свідчать про високу критичність самооцінки та велике прагнення бути щирим.

Такі результати можуть пояснюватися тим, що в умовах 2020 року, коли по всьому світу поширювалася коронавірусна інфекція і люди жили досить

тривалий час у достатньо сильному стресі, то це безумовно могло вплинути на загальний психічний стан людини, особливо під час великого (емоційного та не завжди правдивого) потоку інформації в медіапросторі.

Медіаграмотність має позитивний кореляційний зв'язок із збудливим, циклотимним типами акцентуацій у осіб жіночої статі та гіпертимним у осіб чоловічої статі. Також за шкалами «бадьорість – смуток», «розкутий – напружений», «спокій – тривога», «задоволеність – незадоволеність життям у цілому» домінуючого психічного стану у осіб жіночої статі та «активне – пасивне відношення до життєвої ситуації» у групі чоловічої статі. Негативний кореляційний зв'язок застрягаючого типу акцентуації та шкали «активне – пасивне відношення до життєвої ситуації» у осіб жіночої статі.

Отже, в ході емпіричного дослідження були виявлені гендерні відмінності між розвитком медіаграмотності у осіб юнацького віку. А також було встановлено наявність позитивного та негативного кореляційного зв'язку між медіаграмотністю та акцентуаціями характеру та домінуючими психічними станами, що підтверджує гіпотезу нашого дослідження. Таким чином, отримані результати доцільно використовувати при розвитку вміння критичного осмислення інформації, що може сприяти покращенню інформаційної безпеки країни, відігравати стратегічну роль у вихованні патріотизму молоді та формуванні української ідентичності.

Список використаних джерел:

1. Іванов В. Ф. Медіаосвіта та медіаграмотність. Київ: Центр Вільної Преси, 2013. С. 6–24.
2. Личко А. Е. Психопатии и акцентуации характера у подростков. Речь: СПб, 2009. 256 с.
3. Махнач А. В. К проблеме соотношения динамических психических состояний и стабильных свойств личности. *Психологический журнал*. 1995. № 3. С. 35–43.
4. Реан А. А. Методическое руководство по исследованию типов акцентуаций / А. А. Реан, С. Е. Лукин. СПб: ГП «Иматон», 1993. 52 с.

Станіслав Кармазін,

студент Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя

**ВПЛИВ ФОРМАТУ ТЕЛЕПЕРЕДАЧІ НА МЕТОДИ ВЕДЕННЯ
ІНТЕРВ'Ю (НА ПРИКЛАДІ АВТОРСЬКОЇ ПРОГРАМИ «В ГОСТЯХ
У ДМИТРА ГОРДОНА»)**

Проблемне інтерв'ю – найскладніше з усіх різновидів цього жанру. Інтерв'юер повинен заздалегідь продумати основні тези бесіди, свої питання і судження, а також – можливі контраргументи співрозмовників, їх реакцію на свої питання і свою – на їх відповіді. Пошук найбільш раціональних прийомів ведення інтерв'ю, що допомагає висвітлити проблемні моменти, сьогодні на часі, оскільки смаки телеглядачів постійно змінюються, а задоволення потреб вибагливого споживача інформації потребує як творчого підходу, так і особливої поведінки журналіста.

Аналіз останніх досліджень та публікацій свідчить про те, що жанр інтерв'ю став предметом розгляду в публікаціях науковців О. Чекмишева, М. Кім, О. Кузнецової, М. Василенко та ін. Із публікацій останніх років варто звернути увагу на статті С. Котляр та В. Федоренко [1], а також І. Венгер [2], К. Катріч, С. Демченко [3]. Проте методи ведення інтерв'ю в авторській програмі, а також манера поведінки телеведучого в кадрі, що і впливає на формат передачі, можуть стати підґрунтям для подальших досліджень розвитку жанру.

Мета статті – дослідити яким чином формат телепередачі впливає на методи ведення інтерв'ю, на прикладі авторської програми Дмитра Ілліча Гордона.

«В гостях у Дмитра Гордона» – авторська телепередача, що почала виходити в ефір з 2000-го року. В основу ідеї було покладено журналістські інтерв'ю, що опубліковані в численних книгах. Формат телепрограми – бесіди з відомими діячами культури, науки, політики, мистецтва, спорту, літератури,

космонавтики, бізнесу, журналістики, театру. Це своєрідний літопис радянської та пострадянської доби.

«Всі ці роки я активно спілкувався з людьми – простими, знаменитими, видатними і великими, – ловлячи їх часом в хвилини відвертості. Упевнений, їх долі, почуття, думки і переживання становлять безсумнівний інтерес для багатьох», – говорить журналіст [4].

У передачі використовуються відеокадри, фотографії із життя зірок. Глядачам цікаво подивитися, наприклад, на фотографії з дитинства знаменитої людини, охопити зором інформацію, почути інтонації відповіді героя телепередачі та відчутти, з якою радістю або біллю людина розповідає про своє життя.

Концепцію передачі Дмитро Гордон визначає так: «Я робив інтерв'ю з тими людьми, які творили на цих землях епоху, й були самі епохою. Я робив інтерв'ю для того, аби наступні покоління, подивившись їх, мали змогу дізнатися про те, що діялося на цих землях безпосередньо від очевидців» [5].

Переглянути проект телеглядачі різного віку та категорій можуть в онлайн режимі на сторінках мережевого порталу [6]. Аудиторія – люди різного віку, яким не байдужа історія держави та регіону, в якому вони проживають.

Тривалість програми – до 50 хвилин. Програма виходила на Першому національному (переважно в суботу і неділю), на телеканалі Tonis (понеділок–п'ятниця) і ЦК (щодня). Протягом чотирьох років (2008–2012) передача виходила на ТРК «Київ».

Для телевізійного проекту «В гостях у Гордона» було обрано формат в основі якого проста і ненав'язлива бесіда, що проходить між незмінним ведучим і його гостями. Завдання автора – організувати інтерв'ю так, щоб розкрити особистість співрозмовника, з метою відвертої розмови. Особливістю програми, а також безперечною її перевагою порівняно з іншими програмами цього жанру, є той факт, що перед нами діалог, який відбувається наодинці між Д. Гордоном і зіркою.

Д. Гордон поділяє інтерв'ю на дві або три частини. Також редакція видання часто використовує прийом «незакінченого матеріалу», коли продовження інтерв'ю виходить у наступному випуску. Саме ця особливість вирізняє стиль Д. Гордона, що відповідно притягує аудиторію дивитись наступний випуск телепередачі.

Критики окремо відзначають манеру поведінки інтелігентного ведучого, що виявляє особливу тактовність та індивідуальний підхід до кожного конкретного гостя, який прийшов у студію.

Інтерв'ю переважно використовується для пояснення героєм якихось подій його життя, тоді як сама бесіда може не мати інформаційного приводу. Автор спілкується із співрозмовниками на рівних, іноді в досить відвертій формі. Не лише ставить запитання, а й підтримує сам розмову. Бесіду доповнюють архівні кадри й фотографії, які допомагають більше дізнатися про гостя. В результаті телеглядачі слухають історію з вуст тих людей, які брали безпосередню участь у певній події.

У такому форматі було випущено більше тисячі інтерв'ю, що свідчить про актуальність інформаційного продукту. Регулярно виходять нові відеоматеріали. Отож, соціальний запит на телеінтерв'ю Дмитра Гордона досить високий. Про це свідчить й активність переглядів відеоматеріалів в соціальній мережі You-Tube.

Наведемо статистику рейтингу записаних інтерв'ю. Кількість підписників на ютуб-каналі «В гостях у Гордона», який є транслятором інтерв'ю 907 000 осіб, що в середньому є високим рівнем за кількістю аудиторії на соціальній платформі. Основною віковою групою глядачів є молоді люди віком 25–35 років. Інтерв'ю користуються популярністю у різних за віком категоріях. Також аналітика каналу свідчить про те, що телеінтерв'ю Дмитра Гордона дивляться більше жінки, ніж чоловіки [7].

Телепрограма супроводжується вступною візуальною заставкою, на якій демонструються фотоматеріали із професійної діяльності та особистого життя гостя, з яким буде проведено телеінтерв'ю. Фото супроводжує озвучений текст.

Заставка закінчується демонстрацією профілю Дмитра Гордона, у відповідному дизайні телепрограми та аудіо фоном, який звучить в телепередачі понад 25 років.

Безпосередня частина телепрограми – це інтерв'ю, яке записується у затишній, комфортній для спілкування атмосфері. Місця запису відеоматеріалу – ресторан, готель або дім самого гостя, тобто камерна обстановка. Відбувається спокійний діалог, відсутня фонова музика, яка інколи може відволікати увагу глядачів від героя. Така атмосфера більш схожа на домашній куточок, в якому гість програми відчуває себе комфортніше і може відкрити історію свого життя.

Численні герої передач Дмитра Гордона неодноразово підкреслювали цю особливість. Так, Надія Бабкіна згадує: «Я зустрічалася з Дімою Гордоном, з його командою. Дуже сподобалася атмосфера й обстановка, в яку він мене запросив. У передачі ми говорили про життя, але було таке відчуття, що ми просто чайку попили. Посиділи і поговорили один з одним, і все було чудово» [8].

У більшості телеінтерв'ю темп голосу як журналіста, так й інтерв'юйованого занадто спокійний, приємний для сприймання пересічним глядачем. На це безпосередньо впливає формат телепрограми та особливість методу ведення інтерв'ю Дмитра Гордона. Для кращого розуміння ролі журналіста в кадрі даної телепрограми. Дмитро Гордон говорить: «Справа в тому, що є репутація і у мене, і у програми, яка йде попереду мене. Всі гості знають, що буде цікаво, добре і комфортно. Навіть якщо і буде пресинг, так тільки для того, щоб їх відкрити: гості розкажуть про себе з такого боку, що соромно потім не буде. Наприклад, Юрій Яковлев не хотів давати інтерв'ю, але йому подзвонив Роман Віктюк і сказав: «Юра! Це клас, ти отримаєш задоволення!». Яковлев прийшов – і не пошкодував» [9].

Як правило, питання в інтерв'ю із зіркою стосуються бажань, надій, розчарувань, стосунків з іншими людьми, дітей, батьків, друзів, про слабкі й сильні вияви «зіркового» характеру. Журналіст примушує зіркового героя

згадати дитинство, навчання в школі, перший виступ, людей, яким «зірка» завдячує своїм успіхом. Часто такі інтерв'ю у Гордона відбуваються у формі світської розмови, але частіше на зіткненні міфу й реальності, щастя та нещастя. Згадаймо інтерв'ю з Людмилою Гурченко, Наталією Кустинською.

Д. Гордон починає інтерв'ю з розігріву співрозмовника – питань, які дозволяють йому знайти спільні точки. Це можуть бути питання про мистецтво, свійських тварин, будь-які «наївні» питання про професійну діяльність людини.

Розмова проходить в одному темпі, а співрозмовник, поступово «розкриваючись», надає потрібну інтерв'юєру інформацію. У випадку з Дмитром Гордоном та його передачею-літописом ця інформація може бути не зовсім актуальною на сьогоднішній день, вона радше носить статус особистої думки, погляду очевидця на яку-небудь важливу подію, яка могла відбутися як давно, так і зовсім недавно.

В цілому варто зазначити, що основа такого інтерв'ю – це соціально важливі роздуми та авторитетні погляди на діяльність, представником якої є інтерв'ююваний. У розмові порушується проблематика часу, коли гість був найбільше в ній активний.

Гордон запрошує на авторську програму різних людей, у тому числі політиків – М. Саакашвілі, В. Ющенко, Б. Березовського, Л. Кравчука, Натана Щаранського тощо. У такій бесіді не зовсім зрозумілий кінець розмови. І все ж таки основним приводом для інтерв'ю з політиком, який поєднує в собі дві ролі – відповідального за те, що відбувається, та експерта по відношенню до дій інших осіб – є інформаційний привід, зумовлений ситуацією або проблемою. Так, наприклад інтерв'ю з Михайлом Саакашвілі, під час складної політичної ситуації в Україні, пов'язаної з його поверненням до владних структур.

Вважаємо, що для передачі Дмитра Гордона більш характерний метод опису. Це виявляється, коли журналіст говорить про свого гостя. Опитування як таке фактично відсутнє, адже формат та особливість телепрограми не підходить під використання даного методу. Зазначаємо, що, незважаючи на

особливий формат телепередачі, в матеріалах Дмитра Гордона витримано всі журналістські вимоги щодо інтерв'ю.

Список використаних джерел:

1. Котляр С. В., Федоренко В. П. Авторська програма – обличчя вітчизняного телебачення. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. Серія : Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. 2018. Вип. 1. С. 5–17.
 2. Венгер І. Авторські програми в контексті комерційного телебачення *Теле-та радіожурналістика*. 2014. Вип. 13. С. 169–175.
 3. Катріч К., Демченко С. Стиль ведучого як вагома складова в авторських програмах формату «трепел-журналістика». *Молодий вчений*. 2015. № 6 (3). С. 132–134.
 4. Гордон – Україна, Россия, Ukraine, Russia (English subs). URL : <https://youtu.be/in7tepc2shg>
 5. Гиркин (Стрелков). Донбасс, МН17, Гаага, ФСБ, полудохлый Путин, Сурков, Божий суд. «ГОРДОН» (2020). URL : https://youtu.be/hf6K6pjK_Yw
 6. В гостях у Гордона. URL : <https://youtube.com/user/vgostyahugordona>
 7. Гордон показав, сколько десятков тысяч долларов в месяц зарабатывает в ютубе URL : https://youtu.be/sh5pZhv_mkk
 8. Надежда Бабкина. «В гостях у Дмитрия Гордона» (2004) URL : <https://youtu.be/rQScg2zD8F4>
 9. Юрий Яковлев. «В гостях у Дмитрия Гордона». 1/2 (2008). URL : <https://youtu.be/yu-9oCELvU8>
- Науковий керівник:* Н. С Подоляка, кандидат наук із соціоціальних комунікацій, доцент кафедри української літератури, методики її навчання та журналістики Ніжинського державного університету

Карина Ведмидера,

студентка Сумського державного університету

ОБРАЗ ВОЛЬОВОЇ ЖІНКИ

У ТВОРАХ КЛИМА ПОЛІЩУКА І МИКОЛИ БАЙКОВА

Проблематика, що стосується жінок, здавна цікавила письменників і науковців. Вона досить різнопланова: особливості жіночих типів, гендерний аспект, феміністичний дискурс. Так, Микола Костомаров та Іван Франко піднімали тему емансипації жінок. Наталя Кобринська та Олена Пчілка дали змогу українській літературі почути «інтелігентний жіночий голос, а разом з ним феміністичну ідею» [4, с. 70]. Дослідниці Соломія Павличко і Віра Агеєва через звернення до модерністських і постмодерністських тенденцій вивчали

феміністичні мотиви, гендерні студії – предмет дослідження Тамари Гундорової.

Заслуговує уваги образ сильної, вольової жінки, яка є головною героїнею творів як і російських, так і українських авторів. Дослідженню типу жінки-«амазонки» у малій прозі письменників-емігрантів К. Поліщука, Дмитра Тягнигоре, М. Байкова, І. Сургучова присвячена стаття Ірини Жиленко [3]. Ця тема є малодослідженою, у чому й полягає *актуальність* нашої роботи.

Мета розвідки – методом порівняльного аналізу схарактеризувати образ сильної жінки у творах з документальною основою – «Отаманша Соколовська» Кліма Поліщука та «Тигрица» Миколи Байкова.

У 1921 році у світ вийшла збірка «Червоне марево. Нариси та оповідання з часів революції» яскравого представника української літератури Кліма Поліщука (1891–1937). У ній було надруковане велике оповідання «Отаманша Соколовська» (1920), події якого відбуваються в Україні під час національно-визвольних змагань. Підзаголовок до твору – «Із записної книжки». Автор брав участь у повстанських загонах Соколовських і його надзвичайно захопив «граціозний образ гнучкої, золотоконої, синьоконої» [2] юної дівчини-легенди Олександри Соколовської – отаманші Марусі. Ця історична особа є загадковою, вона й зараз викликає неабияку цікавість істориків, публіцистів [2].

«Думаєте, що мені війна потрібна? Що мені з того? Я жінка ще молода і жити хочу, але що поробиш?.. Все, що тільки було в нас, знищено й пограбовано. А тепер, як бачите, нема кому мене оберігати, а навпаки... я оберігаю...», – говорила Маруся [5, с. 248]. Дівчині було лише 17 років, коли вона стала на захист країни від більшовиків. Історики свідчать, що юна амазонка Саша Соколовська була родом із Житомирщини. Вона пройшла своєрідний ритуал посвячення у козацьке лицарство на вершині Дівич-гори, давнього горбулівського капища. Ставши там отаманом Марусею на чолі повстанського загону із 300 шабель, 700 багнетів, 10 кулеметів та 3-х гармат [2].

У творі Кліма Поліщука Маруся розповідала, що життя змусило її стати отаманшею: «Всі люди, які коло мене, дісталися мені в спадщину після мого

брата, як його замордували червоні. Якийсь час людьми керував батько, але, як і його спіткала та сама доля, тоді вже я мусила взятися за діло» [5, с. 248]. Письменник особисто знав Марусю і висловлювався про неї так: «Я мовчки дивився на її стрункий стан, в сірому захисного кольору платті, на коротко підстрижене волосся і сині, з тасмними вогниками, очі, і не міг вимовити жодного слова... Вона була у чоботях з острогами, в короткій спідниці, синій чумарці, і сірій шапці з червоним шликом, вздовж якого було написано: «Смерть ворогам України!» [2]. Автор захоплювався її хоробрістю, вмінням керувати загоном, обачливістю й спритністю, водночас відмічав і тендітні жіночі якості. Коли вона сідала за фортепіано, «якось принишкла, зігнулася, стала маленькою», такою, якою зустрів її вперше у зимовий вечір, коли дівчина грала «сентиментальний старовинний російський вальс», який його тоді так зворушив [5, с. 247]. Очевидно, що не кожен чоловік, а тим паче жінка, не зможе взяти на себе таку відповідальність, як це зробила Маруся. На сосновому хресті новий отаман Шабатурка написав непафосний некролог: «Тут спить донька України Марійка Соколовська, родом з села Горбулеза, Радомиського повіту (на Київщині). Боролась за право. Загинула від руки зрадника 6 листопада 1919 року. Прохожий, схили голову перед її завчасною могилою!» [2].

Образ сильної жінки змальовував і російський письменник-емігрант Микола Байков (1872–1958). Цей талановитий автор народився в Україні, у місті Києві. Як письменник-натураліст, мав неабияку славу по всьому світу. Його твори друкувалися в Китаї, Японії, Англії, Франції, але ім'я автора було забуте на довгі роки. У 1914 році Байков видав збірку «В горах и лесах Маньчжурии», у якій міститься роман «Тигрица», оснований на реальних подіях. Підзаголовок до твору – «Таежная быль» [1].

Головною героїнею твору є сильна, хоробра жінка Настя. Під час полювання на тигрів її коханий був тяжко поранений та ледь не помер, якби не її спритність. Настя змогла стягти тіло мертвої тигриці з Григорія, зняла із себе весь одяг, що послугував чоловіку за бинти. Але зима давала про себе знати,

тому Настя вирішила нести Григорія на собі. Заради його спасіння, вона обрізала свої довгі коси, з яких зробила тугі мотузки. «Если бы не моя коса – мы бы с ним пропали», – говорила жінка. Наратор зауважував: «Этот подвиг показывает, на что вообще способна слабая телом, но сильная духом женищина!» [1, с. 593].

Герой роману Бобошкін, друг Григорія, теж висловлював своє здивування з того, що змогла вчинити Настя: «Теперь я вижу, Настасья, что ты, хотя и баба, но молодец и настоящий герой!» [1, с. 594]. Він схвильовано розповідав про мужню жінку: «Ведь-вот, поди ж ты! Говорят, женщина существо слабое, а то, что сделала Настасья, сделает не всякий мужик! А почему? Да потому, что у неё душа большая и сильная, а у кого душа маленькая, тот большего дела не сделает!». Бобошкін зізнавався, що не любить жінок, але «...Настасья не в счёт, с её душой ей надо было родиться мужиком!» [1, с. 600].

Поруч з мужніми якостями Насті автор описує її як гарну господиню. У неї на столі завжди було, що поїсти. Вона незмінно вставала раніше за всіх, щоб приготувати тигроловам сніданок, обід, вечерю. Як хранителька домашнього вогнища, вона створювала затишок, облаштовувала оселю, виховувала дітей. Навіть маленьке сліпе тигреня, яке було голодне, вона годувала груддю: «Взяв малыша, Настя прижала его к своей груди, и у неё, как молния, блеснула мысль: «Зачем же водой, когда я могу дать ему своего молока!» [1, с. 676]. Коли вождь озброєних банд, що діяли в Маньчжурії, дізнався про це, сказав: «Теперь я вижу, что жена Григория действительно героиня, достойная своего мужа!» [1, с. 676].

Отже, в оповіданні Кліма Поліщука і романі Миколи Байкова, заснованих на реальних подіях, спільним є тип сильної мужньої жінки – справжньої амазонки. Ці тендітні, сентиментальні жінки у вирішальний час стають на захист своєї країни, як Олександра Соколовська, або з останніх сил рятують коханого, як це зробила Настя. Жінки вражають своєю мужністю і великою душею. Поліщук і Байков порівнюють їхні якості з чоловічими, але не

забувають і про жіночність, бо не кожен чоловік може стояти поруч з цими жінками-амазонками.

Список використаних джерел:

1. Байков Н. А. В лесах и горах Маньчжурии: очерки; Тигрица: повесть. Владивосток: Рубеж, 2011. 736 с.
 2. Гонський В. Час воїнів. Олександра Соколовська – отаман Маруся. *Історична правда*. 2011. 26 січня. URL: <https://www.istpravda.com.ua/columns/2011/01/26/18551/> (дата звернення: 01.04.2021).
 3. Жиленко І. Р. Жінка-амазонка в малій прозі українських та російських письменників першої хвилі еміграції. *IX Міжнародний конгрес україністів. Літературознавство: збірник наук. ст.* (До 100-річчя Національної Академії наук України). Київ, 2018. С. 100–108.
 4. Павличко С. Дискурс модернізму в українській літературі: монографія. Київ: Либідь, 1999. 447 с.
 5. Поліщук К. Вибрані твори. Київ: Смолоскип, 2008. 704 с.
- Науковий керівник:* І. Р. Жиленко, доктор філологічних наук, доцент кафедри журналістики та філології Сумського державного університету

Зореслава Шеденко,

студентка Сумського державного університету

ЖУРНАЛІСТСЬКА СПІЛЬНОТА ЯК НОВА СОЦІАЛЬНА ГРУПА: ПРИНЦИПИ ФУНКЦІОНУВАННЯ

Актуальність дослідження обумовлена стрімким зростанням інформаційних потоків, створенням великих спільнот у віртуальному просторі, які співіснують і комунікують між собою виходячи за межі метанарративів, що релятивізують як процеси верифікації, так і моральні настанови й вимоги. Виходячи з вищезазначеного, *метою* дослідження є виявлення ознак сучасних соціальних спільнот взагалі та журналістської спільноти зокрема. Реалізація цієї мети потребує вирішення наступних *завдань*: з'ясувати особливості формування соціальних спільнот сучасності; виявити специфіку функціонування журналістської спільноти; виокремити способи та методи

структурування журналістської спільноти як за допомогою формальних ознак, так і виходячи з вимог доброчесності та моральності.

Питання специфіки соціальних спільнот актуалізуються в дослідженнях соціологів, філософів, політологів Я. Щепаньський [6], Дж. Смелзер [4], М.Варій, Г. Зборівський [2], І. Танчин [5].

Соціологія визначає кілька підходів до тлумачення поняття соціальної групи (соціальної спільноти). Найбільш поширеним є наступне тлумачення. «Соціальна спільнота – сукупність людей, об'єднаних відносно стійкими соціальними зв'язками, відносинами, яка має загальні ознаки, що надають їй неповторної своєрідності» [3]. Такими ознаками можна вважати існування цінностей, загальних для всієї групи та норм поведінки.

У сучасному діджиталізованому світі кордони між соціальними групами сильно розмиті. Зокрема, чисельність осіб у кожній із груп змінилася. Так, друзі (за старою класифікацією) – мала соціальна група. Але, якщо взяти, наприклад, друзів у Facebook або друзів (підписників) Instagram чи будь-якої іншої мережі, то чисельність може бути кількатисячною. Усе більшу кількість осіб ми вважаємо своїми знайомими, товаришами. Нас уже не зупиняє географічна віддаленість, якщо бажаємо з кимось спілкуватися.

Тому у 2020 році до великих соціальних груп (окрім класів, націй, об'єднань вікових та за статтю) можна додати:

1) користувачі окремих додатків і соцмереж (окремо аудиторія YouTube, окремо TikTok і т.ін.;

2) працівники сфери послуг, аграрії, підприємці, тобто люди однієї професії (міждержавна співпраця дозволяє виділяти такі об'єднання);

У великих групах виробляються суспільні та культурні цінності, традиції, громадська думка, соціальні норми. Усі ці ознаки більшою чи меншою мірою проявляються у вищенаведених пунктах.

Так, користувачі однієї соцмережі підкоряються нормам поведінки, що прийняті засновниками мережі. Спеціальні програми слідкують за тим, аби в

соціальних мережах не було плагіату, особистих образ, фейків і т.д. Це індивідуально для кожної соцмережі.

Також користувачі формулюють власні цінності, пріоритети. Серед найбільш поширених напрямків діяльності у різних акаунтах можна виділити такі: самовираження; бізнес; ведення тематичних блогів (освіта, саморозвиток, кулінарія, комп'ютерні технології, журналістика і т.ін.), фан-акаунтів; публікація життєвого та розважального контенту. Одним із негативних проявів формування цінностей у користувачів соцмережі є виникнення залежності від оцінки/похвали віртуальних знайомих. Дуже часто основною ціллю користувачі бачать отримання лайків, репостів та коментарів. Зараз найбільші соцмережі намагаються зменшити цінність вподобань та поступово тестують нові функції, що дозволять приховати осіб, які бачили той чи інший пост.

Соціальні мережі найкраще підходять для відображення громадської думки, вони є джерелом інформації, хоча й не завжди надійним. Тут будь-хто може висловлювати власні погляди й не бути за це засудженим. Такий майданчик для самовираження, як соцмережі, став об'єднавчим фактором для мільйонів людей у всьому світі. Спільнота зазвичай має вікові межі, але за останні роки вони розширилися і в бік зменшення, і в бік збільшення віку користувачів. Традиції соцмереж завжди пов'язані з трендами. Різноманітні марафони, челенджі, музика, танці, символіка – усе це додатково об'єднує членів великої соціальної групи користувачів кожної з соцмереж.

Провідна ознака великих соціальних груп – їх потреби й інтереси. На прикладі журналістської світової спільноти можна простежити властивості великої групи, що не має чітко визначеної кількості учасників, але має цілком реальний зв'язок між членами групи, норми поведінки та загальні принципи роботи.

Журналістика – сфера з частою зміною кадрових ресурсів та спеціалізацій. Кореспонденти змінюють місце роботи, переводять ЗМІ в онлайн, комбінують жанри, але все ж намагаються регулювати свою діяльність. Найкраще для цього завдання підходять журналістські стандарти й

журналістська етика. Існує шість основних стандартів журналістської діяльності. Однак, їх різночитання та доповнені списки існують у кожній окремій країні. Так, українські медіа мають саморегулюватися через шістку стандартів, а світові гіганти журналістики, такі як BBC та CNN створюють розширений перелік норм медійних текстів/сюжетів. Такі компанії прописують усі нюанси роботи, створюють кодекс правил, але залишають простір для імпровізацій. Так, «Редакційні настанови BBC» обов'язкові для виконання, але не виключають креативне подання матеріалу й новий погляд на події та сутність журналістики. Частина пунктів у цьому документі мають схожість радше до порад, ніж до службових інструкцій. Зокрема, оновлення кодексу BBC описують використання соцмереж. Журналістам радять не втрачати професіоналізм навіть у соціальних мережах, не псувати імідж компанії своїми висловами/діями на особистих профілях, не висловлювати власне ставлення до економічних і політичних подій та не критикувати колег [1]. Один із пунктів кодексу також пропагує зменшення расизму в медіапросторі. Тут детально пояснено, які вислови можуть вважатися расистськими та як їх замінити. Зазвичай, рішення приймає редактор. Лише за його схвалення можна вжити вислів з відтінком расизму, але тільки тоді, якщо це викликане самим інформаційним приводом, а не особистим ставленням автора матеріалу [1].

Велика соціальна група виробляє власні культурні й суспільні норми та цінності. Основною цінністю журналістської спільноти є чесність та об'єктивність у поданні інформації. Сама професія передбачає стандарт цінностей, що можуть перетинатися з особистими, але не в усіх аспектах. Цінність журналістики інколи вбачають у самій сутності професії, тобто в її ролі для формування суспільних знань про світ.

«Основними цінностями BBC є: свобода висловлення, незалежність, правда, громадський інтерес, приватне життя особи» [1]. У розділі стандартів BBC подані детальні пояснення щодо кожної з цінностей, які пропагує компанія.

Громадська думка не цілковито характерна для медіа сфери. Скоріше, журналісти формують цю громадську думку в усьому людському середовищі, можуть мати громадську думку всередині своєї спільноти, але не мають права транслювати її на широкий загал.

Велика соціальна група в умовах ХХІ століття має більше можливостей для того, аби її учасники знайомилися й спілкувалися між собою. Згідно з попереднім поділом на великі, середні й малі групи, до великих можна віднести, наприклад, націю. Зібрати в одному місці хоча б одну націю неможливо. На це є не тільки фізичні причини, зокрема проживання нацменшин на різних територіях, відсутність місця для такого зібрання, а й моральні: відсутність реальної потреби в цьому зібранні, небажання окремих людей збиратися зі всією своєю нацією для вирішення конфліктів і т.ін.

Загалом, із цього випливає висновок, що велика соціальна група існує розрізнено й не може фізично бути присутня в певному просторі. У минулому столітті це було так. Зараз же ми можемо дійсно зібрати разом усю, навіть багатомільйонну, групу. Можливості прямих етерів, відео- та аудіоконференцій, групових онлайн-кімнат, Інтернет-спільнот дають простір для дій. Так, журналісти з різних країн світу можуть зібратися разом на Facebook-сторінці, де обговорюватимуть певну проблему. Через онлайн-технології можна організувати спілкування кількох журналістських редакцій, наприклад, у Google Meet конференції.

Отже, велика соціальна група – явище мінливе, але дії членів групи можна передбачати й контролювати. Спільноти нового типу дозволяють встановлювати широке коло міжособистісних зв'язків. Допоміжними засобами для створення великих соціальних груп нового типу стали Інтернет-технології, що в майбутньому можуть сприяти ще більшому розгалуженню класифікації суспільних груп у всьому світі.

Форми спільнот сьогодні різюче відрізняються від тих, що були навіть 20 років тому. Вони змінюються щороку, набувають нових ознак, зникають. Саме тому важливим є виявлення основ як для самоідентифікації окремої людини у

межах спільноти, самоідентифікації самої спільноти, так і засоби самоорганізації спільноти через моральні наративи.

Список використаних джерел:

1. The BBC's Editorial Values and Standards.
URL: <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines> (дата звернення: 04. 04. 2021)
2. Зборовский Г. Общая социология: Курс лекций: 2-е изд., доп. Екатеринбург, 1999
3. Соціальні спільноти у сучасних суспільних системах
URL: <http://ellib.org.ua/books/files/sociology/soc1/3895.html> (дата звернення: 04. 04. 2021)
4. Смелзер Нейл Дж. Проблеми соціології. Георг-Зімелівські лекції, 1995. Львів: Кальварія. 2003.128 с.
5. Танчин І. Соціологія: Навчальний посібник / І. З. Танчин. Львів: Укр. акад. друкарства, 2005. 360 с.
6. Щепанський Я. Элементарные понятия социологии М.: Прогресс, 1969. 240 с.
Науковий керівник: Т. О. Козинцева, кандидат філософських наук, доцент кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

Ольга Бойко,

докт. філос. наук

професор кафедри психології, політології та соціокультурних технологій

Сумського державного університету

Аріна Марченко,

студентка Сумського державного університету

РОЛЬ АНІМАЦІЇ В МУЗЕЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Актуальність. Анімація в сучасному суспільстві привертає неабияку увагу наукової громадськості, викликаючи бурхливі дискусії не лише навколо своєї значимості, але й завдяки понятійній невизначеності, розпорошеності поглядів щодо структурно-функціонального та змістовного наповнення, специфіки соціального призначення та ролі у системі теоретичних наук й соціально-культурної практики. Виходячи з цього, анімація в соціокультурній сфері, ще менш розглянута. Тому, *метою нашої розвідки є розгляд анімації в соціокультурній сфері і, безпосередньо, в музейній діяльності.*

Сучасними авторами анімація визначається як особливий вид соціально-культурної діяльності громадських груп та окремих індивідів, заснований на сучасних технологіях (соціальних, педагогічних, психологічних, культуротворчих та ін.), котрі забезпечують подолання соціального і культурного відчуження, надають творчу реабілітацію, інтенсивний відпочинок на основі цінностей культури [1]; як складова культурно-дозвіллевої діяльності, сутність якої полягає у заохоченні до активних форм культурного дозвілля [2]; як діяльність, спрямована на провокування інтересу до культури та художньої творчості [3, 17]; як засіб стимулювання повноцінної рекреаційної, соціально-культурної, дозвіллевої діяльності, шляхом впливу на життєві сили людини [3, 25].

У сучасній Україні анімація в діяльності закладів культури вважається інноваційною технологією. Серед головних її завдань варто виокремити такі:

- позиціонування закладу культури як сучасного, творчого, атрактивного, мобільного центру, здатного задовольнити найвибагливіші потреби відвідувачів у відпочинку та розвагах;
- за допомогою розважальних анімаційних технологій зробити складну для сприйняття інформацію простою і доступною;
- залучити молодь до «непопулярних» серед цієї категорії закладів культури.

Також, соціокультурна анімація спрямована на формування в особистості віри у власні можливості, розвиток творчих здібностей, формування загальної та національної культури, активізацію процесу пізнання, спілкування, самопізнання, самореалізації та самовдосконалення. Але саме людина, яка безпосередньо налагоджує контакт між культурою та споживачем, так званий аніматор, виступає як активний організатор взаємодії, встановлює між членами колективу атмосферу співробітництва, співтворчості, взаєморозуміння, взаємоповаги, активізує зв'язки між окремим індивідом і суспільством, групою та соціумом [4].

Значимість соціокультурної анімації в сучасному суспільстві обумовлена саме функціями, які вона здатна вирішити. Серед них необхідно вказати на

функцію адаптації та участі, рекреаційну, виховну, коригувальну та стабілізаційну функції. Об'єктами анімаційного інтересу можуть бути природні (клімат, пляжі, водний простір, гори, каньйони) та культурно-історичні (історія населеного пункту, пам'ятки культури і мистецтва) ресурси; значимі культурні події (свята, карнавали, спортивні заходи, фестивалі); національні особливості (звичаї, фольклор, народні ремесла); рекреаційні зони (національні парки, гірськолижні курорти, санаторії, бази відпочинку, спортивно-оздоровчі комплекси) та інфраструктура індустрії дозвілля (розважальні центри, тематичні парки, івент-платформи) [5].

Музеї у різні часи виконували різні, іноді глибоко суперечливі, функції. Зараз процес їхньої еволюції знаходиться на шляху пошуку нових культурних парадигм та характеризується творенням нової соціокультурної інституції. Важливість та необхідність музеїв вже давно доведена, і сучасність демонструє колоритний і перспективний музейний ландшафт. Сьогодні український музей балансує між традиційними функціями музейного закладу та передовими атракційними технологіями. Проте, виклики, породжені сучасною добою стрімких змін, змушують його критично переглянути свій образ як соціокультурного закладу, основною місією якого є зберігання матеріальних пам'яток культурної спадщини. У зв'язку з цим ініціюються трансформації, серед яких явище партисипації, яке передбачає, що будь-які сучасні інституції, пов'язані зі зберіганням, музеєфікацією та трансляцією культурних цінностей і культурних об'єктів, повинні не просто залучати користувачів, але створювати передумови, які дозволили б людині стати творцем чогось нового. Такі новітні практики здатні підвищити важливість музею не тільки в ролі культурного закладу, але й перетворити його на активного суспільно-політичного діяча, який, пізнаючи інтереси і проблеми своїх відвідувачів, може розв'язувати важливі питання як локального, так і державного значення.

Саме музеї є скарбницею історичної та культурної спадщини, а музейні експонати – носіями безцінної інформації про історію та культуру краю. Стан сучасного соціуму як в Україні, так і світі, все частіше дозволяє говорити про

нашу епоху як про поворотний момент в історії. У зв'язку з цим виникає необхідність пошуку нових орієнтирів, напрямків розвитку. Одним з шляхів вирішення цього завдання може служити створення музеїв нового типу, які виконують не лише традиційну функцію, але є науковими й духовними центрами, що пропонують нове бачення, нове осмислення тієї чи іншої проблеми. Отже, саме анімація і може сприяти оновленню музеїв.

У сучасному світі музей перетворився на багатофункціональний культурно-просвітницький заклад, в якому завдяки синтезу різних видів мистецтв, створено оптимальні умови для функціонування музейної анімації. Для досягнення цієї мети використовуються активні дозвіллієві форми роботи з відвідувачами, не притаманні музею як традиційному закладу культури: виїзні виставки, художні уроки та майстер-класи, екскурсії до музею, перфоманси на базі музеїв, тощо. Таке нетрадиційне спілкування з відвідувачами музею допомагає сформувати ефективне сприйняття творів мистецтва і – найголовніше – налагодити неперервний двосторонній зв'язок між творчістю та публікою.

Таким чином, можемо зробити висновок, що сучасні заклади культури не можуть існувати без анімаційної діяльності. Вона приваблює відвідувачів та споживачів даного продукту своєю інноваційністю, здатністю нести та відтворювати нові ідеї та форми комунікації. Анімація надає можливість закладам культури зробити свою діяльність яскравішою, веселішою, емоційно насиченішою, допомогти відвідувачам зняти стрес, емоційну напругу, відновити фізичні та душевні сили.

Анімація у кожному із закладів культури має потенційні можливості для реалізації їх основних функцій. Однак такі можливості використовуються поки що недостатньо.

В сучасному світі анімація стрімко набирає популярності та активно починає використовуватися музеями та музейними комплексами. Головним завданням музейної анімації – викликати позитивні емоції від побаченого, налагодити асоціативний ряд між певними екскурсійними об'єктами,

зацікавити споживачів даного продукту предметом екскурсійної розповіді, надати змогу відвідувачам поринути в атмосферу давньої епохи та доторкнутися до прекрасного, дати можливість відвідувачам закладу реалізувати свої творчі можливості. Застосування анімації в музеях обумовлено тим, що історичні експозиції можна не лише розглядати, але й брати в руки, дивитися, як відбувається реставрація чи робляться копії і навіть брати участь в цьому процесі [3; 100].

Серед популярних форм музейної анімації можна виділити такі: музейні квести, перфоманси на базі закладу, історичні реконструкції, творчі вечори, художні майстер-класи, фестивалі, етношоу, театралізації, виїзні виставки, пізнавально-розважальні ігри, ярмарки культурних ініціатив, благодійні виставки, арт-клуби, інтерактивні соціальні заходи, тощо.

Найпопулярнішими серед населення, особливо молоді, є історичні реконструкції, котрі надають можливість за допомогою музейних експонатів відновити побут, культуру, події історичного минулого, тобто зануритись в інший світ, відчувати емоційні переживання минулого. Історичні реконструкції ефективно використовуються музеями-замками, предметне середовище яких допомагає відновити події різних епох від середньовічних лицарських поєдинків до військових баталій Другої світової війни.

Прикладом інноваційного підходу до діяльності музею є «Музей на роликах», проект музейно-виставкового центру, який став переможцем конкурсу музейних проектів «Музей, що змінюється у світі, що змінюється». Головними завданнями цього музею є: змінити ставлення підлітків до музеїв у цілому, сприяти розвитку у дітей пізнавальних навичок, креативного мислення, інтересу до творчості; створити імідж музею як сучасного, творчого, мобільного майданчика – території розваг та пізнання. Ідея «Музею на роликах» стала експозиційним прийомом, що дозволив спроектувати мобільне, рухоме обладнання, поставити експонати на колеса.

