

Матеріали

XI

студентської
конференції

ПЕРШИЙ КРОК
У НАУКУ



Суми, 23 лютого 2020 року

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Наукове товариство студентів, аспірантів,
докторантів і молодих вчених СумДУ

ПЕРШИЙ КРОК У НАУКУ

Матеріали
XI студентської конференції
(Суми, 23 лютого 2020 року)

У двох частинах

Частина 1



Суми
Сумський державний університет
2020

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

- Ігнатенко Вікторія Михайлівна** – доцент кафедри електроніки, загальної та прикладної фізики СумДУ
- Нефедченко Василь Федорович** – доцент кафедри електроніки, загальної та прикладної фізики СумДУ
- Коваль Віталій Вікторович** – ст. викл. кафедри електроніки, загальної та прикладної фізики СумДУ
- Солодовніков Сергій Миколайович** – в. о. голови Наукового товариства студентів (слухачів), аспірантів, докторантів і молодих вчених СумДУ
- Андрійченко Надія Сергіївна** – голова НТСА ННІ права
- Биченко Діана Олександрівна** – голова НТСА ННІ БТ «УАБС»
- Сікора Владислав Володимирович** – голова НТСА МІ
- Ус Яна Олександрівна** – голова НТСА ННІ ФЕМ імені Олега Балацького
- Чех Олег Юрійович** – голова НТСА ф-ту ТеСЕТ
- Шевченко Аліна Тарасівна** – голова НТСА ф-ту ЕлІТ
- Яременко Вадим Павлович** – голова НТСА ф-ту ІФСК
- Лор Анастасія Костянтинівна** – студентський ректор

СЕКРЕТАР КОНФЕРЕНЦІЇ

- Коваль Віталій Вікторович** – ст. викл. кафедри електроніки, загальної та прикладної фізики СумДУ

СТУДЕНТСЬКИЙ СЕКРЕТАР КОНФЕРЕНЦІЇ

- Борисенко Анастасія** – студентка факультету електроніки та інформаційних технологій СумДУ, гр. СФ-81

ОСНОВНЕ ЗАВДАННЯ КОНФЕРЕНЦІЇ – *подолання традиційного розриву між наукою та освітою.*

ЗАВДАННЯ КОНФЕРЕНЦІЇ:

- *формування зацікавленості молоді до наукової роботи;*
- *підготовка талановитої молоді для подальшої наукової роботи;*
- *підготовка молоді до участі у наукових конференціях;*
- *формування уявлень студентів про напрямки наукової роботи, що проводиться кафедрами СумДУ.*

СЕКЦІЇ КОНФЕРЕНЦІЇ:

Актуальні проблеми та перспективи розвитку сучасної медицини.

Біофізика.

Держава і право.

Математичні науки. Комп'ютерні та інформаційні технології.

Нанотехнології.

Суспільство. Економіка. Управління.

Технічна фізика. Електроніка.

Філологія – Комунікації – Суспільство.

Сучасні технології у промисловому виробництві. Механічна

інженерія. Актуальні екологічні проблеми.



Буспїльство

Економїка

Управлїння

“DIRTY” MONEY IN STRUCTURE OF SHADOW ECONOMY

Shaparenko S.V., student; SumDU, gr. EK-91a

Money is one of the most ancient phenomena in life of any society. It which will always play an important role in its economic and social development. Stability of economic development of the particular country depends on how its monetary system functions. Criminal organization which receive money in the illegal way, that is "dirty" money are one of the most important problems in a monetary system.

“Dirty” money can be subdivided into the following types: bribes, terrorist groups, game business, drug trafficking, illegal traffic in arms and people and others. A direct source of receiving "dirty" means is the shadow economy as set of illegal types of economic activity. It includes three segments: "underground", "informal" and fictitious economy.

The underground economy is, as a rule, the types of economic activity prohibited by the law, somehow: Illegal production and sale of weapons, drugs, smuggling, racket, theft, gangsterism, illegal gaming, prostitution and so forth. The "informal" economy is the legal types of economic activity which are not prohibited by the law within which production of goods and services which disappear from taxation take place to the not fixed to official statistics. Namely: apartment renovation, provision of housing in the resort area and another. Economies refer bribery, additions, speculative transactions and other types of fraud to "fictitious", are connected with receiving and transfer of money;

Synonym of the word "dirty" money is "money laundering". Money laundering is a process which allows to hide an origin of income gained in the illegal way. The term "money laundering" arose in the USA in the 30th years of the 20th century in connection with acceptance in the country of the law which forbade free sale of alcoholic beverages. Alcohol smuggling, income from which invested in development of the network of laundries, became one of the negative consequences of "Prohibition", receiving thus the legal status. Since then operations of this sort received figuratively the name "money laundering".

While around the world money laundering connects first of all with organized crime: drug cartels, slave traders, terrorists, in Ukraine politicians, officials and even law enforcement authorities are engaged in

legalization of illegally received money. An accurate example is Yanukovich, Azarov and Pshonka. During Yanukovich's government the country was plundered approximately on one state budget. By estimates of the Prosecutor General's Office, he with accomplices stole from Ukraine \$40 billion a main objective of the criminal organizations receiving excess profits is. According to the State Financial Monitoring Service of Ukraine, in Ukraine for 2018 the sum of financial transactions which can be connected with legalization of means and other crimes is 347.4 billion hryvnias.

Money laundering is a direct consequence of a deep shadowing of the economy - about 50% of GDP of Ukraine are in a shadow while the average level of shadow economy in the world - 18%. It demonstrates about significant influence of the shadow sector on domestic economic trends and need of search of ways of a unshadowing of economy.

Existence of the shadow sector practically brings in all spheres of economic activity of the countries to:

- losses of tax revenues in the budget and, as result, complications of implementation of financial obligations of the state;
- reduction of internal investment resources;

Concentrations of the financial power in hands of the criminal organizations in the end result can undermine economy of these countries and basic principles of democracy as the money received in the criminal way does not go for development of production and satisfaction of social requirements, and are used for commission of new crimes and enrichment of oligarchs. Excess streams of the cash which are included in the address distort demand for cash, interest rates and, thus, lead to inflation.

So, the shadow economy is a problem of the Ukrainian nation and the whole world. 50% of the Ukrainian GDP are produced in a shadow, at the same time money through the budget is not sent to social needs: support of teachers, physicians, pensioners, armies. Fight against "dirty" money acts as one of the most output of mechanisms of counteraction criminal with shadow economic Cis to a subject because legalization of dirty money is a necessary element which connects the criminal shadow sector and open economy. Having broken off this chain it is possible to provide sustainable development of economy.

language consultant: Medvedovska D.O.

Supervisor: Makarenko M.I., Doctor of Economics, Professor

PROFIT AND PROFITABILITY AS AN INDICATOR OF ENTERPRISE ACTIVITY

Petrenko K.Y., *student*; SumDU, EC-91a

Profit and profitability indices define the productivity of the enterprise. Thus, it is always relevant to improve these indicators.

The success of an enterprise is determined by its profit since the amount of profit must be sufficient to fully cover the costs of the enterprise. Profit is important not only for the enterprise but also for the state. Part of the profit is paid to the state budget in the form of income tax, the rate of which is 18 per cent. Some factors affect the amount of profit. These factors are divided into two groups: external and internal. Thus, you can influence the amount of profit. For example, increase it by reducing the purchase price of raw materials. This can be achieved by reducing the number of intermediaries when purchasing production materials. In the case of the foreign economic activity of the enterprise, it is possible to buy goods from foreign partners, thereby reducing the purchase prices (at a favorable exchange rate).

Despite a large number of profit functions, it is not an accurate and basic indicator of the level of efficiency of the enterprise. For this assessment, a group of profitability indicators is used. Profitability characterizes the level of development and efficiency of the enterprise, as well as the efficiency of its costs, gives an idea of the ability of the company to increase its capital.

Profit and profitability are interconnected. Therefore, it can be considered that the increase in profitability has a positive effect on the fulfilment of the main goal of the enterprise - profit maximization. Maximizing profits and improving the company's logistics and technological development are driving profitability. To improve production, businesses need to have a strategy and understand through what steps and changes they will be able to increase profitability. It should pay attention to the investment activity of the company, the cost of sales, its organization, and volume, analyze the commodity market, make efforts and find a way to reduce the cost of production (as options: modernization of production, reducing costs of raw materials).

Thereafter, there are many ways how enterprises can increase the amount of profit and improve productivity.

Language consultant: Darja Medvedovska

SOCIAL NETWORKS THESE DAYS

Soliarova K.G., student; SumDU, gr. EC-91a

Everybody knows that social networks are important in our life. Everyday people exchange information. Today it is done using the Internet and social networks.