Структура проекту включає такі напрями: статична і нерухома експозиція «Музей на роликах»; освітня музейна програма; молодіжний музейний клуб,

котрий охоплює декілька напрямів, зокрема: скейт-клуб і музейне подвір'я для скейтерів; молодіжна відео-студія; майстерня арт-графіті; група трейсерів (паркур); прес-клуб [14; 34–35].

Ця нетрадиційна форма музейної діяльності приваблює та зацікавлює різні категорії відвідувачів, особливо молодь. За допомогою такої анімаційної діяльності відвідувачі музею починають сприймати даний заклад не лише як «нудну» культурну спадщину, але й як заклад, де можна емоційно відпочити від важкого трудового дня, провести сімейний відпочинок чи відтворити змістовне та корисне дозвілля.

Великої популярності серед анімаційних заходів на базі музейних комплексів, набула акція «Ніч музеїв». Дана акція дає змогу оглянути музейні експозиції в нічний час, таким чином музеї намагаються привабити молодь, яка більш схильна до нічного, аніж денного дозвілля. Також метою акції є показати музей, як заклад з інноваційними та нестандартними формами роботи, що не відстає від світових тенденцій та крокую в ногу з часом.

До програми заходів, крім традиційних екскурсій в нічному освітленні, під час проведення ночі музеїв включають такі анімаційні форми: театралізовані екскурсії, майстер-класи, живі картини, арт-квести, перегляди фільмів, тематичні концерти, інтерактивні ігри, перформанси, вистави театру світла і тіні, тихі дискотеки тощо.

Таким чином, можемо зробити висновок, що така форма діяльності як анімація дуже стрімко покорила музейні заклади та користується значною популярністю в різних проявах. Адже головним її завданням в музейній діяльності є подолання культурного занепаду та піднесення даних закладів на новий рівень сучасності, а також створення умов для культурної активності відвідувачів.

Список використаних джерел :

1. Петрова І. Соціально-культурна анамація в туристичній індустрії. Київський національний університет культури і мистецтв.

URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/43223/2/2018_Petrova_I-Sotsialno_kulturna_animatsiia_337-339.pdf.

2. Поліщук Л. О. Анімація в діяльності закладів культури України. Культура і мистецтво у сучасному світі. 2014. Вип. 15. С. 71–76.
URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kmss_2014_15_12 / Л. О. Поліщук.

3. Тюкавина О. В. Зачем музею ролики, или Путь к сердцу подростка. *Справочник руководителя учреждения культуры*. 2012. № 7. С. 33 – 45.

4. Україна приєдналася до акції Ніч музеїв. URL: <http://news.bigmir.net/entertainment/278192> (02.11.2013)

5. Ярошенко Н. Н. Социально-культурная анимация. М. : МГУКИ, 2005. 126 с.

Смірнов В.,

директор центру АТТУМ Сумського державного університету

Нездоймошак Т.,

директор школи № 5 м. Лебедин

Попова А.,

директор центру позашкільної освіти м. Лебедин

АНАЛІЗ ВИХІДНИХ ДАНИХ КЛАСНОГО ЖУРНАЛУ УЧНЯМИ 10 КЛАСУ ШКОЛИ №15 ЗА 2018-2019 р. м. ЛЕБЕДИН

Спочатку виконувалися так звані «блока» учбових дисциплін:

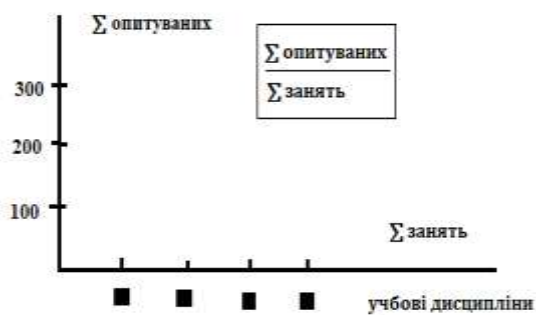
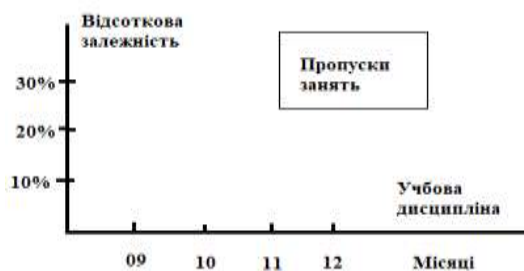
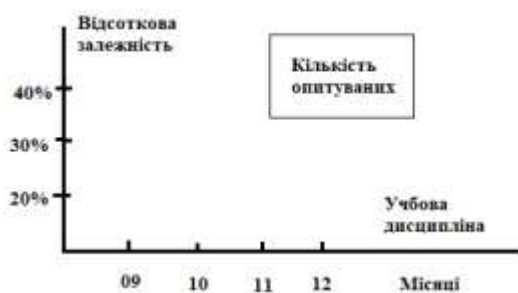
1. Українська мова, література, зарубіжна література, історія України, англійська мова, громадянська освіта.
2. Географія, геометрія, алгебра і початок аналізу, фізика і астрономія, готуємося до ЗНО, хімія інформатика.
3. Біологія і екологія, технології, захист Вітчизни, фізична культура, всесвітня історія.

Потім для кожного блоку 1, 2, 3 з урахуванням підгруп проводився аналіз показників: пропуску занять та кількості опитаних. Він проводився на підставі відсоткової залежності від кількості учнів за кожний учбовий місяць. Середнє значення цих показників знаходилося за 1 та 2 семестри і за учбовий рік. Розраховувався коефіцієнт від сумарної кількості опитуваних та пропуску занять до загальної кількості занять. На підставі цих значень будувався графік залежності кількості опитаних і пропуск занять (вісь у) та місяців (вісь х) по

кожному учбовому предмету. Об'єднання цих даних виконувалось з урахуванням блоків 1, 2, 3 у прийнятному масштабі. Після знаходження середніх значень цих величин вони відображалися на графіках. Знаходилися максимальні значення. Окремо будувалися графіки залежності опитуваних і пропусків занять у загальній кількості цих занять для кожного учбового предмету в блоках 1, 2, 3.

Після виконання цих робіт проводився аналіз висновків за участю заступників директорів на підставі графічних вимог (даних).

Загальний обсяг листів А-IV-63



Людмила Дудченко,

канд. наук із соц. комунікацій

старший викладач Сумського державного університету

Анна Митрофанова,

студентка Сумського державного університету

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ГАЗЕТИ В КОНТЕКСТІ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИДАННЯ

Питання фотоілюстрування в газетах є важливим у контексті функціонування газетної преси. Наразі візуалізація як сегмент інформаційного процесу набуває особливої популярності в умовах поширення Інтернету як засобу інформування. Не випадково саме візуальний контент медіа постійно перебуває в центрі наукових пошуків таких дослідників, як: С. Горевалов, Н. Зикун, С. Стародуб, А. Дєдова, Л. Дудченко, В. Шевченко та інші.

Мета нашого дослідження – визначити особливості використання візуальних елементів у газеті «День» на прикладі одного номера.

Об'єкт дослідження – контент газети «День», №214 за 12 листопада 2020 року. *Предмет дослідження* – візуальний контент цього випуску. *Основний метод дослідження* – контент-аналіз.

Сучасні українські газети за кількістю ілюстрування умовно поділяють на три групи. *Мало ілюстровані* – це ті, де зображальний матеріал становить 20 % від загального контенту газети. До цієї групи передусім належать видання державних органів влади різного рівня, партійні газети тощо.

Середньо ілюстрованими вважаються ті, у яких відсоток зображального елемента коливається в межах 20 % – 50 %. До цієї категорії потрапляють здебільшого щоденні всеукраїнські газети. До *багато ілюстрованих* належать газети, які позиціонують себе розважальними, та ті, що виходять у журнальному форматі («Бізнес», «Теленеделя» тощо). У цих газетах ілюстративний контент становить понад 50 % від загального [3, с. 284].

Всеукраїнська газета «День» за стилем оформлення є кольоровою і належить до середньо ілюстрованих видань. Зрозуміло, що зовнішнє оформлення слугує засобом привертання уваги. Перше, що бачить потенційний покупець газети, – це її загальний дизайн. Дизайн складається з багатьох елементів: це і кількість колонок на сторінці, і величина заголовків, і використання кольору, і розміщення малюнків, графіків та фотографій. Фотографії в газеті є одним з ключових елементів дизайну. Отже, вони допомагають привернути увагу споживачів інформації. Спостереження за візуальним контентом газети «День» (на прикладі одного із номерів) дозволило дослідникам дійти висновку, що у виданні «переважають фотопортрети та фотоілюстрації. Окрім знімків фотокореспондентів використовують фотографії з інших джерел. Більшість фотознімків оригінальні, однак є й «паспортні» фотографії. Автори іноді порушуються правила кадрування й постановки композиції, однак переважна частина знімків зроблено за професійними стандартами. Майже всі фотоматеріали співвідносяться з текстовими публікаціями, за винятком тих, де для повного розуміння не вистачає підпису» [2].

Нами був здійснений контент-аналіз 214 номера газети «День» за 12 листопада 2020 року, який налічує 32 сторінки формату А3. Візуальний контент газети охоплює 63 фотографії, 6 діаграм, 1 таблицю та 4 малюнки.

У журналістиці традиційно виокремлюють такі фотографічні жанри: пейзаж, натюрморт, портрет, репортаж, документальна фотографія, жанрова фотографія, рекламна фотографія. Щодо обраного для дослідження номера газети, то портретних фотографій ми виокремили 17. Це фотографії відомих людей, які представляють нові для аудиторії обличчя. Їхня функція полягає в тому, щоб привернути увагу читача, зацікавити його.

Репортажних фотографій – 22. На думку вчених, «найбільшу роль у будь-якій газеті відіграє репортажний знімок, на якому збережений момент, пов'язаний з якою-небудь ситуацією, у якій опинилася певна особа або група осіб» [1, с. 120]. Це фото з місця події, вони яскраві і промовисті.

Пейзажних фотографій – 5. Пейзажні фото в класичному розумінні, зокрема зображення природи, не використовуються. Водночас наявні фотографії міських пейзажів. Основна функція таких зображень – ілюстрація тексту.

Фотографії дають можливість сказати те, що неможливо відобразити у журналістському тексті. Це одна з форм висловлювання, яка має свої особливості. Розуміння цих особливостей дозволяє редактору поєднати текст і зображення. Саме фотографія «допомагає адресатові проникнути в суть подій, що відбувається» [1, с. 244].

Отже, в результаті проведеного дослідження було встановлено, що загалом газета містить 63 фотографії, 6 діаграм, 1 таблицю та 4 малюнки. Тобто в цілому зображальний контент охоплює 74 позиції, що удвічі більше за кількість матеріалів. Розміщення фото й тексту відбувається у відношеннях 1:1, 1:2, та 1:3. Винятками є матеріали «5 подій тижня, що минає» (1:5), «Золото Поділля – в Києві» (1:11), та «Хороший фотограф відчуває процес та подію» (1:4). У деяких матеріалах зображального доповнення немає. Але візуалізація присутня на кожній сторінці номеру (окрім одинадцятої). Змістове наповнення фотографій у газеті «День» свідчить про те, що вони є не просто ілюстрацією до публікації, несуть не тільки додаткову інформацію, а й виконують роль самостійного повідомлення.

Виділення матеріалу або його частини в газеті досягається за допомогою нестандартних засобів оформлення, зокрема таких, як композиційний метод, графічний метод, шрифтове виділення, виділення з допомогою формату, комбінований метод та інші.

Список використаних джерел:

1. Горевалов С. І. Фотожурналістика в системі засобів масової комунікації : єдність слова і зображення: Навчальний посібник. К. : Київський міжнародний університет, 2010. 296 с.
2. Дудченко Л. Візуальний контент газети «День»: фотографія. *Журналістська освіта в Україні : світові професійні стандарти: Матеріали XVI Всеукраїнської науково-практичної конференції*. Суми: Сумський державний університет, 2020. С. 48–51
3. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво: навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. і допов. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2012. 352 с.

Анна Кучеренко,

студентка Сумського державного університету

РЕЦЕНЗІЯ НА СТОРІНКАХ ГАЗЕТИ «ДЕНЬ»

Засоби масової інформації мають тенденцію не лише до повідомлення новин, але й до аналізу, глибокого дослідження та пояснення подій, процесів та явищ дійсності. Саме завдяки цьому в них утворилася розгалужена ефективна система аналітичних жанрів, що постійно розвивається, адаптуючись до тих завдань, що постають перед сучасною журналістикою.

Серед жанрів аналітичної журналістики чільне місце посідає рецензія — жанр, основу якого складає критичний відгук про твори мистецтва, літератури, журналістики тощо. Сутність цього відгуку — виразити ставлення автора стосовно досліджуваного предмета. Журналіст-рецензент виступає посередником між світом мистецтва та суспільством, допомагаючи людині обрати саме те, що заслуговує на її увагу. Відмінність рецензії від інших аналітичних жанрів перш за все в тому, що предметом її дослідження виступають не безпосередні факти дійсності, а інформаційні явища — книги, фільми, вистави, телевізійні передачі тощо.

Проте жанр рецензії недостатньо представлений на сторінках ЗМІ. Тому *актуальність* нашої роботи, з одного боку, полягає у поглибленні та систематизації теоретичних засад, а з іншого — зумовлена її спрямованістю на вивчення жанру рецензії та поширенню його у медіа-просторі.

Мета нашої розвідки полягає в дослідженні жанру рецензії на сторінках друкованих ЗМІ, що передбачає виконання таких *завдань*: опрацювати теоретичну базу з обраної теми та провести контент-аналіз видання «День».

Слово «рецензія» походить з латинської мови і означає розгляд, дослідження, аналіз. Об'єктом рецензії слугують не конкретні факти дійсності, а вже вивчені та узагальнені в літературі, науковій або художній роботі. Дослідники подають різноманітні визначення рецензії. На основі опрацьованих

джерел нами було вироблене комплексне тлумачення поданого поняття. Отже, рецензія – це:

- розгорнута анотація («коротко про книгу») – розкриває зміст твору, нерідко самим доббором матеріалу висловлюючи оцінку;
- есе, забарвлений ліризмом роздум, навіяний читанням книги; швидше «самовираз есеїста», ніж витлумачення прочитаного [14, с.267];
- жанр висловлення думки в літературній чи художній критиці [5, с.147];
- різновид документа, в якому дається критичний аналіз, оцінка підручника, посібника, що пропонується до видання; пишеться на дипломну роботу студентів вищих навчальних закладів; завіряється уповноваженими особами [13, с. 115];
- жанр публіцистики, за допомогою якого автор професійно аналізує твір літератури, науки, мистецтва; зазвичай оприлюднюється в пресі, на радіо чи телебаченні [21, с. 73];
- оперативний вид літературно-художньої критики, призначений для публікації у пресі, а також інших засобах масової комунікації [11, с.204].

Рецензія – жанр синтетичний, оскільки може поєднувати в собі елементи інформаційних, аналітичних та художньо-публіцистичних жанрів. Дослідженню рецензії присвячені роботи багатьох науковців, зокрема Ю. Бурляй, В. Ворошилова, В. Здоровеги, І. Михайлина, А. Тертичного, інших.

Публіцистичність, актуальна злободенність рецензії диктує журналістові поєднання методів теоретичного та естетичного дослідження з глибоким проникненням у досліджувану проблему. Цьому жанру не притаманна описовість, ілюстративність, навпаки, це своєрідне журналістське дослідження фактів, явищ, ситуацій реальної дійсності через призму їх відображення в творах літератури, мистецтва і науки.

За тематикою А. Тертичний, В. Ворошилов виділяють літературну, театральну, музичну, наукову, кінорецензію. Останнім часом поряд з уже

відомими публіці типами рецензії публікуються рецензії нового типу – рецензії на мультиплікаційні фільми, телерецензії, рецензії на рекламні та інші кліпи. Це пояснюється тим, що значно зросла кількість анімаційних і документальних фільмів, телепередач, насичених драматичними конфліктами, життєвим змістом, а також різким зростанням рекламної продукції.

Дослідники В. Карпенко та В. Здоровега поділяють рецензії на літературні (поезія, проза, публіцистика, драматургія) та мистецькі (театральні спектаклі, музичні концерти, образотворче мистецтво); О. Кузнецова, І. Михайлин, В. Мойсеєв і Д. Туманов поряд з літературними та мистецькими виокремлюють наукові, які в свою чергу поділяються за галузями наук.

Проаналізувавши теоретичні засади, ми провели моніторинг газети «День». До вибірки увійшло 15 онлайн-примірників видання в період з 02.03.2021 по 26.03.2021.

У результаті проведеного дослідження нами нараховано 17 матеріалів, написаних у жанрі рецензії. Це складає 9% від загальної кількості проаналізованих матеріалів. У деяких випусках нами не знайдено жодного матеріалу, в деяких налічувалося по 2-3.

Виокремлено 9 матеріалів літературної тематики: «Хотілось, але не змоглось...», «Повертаються імена талановитих і...забутих», «Якуб Франк – «єврейський Месія» з Поділля», «Багата, різноманітна і вкрай цікава», «Львовские Дон Кихоты», «Творческие неожиданности», «Гимн всепобеждающей любви», «Милосердие» та 8 матеріалів мистецької тематики: «Право на здоров'я та право на кіно», «Самое большое сокровище», «Таежный тупик 2», «Картина на песке – как экопослание», «Эрендира. Гостья из прошлого», «За час «всесвітнього антракту»», «Красивое и грустное кино», «Право на правду».

Зупинимося детальніше на змісті окремих рецензій. «Гимн всепобеждающей любви» (№ 39-40) – рецензія на постанову балету Національної опери України до дня народження Тараса Шевченка. Лібрето створено В. Чаговцем за мотивами поетичних творів Кобзаря. Постановка, що

сьогодні демонструється зі столичної сцени, у 2003 році виконувалася відомими українським танцюристом та балетмейстером В. Ковтуном, дирижером А. Бакланом, художниками В. Окунєвим та І. Прес. Автор рецензії Л. Тарасенко зазначає: «У цій постановці домінує класика. Балетмейстер В. Ковтун, у минулому класичний танцюрист, збагатив хореографічну партію класичними варіаціями, дав можливість талановитим і віртуозним сучасним виконавцям продемонструвати свою майстерність».

Інший матеріал Д. Десятерика «Красивое и грустное кино» (№ 41) – рецензія на фільм «Любовное настроение», в якому розповідається про оновлену зйомку фільму та проаналізовано гру акторів. Описано різні почуття та розкрито зміст фільму.

Рецензія на виставу «Эрендира. Гостья из прошлого» (№ 45) про чотирнадцятирічну дівчинку та її бабусю, автор Л. Олтаржевська. «Неймовірну та сумну історію про безневинну Ерендіру та її бездушну бабусю» Габріель Гарсія Маркес написав понад півстоліття тому. З того часу цей сюжет отримав кілька театральних версій на сценах різних країн. Природньо, без авторської кореляції фабули патріарха іспанської літератури не обходився жоден режисер, але одним із найсміливіших творів у цьому активі можна вважати прем'єру Театру драми і комедії на лівому березі Дніпра «Ерендіра не хоче вмирати» у постановці М. Голенка. До речі, на відміну від попередніх вистав М. Голенка відверто нецензурних висловлювань ви тут не почувєте», – зазначає автор рецензії.

Рецензії на сторінках проаналізованого нами видання написані у більш простому форматі, без перебільшень, присвячені новій виставі, написанню книги, виходу в світ нового фільму.

Отже, жанр рецензії не користується неабиякою популярністю у засобах масової інформації. Тому завданням журналіста – правильно та чітко донести інформацію до людей про вихід у світ літературного чи мистецького твору.

Список використаних джерел:

1. Короткая литературная энциклопедия / под общ. ред. А. Суркова, В. Жданова, А. Ермакова и др. Москва : Сов. Энциклопедия, 1971. Т. 6. 128 с.

2. Вальтер фон Ла Рош. Вступ до практичної журналістики: навчальний посібник / за заг. ред. В. Іванова та А. Коль. Київ: Академія Української Преси, 2005. 229 с.

3. Кацавець Р. Ділова мова: сучасний вимір: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 196 с.

4. Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті / за заг. ред. Ю. Бідзілі. Ужгород: Закарпаття, 2007. 224 с.

5. Здоровега, В. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.

Науковий керівник: О. М. Сушкова, кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики та філології Сумського державного університету

Аміна Болотаєва,

студентка Сумського державного університету

КОМУНІКАТИВНА РОЛЬ КУЛЬТУРИ СМАЙЛІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Актуальність дослідження. У сучасному інформаційному суспільстві фактом є те, що соціальні мережі стали невід'ємною частиною нашого повсякденного життя. Тенденція до зростання частоти використання смайлів у соціальних мережах помітна як у міжособистій комунікації, так само й у професійному спілкуванні. Реагуючи на попит, ринок програмних продуктів пропонує програми, що враховують особливості спілкування у віртуальному просторі. Розробники доповнюють вже існуючі зображення смайлів новими, розширюючи можливості вираження емоцій.

Метою даного дослідження є виявлення ролі, яку відіграють смайли та культура їх застосування у віртуальних комунікаціях соціальних мереж.

Завдання дослідження:

– виявити причини просування та закріплення людини у віртуальному просторі соціальних мереж;

– з'ясувати сутність, структуру та особливості комунікативного процесу;

– виявити роль культури смайлів у спілкуванні суб'єктів віртуальних соціальних мереж.

Виклад матеріалу. Спілкування є невід'ємною частиною людського життя, соціальності людини як такої. Щодня ми зустрічаємося, розмовляємо,

обмінюємося віртуальними повідомленнями з іншими людьми. Соціальні мережі дозволяють розширити коло спілкування, створювати повідомлення приватного та публічного характеру. У комунікації, як безпосередній, так і віртуальній, ми використовуємо не тільки вербальні, але й невербальні засоби. Це жести, міміка, погляд, рухи тіла, пози та ін. Суспільство змінюється, розвивається, тому невербальна комунікація також розвивається, зокрема, розширюється сфера її використання. Виникають і розвиваються нові засоби взаєморозуміння, що засновані на знаково-символічних формах. Пов'язано це, в першу чергу, з розширенням соціальності людини, яка розширюється у своїх виявах і можливостях у просторі соціальних мереж. Причинами такого перенесення та закріплення людини у віртуальному світі є як її сутнісне намагання вийти за власні межі, так і практичні можливості самих мереж у навчанні, самореалізації, зокрема, професійній, подорожах, сприйнятті тощо.

Соціальні мережі – це структури, утворені індивідами чи соціальними спільнотами. В Інтернеті соціальні мережі виглядають як сайти, на яких користувачі можуть створювати персональні сторінки та організовуватися у віртуальні спільноти для спілкування та поширення інформації серед великої кількості людей. Понад половина користувачів Інтернету зареєстровані хоча б у одній із соціальних мереж, що вказує на їх популярність [1].

Якщо ще кілька років тому вважалося, що переважно підлітки цілодобово користувалися телефонами для мережевого спілкування, то в теперішній час у соціальних додатках, зокрема, соціальних мережах і месенджерах все частіше «зависають» люди, які досягнули віку дорослості. Вважаємо, що це відбувається не тільки тому, що виросло покоління користувачів, але так само прийшло усвідомлення розширених можливостей використання таких засобів комунікації.

Комунікація (спілкування) є багатоаспектним процесом. У цьому дослідженні під комунікацією розуміємо процес передачі повідомлень від однієї людини до іншої з метою здійснення комунікативного чи іншого впливу. Цей процес складається з комунікативно-інформаційної взаємодії сторін

комунікації, що ґрунтується на психологічному контакті, сприйнятті та розумінні, впливові на поведінку для досягнення поставленої мети [2, с. 111].

Предметом широкої дискусії останніх років є переваги та обмеження безпосереднього спілкування та спілкування у соціальних мережах. Прихильники безпосереднього спілкування переконані, що співрозмовник бачить людину, її емоції та почуття, може зрозуміти по її жестах зацікавленість, інтерес як до теми, так і до самого співрозмовника. Прихильники спілкування у соціальних мережах переконують, що опосередкований спосіб комунікації простіший і зручніший, а обмеження спілкування, зокрема, беземоційність сприйняття, легко подолати за допомогою смайлів, емоджі, стікерів тощо. Дійсно, смайли дозволяють легше передавати та сприймати емоції, проте безпосереднє спілкування все ж не зможе замінити віртуальне.

Смайли є графічними зображеннями, універсальними для розуміння, що можливо завдяки їх іконічності. Іконічність є засобом передачі схожості між мовним знаком і референтним означуваним об'єктом [3, с. 26]. Смайли по зовнішньому вигляду нагадують обличчя, що відображають емоції. Саме тому вони легко читаються на підсвідомому рівні. Так, у різних культурах смайли можуть відрізнятися зовнішнім виглядом, проте передача одних і тих самих емоцій робить їх зрозумілими незалежно від віку, статі, етнічної чи іншої приналежності суб'єктів комунікації.

Сказане тут стосується переважно класичних смайлів. Водночас, оскільки смайли є доступними для створення на звичайній клавіатурі, вони також все частіше входять у сферу комунікацій окремих спільнот. Сучасна культура смайлів активно поповнюється національними смайлами, смайлами окремих компаній та брендів. Проте, їх головною комунікативною властивістю залишається однакове сприйняття у відповідній комунікативній спільноті.

Донедавна вважалося, що смайли доречно використовувати лише у неформальному спілкуванні. Зокрема, використання гумору або смайлів під час спілкування з діловими партнерами вважалося виявом низького рівня культури ділового спілкування, сприймалося як неприйнятне. Проте, завдяки розвитку

ринкових відносин і формуванню культури смайлів, у сучасному світі ними активно користуються у бізнес-комунікації через соціальні мережі.

Використання смайлів допомагає налагоджувати комунікацію в ситуаціях існування мовного бар'єру. Так, якщо комунікант забув чи не може підібрати відповідне слово, вийти з незручної ситуації допоможе вдало підібраний смайл. Однак, противники використання смайлів звертають увагу на одночасне збіднення словникового запасу суб'єктів спілкування. Вважаємо, що таке судження є суперечливим, адже смайли доповнюють мову, збагачують її для віддаленого спілкування, роблять її гнучкою та зрозумілою для соціальних мереж. Доповнимо сказане тим, що використання смайлів дозволяє зняти напруженість у спілкуванні. Дійсно, суцільне текстове повідомлення може викликати сумніви у дружельюбності комуніканта. Навпаки, повідомлення зі смайлами пом'якшує діалог. Комунікація стає живою, невимушеною, сприяє формуванню довіри як до комуніканта, так і до предмета комунікації.

Важливо усвідомлювати, що недостатньо просто обрати смайл, що сподобався, і надіслати його. Формуванню культури смайлів сприяє розуміння їх значення. Хоч смайли здебільшого універсальні для сприйняття та розуміння, проте, в залежності від контексту, вони можуть трактуватися по різному, іноді в негативному значенні. Щоб спілкування було комфортним та для глибшого порозуміння, користувачам соціальних мереж варто засвоїти значення смайлів і розумітися на культурі їх використання.

Сучасний соціум орієнтований на формування культури подолання бар'єрів між націями, релігіями, расами, орієнтаціями, гендерами, бідними та багатими і т. д. Виробники електроніки та розробники програмного забезпечення враховують зазначену тенденцію. Так, сучасні клавіатури мають функцію, за допомогою якої можна відправляти смайли з відповідним кольором шкіри, що приєє формуванню толерантного ставлення до представників різних рас. Сучасні електронні пристрої у розділі смайлів із прапорами мають прапори ЛГБТ-спільнот. Це нововведення допомагає людям з нетрадиційною орієнтацією не почуватися інакшими та не соромитися своєї орієнтації.

Усе це є проявами комунікативної культури сучасного суспільства, члени якого орієнтовані на спілкування в месенджерах і соціальних мережах.

Висновки. Людина по своїй природі орієнтована на вихід за межі освоєного простору, за власні межі, на сприйняття нового та незвіданого. Соціальні мережі дозволяють людині освоювати новий простір, спілкуватися з новими людьми. Водночас, спілкування у соціальних мережах відрізняється від безпосереднього спілкування обмеженістю невербальної комунікації. Саме тому смайли, як емотивні зображення набувають популярності не тільки в приватному, але так само й у діловому, професійному спілкуванні.

Соціальні мережі з різною метою, – для праці чи проведення дозвілля, – застосовують люди різного віку, статі, національної приналежності чи інших ідентифікацій. Іконічність смайлів апелює до сенсорних образів і, таким чином, емоційно впливає на адресата мовного повідомлення. Звідси випливає, що незалежно від культурного досвіду суб'єктів комунікативної взаємодії, мови їх спілкування, вони однаково зрозуміють один одного.

Комунікативна роль культури смайлів особливо зростає в умовах пандемії COVID-19. Соціальні мережі тут залишаються простором для спілкуватися без епідеміологічних перешкод. Це дає змогу не наражати інших і себе на небезпеку та зупинити хворобу, а смайли дозволяють підтримувати один одного в умовах карантинних обмежень.

Список використаних джерел:

1. Гребінь А. А. Соціальні мережі – сучасне середовище спілкування з користувачами (нотатки координатора бібліотечного сайту) : тези доповідей міжнародної наукової конференції «Бібліотека. Наука. Комунікація», Київ, 06-08 жовтня 2015 р. // Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. URL : <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/615> (дата звернення : 23.03.2021).

2. Кость С. Мистецтво спілкування : сутнісні характеристики. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2015. Вип. 26. С. 110–116.

3. Вовк О. В. Емотивність та емоційність в ракурсі іконічності (на матеріалі англomовного роману жахів Р. Блоха «Psycho»). *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія «Філологічні науки». Мовознавство*. 2016. № 6. С. 24–29.

Науковий керівник: В. В. Опанасюк, кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

СЕКЦІЯ 7.

ГРОМАДСЬКА УЧАСТЬ В УПРАВЛІННІ ГРОМАДОЮ: ВИКЛИКИ, СТРАТЕГІЇ, МЕХАНІЗМИ

Сергій Король,

канд. політ. наук

старший викладач кафедри психології, політології та соціокультурних технологій
Сумського державного університету

Юлія Якущенко,

студентка Сумського державного університету

ПЕРЕДУМОВИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОЛОДІ НА РИНКУ ПРАЦІ

Актуальність теми. В сучасному світі де кожного дня відбуваються зміни в силу різних обставин, не можна залишити без уваги трансформації що відбуваються в економіці країни. Зважаючи на це безробітних стає все більше, але серед них досить багато молоді, яка мала б працевлаштуватися після закінчення терміну навчання у вищих навчальних закладах.

За даними статистики Державного центру зайнятості, станом на 1 лютого 2021 року в Сумській області статус безробітного мали 5059 осіб молоді віком до 35 років [1].

Однією з причин безробіття молоді, як зазначають фахівці Сумського обласного центру зайнятості, є їхня недостатня конкурентоспроможність на ринку праці.

Мета розвідки. З'ясувати які основні чинники впливають на конкурентоспроможність молоді.

Завдання дослідження логічно випливають із зазначеної мети та передбачають наступне:

– встановити сутність поняття «конкурентоспроможність» та розглянути погляди різних науковців на дане явище;

– з'ясувати, що впливає на конкурентоспроможність молоді на ринку праці;

– виявити основні напрямки, завдяки яким можна підвищити конкурентоспроможність молоді на ринку праці.

Основні результати. Серед науковців, які займаються дослідженням конкурентоспроможності молоді на ринку праці відомі такі: Безтелесна Л., Дідківська О., Грішнова О., Кримова М., Леган І., Лібанова Е., Лісогор Л., Петрова І., Пляшко О., Приймак В., Семів Л., Семикіна М., Шаульська Л. З поміж цих науковців Кримова М. в своїх дослідженнях зазначає, що оцінка конкурентоспроможності молоді повинна містити в собі багато компонентів, зокрема, порівняльний аналіз очікувань та реалій сучасної вищої освіти [5].

Сутність поняття конкурентоспроможності можна знайти в Законі України «Про зайнятість населення». Як зазначається у вище названому нормативно-правовому документі, конкурентоспроможність працівника «це сукупність якостей особи, що характеризують її здатність працювати, рівень володіння знаннями, уміннями та навичками» [2]. Аналізуючи це поняття, можна сказати, що конкурентоспроможність осіб складається лише з навичок та умінь, а також майстерність їх використання. Але проблема недостатньої конкурентоспроможності молоді є більш глибинною. Наприклад, у своїх роботах Богиня Д. визначає це поняття як «сукупність якісних і кількісних характеристик специфічного товару «робоча сила», що забезпечують задоволення конкретних потреб роботодавців, у тому числі державних підприємств, у працівниках певної кваліфікації (професії)» [4, с. 26]. Тобто можна побачити, що поняття науковцями трактується більш конкретно, ніж зазначено у законодавстві, але є негуманним використання виразу «товар «робоча сила»».

Конкуренція на ринку праці можлива з двох боків – пропозиції праці та з боку її попиту. Стосовно конкуренції з боку пропозиції, то вона відбувається в тому випадку коли декілька претендентів на вакантне місце змагаються між

собою, щоб працевлаштуватися. А конкуренція попиту на працю відбувається між роботодавцями за висококваліфікованих співробітників [3].

Справді для того, щоб випускник вищого навчального закладу мав переваги у конкуренції з іншими безробітними, потрібна якісна програма для освіти студентів з урахуванням стану сучасного ринку праці та вимог роботодавців.

З огляду на відмінності, які простежуються у розумінні та трактуванні поняття конкурентоспроможності, можна сказати, що це явище є досить широким поняттям та включає в себе не лише конкуренцію за робоче місце.

Розглянемо цю якість, як поетапний процес. Важливо розуміти, що формування конкурентоспроможності починається ще з навчання. В загальному розумінні, становлення конкурентоспроможності проходить в три етапи, на кожному з яких молоді люди здобувають та навчаються практично використовувати знання, навички та вміння:

I етап (початковий), характеризується формуванням загальноосвітніх знань. Цей етап є найголовнішим та першочерговим, оскільки саме в цей період закладається основа для подальших етапів. Завданням цього етапу є набуття початкової та загальної освіти, набуття навиків відношення до навчання, праці та життя в цілому, ці завдання повинні бути реалізовані під час навчання в закладах освіти та сформовані завдяки наполегливій праці та мотивуванню до цього з боку викладачів та батьків.

II етап (теоретико-мотиваційний), що передбачає формування у молодій людини основ професійних знань та вмінь, спеціальних знань, що в майбутньому допоможуть реалізувати себе. А також на цьому етапі повинна сформуватися професійна мотивація, яка в подальшому спонукатиме молодь до працевлаштування. Для цього потрібно, щоб для молоді в різні вікові періоди проводилися профорієнтаційні заходи, за допомогою яких можна сформувати розуміння професії та відношення до неї.

III етап (практично-професійний) – це етап, під час якого відбувається розширення знань у сфері професійної освіти, набуття додаткової кваліфікації,

шляхом безпосередньо проходження виробничих практик, отримання досвіду, стажу роботи за спеціальністю та удосконалення наявних вмінь. Але як відомо, у вищих навчальних закладах приділяється недостатня кількість часу для виробничої практики студентів [6].

Формування конкурентоспроможності відбувається поетапно від простих загальноосвітніх знань, які повинні формуватися в досить ранньому віці. А також від вмінь, знань та навичок, що забезпечує не лише теоретичну підготовку до професійної діяльності, а й практичні навички, що є більш важливим при працевлаштуванні. Оскільки, роботодавці найчастіше запитують про вік, сімейний стан, і особливо про кваліфікацію та стаж роботи. А якщо це студент, який щойно закінчив університет, і в нього ще не має стажу?

Проте важливо розуміти, що в подальшому потрібно займатися самоосвітою, самовихованням, вмотивовувати себе та самоудосконалювати, лише тоді це буде сприяти розвитку та вдосконаленню формування та реалізації конкурентоспроможності молоді на ринку праці.

Для більш змістовного обґрунтування питання напрямів підвищення конкурентоспроможності, більш детально потрібно розглянути професійно-навчальну сферу, яка передбачає такі завдання:

– перше завдання, яке, на нашу думку, є найбільш важливим, покликане на те, щоб система освіти була побудована з урахуванням результатів постійного моніторингу ринку праці та вимогами з боку роботодавців до випускників закладів освіти, задля того, щоб студенти отримували знання яких від них вимагатимуть на місцях працевлаштування та їхня професія користувалася попитом на ринку праці;

– наступне завдання спрямоване, на те, щоб соціально-вразливі верства населення, зокрема діти з сільських місцевостей, діти з особливими потребами та інші, мали змогу отримувати якісну вищу освіту, оскільки їм складніше вступити до університету в силу різних обставин, і тому вони навчаються в професійних училищах, і отримують освіту робітничих професій, які зараз не користуються попитом;

– також важливо, щоб в навчальних закладах студенти вивчали не лише теорію, яка може їм потім навіть не знадобитись. Тобто потрібно щоб навчальні програми відповідали вимогам роботодавців та майбутнім професійним обов'язкам;

– одним з найважливіших завдань, виступає удосконалення системи профорієнтації молоді з урахуванням особливостей національної економіки, тенденцій стану ринку праці та освітньої системи, важливо щоб це були не розповіді вчителів про професії, а заходи від фахівців професійної орієнтації центрів зайнятості, оскільки саме вони найкраще знають про стан ринку праці;

– одне з важливих завдань, стосується удосконалення системи перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів шляхом застосування новітніх форм, технологій та методів навчання, для того щоб забезпечити індивідуальність та безперервність навчання, актуальність та практичну спрямованість реалізації;

– важливим є оновлення трудового законодавства, для того, щоб впровадити дистанційну зайнятість.

Висновки дослідження. Отже, конкурентоспроможність випускників вищих навчальних закладів прямо залежить від взаємодії установ освітніх послуг та центрів зайнятості. Тому держава на законодавчому рівні має сприяти об'єднанню зусиль освіти і бізнесу, а також підрозділів, які займаються працевлаштуванням громадян, а саме центрів зайнятості, у процесі підготовки висококваліфікованого спеціаліста. Водночас, для успішного працевлаштування і ефективної роботи висококваліфікованого спеціаліста є оновлення робочих місць, які пропонує ринок праці, відповідно до нових вимог та потреб молоді.

Перспективою подальших досліджень вбачаємо дослідити якість надання послуг, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності, які надаються фахівцями центрів зайнятості.

Список використаних джерел:

1. Надання послуг окремим категоріям громадян. 2021 р. [Електронний ресурс]. URL: https://sum.dcz.gov.ua/sites/sum/files/infofiles/okremi_kategoriya_01_2021.xlsx

2. Про зайнятість населення : Закон України від 5 липня 2012 р. № 5067-VI, чинний, поточна редакція – від 04.03.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text>

3. Леган І. М. Конкурентоспроможність молоді на ринку праці: шляхи забезпечення та напрями підвищення: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.07. Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи. Київ, 2015. – 258 с.

4. Богиня Д. П. Методологічні засади формування мотиваційного механізму конкурентоспроможності робочої сили. *Мотиваційний механізм формування конкурентоспроможності робочої сили* : збірник наук. пр. – К.: Ін-т економіки НАН України, 2016. С. 26.

5. Кримова М. О. Оцінка конкурентоспроможності молодих фахівців з економічною освітою на ринку праці України. Демографія та соціальна економіка. 2015. № 2. С. 53 – 64.

6. Леган І. Конкурентоспроможність молоді на ринку праці: шляхи забезпечення та напрями підвищення: дис. ... канд. екон. наук : 08.00.07 / Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи. Київ, 2015. – 258 с.

Юлія Якущенко,

студентка Сумського державного університету

ЗАСТОСУВАННЯ ЕКСПЕРИМЕНТУ У ВИВЧЕННІ ПРОФЕСІЙНОЇ МОТИВАЦІЇ БЕЗРОБІТНОЇ МОЛОДІ ШЛЯХОМ ОЦІНКИ НАДАННЯ ПОСЛУГИ ПРОФЕСІЙНОЇ ОРІЄНТАЦІЇ

В сучасному суспільстві важливу роль відіграє вивчення професійної мотивації та її впливу на професійну самореалізацію молоді, якість роботи та безпосередньо на відношення до роботи.

За даними статистики Державного центру зайнятості, на кінець вересня 2020 року в Сумській області безробітними зареєстровано 4649 осіб молоді віком до 35 років, що становить 26,9% від загальної кількості безробітних в області [1].

Державний центр зайнятості, керуючись Законом України «Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття» [2], а також Законом України «Про зайнятість населення» [3], надає наступні послуги безробітним: професійна орієнтація; професійна підготовка або перепідготовка; підвищення кваліфікації; пошук роботи, яка відповідає ступеню та фаху навчання особи; інформаційні та консультаційні послуги пов'язані з працевлаштуванням; здійснення заходів, які сприяють зайнятості

внутрішньо переміщених осіб; надання ваучера для підтримання конкурентоспроможності деяких категорій громадян.

Як бачимо серед великого спектру послуг можна підібрати ті, які більшою мірою відповідають рівню мотивації безробітних.

У Державних центрах зайнятості, усіх безробітних поділяють на профіля, це відбувається згідно методики здійснення первинного та поглибленого профілювання осіб, які шукають роботу, та зареєстрованих безробітних. У своїй роботі, ми будемо досліджувати безробітних 2 (до цього профілю належать безробітні, що мають високу мотивацію, але середні та низькі можливості до працевлаштування), 3 (безробітні, що мають середній або низький ступінь мотивації до праці та середні та низькі можливості до працевлаштування) та 5 (є характерним, для осіб, що мають низьку мотивацію до праці та середні або низькі можливості до працевлаштування) профілів. Ми обрали цю цільову аудиторію, тому що метою нашого дослідження є апробувати метод експерименту для вивчення професійної мотивації безробітної молоді у наданні послуги професійної орієнтації на базі Краснопільської районної філії Сумського обласного центру зайнятості, і ця послуга надається лише обраним нами профілям. Також ці профіля демонструють різні рівні професійної мотивації та рівні працездатності безробітних, що також є цікавим для дослідження.

Отже, важливим для нашого дослідження є розуміння поняття «професійна мотивація». «Професійна мотивація – це сукупність внутрішніх та зовнішніх рушійних сил, які спонукають особистість до активності, визначають межі та форми поведінки, задають їй спрямованість, орієнтовану на досягнення визначених цілей, пов'язаних з професійною діяльністю» [4]. Крім наукової літератури, ми не можемо знайти визначення професійної мотивації, зокрема, у законодавстві України відсутнє чітке формулювання цього терміну.

Хоча питання професійної мотивації у вітчизняному законодавстві застосовується по відношенню до такої вразливої групи населення як безробітні, проте пояснення цього терміну у Наказі «Про затвердження

методики здійснення первинного та поглибленого профілювання осіб, які шукають роботу, та зареєстрованих безробітних» [5] та інших законодавчих джерелах відсутнє.

Головне завдання експерименту полягає в тому, щоб обравши для експерименту певну групу, дослідники могли впливати на неї певними факторами. Наприклад, ми визначили індикатори відповідно до послуги професійної орієнтації, яка надається 2,3 та 5 профілям в центрах зайнятості:

1. Запропонувати прийти на заняття, на якому розповідатимуть про нові професії, їх вимоги.
2. Розповісти та запропонувати наявні вакансії.
3. Запропонувати прийти на заняття, де навчатимуть працювати з джерелами інформації, де можна знайти роботу.
4. Запропонувати прийти на інформаційні заходи, які проводить центр зайнятості.
5. Запропонувати перевчитись на новий фах.
6. Запропонувати навчитись писати резюме.
7. Запропонувати прийти на лекцію щодо потреб ринку праці.
8. Запропонувати людині самій пошукати вакансії та виписати які їй сподобались та підходять.

Наш експеримент є природним, оскільки дослідження ми будемо проводити в центрі зайнятості спостерігаючи, як під час профілювання та семінарських занять профільних груп, безробітним будуть пропонуватися спеціалістом центру зайнятості пункти індикаторів, а вони відповідатимуть погодилися б, чи ні на ці пропозиції.

Польовий етап роботи проходив з 23.11.2020 року по 27.11.2020 року на базі Краснопільської районної філії Сумського обласного центру зайнятості. В перший день дослідження, нами було проекспериментовано 6 осіб, наступного дня 8 осіб та в останній день експериментування 8 осіб.

За результатами відповідей, ми з'ясували що безробітні 2 профілю, які були 100% досліджені, оскільки на обліку в Краснопільській районній філії

Сумського обласного центру зайнятості перебуває лише три особи другого профілю, 100% погодилися на пропозиції: «запропонувати прийти на заняття, на якому розповідатимуть про нові професії, їх вимоги»; «розповісти та запропонувати наявні вакансії»; «запропонувати прийти на заняття, де навчатимуть працювати з джерелами інформації, де можна знайти роботу»; «запропонувати прийти на інформаційні заходи, які проводить центр зайнятості». А також відповідь «так» переважала у відповідях на пропозицію «запропонувати людині самій пошукати вакансії та виписати які їй сподобались та підходять» (66,67%).

Пропозиції «запропонувати перевчитись на новий фах» (33,33%) та пропозиція «запропонувати навчитись писати резюме» (33,33%) не є актуальною для другого профілю. Щодо пропозиції навчитися створювати резюме, на цей індикатор не погоджувалися, як говорили самі безробітні, через те, що або ж вже це зробили, або ж вміють це роботи і навчатися цьому їм не потрібно.

За результатами експериментування було визначено, що безробітна молодь 3 профілю має схожу тенденцію з 2 профілем, хоча наявні деякі відмінності. Цю різницю можна побачити в тому, що особи 2 профілю на індикатори: «запропонувати прийти на заняття, на якому розповідатимуть про нові професії, їх вимоги»; «розповісти та запропонувати наявні вакансії»; «запропонувати прийти на заняття, де навчатимуть працювати з джерелами інформації, де можна знайти роботу»; «запропонувати прийти на інформаційні заходи, які проводить центр зайнятості», відповідали стовідсотково «так», а серед осіб 3 профілю є безробітні які не погоджувалися на певні пропозиції. Отже, можна сказати, що ці результати були виявлені через те, що в цих профілів різний рівень мотивації та потенціалу до працевлаштування. Але як бачимо зберігається тенденція, щодо відмови на пропозиції: «запропонувати перевчитись на новий фах» та «запропонувати навчитись писати резюме».

Безробітна молодь 5 профілю 100% погодилася на пропозицію «запропонувати прийти на заняття, де навчатимуть працювати з джерелами

інформації, де можна знайти роботу». А також більшість осіб погодилися на пропозицію «розповісти та запропонувати наявні вакансії» (66,67%). За отриманими даними було виявлено, що шість із восьми пропозицій не зацікавили безробітних, а саме це індикатори: «запропонувати прийти на заняття, на якому розповідатимуть про нові професії, їх вимоги» (66,67%); «запропонувати прийти на інформаційні заходи, які проводить центр зайнятості» (66,67%); «запропонувати перевчитись на новий фах» (100%); «запропонувати навчитись писати резюме» (66,67%); «запропонувати прийти на лекцію щодо потреб ринку праці» (100%); «запропонувати людині самій пошукати вакансії та виписати які їй сподобались та підходять» (66,67%).

Отже, щодо доцільності надання послуги професійної орієнтації безробітній молоді 2, 3 та 5 профілів, то можна сказати, що дана послуга в повній мірі відповідає професійній мотивації та потенціалу працевлаштування лише двох профілів, а саме 2 та 3. Що ж стосується 5 профілю, то було б доцільно додати окремо для цієї групи мотиваційні бесіди та заходи, а потім вже надавати послугу професійної орієнтації, щоб це мало результативність.

Список використаних джерел:

1. Професійний склад зареєстрованих безробітних та вакансій. 2020. URL: https://sum.dcz.gov.ua/sites/sum/files/infofiles/prof_sklad_sichen-zhovten.xls (дата звернення: 12.11.2020).
 2. Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття : Закон України від 2 березня 2000 р. №1533-III : за станом на 3 липня 2020. *Законодавство України* : база даних / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1533-14#Text> (дата звернення: 12.10.2020).
 3. Про зайнятість населення : Закон України від 5 липня 2012 р. № 5067-VI : за станом на 18 липня 2020 р. *Законодавство України* : база даних / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17/ed20200718#Text> (дата звернення: 12.10.2020).
 4. Траверсе Т. М. Психологія праці : навч.-метод. посіб. К. : ІПО КНУ імені Тараса Шевченка, 2004. 116 с.
 5. Про затвердження Методики здійснення первинного та поглибленого профілювання осіб, які шукають роботу, та зареєстрованих безробітних : наказ Міністерства соціальної політики України від 19 грудня 2018 № 1910. *Законодавство України* : база даних / Верховна Рада України. URL: <https://cutt.ly/9hbfJNх> (дата звернення: 12.10.2020)
- Науковий керівник:* А. М. Костенко, доктор політичних наук, доцент кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету.

Наталія Таран,

студентка Сумського державного університету

МОЖЛИВОСТІ ІНСТРУМЕНТІВ ПРОЄКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ВИРІШЕННІ ПРОБЛЕМИ НИЗЬКОГО РІВНЯ РОЗВИТКУ «М'ЯКИХ НАВИЧОК» У СТУДЕНТІВ

Актуальність проєкту онлайн-інструменту «Кар'єра моєї мрії» задля розвитку «м'яких навичок» у студентів, полягає в тому, що ЗВО та коледжі роблять акцент на навчальні дисципліни професійного спрямування та оминають розвиток «м'яких навичок» в студентів, внаслідок цього з'являється розрив між навичками та цілями, які ставлять перед собою роботодавці [1, с. 2]. Розвиток «м'яких навичок» в студентів гарантує успішність в професійній діяльності, згідно з результатами дослідження, проведеного в Гарвардському Університеті (і Стенфордському Дослідницькому Інституті) говорять про те, що вклад «твердих навичок» в професійну успішність співробітника складає усього 15%, тоді як м'які визначають решту – 85% [3].

Особливу актуальність проєкт онлайн-інструмент «Кар'єра моєї мрії» задля розвитку «м'яких навичок» у студентів набуває у зв'язку з тим, що більшість ЗВО та коледжів не приділяють належної уваги розвитку «м'яких навичок» у студентів, а даний проєкт спрямований на вирішення проблеми низького рівня розвитку «м'яких навичок» у студентів, шляхом популяризації ідеї розвитку «м'яких навичок», через онлайн інструмент «Кар'єра моєї мрії».

Метою онлайн інструменту «Кар'єра моєї мрії» є популяризація ідеї розвитку м'яких навичок, через онлайн інструмент «Кар'єра моєї мрії».

Завданнями є:

1. Проведення кабінет-аналізу списку «м'яких навичок»;
2. розроблення онлайн інструменту «Кар'єра моєї мрії» (гра-тест, бот, шаблон індивідуального плану);
3. тестування онлайн інструменту «Кар'єра моєї мрії»;

4. впровадження онлайн інструменту «Кар'єра моєї мрії» в діяльність відділу практики та інтеграційних зв'язків із замовниками кадрів СумДУ;

5. популяризація гри;

6. проведення оцінки користування онлайн інструментом «Кар'єра моєї мрії».

Під час реалізації проєкту онлайн-інструмент «Кар'єра моєї мрії» задля розвитку «м'яких навичок» у студентів, планується розроблення онлайн інструменту, яким передбачено:

- розробка гри-тесту, з метою формування в студентів комплексу «м'яких навичок», відповідно до опису типів професій за предметом праці за Е.А. Климовим (задля відстеження різниці між «м'якими навичкам» відповідно до типу та предмету праці, тим самим задля підвищення мотивації до їх розвитку), які їм потрібно розвивати задля професійної успішності [2];
- розробка боту, з метою надання консультативної підтримки з створення індивідуального плану розвитку своїх «м'яких навичок»;
- онлайн-інструмент «Кар'єра моєї мрії» задля розвитку м'яких навичок у студентів, спрямований на вирішення проблеми низького рівня розвитку «м'яких навичок» у студентів, шляхом популяризації ідеї розвитку «м'яких навичок», через онлайн інструмент «Кар'єра моєї мрії».

Методи виконання програми. Шляхом проведення методу кабінет-аналізу, буде сформований список найбільш актуальних «м'яких навичок» відповідно до професій, та адаптація списку відповідно до опису типів професій за предметом праці за Е.А. Климовим, з залученням експерта (HR-спеціаліста) задля отримання рекомендацій щодо удосконалення списку «м'яких навичок»:

- онлайн інструмент «Кар'єра моєї мрії» задля розвитку «м'яких навичок» у студентів, розробка якого відбудеться з залученням ІТ-спеціаліста задля отримання запланованого продукту (онлайн-інструменту), який буде

спрямований на вирішення проблеми низького рівню «м'яких навичок» у студентів, шляхом популяризації ідеї розвитку «м'яких навичок», через онлайн інструмент «Кар'єра моєї мрії» задля розвитку «м'яких навичок» у студентів;

- організація процесу формування команди, проведення тестування онлайн-інструменту «Кар'єра моєї мрії» задля розвитку «м'яких навичок» у студентів, з метою удосконалення інструменту, з залученням студентства;

- інформаційний супровід та впровадження у співпраці онлайн інструменту «Кар'єра моєї мрії» в відділі практики та інтеграційних зв'язків із замовниками кадрів СумДУ задля популяризації ідеї розвитку «м'яких навичок» в ЗВО, а саме в СумДУ;

- метод оцінки користування онлайн інструментом «Кар'єра моєї мрії».

Наводимо аргументи, щодо необхідності вирішення проблеми низького рівня розвитку «м'яких навичок» у студентів, шляхом проектного менеджменту, а саме, проекту «Онлайн-інструмент «Кар'єра моєї мрії» задля розвитку «м'яких навичок» у студентів».

По-перше, «Онлайн-інструмент «Кар'єра моєї мрії» задля розвитку «м'яких навичок» у студентів» дозволяє популяризувати ідею розвитку «м'яких навичок» у студентів;

по-друге, розвиток «м'яких навичок» в студентів, через «Онлайн-інструмент «Кар'єра моєї мрії» задля розвитку «м'яких навичок» у студентів», допоможе подолати розрив між навичками та цілями, які ставлять перед собою роботодавці;

по-третє, впровадження онлайн інструменту «Кар'єра моєї мрії» в відділі практики та інтеграційних зв'язків із замовниками кадрів СумДУ, підвищує рівень університету, т.я згідно проаналізованих досліджень заклади освіти роблять акцент на навчальні дисципліни професійного спрямування та оминають розвиток «м'яких навичок» в студентів;

по-четверте, «Онлайн інструмент «Кар'єра моєї мрії», задля розвитку м'яких навичок у студентів», допоможе студентам:

- здійснити самооцінку своїх «м'яких навичок» відповідно до майбутньої професії, змотивувавши до розвитку своїх слабких сторін, через індивідуальний план розвитку.

Отже, застосування проєктного менеджменту, а саме проєкту «Онлайн-інструмент «Кар'єра моєї мрії» задля розвитку «м'яких навичок» у студентів» є актуальним при вирішенні проблеми низького рівня розвитку «м'яких навичок» у студентів».

Список використаних джерел:

1. Длугунович Н. А. Soft skills як необхідна складова підготовки іт-фахівців.
URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/tech/2014_6/47.pdf.
 2. Классификация профессий Е.А. Климова.
URL: https://www.croso.ru/images/docs/Klassifikacija_professij_E.A.Klimova.pdf.
 3. Філатова Н. В. Креативне мислення, «гнучкі навички» і конкурентоспроможність на ринку праці військовослужбовців, випускників курсів у межах проєкту «Україна – Норвегія».
URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/2158/1/Creative%20thinking.pdf>.
- Науковий керівник:* А. М. Костенко, доктор політичних наук, доцент кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету.

Андрій Лебідь,

доктор філос. наук, професор

професор кафедри психології, політології та соціокультурних технологій

Сумського державного університету

Оксана Гірман,

студентка Сумського державного університету

ГЕНДЕРНИЙ МОНІТОРИНГ АКТИВНОСТІ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ

В контексті розвитку громадянського суспільства в Україні і з метою дослідження рівня розвитку гендерно-чутливих ініціатив в громадах, нами був проведений гендерний моніторинг активності громадянського суспільства в Україні в розрізі як адміністративно-територіальних одиниць нашої держави,

так і України в цілому. Певним чином деякі аспекти гендерної диференціації нами вже були проведені під час дослідження використання інтерактивних та проєктного методів навчання та їх гендерні специфікації у сприйнятті та розумінні (Lebid, Shevchenko, 2020a, Lebid, Shevchenko, 2020b)

Методологічною основою даного дослідження був моніторинг використання одного з інструментів електронної демократії – електронної петиції з урахуванням гендерного аспекту. Моніторинг відбувався на порталі електронної демократії E-DEM. Нагадаємо, що електронна петиція – це звернення громадян до органів державної влади та місцевих рад з вимогою розглянути важливе питання чи вирішити проблему.

Порядок подання та розгляду електронної петиції регулюється ст. 231 Закону України «Про звернення громадян». Розгляд електронної петиції може бути ініційований громадянами шляхом збору підписів на офіційному веб-сайті органу влади або на веб-сайті громадського об'єднання. Електронна петиція розглядається у випадку, якщо було зібрано встановлену кількість підписів (Закон, 1996).

На порталі електронної демократії E-DEM можна систематично проводити гендерний моніторинг активності громадянського суспільства в Україні, відфільтрувавши кількість поданих петицій по найактивнішим громадам, а також згруповані за областями. Сервіс дає можливість бачити загальну кількість поданих петицій, кількість голосів, поданих на підтримку цих петицій, а також загальну кількість підписантів. Крім того, сервіс уможлиблює встановлення найпопулярнішої категорії/тематики електронних петицій, визначення гендерної диференціації авторства та підтримки електронних петицій.

Досліджуючи гендерний аналіз активності громадянського суспільства, нами було помічено деякі особливості контенту порталу електронної демократії E-DEM, (на лютий 2021 р.):

1. Нерівномірність кількості поданих петицій по регіонам (в середньому по Україні – 195 петицій на область):

- a) Донецька обл. – 684 петиції;
- b) Сумська обл. – 580 петицій;
- c) Чернігівська обл. – 478 петицій;
- d) Київська обл. – 466 петицій;
- e) Вінницька обл. – 398 петицій.

2. Нерівномірність кількості голосів, поданих на підтримку петицій, враховуючи чисельність населення в області (в середньому по Україні 572 голоси за петицію):

- a) Вінницька обл. – 398 петицій (209 972 голоси на їх підтримку) – в середньому 527 голосів за петицію;
- b) Київська обл. – 466 петицій (150 341 голос на їх підтримку) – в середньому 322 голоси за петицію;
- c) Сумська обл. – 578 петицій (250 240 голосів на їх підтримку) – в середньому 432 голоси за петицію;
- d) Чернігівська обл. – 478 петицій (238 094 голоси на їх підтримку) – в середньому 498 голосів за петицію.

Отже, ми бачимо певні відмінності в активності громадянської участі по областях як в контексті подання електронних петицій, так і в контексті їх підтримки.

Наступним нашим завданням було визначення гендерної складової громадянського учасництва. Це стало можливим завдяки встановленню як авторства петиції, поскільки при підготовці та поданні електронної петиції особа, що є її автором, персоналізується на порталі через зазначення свого імені; так само ми можемо відстежити і осіб, які віддали свої голоси на підтримку тої чи іншої петиції.

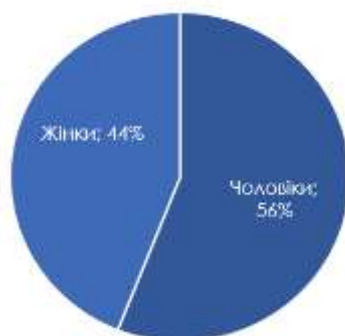
Таким чином, проведений нами гендерний моніторинг активності громадянського суспільства відбувався у три етапи:

- I. Фільтрація петицій за 2020 р., за якими вже завершився прийомів підписів на їх підтримку.

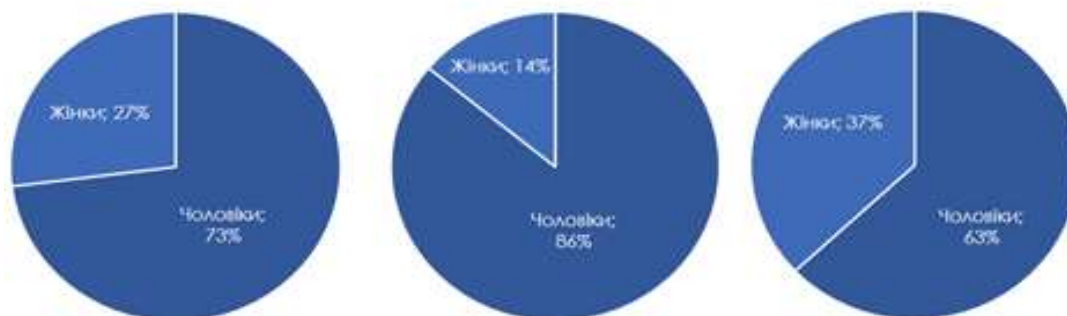
- II. Встановлення авторства петиції, в тому числі, в розрізі гендерного аналізу.
- III. Визначення кількості осіб, що підтримали петицію, в тому числі, в розрізі гендерного аналізу.

Результати моніторингу показали, що найбільш актуальними питаннями для громадян України були благоустрій міста та будівництво, житлово-комунальне господарство, транспорт та дороги.

Що стосується авторства електронних петицій, то тут очевидна перевага авторів-чоловіків: вони подали 56% електронних петицій від їх загальної кількості, тоді як жінки виступили авторами 44% оприлюднених на порталі електронної демократії E-DEM електронних петицій.



Однак, якщо аналізувати авторство петицій за гендерною ознакою принагідно до категорій та тематик, то тут ми спостерігаємо деякі відмінності: по ряду категорій (наприклад, «Благоустрій і будівництво», «Земельні відносини», «Промисловість та підприємництво» та ін.) спостерігається помітна різниця в кількості поданих петицій жінками та чоловіками, на користь останніх: 27% проти 73% - в категорії «Благоустрій і будівництво»; 14% проти 86% - в категорії «Земельні відносини»; 37% проти 63% - в категорії «Промисловість та підприємництво»:



Є ряд категорій електронних петицій, де різниця в кількості поданих петицій чоловіками та жінками не є такою відчутною, але в яких знов-таки переважно авторство належить чоловікам. До таких категорій, зокрема, можна віднести електронні петиції в категорії «Сім'я, молодь, діти»: 48% петицій, авторами яких були жінки і 52% петицій, авторами яких були чоловіки.

В цілому ж, проводячи гендерний аналіз авторства петицій, нами були отримані наступні результати (Таблиця 1):

Таблиця 1: Авторство електронних петицій

Категорії петицій, де більшість авторів – жінки	Категорії петицій, де більшість авторів – чоловіки
Освіта – 52/48	Благоустрій міста та будівництво – 27/73
Охорона правопорядку – 52/48	Екологія – 45/55
Транспорт та дороги – 51/49	Економіка та фінанси – 39/61
Інші – 57/43	Житлово-комунальне господарство – 36/64
	Земельні відносини – 14/86
	Охорона здоров'я – 30/70
	Промисловість та підприємництво – 37/63
	Сім'я, молодь, діти – 48/52

Що ж стосується питання підтримки поданих і оприлюднених на порталі електронної демократії E-DEM електронних петицій, то в цьому аспекті лідером є жіноча аудиторія: 53% усіх, хто підтримав ту чи іншу петицію за аналізований нами проміжок часу складають жінки, тоді як чоловіки підтримали 47% від усіх поданих електронних петицій.

Про що можуть свідчити ці дані? По-перше, як видається, в Україні продовжує житись стереотипне уявлення про роль та місце жінок і чоловіків у суспільстві, а також про виконувани ними функції та обов'язки.

По-друге, чітко артикульована думка про джерела та походження ініціативи та активності, яка суспільно, «звичаєво», «традиційно» детермінована парадигмою маскулінності.

По-третє, в отриманих результатах моніторингу прирвна чітка диференціація «суто чоловічих» та «суто жіночих» видів діяльності, зацікавленостей, вподобань тощо.

Відтак, очевидними постають декілька висновків та рекомендацій з цього питання. Вважаємо за доцільне і в подальшому провадити політику гендерної рівності та активності із широким залученням представників влади і громадськості. В розрізі цього видається необхідним розширення мережі інформування та популяризації громадськості з питань гендеру та гендерної політики, особливо на рівні регіональних та місцевих практик.

Список використаних джерел:

1. Закон, 1996 – Закон України «Про звернення громадян». [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Постанова, 1997 – Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Інструкції з діловодства за зверненнями громадян в органах державної влади і місцевого самоврядування, об'єднаннях громадян, на підприємствах, в установах, організаціях незалежно від форм власності, в засобах масової інформації». [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/348-97-%D0%BF#Text>
3. Lebid, Shevchenko, 2020a – *Lebid A., Shevchenko N. (2020). Cultivation of the Skills of Design Thinking via the Project-Based Method as a Component of the Dual Model of Learning. European Journal of Contemporary Education. 9(3): 570-581.*
4. Lebid, Shevchenko, 2020b – *Lebid A., Shevchenko N. (2020). Gender Differentiation in Perceiving and Evaluating the Interactive Methods of Education by the Engineering Students. European Journal of Contemporary Education. 9(4): 819-826.*

Альона Павленко,

студентка Сумського державного університету

SWOT-АНАЛІЗ ПОТЕНЦІАЛУ ВЕЛОТУРИЗМУ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ (НА ПРИКЛАДІ ОКРЕМИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД)

Кожного дня велотуризм стає популярним видом активного відпочинку у всьому світі і в Україні зокрема. Передова практика показує, що активне пересування, за допомогою велосипеда стає пріоритетним для туристів. Існуюча глобальна екологічна проблема в світі потребує негайних дій від людства, тому пересідаючи на велосипеди люди намагаються подбати про навколишнє середовище і про своє здоров'я. Такий вид туризму є ідеальною альтернативою, з одного боку велосипед є найбільш екологічним видом транспорту, а з іншого – люди повинні слідкувати за своїм станом, вести здоровий спосіб життя, випробувати себе та власні сили, відкривати нові можливості.

Дедалі більше людей використовують велосипед для прогулянок, екскурсій та подорожей. При цьому, країнами-лідерами у здійсненні подорожей на велосипеді є Нідерланди та Данія, де частка таких становить 27% і 18% відповідно. У Європі та США велосипед вподобали навіть політики та зірки. В Україні велосипедний туризм поки що не став масовим видом відпочинку. [4]

В Україні є сприятливі умови для велосипедних подорожей. Згідно з рейтингом конкурентоспроможності туристичної галузі, складеним Всесвітнім економічним форумом, Україна посідає 76 місце серед 140 країн світу за рівнем туристичної привабливості. Вважається, що Західний регіон України є найбільш перспективним для функціонування та подальшого розвитку велотуризму. Західна частина країни має унікальні природно-антропогенні ресурси, багату екосистемою та велику історико-культурну спадщину. Наявні ресурси спроможні створити необхідні умови для прогресивного розвитку такого виду туризму, проте влада неспроможна досі ефективно використати наявний ресурсний потенціал.

Щодо Східної частини України, це також високо урбанізована зона, багата на різноманітні природні дива та культурно-історичну спадщину. Однак недостатнє фінансування туристичної галузі, призводить до уповільнення її розвитку.

Проаналізувавши стан, напрями, підходи розвитку та функціонування велосипедного туризму, нами здійснено SWOT-аналіз рекреаційного комплексу необхідного для розвитку велотуризму у Східному регіоні, зокрема в Сумській ОТГ. Він допоможе більш чітко побачити усі можливі перспективи та уникнути ризиків. На підставі проведеного дослідження були визначені та сформовані сильні та слабкі сторони, можливості та загрози розвитку велосипедного туризму.

Таблиця 1: SWOT-аналіз потенціалу велотуризму Сумської області

S (Strengths) – сильні сторони:	W (Weaknesses) – слабкі сторони:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Сприятливі природні та кліматичні умови 2. Наявність рекреаційних територій та потужного рекреаційного потенціалу; 3. Велика мережа природно-заповідного фонду регіону; 4. Багатство природного, історико-культурного й туристично-рекреаційного потенціалу 5. Розвинута транспортна інфраструктура 6. Безвізовий режим для громадян України та ЄС та низки інших країн світу, що визначається як сприятливий фактор розвитку в'їзного та виїзного велотуризму; 7. Інвестиційна привабливість, стратегічні програми розвитку регіону; 8. Позитивна динаміка розбудови матеріально-технічної туристично-рекреаційної бази 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Майже відсутня державна підтримка розвитку туризму в Україні; 2. Досить обмежене фінансування туризму; 3. Непридатність інфраструктури для велосипедів, відсутність окремих світлофорів, та розмітки на дорогах. 4. Складність процедури узгодження інвестиційних проектів; 5. Недостатнє кадрове та методичне забезпечення 6. Відсутність системної організації інформаційної, маркетингової, рекламної підтримки галузі; 7. Низький рівень культури дорожнього руху; 8. Відсутність затверджених в установленому порядку природних територій рекреаційного призначення, генеральних планів їх забудови та механізму освоєння територій; 9. Відсутність належної сертифікації послуг закладів перебування та розміщення, особливо у приватному секторі

<p>О (Opportunities) – можливості:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Застосування новітніх технологій щодо управління розвитком велосипедного туризму; 2. Створити стратегічні програми розвитку велосипедного руху та велосипедного туризму; 3. Залучити інвестиції у модифікацію та модернізацію інфраструктури велотуризму регіону; 4. Розробити нові, цікаві маршрути, екскурсії та тури 5. Впровадження світових тенденцій та використання досвіду в організації, управлінні та просуванні велосипедного туризму в регіоні та Україні; 6. Покращити сервісне та технологічне обслуговування рекреантів. 7. Освоєння нових рекреаційних територій; 8. Вдосконалення законодавства щодо розвитку курортів, рекреаційних територій і туризму 	<p>Т (Threats) – загрози:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Нестабільна політична, економічна та соціальна ситуація в Україні; 2. Складна екологічна ситуації в наслідок впливу техногенних факторів та виникнення непередбачуваних ситуацій в навколишньому середовищі; 3. Відсутність позитивного іміджу в очах іноземців; 4. Непридатна дорожня система та стан доріг в цілому; 5. Зменшення інвестиційних позицій.
---	--

З огляду на результати SWOT-аналізу рекреаційний комплекс велосипедного туризму потребує реформування, а саме реалізації таких заходів, що забезпечать належний розвиток в цій галузі.

- Розробити генеральну схему, на якій будуть зазначені усі можливі велосипедні маршрути і об'єкти в ув'язці з міжнародною транспортною мережею з урахуванням прогнозованих потоків туристів;
- Відремонтувати усі дороги та прокласти нові автошляхи, оснастити їх сучасним технічним обладнанням для комфортного та безпечного руху усіх учасників дорожнього руху;
- Провести зонування і проектування територій, перспективних для розвитку велосипедного туризму та визначення пілотних районів для розвитку велосипедного туризму;

- Сертифікувати усі існуючі велосипедні інфраструктури;
- Розробити онлайн-маршрути та електронну версію проходження маршрутів;
- Створити інформаційні кабінки для допомоги та консультування;
- Налагодити зв'язки з європейськими країнами, асоціаціями велотуристів у різних містах України та лідерами в розвитку велосипедного туризму для підготовки та обміну досвідом велосипедистів;
- Розробити заходи (рекламні та PR-кампанії) щодо покращення іміджу регіону, розвитку та популяризації цього виду туризму в регіоні, Україні та за її межами.

Отже, як можна бачити, рекреаційні ресурси є основою для розвитку активного туризму. До рекреаційних ресурсів можна віднести різні природні, культурно-історичні, а також соціально-економічні об'єкти і явища. Для позитивної динаміки розвитку велосипедного туризму необхідно об'єднати зусилля органів місцевої влади та громади, налагодити стабільний сервіс, створити імідж країни, цілісний бренд через розроблення нових маршрутів та тематичних турів на основі існуючих географічних, ландшафтних та історичних багатств регіону та нівелювати загрозу переміщення потоку рекреантів за кордон.

Список використаних джерел:

1. Біловодська О. А. Удосконалення теоретико-методичного підходу до оцінки маркетингової привабливості регіону. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 1. С. 55–66.
 2. Бутко М. Інноваційні імперативи регіонального розвитку в Україні. *Економіст*. 2006. № 7. С. 26–28.
 3. Веб-сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
 4. Фізична рекреація: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. фіз. виховання і спорту / авт. кол. : Є.Н. Приступа, О.М. Жданова, М.М. Линець [та ін.] ; за наук. ред. Є. Приступи. Львів : ЛДУФК, 2010. 447 с.
- Науковий керівник:* А. Є. Лебідь, доктор філософських наук, професор, професор кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

СЕКЦІЯ 8.
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ БЕЗПЕКИ ТА СТІЙКОСТІ
В СУЧАСНОМУ СВІТІ

Софія Беседовська,

студентка Сумського державного університету

**КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ В ЕПОХУ ПОСТПРАВДИ:
ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ «СТІЙКОЇ» ОСОБИСТОСТІ**

Для сучасності однозначно очевидним і актуальним є факт інтервенції Critical Thinking в політичний, науковий, освітній та ін. простір, коли нагальною стає потреба формування загальних компетентностей та навичок у швидкоплинному світі технологій. А відтак, постає й потреба моделі «навчання протягом всього життя», коли лише ті, хто володіє навичками критичного, комплексного, нестандартного мислення, ті, хто інвестує в інтелектуальний капітал, єдино зможуть бути конкурентоздатними. Це означає, що розвиток критичного мислення є не стільки і не тільки педагогічною проблемою, а й стратегією формування стійкої особистості.

Critical Thinking на сьогодні активно досліджуваний феномен, особливо в англо-американському та західноєвропейському інтелектуальному просторі (Ruggiero, 2011; Paul, 1990; Lipman, 2003; Facione, 1990; Lebid A., Shevchenko, 2020a; Lebid A., Shevchenko, 2020b) та інші дослідники.

Освітній процес завжди стосувався двох речей: проліферації знання та культивуванні мудрості через розвиток гнучкості мислення та неординарних, нестандартних мисленнєвих стратегій та практик. В останньому, вочевидь, упосліджується критичний характер мислення як засадничий принцип розвитку людського та соціального капіталу. Виклики, які ми подибуємо перед сучасною системою освіти заактуалізовує й нову її (освіти) концепцію – освіти як дослідження, яка передбачає розширення самоосвіти та саморозвитку

особистості, що уможлиблює реальну протидію зовнішнім впливам, не в останню чергу – інформаційним.

Відтак, природнім вважається синергійний розвій практичних умінь та навичок, зокрема, й навичок критичного мислення, відповідних тим чи іншим критеріям-резонам. Компетентне використання яких є шляхом укріплення об'єктивності наших суджень. Такими критеріями, зокрема, можуть бути стандарти, закони, правила, регламенти, канони, інструкції, приписи, конвенції, ідеали, експериментальні дані тощо. Усі вони є номенклатурою раціональності, критичності, доказовості. Критеріальність мислення уможлиблює висновок про те, що критичне мислення постає як мислення, що самовдосконалюється, самокорегується, чутливим до контексту та контенту його праксису.

Виходячи з цього, Р. Пол визначає критичне мислення як мислення про мислення, його самовдосконалення через навички та стандарти оцінки процесу мислення. Він зауважує, що критичне мислення є нагальним в умовах інформаційної цивілізації та реформування системи освіти (Paul, 1990). Р. Пол виокремлює «якісне» (критичне) та «неякісне» (догматичне) мислення.

Перше схарактеризоване такими якостями як: точність, конкретність, послідовність, узгодженість, логічність, фундаментальність, повнота, неупередженість. Друге визначають неточність, невизначеність, непослідовність, неузгодженість, алогічність, поверховість, відсутня аргументація, упередженість.

Відтак, критично мисляча людина є відповідальною у своїх рішеннях, вона не озирається на авторитарні ідеології та «ідоли натовпу», уміє контекстуально самостійно мислити, критеріально оцінюючи ідеї у процесі їх аналізу чи/та оцінки (Lipman, 2003). В цьому контексті важливо зазначити, що навички критичного мислення постають не стільки в активному пошуці нових знань, скільки у співвіднесенні їх із наявними знаннями, вибудовуючи ієрархію знань, а також у співвіднесенні знання і власного досвіду.

П. Фасіон у свою чергу виокремлює низку характеристик, властивих критичному мисленню, серед яких: аналіз, оцінка, висновування, інтерпретації,

пояснення, саморегуляція, самоконтроль і самовиправлення (Facione, 1990). Варто зазначити, що ці характеристики не схарактеризовують критичне мислення одноосібно, а лише у комплексному їх застосунку.

На його думку, не усі когнітивні процеси доцільно кваліфікувати як «критичне мислення»: воно лише є однією із форм «мислення вищого порядку» нарівні із вирішенням проблем, прийняттям рішень, креативним мисленням тощо. Критичне мислення є перевіркою пропонованих рішень з метою визначення сфери їх можливого застосунку. На підтвердження своєї думки, П. Фасіон наводить «консенсусну таблицю умінь та навичок критичного мислення» (Facione, 1990):

Таблиця 1: Консенсусну таблицю умінь та навичок критичного мислення

УМІННЯ	НАВИЧКИ
Інтерпретація	1) категоризація 2) декодування 3) значення (смысл) 4) прояснення значення (смыслу)
Аналіз	1) дослідження ідей 2) виявлення аргументів 3) аналіз аргументів
Оцінка	1) оцінка тверджень 2) оцінка аргументів
Умовивід	1) перевірка фактів 2) альтернативні точки зору 3) висновування
Пояснення	1) результування 2) обґрунтування методології 3) аргументація та контраргументація
Саморегуляція	1) самоперевірка 2) самокорекція

Отже, критичне мислення постає як виклик суперечливому міркуванню, що набуває вигляду фейкової інформації, пропаганди чи-то маніпуляції, для протидії яким як оцінці, так і критиці мають підлягають усі складники міркування, аргументації: проблема, висновок, система доводів, а також логічні

зв'язки між ними. Критика ґрунтується не через незгоду з іншою думкою, а на його хибності, недоведеності чи неправильності.

Список використаних джерел:

1. Facione, 1990 – *Facione P.* (1990). Critical Thinking: A Statement of Expert Consensus for Purposes of Educational Assessment and Instruction. Research Findings and Recommendations (Electronic resource). URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED315423.pdf>
 2. Lebid, Shevchenko, 2020a – *Lebid A., Shevchenko N.* (2020). Cultivation of the Skills of Design Thinking via the Project-Based Method as a Component of the Dual Model of Learning. *European Journal of Contemporary Education.* 9(3): 570-581.
 3. Lebid A., Shevchenko, 2020b – *Lebid A., Shevchenko N.* (2020). Cultivating the Skills of Systems Thinking in the Context of Fostering the Basic and Professional Competencies Associated with Media Education and Media Literacy. *International Journal of Media and Information Literacy,* 5(1): 60-68.
 4. Paul, 1990 – *Paul R.* (1990). Critical thinking: what every person needs to survive in a rapidly changing world. Rohnert Park, CA: Center for Critical Thinking and Moral Critique, Sonoma State Univ.
 5. Ruggiero, 2011 – *Ruggiero V.* (2011). *Becoming a Critical Thinker.* Cengage Learning. 208 p.
 6. Ruggiero, 1989 – *Ruggiero V.* (1989). *Critical Thinking Supplement to Becoming a Master Student Tools Techniques Hints Ideas.* College Survival. 135 p.
- Науковий керівник:* А. Є. Лебідь, доктор філософських наук, професор, професор кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету.

Anastasia Moskalenko,

student in Sumy State University

THE CONCEPT «WAR» AND «PEACE» IN MODERN POLEMOLOGICAL RESEARCH

Scholar A.A. Stepanov has proposed several conceptual dimensions for the terms «War» and «Peace», which are as follows: formal-logical, existential, ontological, axiological, praxeological, and gnoseological (Степанов, 2007: 30).

In the formal-logical dimension, the term «peace» is conceptualized in negative form, as the opposite of war, whilst the term «war» has positive, direct definitions and is

often used in a broader sense, as a synonym for «struggle», «conflict», and «confrontation».

In the existential dimension, war is, supposedly, associated with death, whilst peace, accordingly, is linked with life. However, paradoxically, the concept of «war» is connotatively linked with life, or existence on the border between being and non-being (Heraclitus), whilst peace is associated with death as absolute rest.

In the ontological dimension, we observe the following paradox: «war» is immanent and phenomenal, whilst «peace» is transcendental and noumenal. The former is associated with movement, change, and making, whilst the latter is linked with invariability, quiescence, and perpetuity.

In the axiological dimension, «war» is viewed as absolute evil, and «peace» is seen as absolute good.