Speaking about social networks I can say that there are many. For example, Viber, Telegram, Instagram, What's App, Facebook and others. Using them we can write articles electronically, doing reposts, like and comment. Also, the social network helps us communicate with each other. We can write a message, call and talk on Skype.

Today it is popular to be a blogger, most often on Instagram and on YouTube. People can write posts about life, their dreams and thoughts, work, relationships psychology, sport, different beauty services, SMM-manager and other interesting topics. Also, they show their lives on video and live broadcasts. We wish to subscribe to them to keep abreast of all events. Also, we can upload a photo, and people, who like can like it.

Some people prefer to use E-mail, because it is conveniently and quickly not only for personal correspondence but for work and study. Also, it helps us, when we want to quickly register somewhere.

In the 21st century, some people use letters. They pack in envelopes and glue a lot of stamps so that the letter reaches the receiver.

Social networks badly affect teenagers. They use them all the time. Based on the above, I can say, that teenagers have replaced real communication to virtual.

There is a disadvantage of social networks. There are computer scams very often. Such computer scams can cheat people, hack pages and often children find themselves in such a situation. Sometimes it is possible to find these scammers, but it's not always possible to calculate them by IP address, phone number or card number.

To sum it up, I can say, that social networks are significant in our life because we can share our life with friends and people we don't even know. But when we use social networks, we must not forget about live communication and living people. Networks help us communicate, but this can lead to degradation.

Language consultant Darja Medvedovska

INTELLECTUAL PROPERTY AS THE MOST VALUABLE ASSET OF A COMPANY

Shramko E.V, student; SumDU, group EC-91a

During the historical analysis of different countries of the World, we can see that each state aims to find some specific ways, which could improve its standard of living. Intellectual potential comes to the first positions nowadays. Admittedly, intellectual products can truly affect the world, because it is impossible to imagine the modern existence without such unique inventions as penicillin, the light bulb, a steam engine, the computer, the World Wide Web. Such inventions can influence both the technical and economic development of companies, which is becoming a particularly pressing issue, including in today's Ukraine.

Unfortunately, Ukraine has huge scientific potential nowadays, mostly used for import of intelligence for the World's leading countries. Spending huge amounts of money on education for future workers, but not having enough social opportunities, the country loses the opportunity of its development.

Intellectual property is a result of the intellectual or creative activity of a person in industrial, scientific, literary and other spheres, which are protected by the law [1]. It has powerful incentive properties that lead to both economic and scientific progress. The development of intellectual activity's protection is gaining momentum in the development of economic relations. The state ensures that the level of use of intellectual property in Ukraine is increased by creating a powerful protection system

Let us dwell more on the patent, which, above all, performs the function of protecting the interests of the inventor, protecting a valuable idea from illegal exploitation for a long period. This allows people to use inventions while receiving material benefits for their intellectual activity.

Despite other types of intellectual property, extending a trademark can be endless, so they can become a major component of a business strategy this way. The thing is that they can tell you about the level of technology and the properties of a product, thus encouraging the entrepreneur to produce the best product. Also, trademarks can help to strengthen consumer loyalty, consolidate market positions, respond to unfair competition, etc.

The geographical indication contains separate information compared to the trademark. It informs potential buyers about where exactly the product was made and what features it has, such as composition, quality,

technology, taste, etc.

After considering trademarks and patents, let's move on to copyright. National art and culture cannot develop without inspiration from authors and encouragement. Many countries use the method of material stimulation. In addition to directly protecting the interests of the artist, copyright also provides rewards for creative activity.

As stated in the decision of the Committee on Science and Education of the Verkhovna Rada of Ukraine “On the State of State Regulation of Intellectual Property” there is no effective procedure for the formation and payment of remuneration to authors, which significantly slows down the economic development. According to the Accounting Chamber of Ukraine, only about 30 million UAH has collected annually in the state. It is the remuneration, which is estimated to be only 3% of the potential revenue [2].

Therefore, intellectual property is an important component of a business. The value of this intangible asset is much greater than any other asset. The assets of this type are scarce, so they have a high level of competition and struggle for market share. Ukraine already receives a significant share of its export earnings due to this form of ownership. Thus, everything related to intellectual capital — from copyright to trade secrets as mechanisms for enhancing intellectual potential — is carefully guarded in our country.

To summarize, we can draw the following conclusions about intellectual property:

1. It has the form of an incentive, promoting new developments.
2. The essence lies in the order of relations between enterprises and owners of intellectual products production and marketing process.
3. It needs some special management that can help to increase profits.

1. V.O. Semkiv, R.S. Shandra. Intellectual Property: Textbook for Students of Non-law Faculties. — Lviv: Galician printer, 2015. — P. 280.
2. Decision of the Committee on Science and Education to the protocol No. 14 of April 16, 2008 “On the State of State Regulation and Management of Intellectual Property in Ukraine”. [Access mode] — http://kno.rada.gov.ua/news/Robota_Kom/Zasid_Kom/Rozgl_kontr_put/73008.html

Language advisor: Medvedovskaya D.O.

ILLEGAL MINING OF AMBER: WHO BENEFITS, SOCIO-ECONOMIC CONSEQUENCES AND WAYS TO SOLVE THE PROBLEM.

Dun V.R., student; SumDU, group AB-91a.an

Illegal amber mining in Ukraine began in the 1990s. For more than 20 years, residents have been mining amber by an artisanal way. However, government bodies and local government leaders did not initially address these issues, and then began to gradually lead this illegal activity. Interest in the issue of eradicating the illegal extraction of amber has become more acute in recent years, when the price of the gem has risen to the level of 5 thousand dollars per kilogram.

The area of perspective lands for the extraction of amber is about 380 thousand hectares. Most of the deposits are located in the north-west of the country: in forests in the Rivne, Zhytomyr and Volyn regions. According to the State Service for Geology and Subsurface Resources, in terms of amber reserves, Ukraine ranks first in Europe and second in the world. According to the State Service for Geology and Subsurface Resources, in terms of amber reserves, Ukraine ranks first in Europe and second in the world.

It is possible to use subsoil only after passing through the procedure for obtaining the relevant permits. Such a document is a special permit, which clearly spells out the program of work and its deadlines. Only nine enterprises operate on the official market with amber-bearing bowels. The main enterprise is utility company «Volynprirodresurs», which has four special mining permits.

The problem is that, at the moment, the procedure for issuing special permits is extremely bureaucratic, which makes the legal way of mining amber unprofitable and pushes people to banal plunder of the subsoil without paying any taxes. As a result of this, we can observe how ordinary people also want to earn money. The miner easily earns \$ 50 per day, and if you are lucky, this amount can increase many times over. To force a person not to use the opportunity that lies under his feet is only unprofitable efforts are capable, In the current state of the economy, this is not necessary to talk about. Prospectors will pay off from controllers, no matter how they look, whatever goals they preach and no matter what they are called - policemen, bandits, representatives of the court or prosecutors.

The maximum punishment from a strict state for the prospector is according to Article 240 of the Criminal Code of Ukraine (violation of the rules of protection of subsoil) says that the subject of crime is the subsoil and minerals of national importance. Illegal production, which, without a properly issued permit, is punishable by a fine of up to one hundred tax-free minimum incomes, or restriction of liberty for up to two years and the removal of means of production (pumps, cars, excavators).

According to various expert estimates, from 120 to 300 tons of amber are mined annually in Ukraine, and on average only 5 tons are mined by legal means. According to the estimates of the Ministry of Ecology and Natural Resources, the annual turnover of the shadow stone market is \$ 300-400 million, which could and should go to the budget. The rise in world prices contributed to the development of the shadow.

In general, is there a demand for a legal product? As the international jewelry exhibition "Amber trip" in Vilnius has shown, Europeans want to buy Ukrainian and are ready to promote it. Through illegal mining, Ukrainians cannot fully process it and in fact, we supply the Poles with raw materials, through our limitations and not the desire to live by the rules, we do dirty and cheap work, and we give the main income to others, namely Poland, we supply raw materials to the places where it goes through the primary processing stage and then is sold at a higher price to China. Thus, has now become the sovereign master of the amber market, supplanting the Russian Federation from it: it dictates world prices for raw materials and forms the cost of finished products.

The current president of Ukraine is also trying to eliminate the illegal mining of amber, at this stage, there are such steps to solve the problem: to simplify and make public the procedure for obtaining special permits, the introduction of continuous and rigorous monitoring of the situation and take under the permanent guard of the National Guard important territories.

The opinions of experts on the legalization of mining amber are almost the same - it is necessary to create conditions under which a legal path would be more profitable. Exchange trading will allow mining companies to sell amber at a market price, that is, several times more expensive. And if you process the raw materials in Ukraine and export the finished product directly to the final consumer, then the cost of the goods will increase many times over.

language consultant: Darja Medvedovska

THE ESSENCE OF BLOCKCHAIN

Roman Kocherezhchenko, *student*; SumDU, group. BA-91

Blockchain is not cryptocurrencies, it is a shared network that is distributed among its members regardless of their location, and where everyone can view and edit the information that is encrypted using cryptographic techniques, where each member of the network is in charge of verifying that the data added to the blockchain is real. This is done through a system of three keys: a secret, a public and a key of the recipient.

This allows network members to verify the truthfulness of the data and identify the sender. Understanding blockchain, its impact on big data, can change our world of information. And in this article, we will consider why it is necessary. The first thing blockchain does is decentralize data because there is no single server or other storage location because each user forms "blocks of information" making up a single network structure

Second, blockchain protects our data, because, for a hacker, which want to damage the network (to steal information), he will need to destroy all the data stored on millions of users' computers

All of this helps to prevent the DDOS attack because there is no single server, and "put" all individual computers of users of the blockchain network is difficult to do. To make communication in messengers safe, and to protect personal data not only from hackers but also from the companies themselves. A good example of a company using blockchain is Guardtime, which does not use the keys for verification, but distributes all data to all the computers on the system, and if someone wants to change the data, the system will analyze all the blockchains and compare with the original version (saving money protects against unauthorized changes).

Still, blockchain is no panacea, and it cannot guarantee 100% security. "The biggest challenge will be to move away from existing it infrastructures and rebuild them around blockchain. The key element will be to create key pairs – public and secret – that will identify users. Unfortunately, our human rights infrastructure is still focused on traditional its technologies."- says Buchanan, professor at the engineering school at the University of Edinburgh of Neper, and I agree with him.

Language consultant: Darja Medvedovska

ЧИ ІСНУЄ ЗАЛЕЖНІСТЬ МІЖ ВВП КРАЇНИ ТА КІЛЬКІСТЮ ОЛІМПІЙСЬКИХ МЕДАЛЕЙ?

Рибалко М.А, учень; КУ ССШ №7, клас 9-А

З кожним роком все більше країн починають серйозніше ставитись до Олімпійських Ігор, адже на цих змаганнях вони можуть відкритися для іноземних інвесторів, що може покращити економічні відносини з країною-інвестором та покращити ВВП країни. Олімпійські Ігри зараз стали своєрідним ринком інвестицій, де кожна країна старається, аби на неї звернув увагу багатий інвестор.

Ще 70 років тому науковці дійшли висновку, що країна покаже успіхи на Олімпіаді лише за наявності у неї певних ресурсів. Потім довгий час вчені намагалися зрозуміти, що саме впливає на медальний урожай. Було розглянуто багато факторів, і, вивчаючи їх вплив, вчені вирішили, що головним є обсяг ВВП на душу населення. Заснована на цьому відкритті модель успішно використовувалася для прогнозування медалістів на літніх олімпіадах, і вже зараз її використовують і для прогнозування переможців зимніх Олімпійських Ігор. Стосовно до них, французькі економісти М. і В. Андрофф, крім обсягу ВВП, ввели ще п'ять змінних: якість політичної системи, число гірськолижних курортів, кількість снігу і зимових спортивних споруд, а також місце проведення заходу.

Але гроші - не головне. Фінанси потрібно використовувати з розумом, щоб не “переплатити” за медаль. Для аналізу візьмемо співвідношення ВВП/Кількість медалей. Найгірший результат з країн топ-100 за ВВП матиме Індія. За 116 років участі в літніх Олімпійських Іграх “Перлина англійської корони” здобула лише 28 медалей, при ВВП в майже 2,7 трильйони доларів США. Це означає що кожна медаль Індіців буде обходитися приблизно в 97 млрд доларів США. Для порівняння: одна медаль збірної Сполучених Штатів обходиться приблизно в 7,25 млрд доларів США, медаль збірної України “важить приблизно” 1,05 млрд доларів США. До речі, за цим показником Україна є однією з кращих. Найкращими є країни з

гарними спортивними школами. Наприклад, Ямайка, яка славиться однією з найкращих спринтерських шкіл в світі, має ВВП приблизно 15,42 млрд доларів США і при цьому володіє 76 медалями. Це означає, що кожна медаль збірної Ямайки «важить» близько 0.2млрд доларів США. (Дані про ВВП взяті з Інтернет-ресурсу Statistictimes).

Хотілося б придати уваги Україні, а саме коштам, що були виділені на розвиток спортивних федерацій. На спорт грошей завжди не вистачає. Державне фінансування у наших реаліях скоріш буде заважати, ніж допомагати. Наприклад, у США 95% фінансування спорту - це приватні інвестиції, і коли у нас буде хоча б наближено схоже, то медальний врожай значно збільшиться, бо ніхто не зможе забрати собі до кишені частину виділених державою коштів, все буде криштално чисто.

Яскравим прикладом вище сказаного є сума коштів, виділених на розвиток спортивних федерацій. Дані Міністерства Молоді та Спорту України сильно не співпадають з даними незалежного джерела “Радіо Свобода”, та його досліджень. Це свідчить про високий рівень корупції в Україні, який вже багато років поспіль визначає індекс сприйняття корупції. У ньому, до речі, Україна дещо поліпшила позиції, але досі не дотягує навіть до найменш розвинутих країн ЄС, не кажучи вже про таких гігантів, як Великобританія, Німеччина, Італія, Франція та ін.

Отже, підіб’ємо підсумки: залежність між ВВП країн та кількістю олімпійських медалей існує, і досить велика. Але ВВП країни – не єдиний показник. На кількість медалей впливає багато інших чинників, і, до речі не обов’язково позитивних, про що ми дізналися на прикладі країн, що за рівнем ВВП та рівнем життя не дотягують до більшості країн великої двадцятки.

Науковий керівник: Ткаченко Н.М., вчитель географії та економіки
КУ ССШ I-III ступенів №7
ім. М. Савченка СМР

INFLUENCE OF MASS MEDIA ON SOCIETY: SOCIOLOGICAL ASPECT

Stanislav Oksanych, student; SumDU, group BS-91a

Obviously, nowadays the influence of mass media on the personality has increased significantly. Mass media includes radio, television, newspapers, magazines, cinema, Internet, social networks and so forth. Generally, there are four major types of mass media, and namely: traditional media, print media, electronic media and social media. Its main function is that it informs us about different events in the world. Mass media gives us opportunity to learn something new, educates and entertains us as well.

Undoubtedly, the need for a comprehensive transfer of information that shapes mass opinion has become one of the main causes of media creation. Thus, the main purpose of media activity is to influence public opinion.

Mass media often compares similar processes and identifies their drawbacks and benefits. This feature is especially important when society needs to choose one of several ways of its development. In this case, media can direct an opinion. It also exercises public control by supporting or criticizing some decisions and actions.

But we should keep in mind that these features don't work separately. In our opinion, audio-visual media has the largest social and political impact. This is due to the fact that once a person sees as someone acts in a certain way, he begins to behave similarly.

To our mind, politics and the media are closely linked: politics is one of the most important topics, and the media is an element of policy realization. Mass media is a part of the political system of society. Our perceptions of the political world are, to a large extent, a product of the media. They form the basis of our knowledge of the political system.

Any ordinary person communicates with the outside world using different ways and facilities. Television and the Internet are playing a leading role in this process. If in the 20th century these two things were rare, now without them it is impossible to imagine our life.

Television and Internet are gradually crowding out radio and newspapers. This trend is explained by the emergence of new technologies:

digital and satellite television, computer technology. In this regard, the speed of information transmission has increased significantly.

Today, it is much easier to find information through the Internet than by any other ways. That is why teenagers spend a lot of time there. As they are just beginning to form themselves as individuals, their behavior becomes unstable and they are exposed to external factors. As for the students, they are active users of this network. They turn to the Internet for information search, virtual communication, and entertainment. This is a problem, because modern teens spend more and more time with their phone or computer instead of live communication. That is why children are losing ability to live a normal life in the real world. This leads to a lag in mental development and to the loneliness.

Many people think that media leads to a loss of ability to think freely as the number of TV channels that often contradict each other has increased. And this leads to misunderstanding and conflicts between people. The simplest example of a TV influence on people is advertising, which is shown on many channels, selling different products.

We should point out that Internet media has become more and more popular and has been constantly updated. Due to this promptness, the Internet is often used as a source of information for other types of media. Children and teens are mostly affected by the large amount of information, its brightness and diversity. By creating a special information space, media influences the formation of social, moral and aesthetic values.

A striking example of its impact is that the media started to say more and more about over-promoting violence in the video game industry, pointing out that children, playing these games, become more violent and start to prioritize gaming over many other interests and activities. In our opinion, to overcome this problem, parents should set time limits and involve their children in other activities (physical activity and socializing with friends and family members).

Although newspapers and radio are inferior to new technologies, they still play an important role, affecting the older generation. In this way, we may say that the influence of the media extends to people of all ages.