In the praxeological dimension, «war» is viewed as a means, and «peace» is seen as an end.

In the gnoseological dimension, the term «war» is the subject of research in empirical sciences, whilst the term «peace» is explored without invoking empirical reality, exclusively through the lens of the speculative. Based on the above, war may be regarded as a multi-vector and multi-factor phenomenon, which is not limited to the conduct of actual military actions exclusively. In this context, what is also obvious is the diversity of theoretical substantiations of war as a complementary phenomenon. The first attempts to create a universal theory of war can be traced to Ancient China, and are associated with Sun Tzu (Sun Tzu, 2007). Among the military theoreticians of the Middle Ages, worthy of special mention is Machiavelli, credited with setting out the key tenets of organizing, training, and arming an army, as well as some of the key requirements to commanders (Machiavelli, 2003). Machiavelli is known to have borrowed many of his ideas from Vegetius, a source he consulted in adapting the military experience of Ancient Rome to whole new historical realities. The aim of warfare was defined to be the following: to develop the capacity to withstand any opponent and then come out victorious in a decisive battle.

In 17th century Europe, the phenomenon of warfare was conceptualized based on the interests of monarchs and was limited objectives-wise, central to analysis of warfare being military maneuver strategies. A significant landmark in warfare research is associated with input from Prussian military theoretician C. von Clausewitz, who regarded war as a tool for national policy (Clausewitz, 1993).

Another Prussian military theoretician, von Bülow, the author of «cordon strategy», believed that a war can be won through focusing on defensive actions around crucial communications hubs and refraining from engaging in a major battle (БЮЛОВ, 1926).

By contrast, military theoretician and historian General Jomini was a proponent of the theory of strategic victory over the opponent via all-out offensives. French military figure and theoretician Marshal F. Foch viewed fighting a battle as an indispensable condition for the conduct of warfare, its objective being the destruction of the enemy's organized forces.

The concept of total warfare propounded by German military theoreticians in the early 20th century viewed warfare as war between nations, not armies. The suggested formula for winning that kind of war was the mobilization of all resources, with comprehensive pressure exerted on the enemy for the purpose of disheartening it.

During the 1920s, English military theoretician and historian L. Hart proposed a strategy of indirect actions, whereby the idea is to try to avoid an all-out collision with the enemy, try to disarm it, and try to undermine its morale and fighting spirit, which is to culminate in a decisive blow (Hart, 1967).

Modern polemological research takes account of factors such as the technological evolution of arms, the possibility of mass destruction, and the protracted nature of war. These are the factors that have predetermined our reflections on the future of mankind, the unprecedentedness of nuclear weapons being owned by several states, and the effectiveness of drawn-out local conflicts.

Each war theory, doubtless, has a rational kernel of its own, but the latest geopolitical realities are giving relevance to a somewhat different conceptualization

of war, including its goals, objectives, strategies, tactics, means of achieving the objectives, tools, mechanisms, etc. In particular, the conceptualization of military trends and global trends of modernity has been explored in (Кревельд, 2005; Лебідь, 2019; Kaldor, 2012; Lebid, 2019) and others.

References:

1. Бюлов, 1926 – Бюлов А.Г. Дух новейшей военной системы в кн.: Стратегия в трудах военных классиков. Том II. / Под редакцией А. Свечина – Москва: Государственное Военное Издательство, 1926.
 2. Деланда, 2014 – *Деланда М.* (2014). Война в эпоху разумных машин. Екатеринбург-Москва: Кабинетный учёный. 2014. 338 с.
 3. Кревельд, 2005 – *Кревельд М.* (2005). Трансформация войны. Москва. 2005.
 4. Лебідь, 2019 – *Лебідь А.Є.* (2019). Інформаційна та кібербезпека в умовах гібридних воєн: український контекст // Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства: Матеріали сьомої Всеукраїнської наукової конференції студентів, аспірантів, викладачів та співробітників (18-19 квітня 2019 р.) – Суми: Вид-во СумДУ, 2019. – С. 407-412.
 5. Степанов, 2007 – *Степанов А.* (2007). Война и мир в смысловом пространстве философии: методологический аспект // *Вестник ТГПУ. Серия: Гуманитарные науки*, 2007. Вып. 1(64). С. 30-35.
 6. Clausewitz, 1993 – *Clausewitz von C.* (1993). On War. David Campbell Publishers Ltd. 1993. 912 p.
 7. Fuller, 2006 – *Fuller G.* (2006). The Hizballah-Iran Connection: Model for Sunni Resistance. *The Washington Quarterly*. Vol. 30, №1. 2006. P. 139-150.
 8. Hart, 1967 – *Hart L.* (1967). Strategy. London: Faber and Faber. 1967.
 9. Kaldor, 2012 – *Kaldor M.* (2012). New and Old Wars: Organised Violence in a Global Era. Cambridge: Polity, 2012.
 10. Lebid, 2019 – *Lebid A.* Hybrid Tools for Proxy Warfare // Propaganda in the World and Local Conflicts. – 2019. Vol. 6 Is. 1. P. 33-40
 11. Machiavelli, 2003 – *Machiavelli N.* (2003). Art of War. Chicago: The University of Chicago Press, 2003. xlv+262pp.
 12. Sun Tzu, 2007 – *Sun Tzu.* (2007). The Art of War. Filiquarian Publisher. 2007. 68 p.
 13. Toffler, 1993 – *Toffler A., Toffler H.* (1993). War and Anti-War: Survival at the Dawn of the 21st Century. Boston: Little Brown & Co, 1993.
- Academic adviser:* Andrii Lebid – Doctor of science, professor, Department of psychology, political science and socio-cultural technologies, Sumy State University

Наталія Пилипенко-Фріцак,

викладач кафедри мовної підготовки іноземних громадян

Сумського державного університету

Асаре Джефfrey Дуоду,

студент Сумського державного університету

ПРАВОВА КУЛЬТУРА ЯК СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОЇ АДАПТАЦІЇ ОСВІТНІХ МІГРАНТІВ ПІД ЧАС НАВЧАННЯ В УКРАЇНІ

Процес інтеграції освітньої системи України в європейський і світовий простір зумовив збільшення чисельності іноземців, які мають на меті отримати освіту в українських вишах. Протягом останніх років спостерігається тенденція зростання чисельності іноземних студентів, які приїждять на навчання в українські виші [3] та зокрема до Сумського державного університету [2], що актуалізує питання вивчення проблеми соціальної адаптації освітніх мігрантів, оскільки студенти-іноземці змушені долати як соціально-психологічні, моральні, релігійні, комунікативні бар'єри, засвоювати нові види навчальної діяльності, вивчати традиції, цінності та форми поведінки українського народу, так і опановувати правові норми сумісного життя.

Мета розвідки – довести гіпотезу про наявність такої труднощі, як соціально-правова, що стоїть на заваді соціальної адаптації освітніх мігрантів. Мета вирішується через наступні *завдання*: провести опитування-анкетування іноземних студентів щодо труднощів, що перешкоджають успішній адаптації до соціально-культурного та освітнього середовища під час навчання в Україні; ранжувати визначені труднощі та визначити ті, що максимально заважають адаптуватися освітнім мігрантам; окреслити шляхи подолання визначених труднощів; розглянути правову просвіту іноземних студентів як один із шляхів доручення до правової культури у контексті соціальної адаптації освітніх мігрантів.

Для визначення рівня складності проблем адаптації нами проведено опитування: студентам першого курсу запропоновано зазначити труднощі, з якими вони стикалися у перші місяці перебування та навчання в Україні (кліматичні; комунікативні; навчально-освітні; національно-традиційні, пов'язані з країною навчання; особистісно-психологічні; соціально-культурні, пов'язані з навчанням у полікультурній групі; соціально-побутові; соціально-правові), та ранжувати ці труднощі за градацією, де 1 – найважча, 8 – найлегша. У дослідженні брали участь 132 респонденти – хлопці та дівчата, які приїхали на навчання у медичний інститут СумДУ з Афганістану, Індії, Казахстану, Камеруну, Лівану, Нігерії, Пакистану, Танзанії, Туреччини.

За результатами проведеного опитування можемо констатувати наступне (див. Малюнок 1): незважаючи на те, що активна взаємодія іноземних студентів з нової культурної середовищем супроводжується стресовими реакціями, які виникають у результаті попадання особистості в нове соціокультурне середовище, іноземні студенти відкриті для нової культури і для спілкування з українськими людьми; досвід входження в нове культурне суспільство 37 % студентів характеризують як складний, оскільки зазначають суттєву різницю національно-традиційної, соціально-культурної системи України та своєї країни; проте усі респонденти ставляться позитивно до культурного різноманіття нової для них країни і визнають, що засвоєння основ міжкультурної комунікації в теорії і на практиці вельми необхідно. Вагомою проблемою (яку визначили 65 % опитуваних студентів) стало невміння правильно розцінити і адекватно сприйняти невербальну комунікацію, яка пов'язана зі звичними для багатьох українців способами спілкування, культурними уподобаннями, прийнятими у суспільстві нормами поведінки та відмінностями у міжкультурній невербальній комунікації. Труднощі, пов'язані з навчальним процесом, зазначили 25 % студентів, оскільки система освіти українських вишів відрізняється від національних, але серед факторів, що допомогли подолати зазначені труднощі, – велике бажання вчитися та опанувати спеціальність у європейському вузі, яким є СумДУ. Значною

проблемою стали соціально-побутові умови проживання: на думку 48 % респондентів, побутові умови проживання у гуртожитку перешкоджають не лише успішній адаптації, але й академічній успішності. Кліматичний фактор на думку 14 % респондентів став на заваді успішної адаптації, оскільки студенти звикли до більш теплого клімату; 19 % іноземців відзначили суб'єктивні чинники, особистісно-психологічні характеристики як ті, що перешкоджають соціокультурній адаптації до нового соціокультурного середовища, а саме: юний вік студентів, втрата тісних родинних зв'язків через міграцію, невміння організувати свій час, сором'язливість, соціальна пасивність, інфантилізм тощо.

Мал. 1. Труднощі, що стали на заваді успішній адаптації іноземних студентів



Примітним є той факт, що жоден респондент не зазначив соціально-культурні труднощі, пов'язані з навчанням у полікультурній групі, як фактор, що перешкоджає адаптації; навпаки, національно-релігійно-мовно-культурну різноманітність у межах однієї групи / курсу студенти відзначили як об'єднуючий фактор, що «підштовхує» до пізнання нових культур тощо. Особливої уваги заслуговують труднощі соціально-правового характеру: 100 % освітніх мігрантів зазначили соціально-правові проблеми, як ті, що стали на заваді успішної адаптації не лише на початку навчання, але й є недостатньо усвідомленими іноземцями у подальший період перебування в Україні. Жоден зі студентів не має правової обізнаності щодо українських законів, правових норм перебування іноземців в Україні, прав, свобод та обов'язків іноземців, які

тимчасово перебувають в Україні. Додатково нами з'ясовано, що 73 % іноземних студентів не мають чіткої структури правових знань щодо законодавчої системи й своєї держави, а володіють лише правовими традиціями, звичаями як елементом культурного доробку, що передається із покоління у покоління.

Вагома роль у вирішенні проблеми адаптації іноземних студентів до соціокультурного та освітнього середовища, їх соціалізації в українському суспільстві належить соціально-педагогічній підтримці, супроводу іноземної молоді під час навчання в Україні. Обов'язковим й необхідним є різносторонній та комплексний підхід до проблеми соціально-педагогічної підтримки, створення соціальних адаптативних умов широкого спектру дії, розроблення системи рекомендацій та програми заходів, спрямованих на адаптацію іноземців та соціалізації в українському соціумі, систематична підтримка з боку громадських соціальних інститутів, неурядових організацій місцевого рівня.

Невід'ємною складовою у вирішенні питання адаптації та проблеми соціалізації іноземців є виховання правової культури іноземних студентів, впровадження стратегії правової підтримки, створення ефективних механізмів забезпечення захисту, дотримання прав і свобод та одночасного контролю дотриманням обов'язків, які мають іноземні студенти під час тимчасового перебування в Україні. Стратегія правової підтримки іноземних студентів – це, перш за все, правова просвіта, формування правової культури іноземних студентів та, по-друге, дотримання їх прав – безпечне життя і пересування. У місті мають створюватися умови для забезпечення дотримання прав і законних інтересів студентів-іноземців, для своєчасного виявлення їх порушень і організації профілактичної допомоги студентові, що опинилися у важкій ситуації; для захисту прав кожного іноземного студента має бути сформована система, що забезпечує реагування на порушення прав кожного іноземного студента без будь-якої дискримінації, включаючи діагностику ситуації, планування і прийняття необхідного комплексу заходів щодо забезпечення

дотримання прав іноземного студента і відновленню порушених прав; надання реабілітаційної допомоги кожному іноземному студенту, який став жертвою жорстокого поводження або злочинних посягань.

Критеріями виховання правової культури є глибина та міцність правових знань, повага до права, переконаність та впевненість в їх дієвості, значущості та справедливості, розвинуте почуття людської гідності, розуміння права і його ролі як засобу забезпечення їх законних прав та інтересів особистості, непримиренність до правопорушень і правопорушників тощо [1, с. 34]. Зазначимо, що у пріоритеті громадських організацій міста [4] та Стратегічного плану розвитку СумДУ [5] – допомогти студентам-іноземцям якомога швидше адаптуватися до соціокультурного простору та пройти успішну соціалізацію. За результатами додаткового опитування виявлено, що більшість опитаних іноземних студентів усвідомлюють важливість соціально-правового захисту, говорять про необхідність роботи навчальних та громадських закладів у цьому напрямку, висловлюють побажання щодо поліпшення співпраці Міграційної служби з іноземними студентами, але самі досить часто не бачать загроз для себе з боку відсутності знань правової культури (законів, свобод, прав). У більшості іноземних респондентів немає чітких уявлень про те, що мається на увазі під «Соціально-правовим механізмом захисту іноземних студентів».

Отже, проблема правової просвіти є невід'ємною складовою соціально-культурної адаптації іноземних студентів під час навчання в вишах України, що актуалізує подальше вивчення цього питання, зокрема аспекту розроблення методик, занять, тренінгів неформальної освіти як інструменту успішної соціалізації студентів-іноземців у контексті правової культури та в умовах інтернаціоналізації вищої освіти з урахуванням реалій життя.

Список використаних джерел:

1. Гриньова Я.Г. Виховання правової культури студентів. *Сучасні аспекти виховання студентської молоді* : матеріали всеукр. наук.-практ. конф., м. Харків, 19-20 берез. 2009 р. Харків, 2009. С. 33–34.

2. Звіт департаменту міжнародної освіти СумДУ за 2020 рік. URL : https://sumdu.edu.ua/images/content/general/public-info/report/report-2020_education-international.pdf (дата звернення 24.03.2021).

3. Іноземні студенти в Україні. URL : <https://studyinukraine.gov.ua/zhittya-v-ukraini/inozemni-studenti-v-ukraini/> (дата звернення 24.03.2021).

4. Стратегія розвитку міста Суми до 2025 року. URL: <https://smr.gov.ua/uk/novini/podiji/16771-sumski-deputati-skhvalili-plan-interkulturnogo-majbutnogo-sum-do-2025-roku.html> (дата звернення 24.03.2021).

5. Стратегічний план розвитку Сумського державного університету на 2020–2026 роки. Суми, 2019. 93 с. URL: <https://news.sumdu.edu.ua/images/announcements/2019/2019-10-28/SumDU-Strategy-2026.pdf> (дата звернення 24.03.2021).

Andrii Lebid,

Doctor of science, professor

Department of psychology, political science and socio-cultural technologies

Sumy State University

WHAT IS PROXY-WAR?

Conventional warfare is becoming a thing of the past. Modern warfare is, for the most part, proxy warfare with hybrid tools employed in special operations. Of particular importance in the process of the development of proxy warfare is the fact of emergence and spread of nuclear weapons and weapons of mass destruction. Quite low is the likelihood of conflicts between two or more high-tech armies.

In the view of J.S. Levy, the cause of the recent upsurge in irregular proxy warfare is the possibility of incurring significant physical losses and damage while deriving potentially minor gains from waging a regular war (Levy, 1983).

Since the end of World War II, the world has witnessed the following fact: two thirds of all armed conflicts were between small and medium-sized states, with the superpowers acting, for the most part, as their initiators, but by no means their participants, with a focus on providing remote support in the form of asymmetric influence. The three regions that have become the world's major conflict zones are Africa, Asia, and the Middle East. From this perspective, the overwhelming majority

of armed conflicts today are intrastate conflicts with elements of proxy warfare (Smith, 2004).

Essentially, proxy warfare is warfare conducted via third parties with «passive» participation from the key actors, which is accompanied by information, political, economic, and cyber operations and involves the provision of military, organizational, resource, and other types of support on their part under the pretense of helping resolve an «internal conflict» in the third country. In other words, a proxy war is nothing other than a war fought by the hands of others, a «war by proxy», or a civil war with hybrid tactical attacks, of strategic significance in which is the destabilization of the socio-political situation for the purpose of replacing the government, cultivation of manageable chaos, and use of other destructive factors, which involves the use of information tools designed to alter human behavior and relationships.

A proxy war is an international conflict between two actors which are pursuing their geopolitical interests through military actions in the territory of a third state and using the latter's resources. A formal smokescreen to justify such actions is assistance in resolving the third state's internal conflict, which, once again, is being fueled by the proxy war's key actors.

A characteristic of proxy warfare is the fact that it, first of all, is conducted not via the armed forces of the key actors but those of a third side, which can be represented not only by state military units but private military companies, security contractors, terrorist organizations, rebel groups, or tribal or religious irregular armed groups; second of all, military actions as part thereof tend to, again, take place in the territory of a third state supported by the actors. Of interest is the following characteristic of the evolution of proxy warfare: a state «participating» in the conflict gets substituted by all kinds of foundations, civil society institutions, political forces, etc. In this context, we are talking about «double proxy wars», which are waged through the use of information-based special operations and disinformation.

References:

1. Lebid, 2019 – *Lebid A. Hybrid Tools for Proxy Warfare // Propaganda in the World and Local Conflicts.* – 2019. Vol. 6 Is. 1. P. 33-40

2. Levy, 1983 – *Levy J.* (1983). *War in the Modern Great Power System, 1495-1975.* Lexington: University Press of Kentucky. 1983

3. Smith, 2004 – *Smith D.* (2004). Trends and causes of armed conflict. [Electronic resource]. URL: https://www.berghof-foundation.org/fileadmin/redaktion/Publications/Handbook/Articles/smith_handbook.pdf

Владислав Рожок,

студент Сумського державного університету

МІГРАЦІЙНІ РИЗИКИ ДЛЯ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Факторами розвитку глобалізованого світу стали міграційні процеси, які характеризуються великими масштабами. Вони здійснюють вплив на формування якісного та кількісного складу населення, соціально-демографічний та економічний розвиток, політичну та культурну сфери. Аналіз сучасних міграційних тенденцій у нашій державі, що характеризуються масовістю міждержавних міграційних рухів у контексті участі України в світовому міграційному просторі, розглядається як важливий фактор формування національної політики. Ця тема знаходиться в площині безпекового середовища України та забезпечує дослідження та вирішення актуальних проблем безпеки, пов'язаних з міграційним простором України та масовими зовнішніми міграційними переміщеннями населення.

Метою роботи є визначення міграційних ризиків для безпеки України та можливих наслідків.

Для досягнення зазначеної мети поставлено такі *завдання*:

- визначити сутність понять «міграція», «безпека»;
- проаналізувати сучасний стан міграції в Україні;
- визначити можливі міграційні ризики для безпеки України.

Як зазначено в Академічному тлумачному словнику української мови, безпека – це стан, за якого ні кому (ні чому) ніщо не загрожує, а міграція – це переселення народів у межах країни або з однієї країни в іншу [1].

На законодавчому рівні поняття «безпека» розглядається в контексті національного, державного, громадського та інших видів як захист інтересів

(державних, громадських, індивідуальних) від реальних та потенційних загроз (див. Ст. 1 Закону). Закон України «Про національну безпеку України» [3].

Зараз у правовому полі міграція характеризується з позиції визначення основ державного регулювання зовнішньої трудової міграції [3]. Можна погодитись із авторами законопроекту в міграційній сфері І. Гайдошем та М.Шульгою щодо важливості законодавчого закріплення основних принципів державної міграційної політики України [2]. Міграція в рамках цієї політики визнається «пересуванням особи для зміни місця проживання або перебування, що супроводжується перетином державного кордону (зовнішня міграція) або кордонів адміністративно-територіальних одиниць України (внутрішня міграція)».

Якщо ж говорити про міграційні ризики для безпеки України, то більше уваги потрібно приділити дослідженню саме міжнародній трудовій міграції, адже це явище в нашій країні набирає обертів.

Міжнародна трудова міграція в Україні – це явище переміщення особи працездатного віку з метою тимчасового працевлаштування, яке супроводжується перетином державного кордону та в'їздом на територію іншої країни. Зазвичай люди мігрують в пошуках кращих умов життя і більш високої оплати праці.

На даний момент це явище набирає обертів, точна цифра мігрантів невідома, приблизно до 7 мільйонів українців виїхали працювати за кордон. Починаючи з кінця березня 2018 року в Україні діє онлайн лічильник, який займається підрахунками громадян що виїжджають за межі України. Згідно лічильника з України за одну хвилину виїжджає 2 заробітчанина. Якщо поррахувати, то за добу Україну покидає приблизно 2880 людей.

Згідно Державної Служби Статистики України (ДССУ) станом на січень 2021 року чисельність населення України становить 41.4 млн. осіб. Слід зазначити, що на початку 2017 р. населення України становило 42,58 млн. осіб, а на початок 2018 р. – 42,39 млн. осіб. 1 Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Щодо осіб, які виїхали з України за кордон з метою працевлаштування, то ДССУ надає такі дані: у 2001 р. виїхало 717532 особи; у 2016 р. – 246188 осіб; у 2017 р. – 430290 осіб; у 2018 р. – 610687 осіб; у 2019 р. - 554520 осіб.

Отже, на основі статистики можна побачити перший ризик для безпеки України – виїзд висококваліфікованих працівників.

Висококваліфіковані працівники – це майбутнє країни - професіонали, які повинні працювати на розвиток України. З виїздом за кордон однієї такої людини Україна втрачає значний інтелектуальний потенціал. Висококваліфіковані спеціалісти, на підготовку яких країна витратила чимало бюджетних коштів, виїждять на заробітки за кордон працювати на малокваліфікованій, непрестижній праці, тому що в нашій країні відсутні бажані працівниками соціальні гарантії в порівнянні з сусідніми державами.

Також міжнародна трудова міграція сприяє кількісному зменшенню населення України, та погіршення складу чисельності населення України (вікова структура, чисельність працездатного населення...). Існують ризики необґрунтованого зростання обсягів трудової міграції, збільшення потоків виїзду громадян України за кордон з метою працевлаштування та ризик негативного впливу трудових мігрантів на ринок праці в Україні.

Щодо внутрішньої міграції, то тут можна зазначити традиційним є потужний міграційне переміщення сільських жителів у міста, який обумовлений різницею у можливостях, матеріальному становищі, та загальних стандартів життя. З викликами вимушеного переселення з Донецької, Луганської областей та Криму зіткнулися близько 3.5% осіб від кількості населення України. У світі існують різні фактичні дані щодо кількості вимушено переміщених осіб. ООН надає таку інформацію: Україна посідає перше місце в Європі та дев'яте у світі серед країн з найбільшою кількістю вимушено переміщених осіб та сягає 0.8 – 1.0 млн. осіб [4].

Згідно з перерахованою вище статистикою можна визначити такі ризики, як: посилення обсягів внутрішньої міграції населення з тимчасово окупованої території України та районів проведення АТО та нерівномірний розподіл населення по регіонах, що може призвести до збільшення витрат держави на

соціальні послуги, змін розміру середньої заробітної плати, перенасичення пропозиції на ринку праці в певних регіонах та навпаки.

Під час еміграції населення України є можливість виникнення ризику збільшення потоків еміграції працездатної (активної) частини населення.

Ризики імміграції можуть бути такими: наднормове (порівняно з попередніми періодами) збільшення потоків імміграції в Україну та негативний вплив іммігрантів на внутрішню ситуацію в Україні, що може призвести до збільшення кількості іноземців та осіб без громадянства, які постійно проживають в Україні, збільшення кількості осіб притягнутих до адміністративної відповідальності та збільшення кількості відкритих кримінальних справ відносно іноземців та ОБГ.

Таким чином, визначивши поняття та проаналізувавши сучасну статистику міграції в Україні визначено що існують ризики для безпеки України в сфері міграції, які можуть привести до негативних наслідків, а саме: диверсифікація етнічного складу населення, зміна його соціальної структури і характеру соціальних зв'язків можуть сприяти змінам в етнічній, культурній сфері. Мовні, релігійні та демографічні структури населення, ускладнення криміногенної ситуації і конфлікти; втрати населення можуть перешкоджати трансформації в країнах походження мігрантів; прибуття дешевої робочої сили в країни призначення може утруднити впровадження передових технологій; зростання соціальної напруженості в сім'ї та ін.

Цікавість отриманих результатів для науки та практики полягає в тому, що ми визначили можливі міграційні ризики, та навели приблизні наслідки, які можуть бути і на основі цих результатів можна скласти рекомендації або розробити план дій державних структур щодо зменшення рівня міграції населення, та зміни негативних наслідків на протилежні.

Список використаних джерел:

1. Академічний тлумачний словник. URL: <http://sum.in.ua/s/bezpeka;>
<http://sum.in.ua/s/migracija>.
2. Гайдош І., Шульга М. Проект закону про державну міграційну політику. URL: rada.gov.ua/законодавство/проекти_законів.
3. Офіційний веб-сайт Верховної ради України. URL: <https://rada.gov.ua/> .

4. Українське суспільство: міграційний вимір : нац. доповідь / Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України. Київ, 2018. 396 с.

Науковий керівник: М. С. Назаров, кандидат політичних наук, старший викладач кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

Vladyslav Shapoval,

student in Sumy State University

“DNR/LNR”: POSSIBLE FUTURE SCENARIOS OF DONBAS

The Revolution Dignity has brought into Ukraine positive changes in economic, social, and political spheres. The relations with the European Union and the Western World have become closer and warmer too. Finally, the voice of Ukrainians was heard, and the governments began to work on what the society wanted. However, there was a prize for these changes – Ukrainian integrity. Understanding that Ukraine was moving further from the Russian orbit of influence, the Russian Federation government has decided to prevent it. They violated international laws and annexed Crimea along with starting the war in the Donbas region. Those events were terrifying for Ukrainian society as well as for the international community. The war in the Donbas area is ongoing and still affecting Ukraine and its future, and it is also rising a security concern in the world and sustainability in Europe. These explain the relevancy of the work in which the purpose will be to illustrate the history of the creation of DNR&LNR terrorist organization and their present existence, to analyze them and give possible scenarios of their futures.

First, the formation history will be discussed. After the Euromaidan and the annexation of Crimean, pro-Russian separatists attended a rally in Donetsk and Luhansk in April 2014. They wanted to have a referendum that would be the same as one that happened in the Crimean. Then they stormed and took control over the cities' council with demanding the referendum that in its turn would not have any status-quo option and so basically would mean «join Russia or not». After a month of

escalation, on May 11th, the referendum took place. Separatists said that around 90% voted in favor of joining Russia. However, any government, including the Ukrainian, has recognized it so it was not legitimate. After an extensive escalation, Russian military forces crossed Ukrainian borders in August and were meant to assist pro-Russian separatists with fighting against the Ukrainian military. As a result, they helped to defeat Ukraine in early September. The conflict was escalating for a long time with hundreds of victims from both sides. The most memorable battles were in Debaltsevo, Mariupol, Donetsk Airport and so on. The separatists had solid support from Russia that was a reason why the war could not be stopped from the very beginning. The first attempt to end the conflict was in the same year, August 2014. It was made unofficially during the Normandy Celebration where representatives of Russia, Ukraine, Germany, and France had a meeting and created the Normandy contact group. It was the first step to find ways to solve the escalation. However, there were not a lot of productive agreements and the escalation was ongoing. Another attempt was made a month later in Minsk where representatives of the Russian Federation, the Donetsk People's Republic, the Luhansk People's Republic, and the Organization for Security and Co-operation in Europe signed the agreement (Minsk Protocol) to stop the escalation in the Donbas area in Ukraine. As in the case of Normandy Format, the war was not stopped, and the bloody events were still happening. As a decision, the new Minsk Protocol, also known as Minsk II, was signed in early 2015. Yet, the battery ceasefire as it was agreed in the agreement was not implemented, and a lot of people were dying [1]. With time and no constructive implementation of agreements, the war in Donbas has become a frozen conflict that is needed to be solved in Ukrainian interests as well as international ones. Nevertheless, the situation seems to be unresolvable unless Russia and its government find a desire to seek peace. Unfortunately, it seems to be impossible for this movement. The alternative scenarios for the Donbas region were designed to show where the conflict could go and when, finally, the peace would come to Ukraine.

The first one, the most disastrous one, would be the escalation of the conflict with a possible full-scale war. The scenario is less possible; however, such a case can

be still discussed as Putin's rhetoric was moving in this direction [2]. The Minister of the Ukrainian Ministry of Defense mentioned a few times about possible full-scale war with Russia referring to The Ukrainian Security and Intelligence Services and their work. He said that there was a possibility of Russian military forces attacking Ukraine from Crimea, as the peninsula is getting militarized every day, Transnistria and Donbas areas. On the other hand, the new ways to make hybrid wars can allow Putin much more than a simple way of conducting warfare. Changing people's opinions and creating a controlled-by-Russia government might have more impact on the international arena as he can use it to shape the international order. Now that might be Mr. Putin's main goal as pro-Russian political forces are taking an act of revenge in Ukraine, especially, on local elections. Therefore, such a scenario is less possible but still should be taken into account.

Another one would be quite impossible but extremely positive for Ukraine. Within a year, all parties, including Ukraine, Russia, and terrorist organizations in Donbas would sign an agreement where the possible reintegration of the occupied territory into Ukraine will become possible. Nevertheless, the main problem here is the Russian President and his ambitions to shape the international order. It is unlikely he will retire after this presidency term; possibly, he will try to find a way to stay in the power. If not personally, by political puppets to «rein» Russia [3]. The same can be said about leaders of Donetsk and Luhansk People's Republics that would never give up on their sources of income and support of Russia. Thus, the scenario is optimistic but, unfortunately, might not be able to take place any soon.

The last scenario that was designed and, perhaps, the most realistic one is the frozen conflict. Lately, there was not much constructive agreement between parties. Russians insist on creating Ukraine as a federative state and recognizing terrorist republics. However, if it becomes possible, a new escalation from Russia will likely happen. The Russian government would organize new «rallies» where new pro-Russian separatists in other regions of Ukraine, like Odesa, Kharkiv, Kherson, and so on would demand joining Russia and as federative subjects, they might do it easily. Also, recognizing terrorist organizations in Donbas can be meant only the loss for

Ukraine in the War as they would get legitimate rights to manage the occupied territories. Hence, to find a common ground is less likely in such a situation. So, Ukraine and Western World should focus on finding ways to convince or not give any choice to Russia as to only stop the war.

The War in Donbas is a wound on Ukrainian integrity and even after solving it, it would need years of healing. Unfortunately, even after 7 years, the common ground was not found, and it seems like it will be able to be done even in the nearest future. Separatists and their leaders will not be able to reach a compromise if they would not get such a command from Russia's president. Ukrainian allies do everything possible to assist Ukraine but still, the war is ongoing. The only way that Ukraine has now is to fight for its integrity domestically and internationally with a hope that economic and political sanctions will work and its allies will give a hand then the country would need them the most.

References:

1. Conflict in Ukraine | global Conflict Tracker. (n.d.). Retrieved March 20, 2021. URL: <https://www.cfr.org/global-conflict-tracker/conflict/conflict-ukraine>
 2. «Велика війна» на Донбасі: Чи може Спалахнути І ПОСУНУТИСЯ фронт. (n.d.). Retrieved March 20, 2021. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-56367010>
 3. Liik K. Will he stay or will he Go? Putin's role will change. Retrieved March 20, 021. URL: https://ecfr.eu/article/commentary_will_he_stay_or_will_he_go_
- Academic adviser:* M. S. Nazarov, PhD in Political Science, Senior Lecturer in Sumy State University

Oleh Pokalchuk,

Social/military psychologist

ISER Board member

COGNITIVE WARS

It looks obvious, that a debate about information wars (as well as wars in general) should not disappear from the current research agenda. Internal and external political reasons make military topics periodically appear and vanish.

Their current rise is associated with two new circumstances.

Firstly, a romantic thesis «We simply need to stop shooting» has crashed.

A withdrawal of a three hostile Ukrainian TV channels' beneficiary turned TKG from being an active instrument of legitimate hostile planning into a unimportant propaganda tool. An available niche of information attacks immediately had been filled with the Russian political hysterics and a demonstration of the ORDLO's military capabilities.

Those activities, so far, have served as a test for the Russian ambitions' adaptation to new American political realities.

Secondly, the above-mentioned US foreign policy circumstances (an advancement towards EU and Eastern European issues) forced the Ukrainian authorities to become unexpectedly bold in reforming their own agendas.

We witness an increased number of conflicts among the official Ukrainian politicians with some odious representatives of a «shadow state». Ukrainian oligarchs during all these years of war with Russia were ready to generously finance any patriotic masquerade that camouflaged their business with the enemy.

A decrease in those impacts on the state policy, which argued a chance to become a really national one, has created fundamentally new societal stresses. Some new «communicative gaps» have appeared in an old corruption body. Political traumas of that kind of changes have a nature of open cognitive wounds, which have been always a target of the hostile special services attacks.

For example, a NATO doctrine with a relevant digital code STANAG and supplements for the NATO participating countries in an AJP format is close to what we interpret as a «statute». What we proudly call a «doctrine» reminds a «strategy» or rather a «vision». If we talk about information wars, it is important to remember that a segment of Strategic NATO Communications includes more than a dozen of mutually linked instruments of information influence.

Those directions have its methodological support, including doctrines. The doctrines are associated with other documents, which are called IRC (Informational Related Capabilities). They include the specifics depending on forces specializations.

Navy, aviation or land troops and their informational operations have a common basis, but different tactical recommendations. Generalizations of processes under an information war slogan give a unique opportunity for journalists and bloggers to advertise themselves. The Ukrainian society has learned to widely use a stylish word «fake», which does not really change a lot. It is generally a useful phenomenon, since a state propaganda narrative does not exist.

A subject of information influences is not limited to the army. Special services specifics in counter-acting hostile information influences are more complicated.

After two years of discussion in early 2017, NATO has been established a combined intelligence and security agency. However, each NATO member primarily protects its own national interests and own intelligence within any alliance. There are more stable communities, such as the union of five English-speaking countries called «Five Eyes» [2]. Due to the existence of a common enemy, there are less stable situational units as well. In 2004 President Bush signed the law on establishment of the US National Intelligence, which has a function of a political regulator of the intelligence community within its 16 subjects. Information influences in this area are pragmatic and therefore more effective. However, inter-agency conflicts of interest did exist in this sphere as well.

Vulnerability

Russian information attacks in different directions have been using various techniques with two strategic goals [1].

The first goal is economical.

A task is to draw Ukraine into an exhausting information arms race/IAR. Russia, as a country with still a strong economic potential, tries to make Ukraine to participate in an IAR competition that requires money, time and research. It distracts an attention of Ukrainians from other important internal problems. A Ukrainian side, in principle, has agreed lively, because it is a pleasant option of budgeting without any consequences: «You know, we fight the hybrid war».

The second goal is cognitive.

A cognitive system/cognitive structure (from a Latin word «cognition», «knowledge») is a system of personal knowledge which is formed as a result of character formation, education, training, observation and reflection of the surrounding world. This system includes a set of decision-making on how to act in a certain situation trying to avoid contradictions.

A cognitive goal means a creation of a strong and irreversible set of semantic influences on the human psyche in the occupied regions to acquire a new identity which, consequently, changes social behavior. In ORDLO during seven years we have already received a kind of our own "German Democratic Republic" with its own "Stasi" under a FSB/GRU control.

The first stage of that influence is a restriction of normal communication and, in general, a restriction of any access to information or so-called «deprivation».

There is a mental state when a person cannot satisfy basic mental needs for a long time. Circumstances of the Russian-Ukrainian war sharply reduce economic opportunities of people, their social prospects and suppress their vital plans.

Deprivation creates a «negative pressure» on cognitive abilities of a person, causing imbalance and nervousness. Such a negative information pressure leads to search and acquisition of «other» information which (according to its Russian authors) is more relevant and useful. Not many are able to abandon an access to such «other» information, which is destructive in its core. Ukrainians are forced to participate in a surrounding communicative process, even if such a process is depressing and causes a complete distrust.

It reminds the purchase of a low-quality buy eatable food. People realize that their current situation makes them to buy such food because they believe that they could buy something better later. But next time never comes. A goal of such influences is to create a different context of false feelings, which lead to certain behavior.

Consequently, a real goal of informational influences is the change of behavior. If a person continues to follow his/her own ideology or faith, but acting (or vice versa, hiding) under the influence of hostile informational operation, it is called an

effective informational campaign. People under its influence are called «useful idiots». Their intensification or omission of certain acts at the right time is the task of the enemy's special operations.

Informational spectrum of vulnerabilities and their cognitive segment are a current «theater of hostilities» in the proxy war with Russia. A cognitive system of responsible decision-makers under such influences will turn them into «useful idiots». They will make sincere mistakes. A social process will change its trajectory towards a favorable for the enemy direction.

Methods of «convincing influence» are known since the late 40's including the models developed by Lasswell, Shannon–Weaver, Osgood–Schramm, Latane and others. Those models do not receive an appropriate attention, because social procedures and processes are not easy to evaluate and model.

In order to achieve effectiveness of influence sometimes certain actions need to be prolonged in time before they bring any result. Modeling of social influence factors requires interdisciplinary approaches relating to informatics, marketing, political science, social psychology, etc.

Ukrainian securities bureaucracy, as any other, is not creative. In addition, as all bureaucracies, it must be highly specialized. If a Ukrainian national security system aims to fight threats, it is necessary to take into account that a threat and vulnerability are not the same things. A threat is a person or an event that has a negative impact on potential valuable resources. Vulnerability is a quality of the resource or its environment, which allows to realize the threat. Dealing with vulnerabilities, we encounter a wall of a bureaucratic silence, because we cannot criticize ourselves.

Our current problem of early risk prevention is in those kinds of risks that do not fall into a list of the respectable «official threats». Our security system, as well as the entire state system, remains within a framework of the Soviet administrative model. Some profound changes can only be made while being threatened by a deprivation of funding, both internal and external.

Americans after a tragedy of 9/11 adopted the Patriot Act to strengthen American national security by ensuring appropriate means necessary to stop and prevent terrorism (2001–2015). It is a voluminous and meaningful document. In 2002 Bush signed the Terrorism Risk Insurance Act (TRIA) [3], which had been updated several times in accordance with the actual challenges. Its action is extended until December 31, 2027.

A separate exciting article could be written about the above-mentioned documents. A major thing that caused their appearance was an official recognition that the existing system of interaction among law enforcement, counter-intelligence and intelligence structures did not cope with threats of a new type. That happened in the US, where their defense budget is about sixteen times larger than the Russian one. Though those documents are not about money, but brains.

On November 25, 2002 the American system responded to existing threats by an establishment of the National Security Department working with a civil segment. Its declared goal was to prepare, prevent and respond to domestic emergencies, in particular terrorism.

A Ukrainian response to new information threats could be made in two ways.

Administrative – a creation of new, modern type of institutions with a simultaneous elimination of the old ones. However, NABU/DBR/SAP (irrespective of their current activities) demonstrate a powerful resistance including legal and political problems which are on the way of reforms in Ukraine.

The second way is an appeal for help from a society. More precisely, an appeal for partnership with a new and relevant legislative base including mutual obligations. A US system of civil outsourcing in their security sector has been very strong. After 9/11 it was increased and had remained strong so far. Those are not our «public councils», but full-fledged civic-government partnerships.

A contemporary cognitive war with the current Ukrainian archaic approaches to own security creates vulnerability of a completely new type. Media, civil society and by all means government structures are not able to prevent it.

We soon might experience new and unexpected Russian threats if our regular reforms continue to save our already insufficient national security budget and employ the same people for new jobs. Asymmetric and modern security measures in a cognitive sphere along with collaboration with people could prevent the potential Russian threats.