In conclusion we would like to say that mass media, being the essential and powerful part of our daily life, shapes, forms and transforms society.

Language Adviser: Ass. Professor Otroshchenko L.S.

НАСЛІДКИ ЗНИЖЕННЯ ОБЛІКОВОЇ СТАВКИ НБУ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Рудиченко А.Г., *студент*; СумДУ, гр. ОП-81а

Курс гривні залежить від багатьох факторів. Найголовніші з них – кількість проданих ОВДП та різниця між імпортом та експортом. Проте існують і інші фактори, які можуть вплинути на регулювання національної валюти, зокрема – облікова ставка НБУ.

12 грудня 2019 року Рішенням Правління Національного банку України було прийнято було прийнято знизити облікову ставку до 13,5%.

Це є наслідком зниження інфляції до рівня 5,1%. Таким чином, було досягнуто задекларованої Національним банком середньострокової цілі у 5%. Інфляція, відповідно, була знижена завдяки надходженням від українського експорту, зокрема через рекордний продаж зернових та олійних культур.

Варто зазначити, що зміна облікової ставки є чудовим індикатором для зниження/збільшення процентних ставок за вкладками і позиками.

У нашому випадку це позитивно відобразиться на зменшення відсотків по кредиту для комерційних банків. Це призведе до загального пожвавлення кредитного ринку та, як очікується, до загального пожвавлення економіки.

Проте за такого посилення гривні облікова ставка у розмірі 13,5% є сильно завищена, її доцільно знизити до рівня 10%, а згодом до 7-8%, аби припинити посилення гривні за рахунок спекулятивного капіталу, який занадто дорого обходиться Україні. У довгостроковій перспективі необхідно переходити від зміцнення гривні від продажу ОВДП до зміцнення шляхом економічного зростання. Це зробить гривню набагато стійкішою до економічної політичної чи фінансової кризи.

Отже, враховуючи вищезгадані фактори, можна сказати, що тенденція до зменшення облікової ставки є правильним рішенням, проте її зниження є занадто повільним та не відповідає ринковим реаліям.

Керівник: Овчарова Н.В., *к.е.н., старший викладач кафедри
бухгалтерського обліку та оподаткування СумДУ*

MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF MARKETING IN UKRAINE

Selezneva Olexandra, *student*; Education and Research Institute for Business Technologies “UAB” of SumDU, gr. ОП-81а

Marketing at the present stage is a multifaceted idea. Marketing is considered as process, the purpose of which is to get, through direct exchange or with the help of the market, the necessary goods and services for individuals and social groups, and for the enterprises.

Modern development of marketing in Ukraine takes place in the conditions of social and economic changes that are characterized by dynamism and significant technological transformations, which greatly affect the marketing. In modern scientific publications we can watch(see) the statements about the marketing crisis that is caused by globalization processes, increased competition, and speed-up of scientific and technological progress. Changes in consumer’s behavior and his lifestyle, the decrease efficiency of traditional marketing communications, as well as the public expectations for companies are also called the marketing crisis reasons. Really, there is(are) confirmation of this, which have their own explanation. The world has changed; the conditions and possibilities of marketing activity have changed. The current marketing system should become more flexible and dynamic.

The most important goal of modern marketing is the discovery of new and unsatisfied needs or new forms of satisfaction of already known needs, the orientation of production to satisfy the actual demand, and to win the competition.

Characterizing the modern marketing science, we can note the following trends in its development:

1. Modern marketing is «orientated». It means that the modern markets should have the consumer orientation feature.
2. Modern marketing can be called «innovative» and strategic. Innovative approach includes strategic analysis, attractiveness, level of competitiveness, budget study, as well as development control. The basis of strategic marketing research is the analysis of the market with the improvement of market segments, the organization and demand formation, modeling the behavior of the consumer.

However, innovative marketing in Ukraine is not developed enough, because Ukrainian manufacturers do not spend a lot of money to improve their production.

3. Modern marketing is «global».

Modern trends in the development of society, changes in the way and lifestyle of people lead to the fact that the consumer has become different. The age of information has two main consequences: the growth of «market literacy» of the consumer and the decrease in the effectiveness of traditional types of marketing communications. Today, only 20 – 40 % of consumers pay attention to advertising to select goods. Due to increased competition and a large choice of products, consumers become more demanding. They have higher expectations for the quality of goods and services; they seek a convenient location and schedule of shops, a higher level of service for lower prices.

Recently, marketing confidently wins market positions as a source that gives an opportunity to create and keep certain standards of human life. As it develops in the period of certain global changes, we can say that this is its main problem. The experts in this field have to review new marketing goals and methods every year. Due to the rapid changes which are taking place nowadays in the world, the strategy, that used to be the best, can become harmful.

Today, the researchers highlight the following major marketing issues:

- consumers' changes of values and market orientation;
- stagnant features of the economy;
- poor environmental condition;
- increased world competition;
- a number of economic, political and social problems.

Thus, modern marketing in Ukraine should be based on a quick, flexible planning of innovations. Marketing efforts should be aimed at developing and offering a new product for the consumer. Every effort should be made to apply or introduce modern methods of marketing activity, attract new specialists, provide a thorough study of the necessary needs of the customers, lighten research activities, and increase control over the effectiveness of marketing activities.

Academic supervisor: Leschenko O. I., *Associate Professor*

INFORMATION TECHNOLOGY IN ACCOUNTING AND AUDIT

Novykova Daria, student, Education and Research Institute for Business Technologies “UAB” of SumDU, gr. OP-81a

Information technology in the 21st century is an indispensable aid in any business activity. The purpose of this paper is to theoretically substantiate the use of information technologies in the accounting process at enterprises, as well as to summarize the properties and advantages of their use.

Economic information in the management process has become a more important resource than material, labor and financial resources. Modern information processing technologies transform data on production and commercial operations in the enterprise, knowledge and skills of people, their professional responsibilities into the role of automated accounting program, and the resulting information is a product of work. In the nearest time all Ukrainian managers, it will get used to analyze business activities, make management decisions and develop projections for the future in the framework of information technology system. Therefore, the methods of processing and use of information, as well as the technical means by which the data are transferred into an important information resource, are of great importance.

Information systems involve the use of information technology. In machine processing, preference is given to information encoded in digital form. Technology means the science of producing material goods, which includes three aspects: informative, instrumental and social. The informative aspect covers the description of principles and methods of production, the instrumental aspect — the tools of work through which the production is realized, and the social aspect — the personnel and their organization.

The main possibilities of introducing information technologies in accounting are:

- obtaining of the operative information;
- automation of accounting in accordance with the requirements of the current legislation and accounting policies of the company;
- effective management of economic processes;
- prompt receipt of information on the cost of production;
- creation of an operational reporting system.

However, the expected benefits of implementing an automated accounting systems may be:

- improving the efficiency of the enterprise;
- dynamic decision-making process;
- effective personnel management;
- effective debt control;
- control over the results of the enterprise activity, etc.

A characteristic feature of any system is the ability to divide it into parts, called subsystems. The set of subsystems and the relationships between them make up the structure of the information system.

To solve management problems, components of the information system are divided into:

- functional subsystems
- providing subsystems

The software is a collection of programs that implement the goals and objectives of the system and ensure the functioning of a complex of technical means. The structure of the subsystem consists of: system-wide, special applied and original programs, and instructive and methodological materials on their application.

One of the software requirements is the configurability of the package - the availability of customization tools for new indicators. At the same time, the accountant removes the problems of the appearance of new, previously not provided indicators; without changing the software, you can enter and customize new views.

The software must be flexible, open, and systemic.

Therefore, the automation of accounting processes should contribute to the correct organization of audit and accounting in enterprises. The automated accounting program should be able to prepare full financial, tax and statistical reports as soon as it is implemented. It should also include step-by-step management accounting automation and import data from other software. At each stage of the enterprise's activity, the management team need effective tools to support and fulfill the tasks that are facing the enterprise.

As a result, information technology in the economy in the general form can be defined as a set of actions on economic information using computer technology to obtain the desired result.

Academic supervisor: Leshchenko O. I., Associate Professor

ПРОБЛЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

Новикова Д.А., студентка; СумДУ, гр. ОП-81а

На сьогодні кон'юнктура ринку України не є стабільною — з кожним днем вводяться нові і нові зміни у законодавстві. Це явище пояснює специфіку діяльності бухгалтерського обліку малих підприємств

Кожен суб'єкт господарювання незалежно від розміру його активів чи доходу, сфери економічної діяльності, кількості працюючих чи інших критеріїв зобов'язаний вести бухгалтерський облік який традиційно реалізується в межах фінансового, управлінського та податкового обліку. Не становлять виключення і суб'єкти малого підприємництва до яких відповідно до господарського кодексу відносять фізичних та юридичних осіб, зареєстрованих у відповідному до законодавства порядку, які провадять господарську діяльність та мають не більше, ніж 50 працюючих осіб. Річний дохід суб'єктів господарювання не повинен перевищувати 10 млн. євро [1].

Якщо розглядати порядок ведення обліку на малих підприємствах то необхідно відмітити його фіскальну забарвленість. Особливо це стосуються фізичних осіб підприємців (ФОП), які відповідно до податкового кодексу повинні вести відповідні податкові реєстри та своєчасно формувати та подавати декларації.

Метою статті є визначення основних проблем бухгалтерського обліку та рекомендацій до їх подальшого усунення.

З вимог ведення фінансового обліку характерним є тільки необхідність при формуванні податкових показників спиратися на дані первинних документів складених саме за правилами бухгалтерського обліку. Проте цю вимогою ФОП досить часто нехтують, особливо за умови використання спрощеної системи оподаткування обліку та звітності.

Крім того для таких суб'єктів відсутні вимоги щодо формування облікових реєстрів і надання фінансової звітності. Якщо проаналізувати існуючі методичні рекомендації з використання облікових реєстрів то всі вони направлені на юридичних осіб підприємців та оминають фізичних осіб-підприємців.

Якщо розглядати юридичних осіб суб'єктів малого підприємництва то вони, враховуючи вимоги чинного законодавства, зобов'язані в повній мірі вести як податковий облік та формувати податкову звітність, так і фінансовий облік та звітність.

Разом з цим необхідно зазначити, що і юридичні особи суб'єкти малого підприємництва, і, особливо, фізичні особи-підприємці майже не приділяють увагу проблемам формування обліково-аналітичного забезпечення необхідного для формування ефективної системи управління. Мова йде саме про управлінський облік який відсутній на більшості малих підприємствах.

Відсутність управлінського обліку та незадовільне ведення бухгалтерського обліку, що в більшій мірі характерне саме для малого бізнесу, негативно впливає на формування релевантного інформаційного забезпечення. Брак якісної інформації призводить до прийняття ризикованих, неефективних управлінських рішень. Це обумовлює виникнення проблем пов'язаних з використанням фінансових ресурсів, управлінням витратами підприємства, ціноутворенням, управлінням товарообігом та дебіторською заборгованістю та в кінцевому результаті призводить до збитковості підприємств.

Суб'єкти малого бізнесу зазнають стрімкого розвитку, адаптуючись до умов ринкових реалій та нововведень.

Таким чином, подальший розвиток малого бізнесу обумовлює необхідність якісного та повноцінного ведення всіх складових бухгалтерського обліку, що дасть змогу підвищити ефективність управлінських рішень на підставі своєчасного та реального інформаційного забезпечення про всі складові діяльності. Поліпшення нормативно-правового забезпечення та урахування власної облікової політики зможуть значно покращити поточну ситуацію на таких підприємствах.

1. Господарський кодекс України.
2. Податковий кодекс України.
3. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» від 16.07.1999 № 996-XIV.

*Керівник: Овчарова Н.В, к.е.н, старший викладач кафедри
бухгалтерського обліку та оподаткування СумДУ*

THE METHOD “JUST-IN-TIME” TO COPE WITH THE RECESSION: ADVANTAGES & DISADVANTAGES

Rudychenko A.G, *student*; Education and Research Institute for Business Technologies “UAB” of SumDU, gr. OP-81a

The aim of this report is to find solutions how to reduce costs to cope with the recession. If the problem is not resolved in time, the company may go bankrupt.

There are many methods of overcoming a recession. However, one of the most effective is the “Just in Time” method. The main aim of Just-in-Time system is to ensure that inputs into the production process only arrive when they are really needed. It was originally created and developed in Japan. The use of “Just in Time” method (“JIT”) improves production efficiency by reducing losses. Losses are understood as any actions that add price, but do not increase the value of the product - unnecessary movement of materials, excess inventory, etc.

The main advantages of the system are the following:

1. Reduction of funds which are necessary for inventory management. If we reduce the amount of inventory, then we will cut the amount of financial resources "frozen" in stocks.

2. The ability to use for other needs areas previously allocated to stocks. The system “JIT” cut the number of stocks of raw materials, stocks in production, work-in-progress, and stocks of finished products.

3. The reduction in the volume of unsold goods while reducing demand. The purpose of the system is to produce as many products as the consumer needs.

The most serious and obvious drawbacks of the system are:

1. Reducing the ability to correct the defect that arose and was missed for the next operation.

2. Strong dependence of production on the quality of work of suppliers.

In conclusion, the JIT implementation process is lengthy and time-consuming. For the system to work, it is necessary to apply various methods and tools, but in some cases for the enterprise this is the only way to avoid a recession in production.

Academic supervisor: Leshchenko O. I., *Associate Professor*

АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ, ЩО СПРИЯЛИ ЗМІЦНЕННЮ ГРИВНІ ТА ПОДАЛЬШІ ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ВАЛЮТИ

Рудиченко А. Г., студент; СумДУ, гр. ОП-81а

Стабільна й ефективна фінансова система, якій довіряють громадяни та бізнес – запорука успіху розвитку економіки [1]. У 2019 році гривня значно зміцніла та повернулася до показників січня 2016 року.

Нами були розглянуті причини, які сприяли зміцненню гривні на фінансовому ринку. У зміцненні гривні є декілька причин.

Найголовніша з них, це продаж облігацій внутрішньої державної позики нерезидентам України. Якщо на початку 2019 року у них було 6,3 млрд грн. ОВДП, то на кінець листопада 2019 р. їх обсяг зріс до 104 млрд грн. [2] (рис. 1).

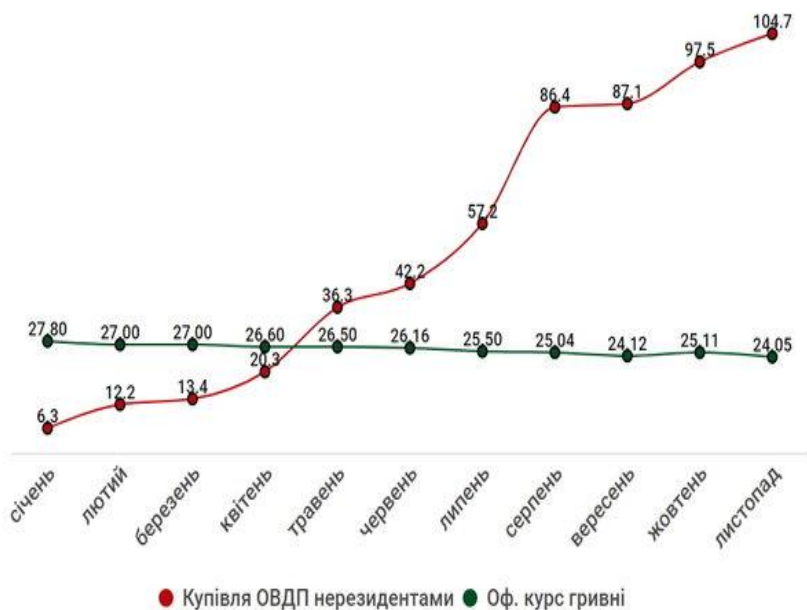


Рисунок 1 - Вплив купівлі ОВДП іноземцями на курс гривні

Інша вагома причина – збільшення надходження валюти від українських заробітчан та ІТ-спеціалістів, які працюють на іноземні компанії [3].

І нарешті, останній фактор – рекордний врожай зернових та підвищення ціни на залізну руду. Руда, метал, зернові та соняшникова олія – найбільш експортовані товари України. Відповідно, чим дорожче коштують ці товари на міжнародних ринках, тим більше валютної виручки отримає Україна [4].

Виходячи із цих трьох факторів, можна проаналізувати стабільність курсу гривні. Беручи до уваги досвід минулих років, можна сказати, що гривня опиралась тоді головним чином на продаж зернових та залізної руди, проте це змінні фактори, які погано піддаються регулюванню. Враховуючи також те, що на початку 2019 р. ОВДП розміщувалися під 19% річних, а в кінці листопада – по 12%, можна спрогнозувати, що в подальшому попит на ОВДП зменшиться.

Одним із факторів, який зміцнить вітчизняну валюту, може бути продаж ОВДП населенню України. Частка ОВДП серед населення становить 1,2% від загальної кількості, проте її можна збільшити, спростивши механізм продажу облігацій. У цьому випадку при зниженні відсотків при розміщенні ОВДП попит на них буде спадати повільніше, ніж при купівлі нерезидентами України.

Отже, можна прийти до висновку, що можливий тренд на девальвацію. Проте це не точно, адже лише Міністерство фінансів приймає рішення про обсяг ОВДП, який буде продано нерезидентам.