References:

1. Teperik D., Jermalavičius T., Senkivn G., Dubov D., Onyshchuk Y., Pokalchuk O., Samus M. (2018). A Route to National Resilience. Building. Whole-of-Society Security in Ukraine. URL: https://uploads.icds.ee/ICDS_Report_A_Route_oilience-Building-
2. Gold J. The Five Eyes and Offensive Cyber Capabilities: Building a ‘Cyber Deterrence Initiative’. URL: <https://ccdcoe.org/uploads/2020/10/2020-Josh-Gold-Five-Eyes-and-Offensive-Cyber-Capabilities.pdf>
3. US Department of the Treasure: Terrorism Risk Insurance Program. URL: <https://home.treasury.gov/policy-issues/financial-markets-financial-instions-and-fiscal-service/federal-insurance>

Анастасія Іванченко,

студентка Сумського державного університету

РОСІЙСЬКА ІНФОДЕМІЯ: ФЕЙКИ ТА ПРОПАГАНДА

Ми не просто боремося з епідемією, ми боремося з інфодемією

Тедрос Аданом Гебреїсус (Генеральний директор ВООЗ)

Хто володіє інформацією, той володіє світом, тому в ХХІ столітті акцент із фізичних війн змістився на інформаційні та когнітивні. Вони дешевші та не вимагають людських жертв. І головне – систематично впливають на свідомість, а отже і на дії людини. Саме через це світові кризи стали майданчиком для маніпуляцій. Нестабільна ситуація дає шанс захопити владу над свідомістю мас. Інструментами маніпуляції та нав’язування наративів стали пропаганда, фейки та дезінформація.

Особливістю сучасної пропаганди 2.0 є високий рівень креативності, яка основана на політичних технологіях [1]. Проте цього недостатньо, адже

реципієнт легко вирізняє пропаганду серед потоку інформації через негативний та агресивний відтінок повідомлень. Натомість широко використовується дезінформація. Вона помірно просуває альтернативну, нереальну дійсність, щоб змінити свідомість людини. Найбільш поширеним методом маніпуляції є фейки. Вони дають реципієнту те, що він сам хоче почути. Як наслідок, споживачі самі розповсюджують фейки.

У 2020 році світ охопила криза пандемії COVID-19. І на фоні нестійкої ситуації у більшості країн широко розвинулись маніпуляції. Таке явище отримало назву «інфодемія» (скорочено від «інформаційна епідемія»). Вперше цей термін у матеріалі про епідемію SARS вжив політолог Девід Дж. Роткопф у колонці для «The Washington Post» у 2003 році: «Декілька фактів, змішаних зі страхом, спекуляціями та чутками, які швидко поширилися та передалися по всьому світу сучасними інформаційними технологіями, вплинули на національну та міжнародну економіку, політику та навіть безпеку вкрай непропорційно, якщо порівнювати з реаліями» [2].

Задля протидії хвилі інформаційної епідемії, пов'язані з COVID-19, фактчекери з 77 країн об'єдналися у CoronaVirusFacts Alliance.

Одна з найбільших шкіл пропаганди – це російська (кремлівська). Російські інформаційні війни базуються на рефлексивному управлінні супротивника, в основі якого є управління сприйняття. Пропагандисти акцентують увагу на те, що треба, і замовчують власні проблеми, про які масам знати не треба. Москва завжди відзначалася високим рівнем пропаганди закордоном. Тому очевидно, що під час кризи коронавірусу Росія розгорнула інформаційну війну.

Першим етапом поширення фейків стали «страшилки». Ці повідомлення розповсюджували як центральні телеканали, так і сумнівні сайти. Що характерно для російської пропаганди, часто наративи суперечили один одному. Приклади поширених меседжів російської інфодемії: ніякої пандемії не існує, всесвітня секретна спецслужба вночі буде опромінювати телефони, щоб знищити COVID-19, кожні 100 років світ охоплює хвиля «чуми» (і як доказ

наводяться епідемії різних століть 19-го року), коронавірус є біологічною зброєю (в ЛНР та ДНР це повідомлення було доповнено взаємозв'язком поширення вірусу та рівнем безпліддя у чоловіків).

Щодо біологічної зброї та таємних лабораторій був присвячений окремий напрямок інформаційної епідемії. Наприклад, на телеканалі Росія-24 був присвячений окремий випуск програми «60 хвилин» нібито американським біолабораторіям на території України [6].

Один із найпотужніших спроб маніпуляції став меседж «Європа і Україна не здатні протистояти COVID-19» [3]. Це було підкріплено пропозицією Росії допомогти Італії у боротьбі з коронавірусом, коли вся Європа відмовилася. Головні наративи: ЄС не справляється із кризою, внаслідок чого він приречений на розпад, у нього відсутня солідарність, після розколу ЄС припинить існування Шенгенська зона. Тези та новини, які використовувалися для переконання: ЄС покинув Італію напризволяще; Польща відмовилася відкривати для російських літаків свій повітряний простір, змушуючи італійців страждати; лише Росія прийшла на поміч. В кожній пропаганді є своя кінцева мета. Наслідком поширення вищезгаданої інформації є заяви Росії про необхідність зняття санкцій задля боротьби з пандемією коронавірусу.

Окрім національних кремлівських телеканалів, повідомлення яких спрямоване на внутрішню пропаганду, інфодемію поширює також російське міжнародне інформаційне агентство Sputnik, чії меседжі поширюються в різних країнах світу. Деякі приклади: «Коронавірус міг бути синтезований в Латвії» (для російськомовних латишів російською мовою), «Євросоюз довів свою неефективність» (чеською мовою), «Захід атакує Росію коронавірусом» (грецькою), «Якщо американці винайдуть вакцину — вона дістанеться багатіям» (польською).

Наразі світ на етапі масового щеплення від COVID-19. Ще під час створення вакцин Росія розпочала пропаганду. Починаючи від старої тези «американська вакцина – спроба чіпування людей» до «російська вакцина — єдиний безпечний варіант». Особисто для України остання розколола

суспільство. Представники української проросійської партії ОПЗЖ незалежно від офіційного керівництва держави спробували домовитися про постачання російської вакцини Sputnik в Україну [4]. Думки українців розділилися, що спричинило хвилю конфліктів.

Проте попри загравання Росії перед Європою з метою зняття санкцій, у ЄС налаштовані на стримування пропаганди. Шарль Мішель, очільник Європейської ради оприлюднив звернення: «Не можна дозволити, щоб нас вводили в оману Китай і Росія – два режими з менш бажаними цінностями, ніж у нас, коли вони влаштовують дуже обмежене, але широко розрекламоване постачання вакцин іншим» [5]. Також він наголосив, що саме ЄС має стати амбасадором боротьби із COVID-19.

Які будуть наслідки для суспільства від інформаційної епідемії, яку поширює Росія? Хоча суспільство не вперше зіштовхується із фейками, пропагандою та дезінформацією, проте в умовах пандемії COVID-19 стримувати хаос, паніку та дезорієнтацію соціуму стає все складніше.

Російська інфодемія — це спроба залякування, що накриває світ і серйозно ускладнює боротьбу з реальною проблемою коронавірусу.

Список використаних джерел:

1. Почепцов Г. (Дез)інформація / Георгій Почепцов. Київ, 2019.
2. Світові інтелектуали про наслідки пандемії коронавірусу для людства. Суспільне. Новини. 2020.
3. Річниця інфодемії. Із якими фейками про COVID-19 Україна та світ борються вже понад рік. Vox Check. 2021.
4. ЄС закидає Росії і Китаю використання вакцин для пропаганди і наголошує на лідерстві у боротьбі з COVID-19. Радіо Свобода. 2021.
5. Росія і теорії змови про коронавірус. Що спільного? Радіо Свобода. 2020.
6. США признали наличие секретных биологических лабораторий на Украине. 60 минут. Россия 24

Науковий керівник: М. С. Назаров, кандидат політичних наук, старший викладач кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

Владислав Супрун,

студент Сумського державного університету

РІВЕНЬ ПОІНФОРМОВАНOSTI ПРО ВЛАСНІ ЗАХВОРЮВАННЯ

Актуальність теми. Рівень поінформованості про власні хвороби – це певний показник, який дає можливість зрозуміти дослідникам про те як населення певної території отримує та цікавиться пошуком інформації стосовно їх захворювань[1].

«Здоров'я – безцінне надбання людини, важлива умова повноцінного і щасливого життя. Здоров'я допомагає успішно вирішувати основні життєві завдання: вчитися, працювати, спілкуватися, дружити, створювати сім'ю, виховувати дітей, здійснювати задумане, долати труднощі, а якщо доведеться, то й значні перевантаження» [2]. Тобто можемо стверджувати, що здоров'я є базовим компонентом соціальної стійкості.

Мета дослідження – оцінка рівня поінформованості жителів м. Суми про власні хвороби.

Завдання дослідження:

- 1) виявити рівень поінформованості населення міста Сум про власні захворювання
- 2) встановити відмінності в поінформованості про власні хвороби у чоловіків та жінок.

Під час роботи було використано такі методи дослідження: аналіз наукової літератури та онлайн анкетування серед населення м.Суми (491 респонденти віком від 15 років і старше).

Захворювання – це патологічний процес, який проявляється порушеннями обміну речовин, морфології чи функціонування організму (його частин) у людей. Одне із актуальних питань сьогодення – це захворювання на Covid-19. За офіційними даними, в Україні COVID-19 перенесло більше одного мільйона осіб, це приблизно 3% населення. Крім того, за інформацією приватної лабораторії «Сінево», за підсумками тестування в січні 2021 року,

кількість клієнтів з виявленим імунітетом до COVID-19 залежно від регіону становить від 44% до 60%. Автори деяких досліджень та спеціалісти МОЗ, однак, припускають, що на COVID-19 перехворіла вже половина жителів країни [3].

За результатами нашого опитування 20% респондентів зазначили, що вони перехворіло на COVID-19. При чому близько 30% опитаних сумчан точно не змогли відповісти хворіли вони чи ні (діаграма 2а). Тобто бачимо, що значна частина опитаних жителів м. Суми у випадку хвороби схильні не звертатися за допомогою до сімейного лікаря.

Бачимо відмінності у відповідях між чоловіками та жінками. Так, 26% жінок стверджує, що були підозри на хворобу, але вони не звернулися до лікаря. Тобто не було проведено діагностування. Серед чоловіків, які не знають хворіли вони на ковід чи ні складає нижчий показник – 21%.



Подібну динаміку стосовно інформування про власні хвороби стосовно чоловіків та жінок спостерігаємо і стосовно наступних ситуацій. Зокрема, стосовно захворювань в дитинстві. За результатами досліджень в дитинстві найбільш поширені - інфекційні захворювання, алергії, ангіни, пневмонії. Стосовно підлітків, дорослих та людей похилого на діаграмі 4а бачимо, що захворювання більше пов'язані з серцево судинною системою та різні алергії [4].

За результатами нашого опитування 4,1% жінок та 7,3% чоловіків зазначили, що не знають чи не пам'ятають на що саме вони хворіли в дитинстві (діаграма 3а). Найчастіші зазначені відповіді стосовно захворювань в дитинстві - це інфекційні захворювання (жінки - 29,5%; чоловіки - 28%), ангіни (жінки - 23,7%; чоловіки - 23,8%) та пневмонії (жінки - 15,3%; чоловіки - 12,6%).



Якщо говорити про те, як зараз себе почувають жителі м.Суми, то 41% жінок та 23,5% чоловіків відповідають, що не хворіють (діаграма 4а). Серед найпоширеніших захворювань опитаних є серцево-судинні захворювання (жінки - 15,2%; чоловіки - 9,0%), алергії (жінки - 17,8%; чоловіки - 14,0%) та ангіни (жінки - 7,0%; чоловіки - 19,0%) (діаграма 4а).



Проаналізувавши діаграми робимо висновки, що захворювання в дитинстві і наразі різняться. В дитинстві поширені інфекційні захворювання,

ангіни, пневмонії та бронхіти, а наразі в опитаних людей, близько 30% не хворіють, якщо говорити саме про захворювання, то це вже серцево-судинні, ангіни та алергії.

Загалом населення міста Сум відповідає позитивно на питання стосовно чи достатньо вони отримують інформацію про їх захворювання чи ні (діаграма 12а). Більша частина опитаних людей (75%) відповіли, що інформації отримують достатньо, а лише 20% говорять про те, що інформації не вистачає. Та близько 12% опитаних дали відповідь, що їм зовсім байдуже.



Отже, можемо стверджувати, що рівень поінформованості населення - це вагомий показник за допомогою якого можна сказати, що люди, які проживають в певній місцевості достатньо отримують інформації чи навпаки. Тому робимо висновок, що лише частина сумчан (65-75%) стверджують, що отримують достатньо інформації, інша частина (25-35%) говорять інше. Тому потрібно посилювати інформаційну складову сімейних лікарів серед своїх пацієнтів задля того щоб населення було більш обізнаними зі своїми захворюваннями та почуватися у безпеці.

Результати дослідження свідчать, що жінки ставляться до свого здоров'я відповідальніше, звертаються та готові звертатися до сімейного лікаря,

спеціаліста за допомогою. Чоловіки до цього відносяться більш байдуже та не приділяють особливої уваги стосовно своїх захворювань.

Список використаних джерел:

1. Про здоровий спосіб життя та як зберегти своє здоров'я.
URL: <http://medrivne.com.ua/ua/news-1-21-432-pro-zdoroviy-sposib-zhittya-ta-yak-zberegti-svoe-zdorovya>
2. Освіта на основі життєвих навичок.
URL: <http://dlse.multycourse.com.ua/ua/page/15/109#:~:text=%D0%97%D0%B4%D0%BE%D1%80%>
3. Оперативна інформація про поширення коронавірусної інфекції 2019-nCoV.
URL: <https://moz.gov.ua/article/news/operativna-informacija-pro-poshirennja-koronavirusnoi-infekcii-2019-cov19>
4. Як вберегти дитину від хвороб у школі: поради для батьків.
URL: <https://moz.gov.ua/article/health/jak-vberegti-ditinu-vid-hvorob-u-shkoli-poradi-dlja-batkiv>
Науковий керівник: А. М. Костенко, доктор політичних наук, доцент кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

Єлизавета Жеребило,

студентка Сумського державного університету

Євгенія Білошапка,

студентка Сумського державного університету

ПРИЧИНИ НЕДОТРИМАННЯ НАСЕЛЕННЯМ ПРОФІЛАКТИЧНИХ ЗАХОДІВ

Актуальність теми. Проблема здоров'я населення є серйозним викликом для усього світу. Найбільша кількість захворювань припадає на неінфекційні, за статистичними даними від них помирає близько 86% населення. Тому зміцнення здоров'я та забезпечення довголіття населення є першочерговим завданням України, яке здатне покращити соціальну стійкість країни. Для зменшення захворюваності МОЗ впроваджує політику поширення профілактичних заходів серед населення.

Метою дослідження є аналіз причин недотримання населенням профілактичних заходів, які спрямовані на зміцнення здоров'я.

Завдання дослідження:

- 1) описати чинники що сприяють розвитку неінфекційних захворювань;
- 2) визначити частоту застосування профілактичних заходів;
- 3) виявити чинники недотримання населенням систематичних профілактичних заходів.

Методи дослідження. В рамках дослідження проведено соціологічне опитування серед населення м. Суми (362 респонденти віком від 15 до 60 і більше років, з них 201 жінок та 161 чоловіків).

Профілактика – це комплекс заходів, що запобігають виникненню й поширенню інфекційних та неінфекційних захворювань, сприяють охороні здоров'я населення[2]. Існують такі види профілактики: первинна, вторинна, третинна та четвертинна. Але ми маємо звернути увагу саме на первинну профілактику, бо в основі цього лежить збереження здоров'я людей, через усунення дії факторів природного та соціального середовища, що здатні викликати певні хвороби та хворобливі стани, тобто якщо пацієнт не хворий, його треба навчати здорового способу життя та вакцинувати за календарем щеплень [5].

Статистика зовсім невтішна: від хвороб системи кровообігу страждає близько 67% населення, злоякісних новоутворень – 13,1%, хвороби шлунково-кишкового тракту – 4%, органів дихання – 4%.

Основними факторами ризику, що сприяють розвитку неінфекційних хвороб є надмірна маса тіла, малорухливий спосіб життя, куріння, надмірне вживання алкоголю, нераціональне харчування, стрес та багато інших. За допомогою коригування поведінкових звичок людини, можна значно зменшити кількість хворих. На жаль, є фактор на який ми не можемо впливати – це генетичні порушення, але завдяки вчасному виявленню хвороб, можна запобігти їх розвитку [1].

Протягом чотирьох місяців студентами спеціальності громадське здоров'я було проведено опитування з метою визначення ставлення населення міста Суми до профілактичних заходів та частоти їх виконання.

За результатами опитування бачимо, що населення більш схильне до нерегулярної профілактики власних захворювань. Тобто профілактичні заходи є не постійним явищем для людей, а отже населення не схильне до регулярного ведення здорового способу життя.

Зокрема, кожен другий опитуваний (41-61%) відповідає, що звертається до профілактичних заходів час від часу. Це може призвести до великого навантаження медичних закладів у майбутньому, а також збільшення кількості людей з хронічними та невиліковними хворобами.

Таблиця 1. Частота застосування профілактичних заходів

Профілактичний захід	Регулярно	Час від часу	Ніколи
Займаюсь самолікуванням	16	53,9	30,1
Дотримання режиму дня	28,5	49,4	22,1
Правильне збалансоване харчування	25,6	47	27,3
Регулярні фізичні навантаження	32	49,2	18,8
Регулярні медичні огляди	27,9	53,9	18,2
Планова вакцинація	22,1	61,3	16,6
Вживання вітамінів	29	56,4	14,6
Загартовування	19,6	41,2	39,2

Населення більш схильне до профілактичних заходів, які не потребують пильної уваги. Більш буденні заходи їх задовольняють. Отже, люди не готові напружуватись заради покращення свого здоров'я або ж підтримання його на певному рівні. Більша частина респондентів обрали особисту гігієну як засіб профілактики, при цьому жінки частіше обирають вживання вітамінів, а чоловіки фізичні навантаження.

Основними причинами, що заважають займатися профілактикою, майже для кожної другої людини, є недоступність безкоштовної кваліфікованої діагностики, мають недостатнє фінансове забезпечення сім'ї, а також заважає те, що вони не мають вільного часу для цього.



Отже, більшість людей вважає, що мала фінансова забезпеченість це основна проблема, яка заважає їм і лише 16.9% опитуваних систематично займаються профілактикою у повсякденному житті.

Висновки: По-перше, основними чинником який погіршує стан здоров'я населення є ведення нездорового способу життя. По-друге, для половини людей не властива регулярність у виконанні профілактичних заходів, що у майбутньому погано відобразиться на завантаженості медичних закладів та взагалі статистичних показниках смертності населення. По-третє, більшість людей вважає, що на профілактику вони мають витратити багато коштів, і саме це їм заважає систематично займатись профілактикою.

Список використаних джерел:

1. Фадєєнко Г. Д., Колеснікова О. В. Основні стратегії профілактики неінфекційних захворювань в Україні. К., 2017. С. 5–8.
1. Словник української мови: в 11 томах. К., 1977, Том 8. С. 333. URL: <http://sum.in.ua/p/8/333/1>
2. Богдан О. Що варто знати про соціологію та соціальні дослідження? К., 2015.380 с.

3. Головне управління статистики у Сумській області. URL: <http://sumy.ukrstat.gov.ua/>

4. Кривенко В. І., Федорова О. П. та ін. Профілактичні заходи в практиці лікарів «Загальної практики сімейної медицини». Навчальний посібник. Запоріжжя, 2016. URL: <http://dspace.zsmu.edu.ua/bitstream/123456780>

Науковий керівник: А. М. Костенко, доктор політичних наук, доцент кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

Владислав Рожок,

студент Сумського державного університету

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ КОНЦЕПТІВ «СТАЛИЙ РОЗВИТОК» ТА «СТІЙКІСТЬ» У КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ГРОМАД

Актуальність теми пов'язана з концептуальною проблемою сучасної України щодо соціально-економічного розвитку громад. Наразі країна перебуває у стадії перманентної кризи, наслідком якої є, зокрема, критично високий рівень трудової міграції, безробіття, незадовільний рівень якості життя значної частини населення. Через це у стадії стагнації перебувають ключові процеси державотворення, інтеграції у світовий простір, соціально-економічного та культурного становлення.

Нагальною вважається проблема подолання стратегічної кризи, сутність якої полягає у відсутності науково обґрунтованої візії майбутнього. Вирішити цю проблему можливо організацією роботи з розробки загальнодержавних, регіональних та локальних проектів сталого розвитку. Розробка таких документів може бути ефективною у разі, якщо роль їх ідейної бази відіграватимуть концепти «сталий розвиток» (sustainable development) та «стійкість» (resiliense). Таке твердження обґрунтовується змістом вказаних понять: «сталий розвиток» передбачає становлення за умови збереження балансів, а «стійкість» має цінність з огляду на врахування факторів небезпеки, які, на жаль, наразі наявні у сучасній Україні.

Метою нашого дослідження є порівняльна характеристика концептів «сталий розвиток» та «стійкість» у контексті задач розробки та впровадження загальнодержавних, регіональних та локальних стратегічних розробок.

Завданнями дослідження є визначення змісту концептів «сталий розвиток» та «стійкість»; виокремлення спільних рис та відмінних ознак; екстраполяція змістових характеристик концептів «сталий розвиток» та «стійкість» на ситуацію в Есманській територіальній громаді (Сумська область, Україна); визначення способів використання концептів у процесі розробки та впровадження стратегічних документів.

У результаті дослідження встановлено, що «сталий розвиток» (sustainable development) розуміється як організаційний принцип щодо забезпечення безперервності життєдіяльності людства з урахуванням інтересів наступних поколінь при забезпеченні цілісності та стабільності природньої системи. У загальносвітовому дискурсі навколо проблематики сталого розвитку домінуюча роль належить екологічній складовій. Однак останнім часом актуальності набувають соціально-економічні аспекти.

Відповідно до принципів, визначених Статутом Організації Об'єднаних Націй, діяльність щодо забезпечення сталого розвитку спрямовується поряд з екологічними на економічні та соціальні сфери. Стратегічна мета при цьому передбачає, зокрема, управління соціальним капіталом задля забезпечення належного рівня якості життя.

Стойкість (resiliense) визначає можливість повернення до оптимального стану певної системи від неоптимального стану, який утворився внаслідок проблем, що можуть бути пов'язані з зовнішніми та внутрішніми факторами. Серед них – військові конфлікти, перманентна економічна криза, безробіття.

Отже, спільність двох концептів є очевидним у частині збереження балансу систем життєдіяльності на усіх рівнях, їх стабільності, цілісності та органічності. Натомість «сталість» має в орбіті свого впливу та дослідження перспективні способи уникнення небезпеки, а «стійкість» має справу з небезпечним станом, котрий вже є наявним.

«Безпекова» складова концепту «сталість» остаточно виокремилися у 2004 році у зв'язку з процесом підготовки та прийняття Глобального договору ООН - пакту, що покликаний стимулювати суб'єкти господарювання впроваджувати політики відповідно принципам сталого розвитку. До складових документу увійшли пункти «безпека та розуміння» та «діалог та примирення», які вже безпосередньо пов'язані з концептом «стійкість».

Продемонструємо діалектичний взаємозв'язок концептів «сталий розвиток» та «стійкість» на прикладі наявного соціально-економічного стану Есманської територіальної громади (Сумська область, Україна). Населення громади становить лише 5114 осіб, що є критично низький показником. Гострою проблемою громади є безробіття. Відсоток безробітних до всього працездатного населення громади становить 5.7%, що є причиною міграції до сусідніх країн та в інші міста України, причиною для зменшення відсотку безробітних може бути підтримка та розвиток підприємницької діяльності, малого та середнього бізнесу а також само зайнятості

Екологічна ситуація в громаді поки прийнятна, рівень забруднення відповідає нормам, чисте повітря, ліси, річки – це все те, що дала нам природа і саме в цій громаді людина поки не приклала туди свої руки, що не можна сказати про стан дорожнього покриття, адже велика частина доріг зруйнована та знаходиться в незадовільному стані, окрім автошляху М 02 (Кіпті — Глухів — Бачівськ (державний кордон із Росією), який проходить через територію громади.

Відсутність прийняттого транспортного сполучення є критичною загрозою. Від крайньої східної точки громади до найближчого міста (Глухів) приблизно 42 км, але в деяких населених пунктах люди не мають можливості відвідати місто через відсутність громадського транспортного сполучення.

Великі агрохолдинги утворюють лише загрози та неприємності: не звертаючи уваги на інтереси місцевого населення, вони не надають достатньої кількості робочих місць; не дотримуються сівозміну під час вирощування сільськогосподарських рослин технічної групи; проводять обробку полів не в

зазначений законом час токсичними препаратами поблизу пасовищ та земель, які обробляють селяни; внаслідок перенавантаження вантажних автомобілів руйнують дорожнє покриття.

На підставі проведеного аналізу визначаються такі способи використання концептів «сталий розвиток» та «стійкість» у процесі розробки та впровадження загальнодержавних, регіональних та локальних стратегічних документів:

1. При визначенні засадничих складових стратегічних розробок потрібним є розуміння загальносвітових тенденцій, геополітичних факторів, досягнень науково-технічного прогресу.

2. Поряд з врахуванням інтересів нинішніх поколінь мислити у контексті інтересів наступних поколінь при забезпеченні соціально-економічного, культурного та екологічного балансу.

3. У процесі стратегічного планування потрібно враховувати наявний соціально-економічний стан та людських потенціал територіальних громад України.

4. Визначення аспектів стратегічних планів щодо їх практичної реалізації потрібно проводити на основі аналізу наявних ситуацій небезпеки та загроз: їх причин, перебігу та реалістичних шляхів подолання.

Наявний кризовий стан українських громад несе об'єктивні загрози життєдіяльності. Але він надає й можливості позитивної трансформації, яка є реалістичною у разі врахування змістових складових концептів «сталий розвиток» та «стійкість» при розробці доленосних стратегічних документів.

Список використаних джерел:

1. Волинчук Ю. В. Глобальні виміри сталого розвитку. *Економічний форум*. 2015. № 1. С. 159–165.
2. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020»: Указ Президента України від 12.01.2015 №5/2015. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.
3. Національна парадигма сталого розвитку України / за заг. ред. академіка НАН України Б. Є. Патона. К.: Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України», 2012. 72 с.

4. Сталий розвиток регіонів України [Текст] / науковий керівник М.З. Згуровський. К. : НТУУ «КПІ», 2009. 197 с.

5. Commitment to enhance resilience. Issued by the Heads of State and Government participating in the meeting of the North Atlantic Council in Warsaw, 8–9 July 2016. URL: http://www.nato.int/cps/en/natohq/official_texts_133180.htm?

6. Global Risks 2013. Eighth Edition. World Economic Forum. Switzerland: World Economic Forum, 2013. 79 p. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalRisks_Report_2013.pdf.

7. Rose A. An economic framework for the development of a resilience index for business recovery. International Journal of Disaster Risk Reduction. 2013. № 5. P. 73–83.

Науковий керівник: О. О. Туляков, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

СЕКЦІЯ 9.
ПРОБЛЕМИ Й ПЕРСПЕКТИВИ ПСИХОЛОГІЧНОЇ
ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ

Світлана Міхно,

канд. пед. наук

старший викладач кафедри іноземних мов Сумського державного університету

Світлана Золотова,

старший викладач кафедри іноземних мов Сумського державного університету

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ
САМОСТІЙНОСТІ СТУДЕНТІВ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Особливості навчального процесу у ЗВО в умовах пандемії COVID-19, стрімкий розвиток сучасного інформаційного суспільства вимагають інноваційних рішень у освіті. Потреби та можливості сучасних студентів змінюються разом із технологічними нововведеннями. Такі інструменти, як електронні ресурси, мультимедійні засоби та інтернет-технології, сприймаються, з одного боку, як елемент традиційного навчання, а з іншого – носять інноваційний характер. У зв'язку з цим виникає потреба у перегляді організації навчального процесу та перерозподілі завдань, що вирішуються студентами на заняттях і самотійно, в умовах навчання із застосуванням дистанційних технологій у сучасному закладі вищої освіти зокрема.

Психологічні аспекти дистанційної освіти і застосування інформаційних технологій вивчали Л.Н. Бабанін, Н.А. Багдасарова, І.В. Богданов, І.М. Васильєва, А.Е. Войскунский, Е.М. Осипова, М.М. Петрова, О.В. Смилова Є.В. Чмихова, С.А. Маталига, і переконалися у важливості вирішення даної проблеми. Огляд психологічних досліджень діяльності людини в Інтернеті представлений А.Є. Войскунській.

Психологічні наслідки інформатизації і вплив Інтернету на особистість досліджують Ю.Д. Бабаєва, О.Є. Войскунский, О.В. Смилова. Психолого-

педагогічним проблемам спілкування при дистанційному навчанні присвячені роботи М.І. Старова М.С. Чванова, М.В. Віслобоковой, О.К. Тихомирова, Ю.Д.Бабаєвої, А.Е. Войскунського, О. Арестовим.

Психології «жителів Інтернету» присвячено дослідження Н.В. Чудова і Ю.М. Кузнецової. Когнітивні та особистісні особливості студентів очного і дистанційного навчання порівнювали Н.А. Багдасарова і Ю.В. Балашова. Порівняльний аналіз особистісних і мотиваційних особливостей студентів очного і дистанційного навчання проведено Уддін М.Д. Особливості особистісно-орієнтованого навчання на основі дистанційних технологій у професійній освіті вивчає В.В. Кравцов.

Психолого-педагогічні засоби подолання пізнавальних бар'єрів в дистанційному навчанні вивчає Н.В. Мараховська. Психологічні особливості осіб, схильних до Інтернет-залежності та інтернет-залежна поведінка підлітків вивчаються А.С. Іскандіровою, А.В. Мінаковим. В.Л. Малигіним.

Для вирішення поставлених завдань використано комплекс методів дослідження: теоретичних – аналіз, синтез, узагальнення, систематизація психолого-педагогічної літератури, порівняння й зіставлення різних поглядів на досліджувану проблему; порівняльно-зіставний і структурно-логічний аналіз; методи психолого-педагогічної діагностики (анкетування, тестування, бесіди, опитування), обсерваційні методи (педагогічне спостереження, самоспостереження, самооцінка).

Практичне значення роботи полягає у можливості використання даних дослідження задля покращення ефективності формування самостійності студентів в умовах навчання із застосуванням дистанційних технологій в умовах пандемії COVID-19.

Сумський державний університет має широкий досвід використання електронного навчання та технічні можливості його забезпечення. Вже багато років поспіль викладачі використовують систему LecturED (elearning.sumdu.edu.ua) для створення та розміщення онлайн матеріалів та тестування. Чотири роки тому СумДУ запустив проєкт Examenarium

(examenarium.sumdu.edu.ua). Останні декілька років СумДУ (2018-2021) активно заохочує викладачів використовувати новостворену платформу MIX (mix.sumdu.edu.ua) для організації самостійної роботи студентів у змішаному навчання.

І. Лукашенко, О. Луценко зазначають, що на даний час практично відсутні дослідження, які всебічно розкривають психологічні умови організації дистанційного навчання. Саме поняття телекомунікаційного комп'ютерного освітнього середовища ще не набуло належного розгляду з психологічних позицій. Неясно, яким спеціальностям можна навчати в телекомунікаційній освітньому середовищі, а яким – неможливо або можливо частково. Питання дистанційної освіти не мають до справжнього моменту належного психологічного обґрунтування [5].

В рамках педагогічної психології постають завдання групового та індивідуального дистанційного навчання, розробки і застосування навчальних програм, ігрових моделей для тренінгу психологічних якостей, визнання і вивчення нового, особливого виду обдарованості дітей і підлітків – обдарованості в області інформаційних технологій, оцінки можливості перенесення знань і навичок, одержуваних у віртуальному середовищі (наприклад, в іграх) в реальне життя. Амбівалентний і до кінця неясний ефект на результат дистанційного навчання можуть надавати психологічні механізми впливу інформатизації на психіку (аналогія і уподібнення, реверсія, екзукція), описані Ю.Д. Бабаєвою і А.Є. Войскунським [4].

На основі аналізу психолого-педагогічної літератури [1–3], опитування студентів, викладачів, спостереження, нами було визначено, що формування самостійності студентів в умовах навчання із застосуванням дистанційних технологій залежить від:

- особистісних особливостей при безпосередній і опосередкованій Інтернетом взаємодії, при взаємодії користувача з веб-сайтом і при пошуці інформації за допомогою браузерів, нових форми ідентифікації, поєднань віртуальної і реальної ідентичності, використання так званих «Аватарів»;

- характерних мовних і стильових особливостей мобільного / відео зв'язку;
- специфіки групового чату, синхронного/асинхронного спілкування;
- особливості зорового, слухового, тактильного сприйняття;
- врахування нового виду обдарованості студентів, обдарованості в області ІКТ;
- наявного програмного забезпечення, електронних навчальних матеріалів, застосунків, Web додатків;
- особливостей опосередкованої Інтернетом взаємодії, групової / індивідуальної діяльності, колаборації;
- специфіки розподілу уваги;
- самодисциплінованості;
- технічного оснащення;
- володіння технологіями учасниками навчального процесу.

Особливості навчального процесу у ЗВО в умовах пандемії COVID-19 обумовлюють якісно нові форми та методи навчання, спрямовані на розширення сфери самостійної діяльності студентів. Таким чином, важливість формування самостійності студентів в умовах навчання із застосуванням дистанційних технологій у сучасному закладі вищої освіти не потребує додаткової аргументації.

Список використаних джерел:

1. Blended Learning in Higher Education: Framework, Principles, and Guidelines. Access mode: <http://www.bookdaily.com/book/275372/blended-learning-in-higher-education-framework-principles-and-guidelines#TD5FjIEM> (дата звернення: 16. 02. 2020)
2. Kukulska-Hulme, Agnes (2012). How should the higher education workforce adapt to advancements in technology for teaching and learning? *The Internet and Higher Education*, 15(4) pp. 247–254.
3. Уддин М (2014). Personal and motivational aspects of students studying in traditional face-to-face system and distance education system. *Психологія и Психотехніка. № 2. С. 192-200*. DOI: 10.7256/2070-8955.2014.2.10932.
4. Psychological Aspects of Cyberspace: Theory, Research, Applications / Barak A. (Ed.). – 1st ed. – NY, USA: Cambridge University Press, 2008. 336 p.
5. Lukashenko I., O. Lutsenko. Psychological Aspects of Learning in Virtual Space. Karazin Kharkiv National University, *A Series of Psychology*. 2016. N. 60. 40–43 p. URL: <http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/12084> (дата звернення: 16. 02. 2020)

Богдан Калагурка,

студент Сумського державного університету

КОМПЛЕКСИ НЕПОВНОЦІННОСТІ ТА ПЕРЕВАГИ ЯК ЧИННИКИ САМОРЕАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ

Актуальність теми. Почуття неповноцінності та переваги, які є у кожної людини, виступають як мотивуючий компонент до саморозвитку, проте існує патологічне почуття меншовартості, коли у людині переважає відчуття неадекватності, і це починає гальмувати її корисну активність, робить її депресивною і нездатною до розвитку. Комплекс неповноцінності певною мірою стимулює людину до життєдіяльності, активізуючи її корисну активність та самореалізацію. Проте, виражене переживання власної меншовартості та низька самооцінка роблять людину депресивною і нездатною до самореалізації.

Явище, що отримало згодом назву «самореалізація», вперше розробляв ще Аристотель [1]. Він вважав, що цілі, до яких людина прагне, бувають двох видів: в одному випадку метою є сама діяльність людини як така, в іншому – її результат. Якщо в другому випадку рушійною силою людини є потреби, то в першому випадку таким джерелом є призначення людини, її сили, якості, здібності, реалізація яких і становить щастя, блаженство, вище благо людини.

Серед числа загальновизнаних вітчизняних і зарубіжних досліджень, присвячених самореалізації особистості, знаходяться класичні роботи А. Адлера [2], Л. І. Божович, Л. С. Виготського, Д. Б. Ельконіна, Е. Еріксона [4], О. М. Леонтєва, А. В. Петровського, Ж. Піаже, К. Роджерса, С. Л. Рубінштейна, Г. С. Саллівана, Б. Ф. Скіннера, З. Фрейда.

Водночас ще в 1934 р. К. Гольдштейн [3] першим увів у науковий обіг поняття «самоактуалізація» і «самореалізація». На першому етапі роботи вчений розглядав самореалізацію (самоактуалізацію) як активацію деяких внутрішніх ресурсів організму, результатом дії яких є здатність організму до реорганізації, відновлення властивостей особистості після перенесеного поранення або травми [4]. Пізніше він визначав самореалізацію як «творчу

тенденцію людської природи, основу розвитку і вдосконалення організму» [4, с. 104].

Самореалізація особистості є основною потребою в житті кожної людини. Самореалізація дозволяє формувати та усвідомлювати специфічну систему ціннісних орієнтацій, розвивається соціально-конструктивна життєва позиція, що передбачає усвідомлення необхідності творчої взаємодії з соціальним середовищем на основі прийняття особистістю відповідальності за побудову власного життя. Тенденція до самоактуалізації розуміється насамперед як мотивуюча сила і основа формування інтегральних характеристик особистості. Процес самореалізації стимулює до розвитку, пошуку життєвих шляхів та життєвого стилю. Людина ставить перед собою мету і визначає шляхи її досягнення. Саме потреби зростання, розвитку, самовдосконалення лежать в основі самоактуалізації.

А. Адлер розробив свою психоаналітичну концепцію, що пояснює прагнення вчинків та поведінку людей за допомогою їх «несвідомого життєвого плану», прагнення подолати напругу життя, свою неповноцінність та невпевненість у собі за допомогою компенсації. Він вважав, що кожна людина прагне до завершеності, цілісності власного життя, до особистісного зростання – самореалізації. Мета людини завжди неповторна та індивідуальна. Тобто, вона виражається в індивідуальному стилі життя, який закладається у віці від двох до п'яти років [3].

У процесі самореалізації особистості важливу роль займає комплекс неповноцінності та комплекс переваги. Людина, відчуваючи свою меншовартість, невпевненість або фіктивну впевненість, маючи низький рівень самоповаги може уникати вирішення життєвих труднощів, саморозвиток, корисну активність, проте такий стан стимулює людину до компенсації, та підвищує стимулювання до розвитку. Комплекс неповноцінності та комплекс переваги пов'язані причинно-наслідковими зв'язками. Комплекс неповноцінності породжує прагнення до гіперкомпенсації і як наслідок викликає комплекс переваги (перебільшення здорового прагнення долати

постійне почуття неповноцінності). Саме прагнення до переваги, будучи загальнолюдською рисою, може мати конструктивний характер та позитивно позначатися на процесі самореалізації особистості, її прагненні досягнути певних результатів [3].

Нами було проведено дослідження для виявлення рівня комплексу неповноцінності та комплексу переваги, в якому прийняло участь 450 українців. Дослідження орієнтоване на осіб віком від 18 до 70 років. Більшість осіб, які прийняли участь у дослідженні – це дорослі віком від 26 до 64 років, (237 осіб, 53%). Частка осіб періоду ранньої дорослості – 101 особа (23%) та респондентів юнацького віку – 87 осіб (19%). Також, у дослідженні приймали участь 20 осіб (5%) періоду старості за Е. Еріксоном. Отримане середнє значення віку досліджуваних дорівнює $32,96 \pm 13,30$. У відсотковому співвідношенні результати отриманих показників за короткою шкалою комплексу неповноцінності за А. Адлером розподілились наступним чином. 16% респондентів мають відносно високий комплекс неповноцінності, який характеризується сильними переживаннями своєї власної безпорадності. Таким особам характерне недостатність соціальних контактів, соціофобія, постійна психологічна напруга у соціальній сфері життєдіяльності. 65% опитуваних досліджуваних мають середній показник комплексу неповноцінності. У таких людей є почуття власної безпорадності та переваги інших людей над собою, такі особи не впевнені у собі. Низький показник комплексу неповноцінності мають 13% опитаних. Така категорія осіб з низьким рівнем вираженості комплексу неповноцінності характеризується відчуттям власної безпорадності, проте стимулює до корисної активності, яка допомагає подолати відчуття неповноцінності. Серед опитаних осіб є 2% респондентів з дуже низьким комплексом неповноцінності, ймовірно, це показник переваги над іншими людьми. Такі респонденти характеризуються власною досконалістю, завищеною самооцінкою, не вбачаючи в собі негативних сторін своєї особистості.

За короткою шкалою комплексу переваги було отримане середнє значення $21,58 \pm 6,68$, що відповідає середньому показнику комплексу переваги. У відсотковому співвідношенні середній показник комплексу переваги мають 69% опитаних респондентів, тобто такі люди мають відчуття своєї переваги над іншими, високу самооцінку, хвастощі, злорадість до невдач інших людей. 11% осіб мають відносно високий комплекс неповноцінності, таким людям притаманно ворожість по відношенню до інших, нетерпимість, надмірна самовпевненість та неадекватно висока самооцінка. 11% досліджуваних мають низький показник комплексу переваги, такі люди мають відчуття неповноцінності, проте у взаємодії з іншими людьми демонструють себе кращими ніж інші. Дуже високий рівень комплексу переваги має 4% опитаних, такі особи можуть мати надмірну самооцінку, манію власної величі. Дуже низький показник комплексу переваги продемонстрували 4% досліджуваних, ймовірно, що даний показник свідчить про те, що особи мають комплекс неповноцінності.

Таким чином, достатньо великий відсоток опитаних українців мають середній показник комплексів неповноцінності та переваги. Більшість досліджуваних мають середній рівень вираження комплексу неповноцінності; для них певною мірою характерне переживаннями своєї безпорадності, брак соціальних контактів, соціофобія, психологічна напруга у соціальній сфері життєдіяльності. Середній рівень комплексу переваги також властивий великій частині респондентів; це відчуття своєї переваги над іншими, висока самооцінка, хвастощі, злорадість до невдач інших людей. Подібні тенденції вираженості обох комплексів демонструють як жінки, так і чоловіки. Все це певною мірою негативно впливає на саморозвиток та самореалізацію опитаних, а отже, потребує уваги .

Отримані результати дослідження можуть слугувати основою для подальших досліджень та розробки корекційної програми з метою розвитку самоактуалізації особистості, стимулювання корисної діяльності осіб з

вираженим комплексом неповноцінності та допомогти таким особам подолати деструктивний вплив комплексів.

Список використаних джерел:

1. Аристотель. Сочинения в 4-х т. — М.: Мысль, 1981.
2. Адлер А., Гальперин, П.Я., Ждан А.Н. Индивидуальная психология. История психологии. XX век, Академический Проект, Екатеринбург, Деловая книга, Москва, 2002. 832 с.
3. Адлер А., Понять природу человека. СПб.: Академический проект, 1997.
4. Эриксон Э.Г., Алексеева А. А. Детство и общество: пер. с англ., Мастерская психологии и психотерапии. СПб: Речь, 2000. 415 с.

Науковий керівник: Л. О. Колісник, кандидат психологічних наук, практичний психолог кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

Юлія Бердник,

студентка Сумського державного університету

СПЕЦИФІКА ПРОЯВУ КРЕАТИВНИХ ЗДІБНОСТЕЙ У СТУДЕНТІВ

Актуальність теми. На сьогодні основне завдання вищих навчальних закладів не тільки України, а й усього світу полягає не лише в забезпеченні студентів достатнім рівнем знань, але й у формуванні у них складових компонентів професійної компетентності, де виявляються особистісні якості людини. І хоча на сьогодні це завдання досить ефективно вирішується в певних установах, у процесі формування креативності студентів все ж є певні труднощі, до яких можна віднести недостатнє пояснення особливостей розвитку і виховання творчої особистості та недостатню вивченість формування творчих здібностей у майбутніх фахівців. Для успішного подолання труднощів, знаходження ефективних шляхів вирішення проблем, та взагалі для того, щоб бути успішною людиною в різних видах трудової діяльності представники студентської молоді повинні вміти активізувати свій потенціал та свою креативність.

Метою розвідки є дослідження специфіки прояву креативних здібностей у студентів.

Основні результати дослідження та висновки. Ми акцентуємо увагу на тому, що розвиток креативних здібностей пояснюється як мінімум з 2-ох кардинально різних точок зору. І перша з них – це генетична. Багато прикладів з історії вказують нам на те, що спадковість дійсно має ваговий вплив на формування творчих задатків. Але критики заперечують такий факт, адже вважають, що в першу чергу не об'єкт чинить вплив, а саме творче середовище, де забезпечуються усі умови формування творчості, а також експериментально досліджено, що вплив спадковості є мінімальним та не гарантує формування таких же здібностей, як і у старших представників сім'ї.

Тому оскільки спадковість є не визначальним критерієм для творчих досягнень, ми будемо наші теоретичні припущення навколо того факту, що досить важливу роль у формуванні креативних здібностей у студентів відіграють фактори зовнішнього середовища, які можуть мати як позитивний так і негативний вплив на розвиток творчості. Середи них ми можемо виділити такі, як сімейні відносини та навчальне середовище, які чинять основну дію на формування творчих якостей.

Провідну роль у формуванні креативного потенціалу студентів відіграє їхнє близьке оточення. Досліджуючи вплив родини на формування креативної особистості, науковцями було сформовано наступні критерії сімейного виховання:

- гармонійність – негармонійність відносин між батьками та дітьми;
- творча – нетворча особистість батьків як взірць для ідентифікації;
- спільність або відсутність захоплень в інтелектуальній сфері;
- очікування батьків по відношенню до дитини [4, с.101–105].

Суттєвий вплив на розвиток креативності індивіда чинить професійний та соціальний статус батьків, а також безпосередньо їхня позиція по відношенню до дітей. У сім'ях, де дотримуються позитивних вищеописаних критеріїв стимулюється інтелектуальна зацікавленість та діяльність дитини, надається свобода вибору інтересів і створюються відповідні умови для прояву

індивідуальних особливостей [2, с. 323]. Часто незвичні вчинки й ексцентрична поведінка дітей сприймається батьками негативно. Для заохочення творчості члени родини повинні сприймати такі прояви, як цікаві для них та не показувати свою роздратованість, незадоволеність. Креативна дитина потребує розуміння й підтримки дорослих (які є її взірцем) і тому в сім'ї повинна панувати атмосфера психологічного комфорту, захисту, аби зміцнити саморозуміння і самосприйняття.

Навчальне середовище має не менш вагомий вплив для студента на формування його креативних здібностей. Умови навчання мають відповідати визначенню креативного середовища, яке можна визначати як цілісну, організовану систему взаємовпливів і умов, яка розкриватиме та реалізовуватиме творчий потенціал студента, як основу його креативної компетентності. Дослідники даної тематики говорять відзначають той факт, що результативність формування креативної особистості майбутнього фахівця можлива за таких умов:

- навчальне середовище, де стосунки між викладачем і студентами будуються на взаємодії, співробітництві й співтворчості;
- інтелектуальна стійкість активності студентів;
- усвідомлення студентами навчального матеріалу, структурованого у вигляді проблемно-комунікативної ситуації;
- єдність думки та дій за допомогою використання інноваційних технологій;
- збереження креативного погляду у разі поєднання традиційних та інноваційних технологій у викладанні дисциплін;
- перехід від предметного навчання до особистісно-орієнтованої освіти майбутніх спеціалістів [1].

Безумовний вплив відведений відносинам «студент-викладач». На думку С. Смирнова для розвитку креативності в ході освітнього процесу викладачеві необхідно: не пригнічувати інтуїтивних здібностей студента, а навпаки

заохочувати спроби їх використання та направляти на подальший логічний аналіз висунутої ідеї; формувати в студентів упевненість у своїх силах; спиратися в процесі навчання не на негативні, а позитивні емоції, оскільки перші пригнічують прояв креативності; боротися з конформізмом у освітньому просторі; стимулювати самостійне відкриття нових знань [5, с. 132].

Стосовно формування креативного середовища в умовах освітнього простору існує кілька версій. Дослідник Г. Міхненко виділив такі елементи створення креативного освітнього простору:

1) соціальне, духовне і предметне збагачення спільної діяльності викладачів і студентів: проявляється у різноманітній спільній діяльності, яка буде утворювати певну систему освітнього простору, де студенти зможуть брати участь у спільних групових формах взаємодії, проектах, що мають соціальний сенс та актуалізуватимуть внутрішньоособистісні конфлікти;

2) формування позитивного соціально-психологічного клімату студентської групи, у якій кожен є частиною чогось єдиного, є причетним до людської культури, професійного товариства та до особливої студентської субкультури, які поєднують у собі різні прояви (романтику, високу соціальну активність, почуття належності до престижної професійної організації та інші);

3) розвиток розумових, емоційних і поведінкових компонентів спільної діяльності, які в своєму поєднанні будуть забезпечувати успішний професійний розвиток та навчання;

4) функціональне включення викладачів у спільну діяльність, коригування їх ставлення до студентів, зміну позиції з класичної, «зверхньої» позиції викладача до позиції рівноправного партнера, яка діє відповідно до організованого порядку, ритуалів, прийнятих у освітньому середовищі [3, с. 480].

Процес прояву креативності може зазнати певних складнощів, адже, по-перше, не в усіх сім'ях забезпечуються відповідні умови для забезпечення необхідної підтримки дитини з боку батьків, а, по-друге, представники студентства під час навчання часто проживають не вдома, а за його межами, тому такі обставини також часто мають негативний вплив. Проблематика

формування креативності в умовах освітнього середовища полягає у першу чергу у внутрішньогрупових відносинах між її членами та взаємовідносинами «студент–викладач». Задля запобігання негативних аспектів у формуванні креативності студента все ж таки основна роль відводиться на близьких членів родини, адже їхня основна мета у таких випадках – підтримка, забезпечення захисту, емоційної стабільності та інших показників, які були описані вище.

Список використаних джерел:

1. Брежнева-Єрмоленко О. Лола І. Креативне середовище ВНЗ – основа інноваційної активності фахівців. URL: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/32241/1/356-625-626.pdf> (дата звернення 12.03.2021).

2. Ильин Е. П. Психология индивидуальных различий. Санкт-Петербург: Питер, 2010. 704 с.

3. Міхненко Г. Критерії та показники сформованості інтелектуальної мобільності майбутніх інженерів в умовах освітнього середовища технічного університету. *Вісник Національного авіаційного університету*. Серія : Педагогіка. Психологія : зб. наук. пр. Київ: НАУ, 2015. Вип. 1 (6). С. 129–134.

4. Одаренные дети. Пер. с англ. / Общ. ред. Г.В. Бурменской, В.М. Слущкого. Москва: Прогресс, 1991. 376 с.

5. Смирнов С.Д. Педагогика и психология высшего образования: от деятельности к личности. Москва: Академия, 2001. 304 с.

Науковий керівник: В. П. Павленко, старший викладач кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

Наталія Коляда,

канд. психол. наук

старший викладач кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

Катерина Гуйван,

студентка Сумського державного університету

ОСОБЛИВОСТІ ФЕНОМЕНУ СПІВЗАЛЕЖНОСТІ У СУЧАСНІЙ ПСИХОЛОГІЇ

Актуальність теми. На сьогодні аналіз літературних джерел свідчить про недостатню кількість досліджень співзалежності у психології. З одного боку, все

частіше зустрічаються описи цього феномена представниками різних професій в області медицини, психіатрії, психології, консультування, соціальних служб. З іншого боку, сучасні автори не йдуть далі описів, які свідчать лише про те, що таке явище існує, а також майже не існує спроб оголосити це явище новою парадигмою в системі психологічного знання [3]. Практично відсутні експериментальні дослідження особливостей співзалежності осіб у сфері їх міжособистісного спілкування та дуже рідко зустрічається в наукових публікаціях опис поведінкових проявів та критеріїв співзалежності. В результаті співзалежність виявляється одним з найменш вивчених явищ в психології[2].

Метою дослідження є теоретичне вивчення особливостей феномену співзалежності.

Завдання дослідження полягає у визначенні теоретичних засад феномену співзалежності.

Співзалежність була відкрита кілька десятиліть років тому, коли консультанти-психологи намагалися допомогти особам, які страждають на алкогольну залежність, та їх сім'ям. В авангарді цього руху стояли засновники суспільства Анонімних Алкоголіків (АА), які помітили, що особи, що мають залежність від споживання алкоголю, мають деякі спільні риси: всі вони відвернулися від Бога, бунтували проти оточуючих (тобто прагнули до незалежності) і одночасно по-дитячому потребували їхньої допомоги [1].

Сьогодні поняття «залежність» і «співзалежність» характеризує людей, які захоплюються не тільки алкоголем, а й різними наркотичними речовинами: кокаїном, марихуаною, тютюном, героїном і т. д. Крім того, сюди включаються і інші види нав'язливої поведінки: послаблення або посилення харчового потягу (анорексія і булімія), розлади сексуальної поведінки (гіперсексуальність), залежність від роботи (трудоголізм), розлади особистості препсихотичного і психотичного спектра, психоневрози тощо. Ці розлади зачіпають членів сім'ї залежної людини – співзалежних людей, які можуть страждати від нього так само сильно або навіть сильніше, ніж сам залежний [1].

Аналізуючи літературні джерела, можна зазначити, що визначення поняття «співзалежність» має неоднозначне значення. Так, науковці трактують цей термін, як «хвороблива прив'язаність» (О. Сімонова), «надмірна стурбованість» (В. Штандер), «аддикція відносин» (А. Шаєф), «психологічний стан» (Р. Саббі), «комплекс особливих рис характеру» (С. Вітлді), «залежність» (В. Москаленко), «набір засвоєних норм поведінки» (Р. Баркер). Однак спільним показником означених понять є постійна концентрація думки на комусь або чомусь, залежність (емоційна, соціальна) від людини чи об'єкта.

Автор популярних книг з цієї проблеми в США М. Бітті (Beattie, 1987, 1989, 1992) зауважує, що співзалежність – це залежність від близьких людей, від їх настрою, поведінки, хвороби або здоров'я, їх любові чи ненависті. Він вважає, що це парадоксальна залежність. Також М. Бітті вважає співзалежність хворобою, оскільки співзалежні люди діють, поведуться або реагують як хворі. Співзалежність у них постійно прогресує, і поведінку таких людей формує у них звичку до саморуйнування [2, 4].

Такі вчені, як Greenberg (1983), Small (1991), Webb-Fabean (1993) «співзалежністю» називають поведінку, мотивовану будь-якою залежністю від значущого іншого; співзалежну людину вважають партнером по залежності.

Крім того, Mendenhall (1989) зазначає, що співзалежність – це напружено-вимушена заклопотаність чийось життям, яка веде до поганої адаптивної поведінки особистості.

У той же час, на думку Wegsheider-Cruse (1985) співзалежністю можна вважати заклопотаність і екстремальну залежність (емоційну, соціальну і іноді фізичну) від людини або об'єкта; як наслідок ця залежність від іншої людини стає патологічною ситуацією, яка робить будь-які взаємини співзалежними [2].

Деякі вчені часто наголошують на порушеннях особистості, на труднощах адаптації, на формуванні особливого типу міжособистісних стосунків. Згідно з цією позицією, R. Subby (1984) запропонував таке визначення співзалежності в якості емоційного, психологічного, поведінкового стану, який розвивається в результаті довготривалого впливу стресу,

використання правил, які забороняють відкрито висловлювати свої почуття і обговорювати особисті й міжособистісні проблеми [4].

Заслуговує на увагу також розуміння стану співзалежності як «способу адаптації до гострого внутрішньо особистісного конфлікту, що виникає у всіх членів родини хімічно залежного»[5].

Варто зауважити, що Б. Уайнхолд в своїй книзі «Звільнення від співзалежності» трактує співзалежність як сформовану дисфункціональну поведінку, що виникає внаслідок незавершеності вирішення одного або більше завдань розвитку особистості в ранньому дитинстві [6].

Багато вчених вважають, що співзалежна людина – це людина, яка зазнає труднощів у житті і бачить причину цих труднощів в зовнішньому плані, в проблемах значущого іншого, який є залежним від чогось. Предметом залежності може бути алкоголь, наркотики, хвороба, думка інших людей і навіть особливості характеру. Співзалежна людина починає також страждати – бути залежною від предмета залежності [2].

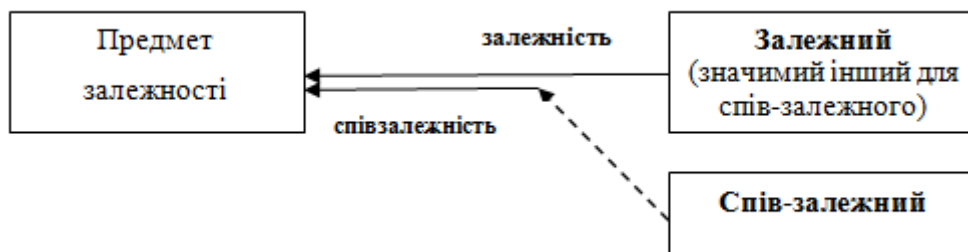


Рис.1 Схематичне зображення співзалежності

Існують також дослідження, в яких вивчається динаміка співзалежності. У своїй роботі з проблеми співзалежності «Залежність: сімейна хвороба» В.Д. Москаленко [3] виділяє 4 умовні фази перебігу співзалежності:

1. *Фаза заклопотаності.* Характеризується наявністю тривоги за близьку людину, періодичною появою почуття провини, сорому, образи, жалю до себе, неспокою і гніву. Ці емоції («токсичні») стають механізмом захисту для людини, що страждає співзалежністю. Наявність проблем у житті на даній фазі заперечується.

2. *Фаза самозахисту* супроводжується трансформацією різних емоцій в негативні і в той же час заперечуються токсичні емоції. Вся увага поглинена «проблемним близьким». Існує почуття відповідальності за всі проблеми, втрачається контроль над своїм життям і над життям близьких.

3. *Фаза адаптації*. У співзалежних, які проходять цю фазу, посилюється почуття провини і сорому, все частіше виражається гнів, з'являються докори сумління і стрес, прагнення до надмірної опіки, виражена жалість до себе, нестерпне почуття образи, почуття власної поразки, критично знижується самооцінка.

4. *Фаза виснаження* характеризується повною втратою почуття власної гідності, втрачається терпимість до хворого, людина духовно деградує, з'являються страхи, виражена тривога, депресія.

Основні результати та висновки дослідження, їх цінність. Проаналізована література дає нам підставу стверджувати, що термін «співзалежність» трактується різними авторами по-різному і розглядається через специфіку психологічного і поведінкового станів та набору різних поведінкових форм.

Можна сказати, що такий паттерн поведінки, як співзалежність, дуже негативно впливає на життя в цілому та на окремі його сфери, порушує адаптацію, зумовлює появу психосоматичних хвороб.

Таким чином, дослідження основ феномену співзалежності має високу як теоретичну, так і практичну значимість. Проте, незважаючи на багаторічні дослідження, до теперішнього часу залишаються недостатньо дослідженими питання, що стосуються динамічних проявів співзалежності. Представлені концепції співвідносяться та взаємодоповнюють один одного і не є вичерпними. Тому перспективним є комплексне дослідження психологічних циклів розвитку співзалежності, а також їх впливу на психічні процеси особистості.

Список використаних джерел:

1. Хемферт Р., Минирт Ф., Майер П. Выбираем любовь. Борьба с созависимостью. «Триада», 2012. 320 с. URL: <https://www.rulit.me/books/vybiraem-lyubov-borba-s-sozavisimostyu-read-466368-1.html> (дата звернення: 20.03.2021).

2. Артемцева Н. Г. Феномен созависимости: общее, типологическое, индивидуальное. Москва : «Институт психологии РАН», 2017. 227 с. URL: <https://lib.ipran.ru/upload/papers/484.pdf> (дата звернення: 20.03.2021).
3. Мілушина М. Специфіка динамічних проявів розвитку співзалежності. *Актуальні проблеми психології*. Т. 7. № 37. С. 135–143. URL: <http://appspsychology.org.ua/data/jrn/v7/i37/17.pdf> (дата звернення: 20.03.2021).
4. Ермаков П., Кукуляр А., Коленова А. Ретроспективный анализ феномена «созависимое поведение». *Мир науки*. 2018. Т. 6. № 5. С. 1–9. URL: <https://mir-nauki.com/PDF/82PDMN518.pdf> (дата звернення: 20.03.2021).
5. Вакуліч Т. М. Співзалежність жінок у сім'ї як психологічна проблема. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. 2012. № 2. С. 3–11. URL: https://www.lvduvs.edu.ua/documents/02_ (дата звернення: 20.03.2021).
6. Уайнхолд Б. Освобождение от созависимости. 2-ге вид. Независимая фирма «Класс», 2002. 298 с. URL: <https://booksonline.com.ua/review73924> (дата звернення: 20.03.2021).

Анастасія Позняк,

студентка Сумського державного університету

АЛЕКСИТИМІЯ ЯК ПСИХОЛОГІЧНИЙ ФЕНОМЕН

Виразити свої емоції, розуміти їх у інших людей – це важливо для сучасного суспільства. Однак, зараз усе більше говорять про нездатність людиною в усній формі описати свої емоції. Тому, *актуальним* буде розглянути такий феномен як алекситимія. *Завдання* даного дослідження – проаналізувати теоретичні засади вивчення алекситимії у системі проявів емоційного інтелекту.

Термін алекситимія як нездатність виразити свої емоції запропонований в 1973 року Пітером Сіфнеосом. У психології алекситимія розглядається не як хвороба, а як особливість нервової системи, яка ніяк не пов'язана з розумовими здібностями особистості.

Сьогодні алекситимія розглядається як психологічна характеристика індивіда, яка характеризується утрудненням або повною нездатністю людини виразити власні емоційні переживання і зрозуміти почуття інших, труднощами у визначенні відмінностей між почуттями і тілесними відчуттями, фіксацією на зовнішніх подіях на шкоду внутрішнім переживанням .

Сіфнеос описав типові ознаки алекситимії:

1. Труднощі в ідентифікації, розумінні і описі власних почуттів і емоцій оточуючих.
2. Зниження здатності до розрізнення фізичних і емоційних відчуттів.
3. Слабка здатність до символізації і уяві, бідність фантазії, відсутність схильності до творчості.
4. Фокусування уваги більшою мірою на зовнішні події, ніж на емоційних реакціях.
5. Тенденція до соматизації емоцій, і, як наслідок, – схильність до психосоматичних розладів.
6. Схильність до утилітарного, конкретного мислення і перевагу практичних дій в стресових і конфліктних ситуаціях [1].

Існує дві форми прояву алекситимії: первинна і вторинна. Вони зовсім різні, мають різну природу та зовнішній прояв. Набути первинну алекситимію людина може в результаті родової травми, через порушення внутрішньоутробного формування мозку у плода тощо. Зазвичай первинна алекситимія виявляється в ранньому віці.

Вторинна алекситимія супроводжується неврологічними порушеннями. Може стати проявом посттравматичного розладу, підвищеної тривожності або прихованої депресії. На розвиток вторинної форми прояву алекситимії впливає більшої мірою неправильне виховання: це може бути гіперопіка або відсутність елементарної уваги з боку батьків.

Первинна форма прояву алекситимії практично не корегується, а на вторинну форму можна впливати комплексом соціально-психологічних засобів.

Залежно від форми прояву алекситимії вплив на корекцію стану визначається строго індивідуально. Вона відбувається на терапевтичному рівні й полягає в тому, щоб навчити пацієнта розпізнавати та ідентифікувати власні емоції й розпізнавати ті емоції які здаються схожими, але насправді вони різні, наприклад, смуток і депресія.

Алекситимія характеризується чотирма типовими ознаками з різним ступенем їхньої виразності :

1. Своєрідна обмеженість здатності фантазувати. Пацієнт утрудняється або виявляється просто не здатним використовувати символи, результатом чого є своєрідний тип мислення, який можна визначити як «механічний», «утилітарний», «конкретний».

2. Типова нездатність виражати пережиті почуття. Пацієнт не в змозі пов'язувати вербальні чи жестові символи з почуттями. Почуття переживаються, якщо вони взагалі є, як щось неструктуроване, у всякому разі непередаване словами. Вони часто описуються через навколишніх (моя дружина сказала... лікар сказав...) або замість почуттів описується соматична реакція.

3. Психосоматичні пацієнти дуже пристосовані до товариських стосунків, що навіть визначається як «гіпернормальність». Їхній зв'язок з конкретним партнером характеризуються своєрідною «порожнечою стосунків». Оскільки вони не можуть розпізнати психологічні тонкощі, то залишаються на рівні конкретного «предметного» використання об'єктів.

4. Через затримку на симбіотичному рівні і пов'язану з цим недостатність диференціації суб'єкт-об'єкт, впливає нездатність до щирих відносин з об'єктом і до процесу перенесення. Відбувається тотальна ідентифікація з об'єктом; хворий існує, наче, за допомогою і завдяки наявності іншої людини (його «ключової фігури»). Звідси стає зрозумілим, чому втрата (вигадана чи реальна) цієї «ключової фігури» («втрата об'єкту») так часто виявляється як провокуюча ситуація на початку (чи при погіршенні) хвороби [3].

Для осіб з проявами алекситимії властиві описи фізичних відчуттів, що зазвичай не мають зв'язку з певними захворюваннями. Ігнорування внутрішнього фізичного та психічного благополуччя поєднується з обмеженими можливостями регулювання внутрішніх станів. Внутрішні відчуття описуються як нудьга, порожнеча, втома, напруга, збудження.

У особи з проявами алекситимії ці особистості можуть виявлятися рівномірно або може переважати якась одна з них.

Особи з проявами алекситимії характеризуються примітивною життєвою спрямованістю, інфантильсністю й недостатністю функції рефлексії. Ці якості приводять до надмірного прагматизму, неможливості цілісного уявлення життя, дефіциту творчого ставлення ще до труднощів та конфліктів у стосунках, це підсилюється тим, що на тлі низької емоційної диференційованості у них з легкістю виникають короточасні, але різко виражені афективні спалахи в поведінці.

Алекситимічні особи дуже пристосовані до товариських стосунків, що трактується як «гіпернормальність». Їхній зв'язок з конкретним партнером характеризуються своєрідною «порожнечою стосунків», залишаються на рівні конкретного «предметного» використання об'єктів.

Також існують дослідження, які говорять що особи, що володіють алекситимічним та алекситимічно-подібним психічним складом, мають труднощі в усвідомленні реального тілесного образу. Алекситимічна елімінація емоцій, скутість та сірість емоційних проявів, особистісна дефіцитарність кореспондує з тілесним образом, який здобуває алекситимічної специфічності відповідно до ступеню виразності алекситимічного компонента [2].

У зв'язку з цим можна розглядати алекситимію як один з видів порушення розвитку емоційного інтелекту особистості, що має вагомое значення у соціалізації та якості соціального життя індивіда.

Список використаних джерел:

1. Алекситимія – причини, симптоми, ознаки, лікування. *Журнал KOZAKY*. URL: <https://www.kozaky.org.ua/aleksitimiya-prichini-simptomi-oznaki-likuvannya/> (дата звернення: 31.03.2021).

2. Макаренко А. О. Образ тіла при алекситимії і алекситимічно-подібних проявах особистості. *Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Психологія*. 2013. Вип. 46 (1). С. 108–113. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe (дата звернення: 02.02.2021).

3. Турецька Х. Теоретичні основи психосоматичного підходу. URL: <http://psytopos.lviv.ua/downloads/biblioteka/studentam/klinichna/psychosom.pdf> (дата звернення: 31.03.2021).

Науковий керівник: Н. М. Теслик, кандидат психологічних наук, старший викладач кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

Парасковія Сахно,

старший викладач кафедри психології, політології та соціокультурних технологій
Сумського державного університету

Тетяна Ащаулова,

студенька Сумського державного університету

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ ДО НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ПСИХОЛОГІЯ»

На сьогоднішній день тема дослідження мотивів до навчання є дуже актуальною, адже у більшості студентів втрачається стимул до навчальної діяльності. У сучасних студентів виникають труднощі у навчанні, сама успішність залежить від прагнень самого студента, його потреб та інтересів. Від мотивації до навчання залежить майбутнє студента спеціальності «Психологія», чи успішно оволодіє професією, чи зможе скористатися здобутими знаннями.

Метою нашого дослідження є теоретичне й практичне вивчення психологічних особливостей навчальної мотивації студентів спеціальності «Психологія» СумДУ.

Завдання, які ми розглянемо в даній роботі: теоретично вивчити психологічні особливості мотивації до навчання і дослідити психологічні особливості мотивації до навчання у студентів спеціальності «Психологія».

Мотивація – це певна сила, яка своєю керуючою поведінкою визначає активність або бажання людини досягти поставлених цілей. Вона може виникати, коли людина має в чомусь конкретну потребу, отримання задоволення, рівня статусу і для цього у неї є стимул, який надихає на подальшу роботу. Якщо стимул є зовнішнім показником, то сама мотивація – внутрішній показник.

Мотивація має лише позитивний характер. Це є вплив на внутрішній стан людини, він спонукає до здійснення ефективної діяльності, яка в свою чергу призводить до вирішення запланованих завдань. За такими ознаками як зацікавленість, спроба задовольнити свої потреби, мотивація зможе призвести

до якісних результатів. Якщо мотивація є більш психологічним чинником, то стимул впливає на зовнішні спонукання до дії. Стимулом може бути будь-яка річ, наприклад, гроші. Гроші потрібні завжди, а щоб отримати їх треба мати постійний дохід, тобто працювати. Рішення отримати бажане переростає в дію, що називається стимулом.

Вище було зазначено, що потреба є однією із головних особливостей мотивації. Потреба – це необхідність у підтримці життєдіяльності і розвитку організму, особистості, розуміння відсутності важливих речей. Первинні потреби виникають із самого початку життя людини, а вторинні повинні набуватися в процесі пізнання. Якщо згадати ієрархію потреб Маслоу, то вона націлена на поведінку, а не на свідомість людини. Іншими словами, в поведінці людини більш визначаючим є задоволення потреб спочатку низьких рівнів, а потім, у міру задоволення цих потреб, стають стимулюючим чинником і потреби більш високих рівнів. Потреби є поштовхом до мотиваційної поведінки.

Неабиякий вплив має самооцінка – оцінка людиною власних можливостей для здійснення поставлених задач. Особа може виявити характер своїх цілей і наперед розробити план, що у змозі виконати, а якщо не може виконати, то проаналізувати як вирішити завдання іншим шляхом. Відбувається процес переживання, де зважуються труднощі та швидкі рішення. Успіх і невдача будуть на думці кожної людини, але з іншого боку, такі думки дають змогу краще розуміти мотивацію та управляти нею.

На основі визначення мотивації, можна виокремити мотив – усвідомлену потребу. Мотивами можуть виступати абсолютно різні речі: цінності, ідеали, інтереси, переконання, світогляд. Він в свою чергу підтримує поведінкову активність на конкретному рівні розвитку особистості. За однією дією можуть стояти різні мотиви, їх може бути безліч, із них є усвідомлені і неусвідомлені. Звичайно між різними мотивами може статися протиріччя, після чого відбувається зміна підпорядкованих та домінуючих мотивів. Мотиви є відповідями на запитання «що я хочу?» і «навіщо я хочу?», після яких можуть відбуватися звичайні та спонтанні дії.

Мотивація до навчання – це система, яка спонукає людину до пізнавальної діяльності. Така система може бути складною для людини, тому з дитинства її краще привчати до відповідальності та самостійності. Ці фактори будуть відігравати у майбутньому особистості важливу роль, бо при здійсненні навчального процесу потрібно засвоювати знання, необхідні для подальшого ефективного використання в житті. Навчальна діяльність – це в першу чергу самореалізація, саморозвиток. Пізнавальна потреба ніколи не зникала і у наслідку зможе відобразитися через деякий час, показати, наскільки людина готова переходити на інший рівень навчальної мотивації.

Законом Йеркса-Додсона в психології називають залежність найкращих результатів від середньої інтенсивності мотивації. Існує певна межа, за якою подальше збільшення мотивації призводить до погіршення результатів. Вчені ще в 1908 році встановили, що для того, щоб навчити тварин проходити лабіринт, найбільш сприятливою є середня інтенсивність мотивації (вона задавалася інтенсивністю ударів струму). Відомо, що для того, щоб здійснювалася діяльність, необхідна достатня мотивація. Однак, якщо мотивація дуже сильна, збільшується рівень активності та напруги, внаслідок чого в діяльності (і в поведінці) наступають певні розлади, і ефективність роботи погіршується [1].

У процесі навчання мотивація змінюється під впливом успіхів або невдач, вибору життєвого шляху. Спочатку, у період самого навчання, відбувається пізнання та перші дії, потім виникають прояви самостійності і, нарешті, усвідомлення. Бажано звертати увагу не на результат навчання, а на його способи, які призводять до покращення результату. Щоб отримати задовільний результат, потрібно зрозуміти який рівень успішної навчальної діяльності і шукати певні способи для мотивування. Наприклад, у школі учень має гарні оцінки з усіх предметів, окрім одного, що саме і псує показник успішності. Батьки, завдяки зовнішній мотивації, пообіцяють дитині якусь винагороду і вона буде намагатися виправити цю ситуацію. Студент, щоб виправити свої недоліки у навчанні буде шукати також способи вирішення завдань та

мотивувати себе зможе отриманням стипендії за гарне навчання або отримання нових компетентностей, знань для майбутньої роботи.

Мотивація досягнення успіху визначає поведінку дорослої людини. Вона виражена в ситуаціях досягнення, в яких є стандарти якості, де вирішуються завдання, результат яких оцінюється за цими стандартами. Результат може бути успішним або неуспішним, і це залежить тільки від людини, тобто особа розуміє свою відповідальність за те, що виходить. Це стосується всіх ситуацій, пов'язаних із професійною або навчальною діяльністю: екзамен, навчальні ситуації, ситуації, пов'язані з роботою [2].

Велику роль у формуванні професійного спрямування майбутніх психологів відіграє навчальний процес, що в сучасних умовах має фундаментальний і проблемний характер, оскільки студентам не задають «єдино правильну» картину людини і світу, а пропонують аналізуючи виробляти власне бачення професійних і життєвих проблем через глибоке і всебічне вивчення матеріалу та проведення самостійних досліджень. Враховуючи творчий характер подальшої професійної діяльності психолога, неможливо сподіватися на готові рецепти постановки завдань або прийомів їх вирішення. Пошук місця роботи після закінчення навчання, успішне працевлаштування та професійне самовизначення також залежать від можливостей особистості, вмотивованості до роботи та зусиль молодого спеціаліста, Важливим завданням вищої освіти, окрім передачі знань та вмінь, є формування самоідентифікації із професією [3].

Чим вища у людини мотивація, тим нижча готовність до ризику. Вона має бути впевнена в своїх силах і повинна розуміти, що попереду велика кількість перешкод, аби досягти мети. Такі риси особистості як стійкість, наполегливість, схильність захоплюватися роботою – сприяють досягненню мети.

Список використаних джерел:

1. Закон Йеркса-Додсона. URL : http://psychologis.com.ua/zakon_yerksa-dodsona.htm
2. Мотивація – поняття, види, способи.
URL: <https://liferules.com.ua/psihologiya/motivatsiya>
3. Філатова Т. С. Психологічні особливості розвитку мотиваційної сфери майбутніх психологів. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2017. С. 5–10.

Софія Похолко,

студентка Сумського державного університету

РІВЕНЬ СИТУАТИВНОЇ ТРИВОЖНОСТІ У СТУДЕНТІВ З РІЗНИМ РІВНЕМ МОТИВАЦІЇ ДО УСПІХУ ПРИ СКЛАДАННІ ЗНО

У сучасному суспільстві проблема тривожності є досить актуальною. Тривожні ситуації трапляються майже всюди: в рамках учбової, трудової діяльності, в сфері особистісних стосунків й просто в повсякденному житті.

Метою нашого дослідження є виявити рівень ситуативної тривожності у студентів з різним рівнем мотивації до успіху при складанні зовнішнього незалежного оцінювання.

Завдання нашого дослідження – визначити теоретичні аспекти ситуативної тривожності та здійснити аналіз рівня мотивації до успіху у студентів.

Тривожність – це переживання емоційного дискомфорту, пов'язане з очікуванням негаразд, почуттям небезпеки. Будь-яка нестабільність, порушення звичного ходу подій може призвести до розвитку тривожності. Розрізняють тривожність як емоційний стан (ситуативна тривожність) і як стійку рису (особистісна тривожність) [3].

Ч. Спілбергер виділяє два види тривожності: ситуативна та особистісна. Оскільки далі ми будемо досліджувати ситуативну тривожність, слід розглянути всі її аспекти детальніше.

Отже, ситуативна тривожність – це комплексне тимчасове емоційне психофізіологічне почуття, викликане впливом конкретної емоціогенної ситуації [4].

Можна зазначити, що ситуативна (реактивна) тривожність як стан характеризується цілим рядом переживань, що відчуває особа: напруга, схвильованість, занепокоєння, нервозність. Такий стан виникає як емоційна реакція на певну стресову ситуацію й може відрізнитись інтенсивністю й

динамічністю. Як правило, ситуативна тривожність породжується об'єктивними умовами, що містять імовірність неуспіху та негаразд.

Тривожні стани – це невіддільна складова існування людини. Багато людей відчувають тривожність, коли стикаються з небезпекою або якоюсь незнайомою ситуацією. Іспит, співбесіда, ситуація змагання або важлива зустріч у нормі викликає почуття занепокоєння і тривожності. У таких випадках тривожність може відігравати позитивну роль, адже вона сприяє концентрації енергії для досягнення бажаної мети, мобілізації резервів організму й особистості для подолання можливих труднощів. Тобто ситуативна тривожність має пристосувальний характер, якщо не перевершує оптимального рівня.

Але, в свою чергу, байдуже ставлення до складних ситуацій та безвідповідальне відношення до поставлених цілей за повної відсутності ситуаційної тривожності знижує ефективність діяльності й не дозволяє досягти кращих результатів. Проте і коли рівень ситуативної тривожності є підвищеним, тобто коли збудження й неспокій значно перевищують рівень можливих труднощів, відбувається зниження результативності діяльності людини.

Кожна людина має оптимальний або бажаний рівень тривожності – так звана, «корисна тривожність», що забезпечує достатню підготовку до дій у новій чи кризовій ситуації – це своєрідне почуття зібраності, що може перерости в настороженість, а іноді й у почуття хронічної боязкості, страху і напруженості зростання тривожності відбувається в зв'язку зі зменшенням рівня адаптації до умов навколишнього середовища. Виникнення тривоги може бути пов'язано як із зовнішніми, так і з внутрішніми факторами [1].

У висновку варто сказати, що ситуативна тривожність характеризується суб'єктивно пережитими емоціями: напругою, занепокоєнням, заклопотаністю, нервозністю. Цей стан виникає як емоційна реакція на стресову ситуацію і може бути різним за інтенсивністю та динамічністю в часі.

Щодо успіху у навчальній діяльності студентів, він залежить не тільки від навичок та знань, але також від мотивації, бажання самоствердитися та досягти високих результатів.

Мотивація – система стимулів, що спонукають людину до виконання дій. Вона є динамічним процесом фізіологічної природи, керованим психікою особистості, що проявляються на емоційному та поведінковому рівнях [2].

Мотивація досягнення – це тип мотивації діяльності, який пов'язаний з потребою особистості досягти успіху та уникнути невдач. Мотивація досягнення успіху – це стратегія поведінки людини, коли вона орієнтована на активність, досягнення результату, не боїться помилок, вживає різні дії, здатна до ризику.

Отже, мотивація досягнення успіху виконує ряд важливих функцій:

- пізнавальна (бажання здобути необхідні знання, щоб застосувати їх у житті);
- емоційна (відображення впливу емоцій на діяльність людини);
- інтегративна (відображення системи самооцінки діяльності та отриманого результату).

Мотивація студентів залежить від їх успіху, якості знань, бажання та здатності вчитися протягом усього життя.

Взагалі, існує зовнішня та внутрішня мотивація.

Зовнішня мотивація. Наприклад, коли студента мотивують зовні, тобто його оточення (викладачі, батьки), він бере участь у навчальному процесі задля похвали, визнання або уникнення покарання. За зовнішньої мотивації студент мало цікавиться саморозвитком і працює з короткотермінової перспективи (завоювати похвалу, не отримати низькі бали), а не з довгострокової перспективи (розвиток, вдосконалення).

Внутрішня мотивація. Студенти повинні працювати задля цілей, які вони поставили перед собою, а не для цілей, які нав'язують інші. У таких умовах розвивається глибокий інтерес до предмета, тобто йдеться про внутрішню мотивацію людини. За наявності внутрішньої мотивації беруть участь такі

внутрішні фактори особистості, як потреби, інтерес, допитливість, задоволеність.