1. Фінансова стабільність гривні. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.bank.gov.ua/stability>
2. Чому гривня продовжує зміцнюватися. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://biz.censor.net.ua/resonance/3162168/chomu_grivnya_prodo_vju_zmtsnyuvatisya
3. Національний банк України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.bank.gov.ua/>
4. Міністерство фінансів України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mof.gov.ua/uk>

Керівник: Гриценко О. І., доцент кафедри
бухгалтерського обліку та оподаткування СумДУ

ПРОБЛЕМИ ЗРОСТАННЯ ЧАСТКИ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ У ВВП УКРАЇНИ

Рудиченко А. Г., студент; СумДУ, гр. ОП-81а

У ХХІ столітті малий та середній бізнес (МСБ) виступає прогресуючою силою в розвитку економіки країни. Через тоталітарний комуністичний режим протягом 1919-1991 рр. стан МСБ в Україні знаходиться у незадовільному стані. Лише протягом останніх двадцяти років простежується тенденція до розвитку і відповідно до зростання ролі МСБ в економіці України. Хоча цей сектор бізнесу має величезний потенціал для подальшого розвитку, проте зараз його розвиток значно відстає від економічно високорозвинених країн.

На розвиток МСБ впливає безліч факторів, серед яких рівень оподаткування, стан політичної ситуації в країні, можливі ринки збуту та інше.

На нашу думку, кількість офіційно зареєстрованих підприємств малого та середнього бізнесу не дає змоги проаналізувати його стан, адже значна частина цього бізнесу знаходиться в «тіні».

Протягом останніх років частка тіньової економіки дещо зменшилася, проте залишається дуже високою. Одна з головних причин цього явища – недосконала система оподаткування. Якщо цей бізнес вийде з «тіні», то просто не зможе забезпечувати рентабельність своєму підприємству [1]. Але останні зміни в законодавстві (обов'язкове використання РРО для всіх платників єдиного податку II-IV груп [2]) лише стимулюватимуть бізнес залишатися в «тіні».

Важливий фактор, що впливає на стан розвитку МСБ – це впровадження інновацій, незалежно від галузі. МСБ неохоче впроваджує інновації: лише близько 12% бізнесу впроваджує інновації у свою діяльність [3]. Через мізерну частку інновацій українська продукція є однією з найменш конкурентоспроможною в Європі. Це можна стверджувати розглянувши безліч прикладів, так Україна входить до десяти найбільших експортерів меду в світі та друга (після

Китаю) експортер меду до ЄС. Проте ціна українського меду є однією з найнижчих – лише 1,98 доларів США за кілограм, проти 5 доларів США за кілограм європейського меду. Це пояснюється тим, що український мед експортується в бочках – тобто, без упаковки, без бренду та фактично без доданої вартості. Отже, під впровадженням інновацій мається на увазі не лише оновлення основних засобів виробництва, а й витрати на маркетинг (передусім це брендинг продукції).

Інший важливий фактор – ринки збуту (місця надавання послуг) продукції МСБ. Для підвищення конкурентоспроможності (і відповідно ціни) продукцію потрібно експортувати. Враховуючи політичну ситуацію в Україні, найбільший потенційний ринок збуту – ЄС. Для цього потрібно:

- 1) привести українську продукцію до рівня європейських норм;
- 2) шляхом переговорів збільшити безмитні квоти на постачання вітчизняної продукції;
- 3) безумовно, тендери на постачання продукції мають бути абсолютно прозорими.

Таким чином, нами була створена модель зростання частки МСБ у ВВП України в умовах євроінтеграційних процесів. МСБ – найбільш «рухома» частка бізнесу, яку можна і треба реформувати для отримання позитивного результату. Хоча частка МСБ в Україні значно нижча, ніж у європейських країнах, проте дотримання вищезгаданих умов і, як наслідок, детінізація бізнесу призведе до значного зростання цього бізнесу у вітчизняній економіці.

1. Потенціал малого бізнесу. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://dt.ua/macrolevel/potencial-malogo-biznesu-spasibi-ne-cikavit-.html>
2. Закон України «Про касові апарати». [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/09/20/651839/>
3. Стан МСБ в Україні. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/11_ukr/13.pdf

Керівник: Скорба О. А, доцент кафедри
бухгалтерського обліку та оподаткування СумДУ

ПРОГНОЗ ВПЛИВУ ЕКСПОРТУ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ У 2020 РОЦІ

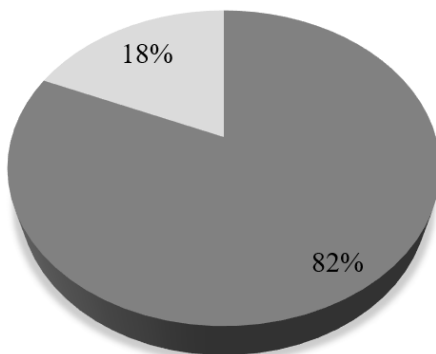
Рудиченко А. Г., студент; СумДУ, гр. ОП-81а

Як відомо, протягом усієї історії незалежної України, експорт зернових та олійних культур мав вирішальне значення для надходження валютної виручки до України та позитивного сальдо платіжного балансу. Таким чином, закономірно, що експорт цих культур суттєво впливає на формування курсу гривні.

У 2019 році значною мірою завдяки рекордному врожаю зернових та олійних культур вдалося врівноважити платіжний баланс, попри перевищення імпорту над експортом. Цей чинник став одним із трьох, факторів, що зміцнили курс гривні:

- 1) експорт зернових (рис. 1) та олійних культур;
- 2) експорт чорних металів;
- 3) продаж облігацій внутрішньої державної позики.

Експорт України за 9 місяців 2019 року



■ Інший експорт ■ Експорт зернових культур

Рис. 1. Товарна структура експорту України за 9 місяців 2019 року

Експорт України за 9 місяців 2019 року склав 37092560,3 тис. дол., тоді як експорт зернових культур склав 6834424,2 тис. дол., а це 18% від загального експорту, що є значною частиною. І це при тому, що даний індикатор не включає експорт продукції борошно-круп'яної промисловості, що ще більше б підвищило вагомість експорту зернових у загальній структурі. Варто також зауважити, що темп росту експорт зернових за 9 місяців 2019 року порівняно з аналогічним періодом 2018 року становить 142,5 %, що є доволі високим показником врожайності.

Попри високу значимість експорту зернових культур для експорту країни, справедливо відмітити, що врожайність цих культур доволі складно контролювати. Хоча навіть в умовах невизначеності можна говорити про потенційні загрози, які негативно відобразяться на врожайності передусім зернових культур (пшениця, жито, ячмінь). Так, через аномальні кліматичні умови фермери уже несуть збитки через втрати озимини. Зокрема, за словами В'ячеслава Панасюка, керівника відділу польового маркетингу LNZ Group, більшість посівів на території України знаходиться у незадовільному стані. Якщо б стан озимини можна було оцінити за 10-ти бальною шкалою, то поточна ситуація в нашій державі отримала б 4-5 балів [2].

Отже, враховуючи вищезгадані фактори, можна сказати, що обсяги експорту України є складно прогнозованими, оскільки залежать значною мірою від зовнішніх факторів. І хоча висока врожайність українських земель формує конкурентні переваги, які успішно реалізують Україною, проте у випадку неврожаю вітчизняна економіка зазнає значного удару. Враховуючи вищезазначені ефекти, необхідно зменшити вплив цього фактору на формування ВВП та платіжного балансу, чого можна досягти за рахунок інтенсифікації розвитку промисловості та сфери послуг.

1. Державна служба статистики. [Електронний ресурс] Режим - доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Прогнози на перезимівлю озимих в Україні. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://superagronom.com/news/9035-fahivets-ozvuchiv-prognoz-na-perezimivlyu-ozimih-v-ukrayini>

Керівник: Височина А.В., к.е.н., старший викладач кафедри бухгалтерського обліку та оподаткування СумДУ

EFFECTS OF UNEMPLOYMENT ON HUMANITY

Kurovska Y.V., student; SumDU, gr. BA-91a.an

Unemployment is a widespread problem for people from all over the world and its effect cannot be ignored. According to the fact that unemployment is a stressful event, it may cause specific changes not only in the life of individual but also humanity as a whole.

First of all, unemployment influences on a person who loses a job. Fundamental changes in lifestyle commonly cause changes in a person's attitude to life. In 1985 in the American Journal of Public Health was published an article about the research of the impact of stress on the health of three hundred men who were divided into unemployment and those who were still working. Most of unemployed that participated in the research were blue-collar workers. The results suggest that symptoms of anxiety, depression and somatization were high between unemployment group. They also made more visits to their therapeutics with health complaints, took more medicaments and spend more time in bed sick. Job loss is also has a huge impact on self-esteem and according to the data unemployed mainly have deflated self-esteem and they receive less support from family and friends than those with high self-esteem.