Можна зробити *висновок*, що рівень мотивації до успіху у навчанні впливає на загальний успіх студента. Іноді менш здібна особистість, але з високим рівнем мотивації може досягнути вищих успіхів у навчанні, оскільки прагне до цього і приділяє навчанню більше часу й уваги. У той самий час в особистості, недостатньо мотивованої, успіхи у навчанні можуть бути незначними, навіть, попри здібності.

Список використаних джерел:

1. Види, функції та причини виникнення тривоги.
URL: <https://sites.google.com/site/psihologicnitrivogi/vidi-funkciie-ta-pricini-viniknenna-trivogi/visnovok> (дата звернення: 14.03.2021).
2. Мотивація: джерело сил для дій.
URL: <https://liferules.com.ua/psihologiya/motivatsiya-ponyattya-vidi-sposobi.html> (дата звернення: 31.03.2021).
3. Неведомська Є. О., Михайловська Т. О. Як подолати педагогу тривожність студентів? *Освітологічний дискурс*, 2016, №1(13). С. 132–137.
URL: file:///C:/TEMP/pednauk_2015_1_21.pdf (дата звернення: 31.03.2021).
4. Огороднійчук З. В., Ратушна Т. С. Експериментальне вивчення особистісної тривожності у підлітків з легкою розумовою відсталістю. *Науковий часопис. Спеціальна психологія*. С. 368. URL: <http://enpui.rpu.edu.ua/bitstream> (дата звернення: 14.03.2021).
Науковий керівник: В. П. Павленко, старший викладач кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

Марина Ніколаєнко,

студентка Сумського державного університету

САМОЕФЕКТИВНІСТЬ ЯК ЧИННИК СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ АДАПТАЦІЇ ДО УМОВ НАВЧАННЯ В ВНЗ

Актуальність: кожна людина протягом життя змінює і місце навчання, і місце роботи, тому проживає на кожному з цих етапів – соціально-психологічну адаптацію. Студенти-першокурсники проживають найбільшу в житті адаптацію, адже університет дуже відрізняється від школи. Чинник

самоефективності відповідає за те наскільки швидко студент пристосується до умов навчання в вищому навчальному закладі.

Мета: дослідити самоефективність студенток-першокурсниць як чинник соціально-психологічної адаптації до умов навчання в університеті. Відповідно до мети дослідження – завданнями визначено: проаналізувати теоретичні аспекти самоефективності особистості та теоретичні аспекти особливостей особистісної адаптованості студентів-першокурсників до умов навчання у ВНЗ; з'ясувати аспекти самоефективності як чинника соціально-психологічної адаптації студентів;

Під самоефективністю канадський та американський психолог – А. Бандура розумів відчуття власної компетентності та ефективності, а також уміння людей усвідомлювати свої здібності та вибудовувати поведінку, яка б відповідала специфічній задачі або ситуації. Автор підкреслює важливість цієї особистісної характеристики, яка у поєднанні з конкретними цілями і знанням про те, що необхідно робити, може суттєво впливати на всю подальшу поведінку людини. Самоефективність не є глобальним поняттям, тобто таким, що раз і назавжди визначає систему ціннісних ставлень особистості до себе. Вона змінюється від ситуації до ситуації залежно від умінь, необхідних для різної діяльності, від присутності або відсутності інших людей, від того, що ми думаємо про здібності цих інших людей, особливо якщо ми вважаємо їх більш вмілими, ніж ми самі, від нашої схильності скоріше потерпіти невдачу, ніж досягти успіху, а також від нашого фізичного стану, в особливості коли ми відчуваємо втому, тривогу, апатію, або пригніченість [1].

Значущість поняття адаптації для психології особистості обґрунтував український психолог Г.О. Балл, відзначаючи необхідність його трактування не у вузькому сенсі (як пристосування до середовища), а в широкому – як єдності взаємозумовлених протилежно спрямованих процесів зрівноважування суб'єкта із середовищем [7].

Показниками особистісного рівня адаптованості можуть бути: зниження особистісного рівня тривожності; домінування позитивних емоцій; відсутність

бажання змінити життєву ситуацію; стійка адекватна самооцінка; впевненість у собі, у власних силах, у здатності вирішити проблеми свого життя тощо [8].

Соціально-психологічна адаптація є процесом активного пристосування до вимог середовища. З позицій системного підходу це явище треба розглядати як безперервний процес взаємозумовлювального впливу людини та її соціального оточення, успішність і адекватність якого залежить як від індивідуально-психологічних особливостей, так і від чинників середовища. Адаптація відбувається шляхом поєднання неусвідомлюваного та свідомого моделювання власної поведінки як індивідуальної стратегії та ситуативної тактики з метою досягнення бажаного результату. На формулювання бажаної мети та способів її досягнення впливають зовнішні та внутрішні соціальні регулятори. Зовнішніми соціальними регуляторами є норми поведінки, правила, вимоги та побажання й очікування щодо поведінки. Внутрішніми соціальними регуляторами є інтереси, потреби, ціннісні та сенсожиттєві орієнтації, які разом визначають життєві цілі, критерії оптимуму соціальної адаптації та індивідуально прийнятні способи й форми соціальної адаптації. Психологічними чинниками, які визначають особливості соціальної адаптації, є психологічні властивості особистості, індивідуальні когнітивні стилі опрацювання інформації, копінг-стратегії та способи й тенденції емоційно-поведінкового реагування залежно від ступеня соціальної адаптації [2].

Оцінка ефективності та адекватності адаптації може ґрунтуватися на критеріях самооцінювання або експертного оцінювання; відповідність індивідуальної системи оцінювань соціально прийнятним критеріям не завжди відображає успішність адаптації. Критерії ефективності адаптації як результату пристосування до середовища можуть стосуватися різних сфер:

1. афективної – особливості емоційних реакцій, переживань та почуттів, ступінь емоційного комфорту;
2. поведінкової – особливості копіngu, адекватність докладених зусиль, соціальна прийнятність поведінки, гнучкість та швидкість реагування;

3. когнітивної – самооцінювання відповідності результату запланованому;

4. особистісної – самооцінювання результату адаптації, способу її досягнення відповідно до власних ціннісних орієнтацій та самооцінювання;

5. соціально-психологічного контексту – відповідність усталеним соціальним нормам, соціальним цілям [2].

Шкалу для визначення рівня відчуття загальної самоефективності розробили Ральф Шварцер та Матіас Єрусалем 1979 р. – з метою вивчити індивідуальні особливості долаючої поведінки в ситуації буденних проблем і за умов різних та різнопотужних стресових ситуацій. Концепція загальної самоефективності, яку опрацював Р. Шварцер, трактує цей конструкт як прагнення до реальної та незмінної особистої компетентності для ефективного подолання мінливості й стресовості обставин, загальне переконання щодо власної спроможності відповідати будь-яким вимогам обставин чи подолати непередбачуваність нової ситуації [4; 5].

Рівень самоефективності визначають шляхом підрахунків балів відповідей на 10 запитань. Кожне із запитань стосується окремих аспектів долаючої поведінки, передбачаючи внутрішню стабільну атрибуцію успіху. Шкалу можна застосовувати для визначення здатності успішно адаптуватися до життєвих змін, що дає змогу розглядати само ефективність як індикатор якості життя в певний період. Шкалу загальної самоефективності адаптувала українською мовою І. Галецька у Львівському національному університеті імені Івана Франка [6].

Для вивчення особливостей соціально-психологічної адаптації застосовано аналіз інтеркореляційних зв'язків шкал методики СПА та факторний аналіз: показники шкал адаптації та емоційного комфорту характеризують власне рівень самопочуття людини в соціально-психологічній ситуації; шкали самоприйняття, прийняття інших, прагнення домінувати, інтернальності та ескепізму – наявність певних особистісних особливостей та індивідуальних стратегій існування людини в соціумі. Шкали методики

Роджерса-Даймонд позитивно корелюють між собою, за винятком негативного зв'язку з шкалою ескепізму. Прагнення домінувати позитивно корелює з показниками адаптації, однак вираженість зв'язків є значно нижчою, ніж інших шкал; за умов високого рівня прагнення домінувати простежуємо тенденцію зниження рівня прийняття інших [2].

Отже, соціально-психологічна адаптація залежить від багатьох чинників. Самоефективність є одним із головних, адже відповідає за впевненість людини у собі, за здійснення людиною конкретних дій. Студент першого курсу, що має вищий рівень самоефективності, має вищий рівень адаптованості до навчання у ВНЗ.

Список використаних джерел:

1. Фрейджер Р., Фейдимен Дж. Личность: теории, эксперименты, упражнения, СПб, изд. Прайм-Еврознак, 2002. 865 с.
 2. Галецька І. Психологічні чинники соціальної адаптації. Львів. 2015. URL: <http://znc.com.ua/ukr/publ/periodic/shpp/2005/1/p091.php>.
 3. Росс Л., Нисбетт Р. Человек и ситуация. Перспективы социальной психологии. Москва: Аспект Пресс, 1999. 429 с.
 4. Schwarzer R., Fuchs R. Changing risk behaviors and adopting health behaviors: The role of self-efficacy beliefs. Cambridge, 1995. P. 259 – 288.
 5. Schwarzer R. Self-efficacy in the adaption and maintenance of health behaviors: theoretical approaches and a new model. Washington, 1992. P. 217 – 245.
 6. Галецька І. Самоефективність у структурі соціально-психологічної адаптації. Вісник Львівського університету. Сер. «Філософські науки». 2003. Вип. 5. С. 433–442.
 7. Балл Г. А. Понятие адаптации и его значение для психологии личности. Вопросы психологии. 1989. С. 92–99.
 8. Семиченко В. А. Психология деятельности. К.: Издатель Ешке А.Н., 2002. 248 с.
- Науковий керівник:* В. М. Семенов, кандидат наук з державного управління, доцент кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

Тетяна Іванова,

канд. психол. наук

доцент кафедри психології, політології та соціокультурних технологій

Сумського державного університету

Катерина Бабич,

студентка Сумського державного університету

КОУЧИНГ ТА КОГНІТИВНО-ПОВЕДІНКОВА ПСИХОТЕРАПІЯ: ВЗАЄМОДІЯ ТА СПІВПРАЦЯ

Актуальність теми. Коучинг як окремий вид консультування сформувався в 80-і роки минулого століття на стику психології, філософії, менеджменту і спорту. На даний час існує близько 500 видів коучингу, які можна розділити на дві категорії: коучинг в бізнесі і лайф-коучинг. Теоретичними підставами для роботи коуча можуть виступати гуманістичний, біхевіоральний, когнітивний, системний підходи, модель позитивної психології тощо [1].

Ряд дослідників зазначають певну спорідненість та взаємопроникненість психотерапії та коучингу, особливо коли це стосується когнітивно-поведінкового підходу, що базується на формуванні поведінкових змін задля вирішення психологічних проблем [2]. Наразі можна зазначити існування спорідненості позицій коуча та психотерапевта, зокрема, вона заснована на активному слуханні, виключаючи експертну думку і поради.

Відповідальність клієнта за свої рішення і дії як в коучингу, так і в поведінково-когнітивній терапії, як правило, додатково стимулюється домашніми завданнями, які пропонуються в кінці кожної сесії.

Отже, рівноправні, вільні від рекомендацій відносини між клієнтом і консультантом – це умови, характерні тільки для даного напрямку психотерапії та коучингу.

При співставленні КПТ та коучингу ми також бачимо, що багато авторів істотно недооцінюють можливості більшості психотерапевтичних шкіл, кажучи

про те, що в коучингу вектор роботи спрямований, головним чином, із сьогодення в майбутнє, на моделювання і втілення в життя бажаних змін [3]. З іншого боку, КПТ також використовує аналогічну стратегію. Зокрема, метою когнітивно-поведінкової терапії є надання клієнтові якісної психотерапевтичної допомоги у вирішенні їх реальних життєвих проблем і навчити їх можливостям змінювати викривлене мислення та дисфункціональну поведінку. Тобто головним завданням є навчити клієнта самостійно, за допомогою різних технік, виявити помилки власного мислення та усунути їх на шляху вирішення повсякденних проблем та завдань.

Мета розвідки. Виходячи з того, що потрібно не протиставляти коучинг та психотерапію, метою даної розвідки є дослідження областей перетину КПТ та коучингу, яка на наш погляд, найбільш співзвучна самій ідеї і філософії коучингу: вірі в величезний внутрішній потенціал людини та її природне прагнення до самореалізації.

Завданнями дослідження є аналіз основних характеристик КПТ психотерапії у співставленні їх з коучингом: ставлення до клієнта як до унікального, активного суб'єкта, що має право вибору та здатен взяти на себе відповідальність за цей вибір; ідея співробітництва; безумовна позитивне увага і повага до клієнта; прояв з боку професіонала розуміння та емпатії.

Основні результати. Ставлення коуча до клієнта як до цілісної особистості виражається в наданні можливості послідовно сфокусувати увагу на самості (цінностях, особистості, цілях, здоров'ї, тощо), на формуванні структурних компонентів самооцінки (когнітивний, особистісний, поведінковий). Якісно реалізована програма може забезпечити позитивні особистісні зміни, а саме підвищити самооцінку та зробити самовідношення клієнта більш позитивним.

Таким чином, клієнту демонструється важливість всіх граней його життя і їх взаємовплив один на одного. У той же час, можливість фокусування на окремих сферах повинна бути обговорена під час укладання коучингового контракту.

Визнання за клієнтом унікальності його особистості відображено, зокрема, в питаннях: «Як Ви зрозумієте, що досягли успіху?», «Що Вам може перешкодити на шляху до мети?», «Які ресурси у Вас є для досягнення мети?», А також в пропозиції клієнтові самому придумати собі домашнє завдання.

Право клієнта самостійно приймати рішення і його відповідальність за ці рішення є ключовою цінністю в коучингу і воно реалізується за допомогою питань: «Ким би Ви хотіли бути в цій ситуації?»; «Чого Ви хочете цим досягти?»; «Як саме Ви хочете, щоб це сталося?».

Безумовно, мають місце і відмінності між коучингом та КПТ. Так, когнітивно-поведінкова психотерапія покликана допомогти клієнту знайти більш функціональне життя, в той час як клієнт коучингу вже живе таким життям, але хоче зробити його більш ефективним. Когнітивно-поведінкові терапевти працюють, як правило, з почуттями клієнта, а коучі більшою мірою приділяють увагу конкретним діям клієнта, які дозволять йому прийти до намічених цілей.

Цілі розвитку усвідомленості клієнта також різні. У психотерапії усвідомленість цінна сама по собі, вона допомагає клієнту прийти до цілісності, що, в свою чергу, призводить до зміни в поведінці. У коучингу робота над отриманням більш ясного і повного розуміння клієнтом своїх думок, почуттів і реакцій служить кращому виконанню намічених дій.

Таким чином, основною метою коучингу є допомога клієнту в реалізації його конкретних життєвих цілей, в той час як психотерапія когнітивно-поведінкової системи на перший план ставить гармонізацію особистості людини.

У коучингу широко використовується формула виміру ймовірності змін (зміни = невдоволення ситуацією + бачення мети + перший крок до мети), перший компонент якої лягає в основу первинного запиту клієнта, а другий є, як правило, результатом когнітивного переформулювання, здійснюваного за допомогою коуча на початку сесії [4]. У разі, якщо клієнт не знає, як самостійно

досягти нової для себе цілі, не може подолати виникаючі труднощі, він стикається ні з важкою, але, в певному сенсі, критичною ситуацією.

Психотерапія, у свою чергу, розглядає переживання та їх аналіз та осмислення як провідну діяльність особистості. Центральна психотерапевтична стратегія тут полягає у розвитку переживання за рахунок створення повноцінного творчо-діалогічного середовища.

У лайф-коучингу, безумовно, переживанням та психологічному аналізу клієнта приділяється певна увага, хоча цього процесу, включаючи усвідомлення, відводиться швидше «обслуговуюча» роль по відношенню до досягнення мети. Виходячи з принципу відповідальності за зміни, що зобов'язує клієнта не тільки займати активну позицію під час коучингу, а й реалізовувати в проміжках між сесіями всі намічені кроки згідно з планом і графіком, можна сказати, що продуктивним процесом тут буде планування і практичні дії клієнта. Під час сесії він здійснюється у співпраці з коучем і включає в себе цілепокладання, розстановку пріоритетів, облік ризиків і можливостей, покрокове планування тощо.

Оскільки ми порівнюємо когнітивно-поведінкову психотерапію з лайф-коучингом, де співпереживання та внутрішній аналіз, нехай і в більш спрощеному розумінні даної категорії, розглядається як основна умова ефективною роботи і розкриття потенціалу клієнта, то вважаємо, що саме тут і відбувається взаємне накладення практик. Створення атмосфери довіри, розкриття потенціалу клієнта, допомога в усвідомленні його внутрішнього досвіду, цінностей, бар'єрів і ставлення до майбутніх завдань досягається коучем через діяльність співпереживання, ефективність якого можна підвищити, використовуючи інструменти і методи когнітивно-поведінкової психотерапії.

І все ж, спираючись на більшість визначень коучингу, можна сказати, що загальна ідея діяльності коуча полягає в здійсненні особливого виду співробітництва, спрямованого на досягнення цілей клієнта. Поряд із співпереживанням, дана співпраця має на увазі, що коуч бере на себе окремі

функції тренера та менеджера. Як тренер, він надихає клієнта на успіх, показує приклад проактивного світогляду, створює робочий настрій, не дає відхилитися від наміченої мети, а як менеджер – допомагає йому в плануванні та організації діяльності.

Також існує частковий перетин площин в плані змісту запитів клієнтів. Супровід клієнта на шляху його самопізнання у коучингу може виступати у якості лише опосередкованого завдання, тоді як в психотерапії бажання клієнта «розібратися в собі» здатне стати окремим запитом. Головна мета лайф-коучингу – це допомога клієнту в проектуванні і втіленні його життєвого задуму. Тому коуч більшою мірою концентрується на цілях, які клієнт хоче досягти, на їх взаємовплив і способах реалізації через актуалізацію внутрішнього потенціалу людини. Робота психотерапевтів у певних випадках також може бути спрямована на вирішення таких завдань.

Висновки. Оскільки коучинг і психотерапія мають певне взаємопроникнення, то можливий певний теоретичний і психотехнічний синтез цих практик. Так, використання понятійного апарату і деяких методів когнітивно-поведінкової психотерапії допоможе коучу краще структурувати свою діяльність, особливо, на етапах визначення запиту і виявлення мотивів і цінностей. Арсенал інструментів і технік окремих КПТ (і коучингових технологій, з іншого боку) також може розширити робочий репертуар коучів і психотерапевтів, дозволяючи їм приймати більш гнучку тактику в залежності від запитів або життєвих ситуацій.

Список використаних джерел:

1. Нежинська О. *Основи коучингу : навчальний посібник*. Київ ; Харків : ТОВ «ДІСА ПЛЮС», 2017. 220 с.
2. Завьялов В.Ю. Инновационный коучинг: жизнь как открытие себя, работа как вдохновение. *Науково-практична конференція*. 2015. № 9. С. 72.
3. Carey, W. Philippon, D. Cummings, G. (2014). *Coaching models for leadership development: An integrative review*. Journal of Leadership Studies, vol. 5 (1). 2014. pp. 51–69.
4. Савкин А., Данилова М., Мельвиль Я. *Интегральный коучинг*. МИФ Бизнес, 2020. 390 с.

Наталія Коляда,

канд. психол. наук

старший викладач кафедри психології, політології та соціокультурних технологій
Сумського державного університету

Олександра Кудрик,

студентка Сумського державного університету

СЕМАНТИЧНА САМООЦІНКА ВОРОЖОСТІ СИБЛІНГІВ З РІЗНИМ РІВНЕМ ДИСТРЕСУ

Актуальність теми. Відомо, що сучасне суспільство характеризується кризовими станами в різних сферах, в тому числі і в сфері особистісної і суспільної духовності. Це виражається в переоцінці існуючих стереотипів, норм і цінностей, що виявляються в фіксованих установках щодо таких елементів соціальної дійсності, які для особистості представляють особливий інтерес і значимість. Варто зауважити, що семантична самооцінка має складний процес формування, що може видозмінюватися під впливом різноманітних чинників. Саме у цьому контексті цікавим є питання прояву семантичної самооцінки ворожості між сиблінгами або навпаки, спрямованість ворожості сиблінгів у зовнішній світ, соціум.

У процесі вивчення питання сиблінгової позиції, сиблінгових взаємовідносин загалом, актуальним є визначення стресових переживань братів та/або сестер. На сьогодні поступово збільшується інтерес до вивчення саме дистресу. Існує велика кількість робіт, які висвітлюють взаємозв'язок саме дистресу з емоційними станами та переживаннями.

Зауважимо, що автори багатьох базових підручників з різноманітних розділів психології часто дають досить розмиті розуміння стресу, змішуючи поняття біологічного, психологічного та емоційного стресу. Характеризує це явище той факт, що людина знаходиться у стані психологічної напруги, що є надзвичайно сильною та тривалою. Причиною виникнення зазначеної напруги є емоційне перенавантаження нервової системи. Також відзначають, що стрес

передусь поведінковому розладу, при якому людина нездатна розумно та сконцентровано діяти. Отже, можемо припустити, що рівень дистресу може бути пов'язаним з різноманітними проявами семантичної самооцінки ворожості у сиблінгів, що визначає *актуальність* даної теми.

Мета роботи – виявити взаємозв'язок семантичної самооцінки ворожості сиблінгів з рівнем дистресу.

Виходячи з мети дослідження, нами були поставлені *такі завдання*:

1) розглянути й узагальнити сучасні наукові погляди на проблему сиблінгової позиції особистості, семантичної самооцінки сиблінгів та прояви дистресу;

2) визначити і проаналізувати особливості семантичної самооцінки сиблінгів, наявність та рівні дистресу, їх взаємозв'язок;

3) відповідно до отриманих результатів дослідження сформуванати наукове підґрунтя даної теми, виділити актуальні аспекти питання семантичної самооцінки сиблінгів в залежності від рівня дистресу, для подальшого дослідження.

У 70-х роках вітчизняна психологія представила нову область наукового спрямування, що отримала назву «експериментальна психосемантика» або «психосемантичний підхід». Працювали у даному напрямку психологи Московського державного університету, а саме: Мітіна О.В., Шмелев А.Г., Ністратов А.А., Артем'єва Є.Ю., Петренко В.Ф., Похилько В.І., Столін В.В. та інші. Вчені зазначають, що психосемантика – напрямок у психології, що має за мету вивчення будови, розвитку та функціонування системи значень, процеси сприйняття, мислення, пам'яті, прийняття рішень, що являється повністю індивідуальною системою для кожного індивіда [1].

Р. Янофф-Бульман [3] зазначав, що, будучи учасниками різних подій, люди оцінюють їх відносно безпечності того, що відбувається. Це явище викликає певний стан, під час якого співвідноситься доброзичливість і ворожість навколишніх подій по відношенню до даного індивіда. Особистість оцінює сприйняття самого себе у цей момент та справедливість того, що

відбувається. Цілісність сприйняття зовнішньої картини подій можуть порушити різноманітні психотравмуючі ситуації. Такий досвід також негативно впливає на стан безпечності. Людина стає невпевненою, дезорієнтованою, відчуває тривогу та страх. Так і відбувається формування семантичної самооцінки ворожості, коли суто індивідуальні особливості сприйняття, оцінки поєднуються з суб'єктивним ставленням до цих дій. Дана поведінкова схема детермінує поведінку під час різноманітних подій, які мають або негативний наслідок у вигляді психотравм, або позитивний, нейтральний. Досвід накопичується і, у випадку його психотравмуючого аспекту, особистість проявляє ворожу поведінку частіше.

Л. Наугольник [2] згадує вченого Г. Сельє і зазначає, що він у своїх дослідженнях патологічної форми стресу надав їй узагальнюючу назву «дистрес». Психологічний дистрес може розглядатися як унікальний емоційний дискомфортний стан, що відчуває індивід у відповідь на специфічний стресор або сильну потребу в чому-небудь і призводить до тимчасових або постійних негативних наслідків. При цьому, психологічний дистрес характеризується відчуттям нездатності ефективно справлятися з проблемою, негативними змінами в емоційному стані, а також почуттям дискомфорту, яке спричиняє подальші негативні наслідки [3].

До вибірки нашого дослідження входять 83 людини різного віку, статі та соціального положення. Вибірка формувалася стихійно, опитування було розміщено у соціальній мережі Facebook. Вік досліджуваних варіювався від 17 до 51 року. Загалом тестування пройшли 41 чоловік та 42 жінки. До цієї вибірки входять як сиблінги, так і єдині діти у родині. Перших було опитано 41 людина та 42 досліджуваних, які не мають братів та/або сестер.

У відсотковому відношенні результати дослідження ворожості показали, що 34,1% опитаних сиблінгів мають середній рівень ворожості з тенденцією до низького, 29,3% мають середній рівень з тенденцією до високого, 24,4% – низький рівень, 12,2% досліджуваних мають високий рівень ворожості. Можна висунути припущення, що люди, які мають братів та/або сестер недостатньо

добре справляються з негативними емоціями та зовнішніми впливами, що і визначає переважної більшості прояв їх семантичної самооцінки ворожості. У більшості випадків вони вміють контролювати власні дії та емоційні прояви, і, так само критично ставляться до впливів людей або подій, але у разі виникнення критичних ситуацій рівень ворожості зростає.

Результати дослідження рівня ворожості єдиних досліджуваних в сім'ї свідчать про те, що переважна більшість має середній рівень ворожості з тенденцією до низького. Високий рівень ворожості відзначено лише у 10% опитаних (рис.1).

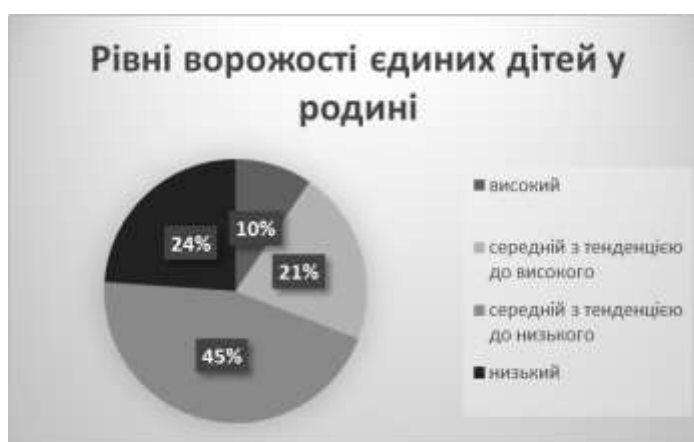


Рис. 1. Рівні ворожості єдиних дітей у родині

Аналізуючи рівень дистресу серед всієї вибірки досліджуваних, встановлено, що більшість респондентів в різних вибірках мають високий рівень дистресу (41,6% серед сиблінгової вибірки і 35,7% серед однаків) (табл.1).

Таблиця 1

Відсотковий розподіл досліджених за рівнем дистресу

Рівень дистресу	Сиблінгова вибірка	Група єдиних дітей в родині
Високий рівень	41,6%	35,7%
Середній рівень	29,2%	14,3%
Низький рівень	29,2%	50%

Було встановлено, що існує кореляція між двома критеріями, що досліджувалися, тобто ворожістю та дистресом ($r = 0,305$, при $p \leq 0,05$).

Отже, спираючись на отримані результати дослідження, можна виділити закономірність: зі збільшенням рівня ворожості збільшується рівень дистресу або навпаки. Тому можна припустити, що чим більше негативного стресу у житті, тим більша вірогідність прояву семантичної самооцінки ворожості як реакції на зовнішні обставини.

Підсумовуючи, необхідно зазначити, що у роботі розглянуто особливості формування психологічного стресу та прояву семантичної ворожості у досліджуваних групах; було виділено основні рівні ворожості та дистресу, які впливають на фізичне та психічне самовідчуття, рівень активності та звичний темп діяльності, зовнішню взаємодію, мотиваційну спрямованість тощо; провели практичне дослідження, у якому проаналізовано рівні прояву семантичної самооцінки ворожості та рівні прояву дистресу у досліджуваних групах. Перспективою подальшого дослідження є вивчення причин ворожості і прояву дистресу як серед сиблінгів, так і серед осіб, які є єдиними дітьми в родині, а також дослідження цих показників в залежності від особливостей стосунків цих самих сиблінгів.

Список використаних джерел:

1. Osgood C. The nature and measurement of meaning. *Psychol. bulletin*. 1952. V. 49. P. 197–237.
2. Наугольник Л. Психологія стресу. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2015.
3. Ridner S. Psychological distress: concept analysis. *Nursing theory and concept development or analysis*. 2004. № 5. P. 536–545.

Ганна Улунова,

доктор психол. наук

доцент кафедри психології, політології та соціокультурних технологій

Сумського державного університету

Валерія Семеняка,

студентка Сумського державного університету

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРАЦІВНИКІВ УСТАНОВИ ВИКОНАННЯ ПОКАРАНЬ СУВОРОГО РЕЖИМУ УТРИМАННЯ

Працівники установи виконання покарань суворого режиму утримання працюють із засудженими, які скоїли особливо важкі злочини. Психологічні портрети злочинців є різноманітними та індивідуалізованими, але особливості їх взаємодії з працівниками установи виконання покарань часто є далекими від конструктивних. Наприклад, працівники установи виконання покарань суворого режиму стикаються з агресивним ставленням засуджених, коли останні намагаються протидіяти їх законним вимогам, ображають, погрожують, або приховано маніпулюють, намагаючись викликати співчуття до себе і т. п. Робота в таких психологічно ускладнених умовах може негативно позначатися на психоемоційному стані пенітенціарних працівників, призводити до внутрішньо-особистісних конфліктів, професійної деформації тощо. Тому, вивчення психологічних особливостей працівників установи виконання покарань суворого режиму утримання є актуальною як в теоретичному, так і в практичному плані проблемою.

О. М. Скрябін, вивчаючи професійно важливі психологічні особливості курсантів-майбутніх працівників карного розшуку, визначив групи комунікативних та організаторських якостей [3]. Л. Б. Сікорська також вважає, що комунікативні якості є запорукою професійної успішності працівників органів внутрішніх справ [2]. М. С. Ятчук визначає емпатію як професійно важливу якість молодших інспекторів відділу нагляду і безпеки установ виконання покарань [4]. О. С. Губаревою розроблено психограму, яка містить

характеристику якостей, що відповідають багаторівневій ієрархічній структурі психіки працівника органів внутрішніх справ [1]. Вивчення професіограм та психограм працівників пенітенціарної служби дозволило нам виділити такі основні психологічні особливості осіб, які належать до цієї професійної групи: вміння прогнозувати, уважність, неагресивність, відповідальність, стресостійкість, емоційний контроль, спостережливість, комунікативні якості. Зупинимося на деяких з означених характеристик.

Стресостійкість як властивість особистості виявляється у її здатності зберігати стабільність психічних станів та процесів у критичних ситуаціях життєдіяльності. Враховуючи складні умови професійної діяльності працівників установи покарань, бажаною є розвиненість стресостійкості у представників цієї професійної групи до високого рівня.

Емпатійність як властивість особистості виявляється у її здатності розуміти та поділяти емоційні стани співрозмовника, а також демонструвати це у процесі взаємодії. Емпатійність, з одного боку, зумовлює краще розуміння між людьми, з другого – робить людину більш вразливою при регулярному зіткненні з інтенсивними негативними емоційними станами інших суб'єктів взаємодії, беззахисною перед маніпуляторами. Цим зумовлюється визначеність у психограмі працівників установи покарань середнього рівня емпатії.

Агресивність як стійка схильність до агресивної поведінки, з одного боку, забезпечує особистості самозахист, з другого – негативно впливає на стосунки з іншими людьми. Саме тому для працівників пенітенціарних установ показаним є помірний рівень агресивності та категорично протипоказаним високий рівень.

З метою визначення відповідності психологічних особливостей працівників установи виконання покарань суворого режиму рекомендованим психологічним характеристикам нами було проведено з емпіричне дослідження їх стресостійкості, агресивності та емпатії. До вибірки досліджуваних увійшли працівники установи виконання покарань суворого режиму віком від 25 до 63 років, чоловічої та жіночої статі. В емпіричному дослідженні були використанні такі психодіагностичні методики: методика «Діагностика рівня

емпатії» (В. Бойко), опитувальник «Оцінка агресивності у стосунках» (А. Ассингер), методика «Самооцінка стресостійкості особистості» (Н. Киршева, Н. Рябчикова). Проаналізуємо отримані результати (див. табл. 1).

Таблиця 1

Психологічні особливості працівників установи виконання покарань суворого режиму (%)

Психологічні особливості	Рівні		
	Високий	Середній	Низький
Стресостійкість	41,0	59,0	-
Емпатійність	-	30,0	70,0
Агресивність	-	75,0	25,0

У переважної більшості працівників установи покарань переважає середній рівень стресостійкості (59,0%). Статистично значущі відмінності зафіксовано за χ^2 -критерієм при $p \leq 0,01$. Це означає, що працівники установи покарань досить успішно вміють протидіяти стресовим ситуаціям, водночас, несподівана критична ситуація може зумовити стресовий стан та його негативні наслідки. Зазначимо, що серед працівників установи покарань відсутні особи з низьким рівнем стресостійкості (дозволимо собі припустити, що умови професійної діяльності або зумовлюють зростання стресостійкості, або забезпечують професійний відсів осіб з низьким рівнем стресостійкості).

Емпатійність у більшості працівників установи покарань знаходиться на низькому рівні. Статистично значущі відмінності зафіксовано за χ^2 -критерієм при $p \leq 0,01$. Працівники установи покарань не вміють співпереживати, емоційно відгукуватися на почуття, не розуміють вчинків, зумовлених емоційними переживанням. Ця психологічна особливість продиктована не лише жорсткими регламентами спілкування із засудженими, але й може бути виявом механізму

психологічного захисту власної цілісності від внутрішньо-особистісних конфліктів.

Агресивність у переважної більшості працівників установи покарань знаходиться на середньому рівні. Статистично значущі відмінності зафіксовано за χ^2 -критерієм при $p \leq 0,01$. Працівники установи покарань достатньо честолюбні та самовпевнені, в екстремальних ситуаціях діють впевнено та можуть за себе постояти, а в критичних ситуаціях можуть виявити різні форми агресії по відношенню до інших.

Таким чином, аналіз результатів емпіричного дослідження дозволяє нам констатувати, що рівні стресостійкості, емпатійності та агресивності, притаманні більшості працівників установи покарань, не відповідають ідеальному профілю психологічних характеристик працівників установи покарань. Рівні вираженості усіх трьох характеристик, на нашу думку, відбивають досвід професійної діяльності працівників установи покарань суворого режиму та можуть свідчити про професійні деформації. З перевіркою цього припущення ми пов'язуємо перспективи подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Губарева О. Психологічні особливості формування професійної компетентності працівників ОВС : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.06 «Юридична психологія». Харків, 2005. 18 с.

2. Сікорська Л. Зміст комунікативної компетентності працівників ОВС та її розвиток. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія психологічна*. Львів, 2011. № 1. С. 106–119.

3. Скрябін О. Формування комунікативної та організаторської компетентності курсантів – майбутніх працівників карного розшуку – у ВНЗ МВС України. *Право і суспільство : науковий журнал*. 2009. № 2. С.135–142.

4. Ятчук М. Психологічні аспекти професійної діяльності молодших інспекторів відділу нагляду і безпеки установ виконання покарань. *Психологія творчості : актуальні проблеми*. 2016. Т. 12 . С. 341–342.

Наталія Коляда,

канд. психол. наук

старший викладач кафедри психології, політології та соціокультурних технологій
Сумського державного університету

Анастасія Клименко,

студентка Сумського державного університету

ОСОБЛИВОСТІ СТИЛІВ МИСЛЕННЯ ОСІБ ЮНАЦЬКОГО ВІКУ З РІЗНИМИ ПРОФЕСІЙНИМИ СХИЛЬНОСТЯМИ

Актуальність теми. На сьогодні аналіз літературних джерел свідчить про недостатню кількість досліджень особливостей стилів мислення осіб юнацького віку з різними професійними схильностями. З одного боку, все частіше зустрічаються описи цього феномена представниками різних професій в області психології, соціології, також він є вагомим у сфері профорієнтації. З іншого боку, сучасні автори не йдуть далі описів, які свідчать лише про те, що існують певні стилі мислення. Майже відсутні експериментальні дослідження особливостей залежності професійних схильностей від певних стилів мислення. Тому, особливості стилів мислення осіб юнацького віку із різними професійними схильностями являється одним із найменш вивчених явищ в психології.

Мета – дослідити особливості стилів мислення осіб юнацького віку з різними професійними схильностями.

Завдання дослідження: визначити теоретичні засади особливостей стилів мислення осіб юнацького віку та різних професійних схильностей.

Основні результати та висновки дослідження, їх цінність. Насамперед слід зазначити, що мислення – це когнітивний процес під час якого аналізуються ідеї, уявлення, образи чи інші елементи. До цього процесу також входить уявлення, запам'ятовування, мрійливість, формування концепцій [1].

У своїй роботі Роберт Дж. Штернберг [2] зазначає, що існує 4 форми мислення:

- **монархічна** характерна для цілеспрямованих осіб, які акцентують свою увагу на ситуаціях, доки вони не будуть повністю завершені;
- **ієрархічна** притаманна людям, які схильні до вибудовування певної ієрархії цілей/занять не зосереджуючись на одній. Розставивши пріоритети, вони можуть займатися декількома справами водночас в певний відрізок часу; швидко пристосуються до складної ситуації, де варто послідовно все розподілити та діяти за планом, виконуючи задачі;
- **олігархічна** визначається у осіб, які мають схильність до ситуацій, де варто одночасно акцентувати та працювати зі справами, які за вагомістю ідентичні, тобто вони будуть почуватися комфортно, коли не треба розставляти пріоритети під час виконання справ з однаковою складністю;
- **анархічна** форма властива особам, де є велика різноманітність підходів та шляхів вирішення проблеми, адже вони здатні генерувати яскраві ідеї. Це безсистемні люди, які працюють за принципом «почну, а там розберемося», адже чіткого плану роботи у них точно не існує.

О. К. Тихомиров у свою чергу виділяє лише 3 види мислення: наочно-дійове, наочно-образне та вербально-логічне [3]. Так, на думку науковця, особа з *наочно-дійовим стилем мислення* вирішує проблеми шляхом реальної, фізичної модифікації ситуації, випробування властивостей об'єкта. Тобто будь-яка задача вирішується шляхом наочного опрацювання отриманої інформації з використанням практичних дій. Людина з *наочно-образним типом мислення* уявляє ситуацію із застосуванням того чи іншого предмета, з яким зіткнулася. За його допомогою повністю відтворюються характеристики предмета. Особливість цього виду мислення – знаходження незвичайних поєднань предметів та їх властивостей. *Вербально-логічне* здійснюється за допомогою мовних засобів, складає різноманітні види дедуктивних та індуктивних умовиводів, способи їхнього доведення, шляхи їхнього використання для вирішення нових проблем.

Цікавим є той факт, що Харрісон А.Ф та Бремсон Р.М виділяють 5 стилів мислення [4]. Згідно класифікації, яку подають науковці, існує *синтетичний*

стиль мислення, що визначається здатністю генерувати нові ідеї шляхом поєднання непоєднаних речей; *ідеалістичний*, де переважає асоціативне мислення, немає вибудовування чіткого плану та суворого підрахунку, але важливе значення має встановлення цілей і мети; *прагматичний*, коли спрацьовує всебічне врахування можливостей, правильних чи неправильних ідей, стратегій та різноманітних тактик задля досягнення мети; *аналітичний*, де основна стратегія – пошук педантичного, раціонального, найоптимальнішого шляху до вирішення проблем, знання та компетентність в усіх сферах, планування кожного кроку, намагання зробити все заради перемоги; *реалістичний стиль* мислення характеризується безпомилковим стабільним веденням справ із повною впевненістю в собі, оцінкою того, до чого можна доторкнутися, довгим та детальним аналізом із конкретним результатом.