Secondly, unemployment has negative effects not only on human health but also on the economic situation in the country as a whole. People without work do not participate in the producing of a national product and income, and this causes a slowdown in the growth rate of the economy. The crime rate and the number of personality disorders are increasing; public morality and life level are decreasing in the way of unemployment increment. People will not feel happy and safe in places with a high level of dangerous, hate and violence. Unemployment also may cause essential changes in governmental system in the way of increasing totalitarianism or populism.

So, to sum up, the consequences of unemployment on humanity are significant and people should be aware of the importance of this problem.

Language consultant: Medvedovska D.O.
Supervisor: Makarenko M.I., Doctor of Economics, Professor

РОЛЬ ДЕДЛАЙНІВ В НАВЧАННІ СТУДЕНТІВ-МІЖНАРОДНИКІВ

Дроженець Р.В, студент; СумДУ, гр. Ме-82а.ан

Кількість інформації, яку потрібно опрацювати студенту-міжнароднику впродовж навчання в університеті, постійно зростає. Це пов'язано, як з постійними змінами політико-економічної ситуації в світі, так і з швидкими темпами оновлення інформаційної світової мапи. Зазначені тенденції апелюють необхідність планування та організації навчальної діяльності студентів спеціальності «міжнародні економічні відносини». Значну роль в плануванні навчання студента відіграє наявність і дотримання дедлайнів.

Дедлайн – це кінцевий термін виконання певного завдання. Опрацювання матеріалів, підготовка робіт у рамках лімітованого часу дозволяє студенту-міжнароднику оптимізувати навчальну діяльність. У разі відсутності дедлайну, виділення значного часового періоду на виконання курсової роботи, підготовку реферату чи подібних навчальних робіт, у студента автоматично формується низький пріоритет отриманого завдання. Основні функції і ефекти дедлайну при виконання навчальних завдань студентом-міжнародником продемонстровані в табл.1.

Таким чином, виконання робіт з дедлайнами в першу чергу допомагає студенту рівномірно розподілити діяльність у рамках поставленого завдання. Це допомагає, як своєчасно і якісно виконаними навчальне завдання, так і уникнути надмірного навантаження (наприклад, у разі написання курсової роботи за 1 ніч).

Водночас наявність значної кількості дедлайнів у студента-міжнародника може викликати і негативні ефекти, а саме: нівелювання виконання будь-яких завдань (дедлайнів багато, якщо одну роботу вчасно, то п'ять інших будуть виконані невчасно); неякісне виконання роботи (це може бути пов'язане з тим, що для деяких студентів наявність часових обмежень у виконання завдання викликає стрес). Тому виконання завдань студентом за допомогою дедлайнів має бути правильно організоване.

Для організації роботи з дедлайнами студент-міжнародник має скласти графік виконання робіт. Кожне завдання має бути розподілене

на 4-5 підзавдань з термінами виконання. Також доцільно студенту об'єднатися у групу 2-3 людини для моніторингу виконання завдань впродовж семестру, якщо безпосередньо у студента не вистачає відповідальності, мотивації до самостійної перевірки виконання робіт за графіком.

Таблиця 1 - Основні функції і ефекти дедлайну при виконання навчальних завдань студентом-міжнародником

| Вид завдання | Функції | Ефекти |
|------------------------------|---|---|
| Курсова робота | - систематизація роботи; - стимуляція виконання завдання. | - вчасне виконання; - якісне опрацювання матеріалу; - продукування нового знання. |
| Підготовка до екзамену | - поетапне вивчення/повторення матеріалу курсу; - рівномірний розподіл часу на підготовку. | - повторення/вивчення усіх екзаменаційних питань; - уникнення перевантаження студента. |
| Онлайн-курс англійської мови | - навчання за складеним планом у рамках дедлайну; - підвищення ефективності запам'ятовування нових слів. | - закріплення інформації у довгостроковій пам'яті; - розвиток відповідальності у навчанні. |

Отже, наявність дедлайнів не є, звичайно, панацеєю для своєчасного, якісного, не стресового виконання студентом-міжнародником навчальних завдань. Водночас використання даного інструменту, який є елементом проектного менеджменту, допомагає розглядати і організувати навчальну діяльність як проект, що має терміни, завдання, результати та ефекти, тобто формує у студента-міжнародника навички проектної діяльності та самооцінки.

Керівник: Тарасенко С.В., *старший викладач*

ИНФЛЯЦИЯ И ЕЕ ПРОЯВЛЕНИЕ В КИНЕМАТОГРАФЕ

Коробко С.О., студент; ННІБТ «УАБС» СумДУ, гр. МЕ-82

В условиях быстроизменяющейся экономической среды, постоянных технологических инноваций, роста темпа жизни актуальным является оценка изменения благосостояния людей, которая позволяет понять, улучшилось ли качество жизни населения в результате государственной политики, международных координационных действий по развитию отраслей, регионов, политики местных властей и непосредственно активной работы комьюнити. Одним из показателей, позволяющих оценить относительные изменения благосостояния сообщества является уровень инфляции.

Слово «инфляция» присутствует в лексиконе большинства людей Украины, Сумского региона уже несколько десятилетий. С момента перестройки, введения новой денежной единицы, скачков доллара население пыталось разобраться, что такое инфляция, как это влияет на людей, их доходы, финансовые сбережения, как не угодить в «кризисную яму» и не потерять денежные средства. В Украине существует большое количество курсов по финансовой грамотности, экономическому образованию. Доступными являются также видео на канале youtube.com о сущности инфляции, ее влиянии на благосостояние населения. На наш взгляд, инфляционные процессы также хорошо визуализированы в кинематографе.

В кинематографе инфляция появляется неисчислимо количество раз. И не всегда этот процесс подробно объясняется, и не всегда на нём заостряется внимание, но применение образных форм инфляционного процесса дает его лучшее понимание.

Словарь экономических терминов в редакции 2012 года даёт такое определение слова инфляция (лат. inflatio - вздутие; англ. inflation) - переполнение сферы обращения бумажными деньгами; является формой обложения населения своеобразным невидимым налогом: люди «доплачивают» в результате роста цен, который всегда опережает рост зарплаты: обесценивание денег, вызванное превышением количества денег, находящихся в обращении, над их

товарным покрытием, выражающееся в росте цен и падении уровня реальных доходов населения [1].

Влияние инфляции мы можем оценить на примере мультсериала «Черепашки Ниндзя». За 13 первых серий черепашки Ниндзя съели 47 пицц (если рассчитывать, что каждая пицца была маленькая и куплена в сети Toarmina 31 января 1987 года, то стоимость каждой из них равнялась четырём долларам). Черепахи заплатили за 47 пицц 188 долларов.

По состоянию на ноябрь 2019 г. каждая такая пицца стоит 9,33 долларов. И теперь за 47 пицц пришлось бы заплатить 438,38 долларов. За 32 года инфляция (выраженная в цене пицц) составила $(438,38-188)/188*100=133,18\%$.

В классическом фильме Серджо Леоне «За пригоршню долларов» 1964 года персонаж Клинта Иствуда при поступлении на службу Росов получил 100 долларов. Конкретная дата, когда происходят события фильма не указана. Но при том, что в фильме фигурируют войска Мексики и США, можно предположить, что события происходят в районе 1845-1848 гг. Возьмём, например, 1847-й год. При этом условия сейчас бы Клинт Иствуд получил вместо 100 долларов 3,136 долларов. Затем он получил по 500 долларов от враждующих кланов Рохсов и Бакстеров. В итоге, переводя на современные деньги, он получил бы не 500 долларов, а 15,683. Итого 31,366 долларов от двух банд. В результате инфляция за 172 года выраженная через гонорар стрелка составляет $=3,136+15,683+15,683=34,502=((500+500+100)-34,502)/34,502*100=3088,22\%$

Таким образом, инфляция отражает изменение благосостояния населения. Фильмы и мультфильмы не объясняют напрямую сущность инфляции, но являются хорошей визуализацией инфляционных процессов и способствуют пониманию экономической действительности.

1. *Словарь современных экономических терминов / сост. С48 А.И. Базылева [и др.]. — Минск : Междунар. ун-т «МИТСО», 2012.*

Керівник: Тарасенко С.В., старший викладач

БРЕНДИНГ МІСТА ЯК ПЕРЕДУМОВА СТВОРЕННЯ СПРИЯТЛИВОГО КЛІМАТУ ДЛЯ ІНВЕСТИЦІЙ ТА ТУРИЗМУ

Рудиченко А. Г., студент; СумДУ, гр. ОП-81а

На сьогодні цінність може створюватися абсолютно різними шляхами. Наприклад, цінність будь-яких речей більше залежить не від якості самих речей, а від бренду (імені, марки), під яким вони випускаються. Бренд – це комплекс понять, з якими асоціюється товар/послуга/компанія у людей. Хороший бренд – це, перш за все, його хороша репутація.