Аналізуючи класифікації різних стилів мислення, варто визначити соціальну спрямованість особистості, як фактор успішного становлення у майбутній професійній діяльності. Так, Е. А. Климовим була запропонована така класифікація професійних схильностей, де фігурує людина та 5 різних сфер [5]:

- **«людина-природа».** Це люди, які схильні до природи, до турботи за тваринами та рослинами; найчастіше вони досить м'які, турботливі, люблячі, терплячі, але достатньо витривалі. Їм підходять такі професії, як ветеринар, агроном, геолог, еколог, зоотехнік;

- **«людина-техніка».** Це особи, які мають схильність до технічних виробництв, обслуговування різноманітних механічних машин, їхнього проектування; пов'язані із наступними професіями: водій, електрик, інженер, сантехнік, де все залежить від точності вимірювання, педантичної уваги до дрібниць, але і творчих ідей та здібностей;

- **«людина-людина».** Головним об'єктом, на який націлені професії із цієї сфери, є людина. Сюди відносяться: лікарі, вчителі, юристи, поліцейські. Особа, яка може працювати за даним напрямком, має бути готовою до відповідальності за життя інших, повинна контролювати свої емоції та

усвідомлювати важливість своєї роботи і найголовніше – володіти навичками комунікації;

- **«людина-знак».** Особи даного типу схильностей мають високі інтелектуальні здібності та вміють подавати реальні явища шляхом оформлення їх на папері у вигляді тексту, знаків, цифр, формул на папері чи екрані монітора. Можуть працювати економістами, бухгалтерами, програмістами, нотаріусами;

- **«людина-художній образ».** Це люди, які мають творчі здібності у сфері літератури, музики, художнього мистецтва, кінематографу, беруть на себе відповідальність за створення витворів мистецтва. Вони зазвичай талановиті, трудолюбиві, наполегливі, мають , творчі здібності, неординарне мислення. А отже це такі професії як: художники, письменники, актори, композитори.

На думку А. С. Шафранова, існує 3 типи професій за схильностями осіб [5]:

1. Професії найвищого типу за необхідністю понаднормової роботи над предметом і над собою. До цієї групи спочатку були віднесені професії, пов'язані з мистецтвом і освітою, але нині тут фігурують лікарі, інженери, профспілкові працівники.

2. Професії середнього (ремісничого) типу характеризують роботу тільки над предметом. Сюди можна віднести повара, слюсаря, перукаря.

3. Професії нижчого типу, де не приділяється ніяка увага практичним здібностям і відсутній акцент на предметі роботи і на власних уміннях.

Отже, аналіз наукових літературних джерел свідчить про те, що вивчення різноманітних стилів мислення у контексті професійних схильностей має велике значення під час вибору майбутньої професійної діяльності, є передумовою успішного навчання і набуття необхідних фахових компетентностей.

Список використаних джерел:

1. APA Dictionary of Psychology. Thinking. American psychological association. URL: <https://dictionary.apa.org/thinking> (date of access: 28.03.2021).

2. Sternberg R. J. Theory of Mental Self-Government: Thinking Styles. Robert J. Sternberg. URL: <http://www.robertjsternberg.com/thinking-styles> (date of access: 28.03.2021).

3. Глозман Ж. М. Нейропсихологический подход к развитию мышления в детском возрасте. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neypsihologicheskij-podhod-k-razvitiyu-myshleniya-v-detskom-vozraste/viewer>.

4. Technique of thinking style evaluating. International Journal of Cognitive Research in Science, Engineering and Education (IJCRSEE). URL: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5295680> (date of access: 28.03.2021).

5. Психологический подход к анализу профессиональной деятельности инженера-электрика. Научная электронная библиотека Монографии, изданные в издательстве Российской Академии Естествознания. URL: <https://www.monographies.ru/ru/book/section?id=294> (дата звернення: 28.03.2021).

Наталія Теслик,

канд. психол. наук

старший викладач кафедри психології, політології та соціокультурних технологій
Сумського державного університету

Дарина Громико,

студентка Сумського державного університету

ФЕНОМЕН ПРИВАБЛИВОСТІ У ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРИ

Актуальність теми. Типову психологічну особливість соціальної взаємодії влучно описує народна мудрість «Зустрічають по одягу, проводжають по розуму». В метафоричній формі це демонструє висновки безлічі досліджень щодо важливості привабливості у встановленні міжособистісних відносин і, як з цього випливає, ймовірність безлічі позитивних результатів, будь-то кар'єрний успіх або романтичний. Це, безумовно, не панацея і не єдина змінна, але та, яка дійсно дозволяє створити так зване сприятливе перше враження. Однак, сучасність диктує нові правила, являючи світу нову арену, відмінну від «живої реальності» і базується на віртуальному просторі: сайти, соціальні мережі, додатки для знайомств, онлайн ігри, відеохостинги – все це неминуче впливає на наше життя і, безумовно, способи оцінки та комунікації. І, як результат – на наш успіх, адже зараз соціальний профіль як структури, так і приватної особи –

це її «обличчя». Таким чином, дослідження сутності віртуальної привабливості є важливим для розуміння багатьох сучасних соціальних процесів.

Мета даного дослідження – встановити особливості феномену привабливості в віртуальному просторі.

Розуміння привабливості найчастіше пояснюється фізичними компонентами. Під цим явищем часто розуміються такі речі, як наприклад: зовнішність, голос, запах. Те, як ми оцінюємо дані параметри і ділимо на умовні дві групи «подобається» і «не подобається» – питання водночас і суб'єктивне, і обумовлене зовнішніми чинниками, бо в певній мірі регулюється соціальними стандартами і стереотипами, залежними від часу, місцевості, референтного кола спілкування. Таким чином, привабливість – це динамічна якісна оцінка особистості за зовнішніми факторами.

Привабливість має досить істотний вплив на первинну оцінку і встановлення міжособистісних контактів, що підтверджується експериментом, проведеним Діоном, Бершайдом і Уолстером [1]. Встановлено факт того, що багато випробовуваних розділяють розуміння привабливого і не привабливого, говорить про вплив соціального розуміння на особисте. Якщо говорити саме про встановлення міжособистісних контактів, то в ході дослідження Гарсії [2] було обґрунтовано, що люди більш схильні ініціювати бесіди з привабливими для них людьми, що, у свою чергу, є важливим кроком у соціалізації. Привабливі люди так само мають перевагу, якщо говорити про допомогу у важких ситуаціях. Цей висновок можна зробити комплексно з досліджень, проведених Бенсом, Карабеніком і Лернером [3], Уестом і Брауном [4]. Андерсоном і Бемом [5], якими було доведено, що привабливі особистості здаються опитаним більш товариськими, сповненими ентузіазму, зацікавленими. Фізична привабливість також впливає на існуючі зв'язки. Так, у дослідженні, проведеному Пітерсоном і Міллером [6] було доведено, що в тривалих романтичних стосунках люди повідомляють про більше задоволення, коли їх партнери фізично привабливі. Таким чином, привабливість має

доведений вплив на оцінку, бажання встановлювати соціальний контакт, задоволення існуючими стосунками.

Щодо поняття віртуального простору, то за словами О. В. Прудникової, його можна розглядати як протилежний до фізичного простору [7]. Дослідниця М. В. Палчинська відзначає віртуальний простір як особливу соціальну сферу, включену в систему існуючих соціальних відносин, не тільки як аналог, а і конкурент стосовно просторово-часових змін. Вона відзначає, що для віртуального простору характерне фрагментарне або повне руйнування соціального часу та присутність амбівалентності «об'єктивного-суб'єктивного». Окрему увагу слід приділити їх визначенню щодо наступного твердження: «масове включення індивідів у віртуальний простір призвело до формування норм і правил поведінки у ньому, тобто до формування кіберкультури, яка існує як спосіб життя, що припускає наявність специфічних цінностей і світосприйняття» [8].

Р. І. Зекер'яєв відмічає наступні особливості інтернет-соціалізації: учасниками є віртуальні особистості; процесу соціалізації властива «стихійність», так як він регулюється особистістю напряду; вона може обмежувати або замінювати традиційні інститути; інтроеція нових правил і норм, властивих не реальному суспільству, в якому живе особистість, а прийнятих у певному віртуальному соціумі [9]. Таким чином, віртуальний простір – це певна соціальна сфера, що руйнує частково або повністю розуміння часу, має власні правила, культуру та особливий процес соціалізації, учасниками якого є віртуальні особистості.

Як зазначають Н.Б. Кирилова і О.В. Пестова, коли особистість потрапляє у віртуальний простір, вона: «стає віртуальною, відбувається віртуалізація всіх її сторін, атрибутів, всі соціальні зв'язки також набувають віртуальний характер». Також, важливо відмітити інший висновок дослідниць щодо віртуалізації, а саме «розподілену» свідомість. Також, варто відмітити і приведений факт швидкого фільтрування інформації у віртуальному просторі, певну вибірковість уваги, так звану «банерна сліпота» [10].

Віртуальна особистість, як зазначає Р. І. Зекер'яєв – це об'єкт, що володіє властивостями і характеристиками суб'єкта, але при цьому має невизначений статус існування [9]. Віртуальна особистість може бути проекцією власних бажань людини, створенням власного ідеалу або способом зганяти агресію тощо. Саме цей момент розбіжності «Я» віртуального та реального, що вкриває за собою безліч можливих причин та інтерпретацій, на нашу думку, одним із ключових для розуміння феномену привабливості у віртуальному просторі.

Виходячи з проаналізованого матеріалу, ми можемо зробити комплексний висновок щодо можливості значних відмінностей у роботі привабливості на просторах віртуального простору, відповідно до роботи самої системи, особливостей соціалізації, а також розуміння віртуальної особистості – як прямого учасника процесу. Таким чином до факторів, які визначають привабливість у віртуальному спілкуванні можуть бути віднесені:

1. Особливості віртуального сприйняття. Віртуальний простір, згідно вказаного раніше – є протилежним фізичному, таким чином у ми визначаємо привабливість обмеженою кількістю органів почуттів в залежності від ситуації, що, як правило, не властиво при спілкуванні в реальності.

2. Критичність сприйняття детермінована більшим обсягом інформації. Привабливість та не привабливість – є певною зовнішньою оцінкою, тому частково формується у порівнянні. Таким чином, більша кількість альтернатив підвищує умовний поріг «привабливості» люди.

3. Варіативність у розумінні привабливості, так як віртуальний простір не надає безпосередньо конкретної людини для оцінки і ми характеризуємо особистість віртуальну, тобто її образ віртуального «Я».

4. Відповідно до зазначеного вище твердження, при оцінці привабливості віртуальної особистості, ми можемо мати справу з різними проявами відповідно до сфери контакту. Таким чином, у соціальних мережах ми будемо мати справу з ідеалізованим образом «Я» реального, а у онлайн іграх умовним «аватаром».

5. Міра відвертості. Віртуальний простір дозволяє дотримуватися більшої анонімності при соціальних контактах, що безумовно впливає і на вираження

особистості, і на оцінку привабливості. Міра відвертості може стосуватися і ступені ідеалізації себе та свого життя, тобто можливості певного обману.

Безумовно, список характерних особливостей не є вичерпним і механізм оцінки привабливості у віртуальному просторі є більш складним, потребує подальшого глибокого аналізу і практичного підтвердження.

Список використаних джерел:

1. Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1972. № 24(3). С. 285–290. DOI: 10.1037/h0033731
2. Garcia, S., Stinson, L., Ickes, W., Bissonnette, V., & Briggs, S. R. Shyness and physical attractiveness in mixed-sex dyads. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1991. № 61(1). С. 35–49. DOI: 10.1037/0022-3514.61.1.35
3. Benson, P. L., Karabenick, S. A., & Lerner, R. M. Pretty pleases: The effects of physical attractiveness, race, and sex on receiving help. *Journal of Experimental Social Psychology*. 1976. № 12(5). С. 409–415. DOI: 10.1016/0022-1031(76)90073-1
4. West, S. G., & Brown, T. J. Physical attractiveness, the severity of the emergency and helping: A field experiment and interpersonal simulation. *Journal of Experimental Social Psychology*. 1975. № 11(6). С. 531–538. DOI: 10.1016/0022-1031(75)90004-9
5. Andersen, S. M., & Bem, S. L. Sex typing and androgyny in dyadic interaction: Individual differences in responsiveness to physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1981. № 41(1). С. 74–86. DOI: 10.1037/0022-3514.41.1.74
6. Peterson, J. L., & Miller, C. Physical attractiveness and marriage adjustment in older American couples. *The Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*. 1980. № 105(2). С. 247–252. DOI: 10.1080/00223980.1980.9915158
7. Прудникова О. В. Інформаційна культура віртуального простору: філософська рефлексія. *Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Філософія*. 2014. № 42. С. 136-147. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhnpu_filos_2014_42_15 (дата звернення 20.03.2021).
8. Палчинська. М. В. *Віртуальний простір в умовах соціокультурних трансформацій*. 2016. URL : <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/> (дата звернення 20.03.2021)
9. Зекерьяев Р. И. Психологические особенности виртуальной личности пользователя и ее типы. *Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»*. 2019. № №1. С. 31–37.
10. Кириллова Н. Б., Пестова А. В. «Виртуальный человек» как феномен новой социокультурной цивилизации. *Culture and Civilization*. 2017. № 9 С. 628–641.

Юлія Якущенко, Карина Глущенко,
студентки Сумського державного університету

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ПРОВІДНИЙ ВИД ВІРТУАЛЬНОГО СПІЛКУВАННЯ

З початком пандемії Covid-19 спілкування в реальності стало обмеженим. В зв'язку з цим віртуальна комунікація через соціальні мережі набуває все більшої актуальності та стає провідним видом міжособистісної комунікації у суспільстві. В сучасному світі майже кожен більшу вільного часу проводить в соціальних мережах, використовуючи їх не для пошуку потрібної інформації, а листуючись у чатах, переглядаючи фото, відео, прямі ефіри, блоги та інше.

Завдяки різноманітності видів соціальних мереж, кожен може обрати саме той тип, який є зручним та цікавим. С. Коноплицький виділяє такі види соціальних мереж:

1. Соціальні мережі, як приклад Facebook, Instagram та інші.
2. Мережі миттєвого обміну інформацією, тобто це системи, які передбачають відеозв'язок, наприклад, ZOOM, Skype, Google Meet та інші.
3. Інтернет-чати, це мережі, які надають можливість одночасного спілкування з великою кількістю користувачів, наприклад Telegram, Viber та інші.
4. Інтернет-форуми, це мережі, в яких користувачі створюють пости, а також коментують пости інших користувачів.
5. Інтернет-хости, сторінки на яких розміщують відеоматеріали [1].

Саме завдяки віртуальному спілкуванню більшість осіб намагаються задовільнити свої потреби. У кожної людини є явні і приховані потреби, які вона прагне задовольнити, це може бути потреба в спілкуванні, самореалізації, а соціальна мережа дає відчуття задоволення цих потреб. Багато закордонних та вітчизняних науковців, таких як Ф. Достоєвський, К. Обухівський та інші, представляли свої класифікації потреб. Але для пояснення як відбувається задоволення потреб завдяки соціальним мережам, найбільш дотичною є

ієрархія потреб А. Маслоу [2]. На основі цих потреб можна проаналізувати потреби та як вони забезпечуються завдяки спілкуванню в соціальних мережах:

1. Фізіологічні потреби забезпечуються завдяки тому, що в соціальних мережах можна знайти інформацію яка потрібна для життєдіяльності особистості, тобто інтернет мережа виступає як джерело інформації.

2. Потреба в безпеці реалізується завдяки тому, що забезпечується певна анонімність, також ми самі можемо обирати с ким спілкуватися, хто може переглядати нашу сторінку та інформацію, яка на ній розміщена.

3. Потреба приналежності та любові забезпечується завдяки тому, що під нашими постами та фото можна писати коментарі а також ставити «лайк», таким чином користувач бачитиме що його фото подобаються іншим.

4. Потреба у повазі. В наш час більшість людей мають складність зі встановлення соціальних контактів. Завдяки функціям соціальних мереж ми можемо спілкуватися з ким завгодно, а також припиняти спілкування в разі такої потреби.

5. Пізнавальні потреби як в Інтернеті, так безпосередньо і в соціальних мережах, ці потреби виражається в тому, що кожен має можливість отримувати нову інформацію текстового характеру на будь-яку цікаву тему, матеріалів аудіо- та відео-формату, що розвивають кругозір особистості та розважають у вільний час.

6. Естетичні потреби забезпечуються наявністю ресурсів, які розміщені в соціальних мережах та допомагають користувачам.

7. Потреби в самоактуалізації виражаються в можливості самовираження, що реалізується завдяки публікації фото та загалом створення та оформлення сторінки в соціальних мережах. Також дані потреби виражаються в можливості застосування своїх здібностей, це може бути, наприклад, публікація власних повчальних постів та в бажанні набуття нового досвіду, тобто коли в соціальних мережах ми шукаємо інформацію, ознайомившись з якою, ми можемо чогось навчитись.

Як зазначає Ю. Данько у своїх наукових працях, люди які весь час комунікують через соціальні мережі мають проблеми з пошуком реальних друзів. Також негативним впливом соціальних мереж може бути те, що, більшість людей, видають себе в мережі за того, ким у реальному житті вони зовсім не є [3].

Метою нашого дослідження є дослідити умови спілкування сучасної студентської молоді. У дослідженні взяли участь 54 студенти ІФСК, різних спеціальностей та віку, з яких 11 студентів віком 18 років, 16 осіб віком 19 років, 17 опитаних віком 20 років, 9 респондентів віком 21 рік, а також одна особа віком 34 роки.

Для дослідження нами було створено анкету, яка містить в собі 10 запитань з теми дослідження та 3 запитання для зібрання даних про респондентів.

За відповідями на перше запитання: «Чи вважаєте Ви себе комунікабельною людиною?» було отримано такі відповіді: «так, дуже люблю спілкування і багато спілкуюся» (50%); «не впевнений/а, люблю спілкування лише з близькими людьми» (37%); «не знаю, важко сказати» (7,4%), а також додавали власні варіанти відповідей, серед яких: «вважаю себе комунікабельною, але залежно від ситуації та настрою»; «люблю спілкуватися, але соромлюся першою розпочинати спілкування»; «Комунікабельна, але багато не балакаю».

На наступне запитання «Чи приділяєте Ви час спілкуванню в мережі Інтернет?», були отримані такі результати: 40,7% респондентів приділяють спілкування весь свій вільний час, 57,4% опитаних іноді спілкуються в мережі Інтернет, витрачаючи на це незначний проміжок часу, а 1,9% студентів не люблять інтернет-спілкування. З отриманих даних, можна побачити, що майже всі опитані студенти приділяють час віртуальному спілкуванню.

За відповідями на третє запитання, стосовно того, як часто студенти приділяють увагу спілкуванню в мережі інтернет, було визначено, що 42,6% віртуально спілкуються до 4х годин на день, 31,5% до 1 години на день, 22,2%

більше 4х годин на день, і 3,7% приділяють цьому до 2х годин на день. Таким чином було виявлено, що кожен з респондентів щодня спілкується з кимось через різні соціальні мережі.

Наступне запитання анкети стосувалося того, яких друзів більше має студент, і виявилось, що 55,6% мають більше реальних друзів, 24,1% мають більше віртуальних друзів, а 20,4% вважають, що мають віртуальних та реальних друзів порівну.

На четверте запитання анкети «Якщо у вас є потреба обговорити з другом чи подругою якусь проблему, як Вам зручніше це зробити?» було отримано такі відповіді: 38,9% відповіли, що немає значення реально чи віртуально це обговорити, головне з ким; 31,5% відповіли, що вони б це зробили завдяки віртуальному спілкуванню та 29,6% вважають, що зручніше обговорити проблему при реальній зустрічі. Як бачимо, все ж таки віртуальне обговорення проблеми є більш актуальним.

З відповідей на п'яте запитання «Якщо у вас не має нагальної потреби щось обговорити, а просто хочеться поспілкуватися, є вільний час, то Вам більше подобається:», було з'ясовано, що 38,9% хотіли б поспілкуватися в реальному часі, 33,3% хотіли б поспілкуватися у віртуальному просторі, а для 27,8% студентів не має значення як поспілкуватися, головне з ким. Таким чином, можна сказати, що для дружнього спілкування студентам більше подобаються реальні зустрічі.

Шосте запитання анкети має на меті, з'ясувати яке спілкування у житті студентів займає більше часу, і було з'ясовано, у 50% респондентів віртуальне спілкування займає більше часу, оскільки через карантин, вони не можуть поспілкуватися з друзями в реальному часі; 25,9% опитаних відповіли, що вони більше спілкуються віртуально, а 24,1% відповіли, що більше спілкуються реально. З отриманих даних можна зробити висновок, що студенти частіше спілкуються віртуально, а в умовах пандемії це стало взагалі актуально.

У наступному запитанні було виявлено, що для віртуального спілкування 66,7% студентів використовують соціальні мережі та 33,3% опитаних

користуються месенджерами. Отже, за отриманими відповідями можна сказати, що для опитаних студентів соціальні мережі є провідним видом віртуального спілкування.

В ході дослідження було з'ясовано, що більшість студентів спілкуються використовуючи Instagram та Telegram. Менш популярними є Facebook та Youtube. А також невелика кількість респондентів користуються Viber, TikTok, Twitter та WhatsApp.

Також студенти дали відповіді на запитання «На Ваш погляд, спілкування в соціальних мережах порівняно з спілкуванням у реальному житті?», було з'ясовано, що 42,6% опитаних вважають, що віртуальне спілкування є більш доступним ніж реальне; 16,7% респондентів вважають, що віртуальне спілкування більш зручне, ніж реальне та 40,7% вважають, що краще спілкуватися у реальному житті.

Отже, підсумовуючи вище викладене можна сказати, що в наш час спілкування відбувається більше в мережі Інтернет. А в умовах пандемії, коли реальні зустрічі тимчасово не можливі, віртуальне спілкування стало більш популярним. Як виявилось у нашому дослідженні, соціальні мережі справді є провідним видом віртуального спілкування, тому що так зручніше та доступніше в порівнянні з реальним спілкуванням.

Список використаних джерел:

1. Коноплицький С. М. Соціальні аспекти комунікації в мережі Інтернет: феноменологічний аналіз : дис. канд. соціол. наук: спец. 22.00.01 «Теорія та історія соціології». Київ, 2006. 154 с.

2. Коpecь Л. В. Психологія особистості: навч. посіб. Київ: Києво-Могилянська академія, 2008. 458 с.

3. Данько Ю. А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси. *Сучасне суспільство*. 2012. Вип. 2. С. 179–184.

Науковий керівник: Н. М. Теслик, кандидат психологічних наук, старший викладач кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

Ганна Улунова,

доктор психол. наук

доцент кафедри психології, політології та соціокультурних технологій

Сумського державного університету

Даяна Тарасюк,

студентка Сумського державного університету

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕТНІЧНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ У СТУДЕНТІВ ІЗ РІЗНИМ РІВНЕМ ЕТНІЧНОЇ ТОЛЕРАНТНОСТІ

Етнічну ідентичність розглядають як одну з форм самоідентичності – усвідомлення себе як представника певного народу. Важливість дослідження проблем етнічної й національної ідентичності полягає, насамперед, у тому, що у ситуації поточної соціальної нестабільності саме етнічні спільноти забезпечують вирішальну роль у самозбереженні особи або групи, з якою вона себе ідентифікує. Перш, ніж виступати як представник різних соціальних ролей та спільнот, людина, першочергово, виступає представником того чи іншого етносу. В сучасному інформаційному суспільстві особистість може володіти культурними рисами не одної, а декількох етнічних спільнот і бути носієм різних культур. У цих умовах етнічність перестає характеризуватись чіткою визначеністю етнічної групи та належністю до неї індивіда. Саме тому актуально дослідити, як пов'язані особливості етнічної ідентичності з етнічною толерантністю.

У вітчизняній психології дослідження етнічної ідентичності пов'язано з іменами Г.У. Солдатовой, Т.Г. Стефаненко, Н.М. Лебедевої та ін. Етнічна ідентичність з позиції більшості етнопсихологів – це усвідомлення себе представником певного етносу, переживання людиною своєї тотожності з однією етнічною спільнотою і відділення від інших [2]. Індивід, розглядаючи себе як члена певної етнічної групи, буде прагнути оцінити її позитивно, піднімаючи тим самим статус своєї групи і власну самооцінку. Позитивною етнічною ідентичністю є позитивний образ власної етнічної групи, а також

досить сприятливий образ інших етнічних груп. Негативні почуття з приводу своєї етнічної приналежності можуть говорити про кризу етнічної ідентичності особистості і прояві психологічного захисту, які свідчать про дезадаптації до нових умов.

Етнічна толерантність – це соціально-психологічна, а не чиста психологічна якість, опосередкована соціальними нормами. Етнічна толерантність передбачає не просто прийняття іншого етносу таким, яким він є, а позитивне ставлення до іншого етносу та його представників [1].

Метою нашого дослідження було з'ясувати особливості етнічної ідентичності студентів із різним рівнем етнічної толерантності. З цієї мети впливають наступні *завдання* дослідження: 1) підібрати методики з діагностики психологічних особливостей етнічної ідентичності та етнічної толерантності; 2) провести психодіагностичне дослідження психологічних особливостей етнічної ідентичності та етнічної толерантності студентів різних закладів вищої освіти України та опрацювати його результати.

Для проведення емпіричного дослідження нами було обрано наступні психодіагностичні методики: 1) методика «Типи етнічної ідентичності» (Г. У. Солдатова, С. І. Рижова); 2) методика оцінки позитивності та невизначеності етнічної ідентичності (А. Н. Татарко, Н. М. Лебедева); 3) експрес-опитувальник «Індекс толерантності» (Г. У. Солдатова, О. А. Кравцова, О. Е. Хухлаєв, Л. А. Шайгерова).

Вибірка склала 219 студентів, які віднесли себе до представників українського етносу та навчаються в різних закладах освіти України.

Проаналізуємо результати дослідження. На рисунку 1 подано типи домінуючої етнічної ідентичності студентів (див. рис. 1). Серед опитаних 91,78% мають позитивний тип етнічної ідентичності, що можна охарактеризувати як поєднання позитивного ставлення до власного народу з позитивним ставленням до інших народів. Позитивна етнічна ідентичність має характер норми і властива переважній більшості, вона задає такий оптимальний баланс толерантності по відношенню до власної та інших етнічних груп, який

дозволяє розглядати її, з одного боку, як умову самостійності і стабільного існування етнічної групи, з іншого – як умову мирної міжкультурної взаємодії в поліетнічному світі. 5,48% студентів притаманна етнічна індиферентність – розмитість етнічної ідентичності, виражена в невизначеності етнічної приналежності, неактуальності етнічності. У 2,74% опитаних було виявлено етнофанатизм – готовність йти на будь-які дії заради реалізації етнічних інтересів, аж до етнічних «чисток», відмова іншим народам у праві користування ресурсами і соціальними привілеями, визнання пріоритету етнічних прав народу над правами людини, виправдання будь-яких жертв у боротьбі за благополуччя свого народу.

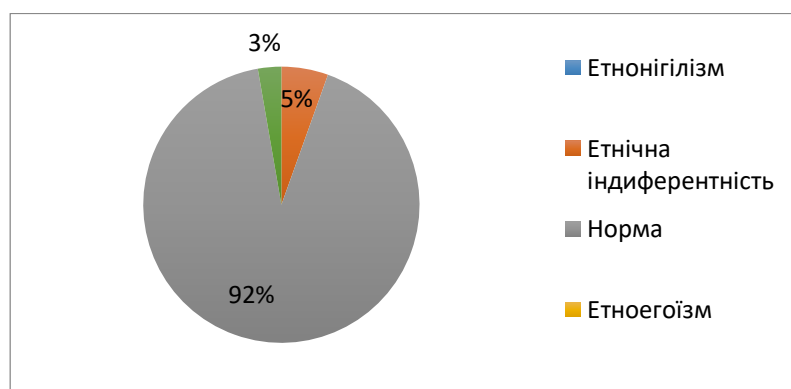


Рис. 1. Типи домінуючої етнічної ідентичності студентів

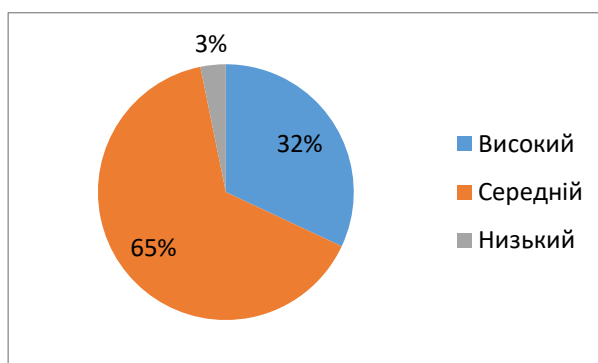
При дослідженні валентності (емоційної забарвленості) етнічної ідентичності високий рівень позитивності виявлено у 94,98% опитаних. Незначними є показники середнього рівня позитивності етнічної ідентичності, притаманні 4,11% досліджуваних. Низький рівень позитивності етнічної ідентичності продемонстрували всього 0,91% студентів.

Щодо ступеня визначеності етнічної ідентичності (наскільки ясно людина відчуває себе представником свого народу), то 75,8% осіб чітко усвідомлюють свою етнічну приналежність. 21,46% студентів мають розмиті, нечіткі уявлення про власну етнічну ідентичність, а 2,74% опитаних мають невизначеність етнічної ідентичності.

Середні значення етнічної толерантності по всій вибірці складає $29,07 \pm 5,36$, що говорить про середній показник толерантності. Високий

показник етнічної толерантності (див. рис. 2) мають 31,96% опитаних осіб, середній – 64,84% студентів, а низький – 3,2% респондентів.

Рис.2. Рівні етнічної ідентичності у студентів



Відповідно до результатів кореляційного аналізу (див. табл. 1.), можна стверджувати, що етнічна толерантність має сильний прямий зв'язок із позитивною етнічною ідентичністю ($r=0,33$; $p\leq 0,001$) та етноегоїзмом ($r=-0,51$; $p\leq 0,001$), а також сильний зворотний зв'язок з етноізоляціонізмом ($r=-0,51$; $p\leq 0,001$) та етнофанатизмом ($r=-0,35$; $p\leq 0,001$).

Таблиця 1

Кореляційний зв'язок показників етнічної толерантності з показниками типів етнічної ідентичності

Шкали методик	Позитивна етнічна ідентичність	Етноегоїзм	Етноізоляціонізм	Етнофанатизм
Етнічна толерантність	0,33	0,51	-0,51	-0,51

Результати, подані в таблиці 1, доводять, що толерантне ставлення до іншого етносу супроводжується позитивним ставленням до власного етносу, відкритістю іншим національним культурам, відсутністю упереджень по відношенню до міжетнічних шлюбів, визнанням за своїм народом права вирішувати певні проблеми за рахунок інших, але неготовністю йти на будь-які дії заради етнічних інтересів.

На основі вищевикладеного можна зробити такі висновки. Етнічну ідентичність розглядають як одну з форм самоідентичності – усвідомлення себе

як представника певного народу. Етнічна толерантність – це соціально-психологічна якість, яка полягає у прийнятті іншого етносу таким, яким він є, та позитивному ставленні до іншого етносу, його представників. У більшості опитаних переважає чітко визначена етнічна ідентичність, яку можна охарактеризувати як позитивну. Характерним для вибірки є середній рівень етнічної толерантності. Етнічна толерантність має сильний прямий зв'язок із позитивною етнічною ідентичністю та етнотогоїзмом, а також сильний зворотний зв'язок з етноізоляціонізмом та етнофанатизмом.

Перспективу подальших досліджень ми вбачаємо у вивченні інших компонентів етнічної ідентичності та їхнього взаємозв'язку з етнічною толерантністю.

Список використаних джерел:

1. Лебедева Н. М. Введение в этническую и кросскультурную психологию. Москва: МАКС – Пресс. 2011. 106 с.
2. Семенів Н. М. Проблематика прояву етнічної ідентичності в студентському середовищі. *Молодий вчений*. 2018. № 11(2). С. 640–644.
Науковий керівник: Г. Є. Улунова, доктор психологічних наук, доцент кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

Тетяна Іванова,

канд. психол. наук

доцент кафедри психології, політології та соціокультурних технологій

Сумського державного університету

Богдана Карпенко,

студентка Сумського державного університету

МЕТОДИ ВИВЧЕННЯ ГЕНДЕРНИХ АТИТЮДІВ

Актуальність теми. Поняття «атитюд» було введено соціологами Ф. Знанецьким та У. Томасом в 1918 році. Автори визначили соціальну установку як психологічне переживання індивідом цінності, значення, сенсу

соціального об'єкта, стан свідомості індивіда щодо певної соціальної цінності [1].

Атитюд – внутрішній стан готовності людини до дії, що передуює поведінці. Атитюд формується на підставі попереднього соціально-психологічного досвіду, розгортається на усвідомленому та неусвідомленому рівні та спрямовує поведінку індивіда. Атитюд зумовлює стійку, послідовну, цілеспрямовану поведінку в ситуаціях, що змінюються, а також звільняє суб'єкта від необхідності приймати рішення і довільно контролювати поведінку в стандартних ситуаціях. Таким чином, атитюд залежить від попереднього досвіду та має важливий вплив на поведінку.

З соціальними атитюдами тісно пов'язані соціальні установки. Важливо розрізнити термін «установка» що використовується у загальній психології та позначає готовність психіки діяти і термін «соціальна установка», що використовується в соціальній психології та соціології і відображає відносно стійке ставлення особистості до людей або соціальних явищ та проявляється в думках, емоціях і соціальних діях.

Мета розвідки. Вивчення атитюдів представляється досить перспективним у плані діагностики тем, що можуть представляти собою особливу соціальну значущість, зокрема, це може стосуватись питань, пов'язаних з гендерною ідентичністю, фемінізмом тощо.

Завданнями дослідження є аналіз основних методів у межах гендерної парадигми у західній психологічній науці. Це буде сприяти перегляду уявлень про характер гендерних ролей, усвідомленню недоліків і негативних наслідків для психічного здоров'я конвенційної моделі та зростанню популярності егалітарної моделі. Розглянемо найбільш популярний інструментарій вивчення гендерних репрезентацій.

Основні результати. Однією з перших шкал, що вимірюють особливості гендерних атитюдів, можна вважати «Шкалу атитюдів до жінок» Дж. Спенс і Р.Хельмрайх, опубліковану в 1972 році. Версія складається з 25 тверджень, що стосуються прав і ролей жінок у професійній, освітній, інтелектуальній

діяльності, шлюбних та сексуальних стосунках. Передбачається чотири варіанти відповіді (від «повністю згоден» до «повністю не згоден»). Частина питань мають пряму оцінку, частина – зворотну. Низькі бали говорять про традиційні або консервативні аттитюди, високі – про егалітарні, які передбачають рівноправний розподіл влади, повноважень і відповідальності між чоловіками і жінками [2].

«Шкала сучасного сексизму» була розроблена Ж. Свім, К. Ейкін, К. Холл, В. Хантер в 1995 р на підставі Шкал класичного і сучасного расизму [3]. На створення шкали також вплинули дослідження соціологів, які в роботах 1980-1990-х рр. на підставі форми прояву виділили три типи сексизму: відкритий (або очевидний), прихований і важко вловимий. Відкритий сексизм – це нерівноправне ставлення до жінок, яке легко піддається спостереженню. Прихований сексизм відрізняється від відкритого завуальованою формою прояву. Наприклад, люди можуть говорити, що виступають за гендерну рівність, але при цьому можуть навмисне поводитись так, що це буде чинити негативний вплив на діяльність жінок. Важко вловимий сексизм представляє собою шкідливу або дискримінаційну поведінку по відношенню до жінки, яка залишається непоміченою, тому що сприймається як звична або нормальна поведінка». «Шкала сучасного сексизму» складається з восьми питань зі шкальними відповідями.

«Шкала неосексизму» була розроблена Ф. Тугас, Р. Браун, А. Бітон, С. Джолі в Канаді в 1995 році [4]. Відправною точкою для авторів, як і в випадку з розробкою «Шкали сучасного сексизму», став аналіз зміни форм расизму і його нових видів, таких як «символічний» та «сучасний» расизм. «Шкала неосексизму» складається з 11 питань, два з яких інтерпретуються в зворотному порядку.

«Опитувальник амбівалентного сексизму» був розроблений П. Глик, С. Фіске в 1996 році. Автори також запропонували оригінальний теоретичний конструкт – амбівалентний сексизм. Опитувальник складається з 22 тверджень, 17 пунктів одночасно використовують слова «чоловіки» і «жінки» та побудовані на порівнянні або взаємозв'язку. Респондентам пропонується

оцінити ступінь згоди з твердженнями, що стосуються чоловіків, жінок і їхніх стосунків в сучасному суспільстві за шкалою від 1 (повністю не згоден) до 5 (повністю згоден) [5]. Опитувальник може вимірювати як загальний рівень амбівалентного сексизму, так і окремо визначати два його компоненти: ворожий сексизм та доброзичливий сексизм.

У 1998 р опитувальна методологія вивчення сексизму була доповнена Е. Грінвальд, Д. МакГі і Д. Шварцом принципово новою системою дослідження стереотипів і соціальних аттитюдів – «Тестом імпліцитних асоціацій». Даний тест вимірює швидкість асоціацій двох умовно біполярних категорій (наприклад, квіти-комахи) з певними якостями (наприклад, приємно-неприємно), порівнює швидкість відповідей, з огляду на помилки [6]. Коли респондент зустрічається з двома категоріями, для яких у нього існує сильний асоціативний зв'язок (наприклад, квітка + приємно), він схильний відповідати швидше, ніж у випадку, коли такого зв'язку немає (наприклад, квітка + неприємно).

Закінчуючи короткий огляд розвитку методології вимірювання гендерних атитюдів, слід зазначити, що з часом відбулася зміна змісту та структури опитувальників в рамках даної проблеми. Перший з опитувальників – «Коротка версія шкали аттитюдів до жінок» Дж. Спенс, Р. Хельмрайх був спрямований на пряме дослідження відносин до жінок. Надалі через певні історичні, соціальні та ціннісні зміни прямі відповіді ставали не досить коректними і указаний феномен стало складніше виявляти. Тому перед психологами виникла нова мета – подолання проблеми соціально бажаних відповідей.

У подальшому вивчення гендерних атитюдів пішло шляхом діагностики сексуальних атитюдів. В обох випадках автори використовували досвід досліджень расизму. Непрямий характер питань досягався саме за рахунок зміни їх змісту і ґрунтувався на твердженні, що заперечення проблем, пов'язаних із забобонами і стигматизацією, є однією з форм їх прояву. Даний період приніс новий спосіб аналізу проблем гендерних атитюдів, з урахуванням того, що він може мати завуальовану форму. Проте, проблема соціально бажаних відповідей не була повністю вирішена, що призвело до появи «Тесту

імпліцитних асоціацій», де для виявлення гендерних атитюдів використовується швидкість асоціацій на гендерно значущі стимули, пропонувані за допомогою гаджетів. Відомо про існування трьох версій даної методики: «Гендер-наука», «Гендер-кар'єра», «Гендер-лідерство», але сама структура тесту відкрита для створення будь-яких інших його комбінацій. Сильною стороною тесту є точність вимірювання швидкості асоціацій, яку складно підробити випробуваням. Разом з тим відкритим залишається питання, чи дійсно швидкість асоціації говорить про наявність стереотипу або забобону.

Висновки дослідження. Зазначені методики дозволили вимірювати гендерні атитюди як складну багатокomпонентну структуру, що має амбівалентну природу. Крім негативних гендерних установок, вони виділили більш складні диференційовані компоненти, зокрема, доброзичливий сексизм, куди включаються три фактори: патерналістські атитюди, комплементарна гендерна диференціація та гетеросексуальна близькість. З одного боку, виділення конструкту доброзичливого сексизму також сприяло вирішенню завдання тестування непрямим методом, з іншого боку, це був ще один новий спосіб подивитися не тільки на сексизм, але і на методи соціальної взаємодії, перш вважаються «корисними і приємними» для жінок. В даний момент в дослідженнях вже майже не застосовується «Коротка версія шкали атитюдов до жінок». Всі інші опитувальники продовжують використовуватися, надаючи дослідникам можливості виявлення різнопланових проявів гендерних атитюдів.

Список використаних джерел:

1. Козлова О.А. *Соціальна психологія особистості та спілкування*. Харків : НТУ «ХПІ», 2017. 172 с.
2. Spence J.T., Helmreich R., Stapp J. A short version of the Attitudes Toward Women Scale (AWS). *Bulletin of the Psychonomic Society*. 1973. Vol. 2. № 4. P. 219–220.
3. Swim J.K., Cohen L.L. Overt, covert, and subtle sexism: A comparison between the Attitudes Toward Women and Modern Sexism Scales. *Psychology of Women Quarterly*. 1997. Vol. 21. № 1. P. 103–118.
4. Tougas F. Neosexism: Plus ça change, plus c'est pareil // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 1995. Vol. 21. № 8. P. 842–849.
5. Glick P., Fiske S.T. The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1996. Vol. 70. № 3. P. 491–512.