Останнім часом брендом може бути не тільки товар/послуга/компанія, а й місто/регіон/країна. Так, на окрему увагу заслуговує брендинг міста. Якість бренду міста можна охарактеризувати як його (міста) впізнаваність та кількість туристів, що відвідали це місто протягом року. В Україні до цих міст належать: Київ, Львів, Одеса та Харків. Проте не можна сказати, що ці міста докладали багато зусиль для розвитку свого бренду, він створювався з плином часом, оскільки ці міста мають давню історію та архітектуру.

Проте чи може звичайне місто розвинути свій бренд? Однозначно так. Для цього необхідно перейняти досвід європейських країн, що заключається у чотирьох ключових аспектах. На практиці їх набагато більше, все залежить від конкретних проблем відповідного міста/регіону, проте чотири головні з них наступні:

1. Доступність

Це сучасна інфраструктура (аеропорт, дороги). Це перша необхідна умова для забезпечення брендингу міста, без якої неможливо обійтись, адже туристи (а, можливо, навіть і інвестори) мають безперешкодно добиратися до міста, без усіляких труднощів.

2. Освіта/культура

Розвиваючи освіту, підвищуємо класифікацію своїх майбутніх робітників. Розвиток культури необхідний для зростання відвідуваності міста туристами. За словами польського експерта Кшиштофа Лонтки, «освіта – це рівень знань, культура – їх горизонти» (рис. 1).

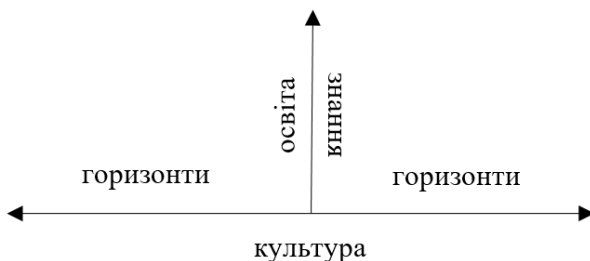


Рис. 1. Складова «Освіта/культура» за методикою Кшиштофа Лонтки

3. Економіка

Економіку потрібно розвивати, щоб вивести місто із депресивного стану (щоб воно могло самостійно вирішувати проблеми локального та регіонального масштабу). Розвиток економіки передбачає як підтримку спадщини попередньої структури бізнесу з одного боку, так і розвиток малого підприємництва, притягання та перенесення промисловості з інших регіонів, створення промисловості рівня 4.0 [1].

4. Ефективне управління

Це рішення, які стосуються устрою, відповідні юридичні норми. Також для ефективного управління необхідно залучати керівників громадських об'єднань та делегувати їм частину обов'язків.

Усі перераховані вище фактори мають застосовуватися в комплексі, тільки тоді можна отримати бажаний результат. Процес створення бренду міста може тривати 10-15 років, саме такий час знадобився нашим польським колегам для цього.

Процес брендування міста вимагає від його очільників повної самовіддачі, концентрацію на деталях, виконання величезного обсягу роботи, проте це необхідні умови для подальшої євроінтеграції України.

1. Брендинг міст: досвід країн Вишеградської групи для України / за загальною ред. О. І. Соскіна. – К.: Вид-во «Інститут трансформації суспільства», 2011. – 80 с.

Керівник: Височина А.В., к.е.н., старший викладач кафедри бухгалтерського обліку та оподаткування СумДУ

НЕОБАНКИ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Півень А.В., студент; СумДУ, гр. ЕК-81а

Необанки, як онлайн-банки без відділень, дозволяють клієнтам швидко і просто здійснювати будь-які операції за допомогою смартфонів.

Зручність і більш низькі процентні ставки в порівнянні з традиційними банками, є основними чинниками зростання необанків. Факторами, які впливають на поширення, популяризацію таких банків є прозорість, швидке схвалення кредиту меншого розміру і зручний інтерфейс, а також можливість збору, аналізу даних і розуміння поведінки споживачів.

Прикладом необанку в Україні є Monobank. Monobank є проектом колишніх топ-менеджерів ПриватБанка з Fintech Band та Universal bank. Концепція цього банку – “банк в кишені”.

В рамках Monobank випускаються кредитні карти для клієнтів, є можливість розмістити депозити і отримати інші послуги, а мобільний додаток зробить управління фінансами максимально зручним. Monobank працює тільки на мобільних пристроях.

Перевага необанків полягає в наявності набагато більш гнучкої політики андеррайтингу в порівнянні з традиційними банками. З одного боку, завдяки більш гнучкій політиці необанки швидше набирають призначену для користувача базу, але, з іншого боку, це значно збільшує ризик кредитного портфеля.

У зв'язку з цим виникає питання, чи дозволить така модель отримувати прибуток в разі значного погіршення якості кредитного портфеля і зростання простроченої заборгованості і невиплат по кредитах.

Україна, що поступово розбудовує цифрову економіку, може зайняти місце серед лідерів світових інноваційних економік впроваджуючи перспективні технології необанків.

Керівник: Яценко В.В., доцент

THE ANALYSIS OF REASONING BEHIND THE ECONOMIC EXPANSION OF CHINA

Lazis Pavlo group ME-92.a.an SumDU, Sumy

In the last 30 years People's Republic of China (PRC) has managed to become a country with the biggest GDP in the world and along with the economy its ambitions have grown as well. From the country which often was used by others, China wants to be transformed into one of the advanced economies on the globe. However, to do so, one should not just have a great economic wealth, but a strong influence on the other countries of the world too.

To analyze deeper the reasons for the China's strive for the massive expansion, several dimensions of it should be considered. The expansion of China to the other countries' markets has different goals and one of them is political. The thing is that in such global organizations as the UN it doesn't matter how big the country's GDP is, same as population or area: anyhow one country has one vote. And such big countries like USA or Russia found the way to solve this problem by making «allies»: they encourage those countries who depend on them to vote for their «big brother's» benefit. Therefore, the expansion to the countries in Central Asia and Africa gives the same opportunity to China. Nevertheless, while Central Asia is under the control of Russia and can be “used” only in some economic issues, European countries and America as well as different business companies are not interested in investing money in the African content, which, meanwhile, opens a huge opportunity for China. By building \$3.2 billion railway in Kenya, a \$526 million dam in Guinea, \$475 million light rail system in Ethiopia and hundreds of other small and big projects PRC literally takes under its control the economy of these countries and buys their votes. Also, in 2017 China opened a military base in Djibouti, the first China's military base abroad.

But politics isn't the only reason why China invests money in these countries, there is an important economic ground as well. All these countries in Central Asia and Africa have great amount of natural resources which can be used either as a kick start for growth or as actual resources for China itself. The PRC is running out of growth potential, while low-developed countries actually make fast growth comparatively easily. They

also have the feature which China possessed in the past as well – low-skilled and low-cost work labor. By 2050, Africa’s population of 1.1 billion should double, with cities accounting for 80% of this growth, bringing the continent’s urban population to more than 1.3 billion. Chinese manufacturing companies transfer their production to Africa as it became more profitable to produce some kind of products there. Private Chinese industries are taking hold of Africa, as they understand that business in Africa can be as profitable as it was in China when its development begun. At present, about 23% of all firms in Africa are Chinese firms, thereby taking the first place in the African market, outperforming the European ones, which occupy 21% and are in second place. This is how nowadays China is the largest trading partner of Africa: in 2016 China traded \$128 billion worth of goods with Africa, while with the USA - only \$48 billion worth of goods.

To sum up, lately the modern world has been changing fast. If 20 years ago China was the most profitable country for investing and locating one’s business, now things have seriously changed. Having transformed from a low-skilled and low-priced labor source to a medium skilled and medium cost labor market, the Chinese economy approached to the increased expenses, which is a crucial factor for some goods. Now, China is more interested in such industries as banking, Pharmaceutical industry, Cosmetic, the beverage industry, education. Those industries aren’t that profitable to GDP and economy growth, but they are the attribute of modern, developed society. Chinese factories are slowly but surely moving to other countries, where there are all the necessary attributes for the development of Chinese enterprises. And while other companies and countries consider Africa as a too risky region to invest in, China sees it as a great commodity market for its huge plans, especially now, when the USA are trying to introduce additional duties and limit the amount of Chinese goods. New markets for goods and countries suitable for the development of Chinese business may become a panacea for competition with the USA. The issue for the further consideration is if this modern colonization becomes the necessary impetus for Africa's economic leap to finally transform this continent from a backward to an economically advanced one.

O. Zamora
PhD Assistant professor

THE CONCEPT OF GREEN MARKETING UNDER THE MARKET ECONOMY CONDITIONS

Yurchenko A.V., *student*; SumDU, gr. ME-92a.an

A sustainable approach to production and consumption involves meeting the needs of the present generation, taking into account the standard of living and the needs of future generations. “Green marketing” is an idea that integrates and expands the market economy and the ways how the businesses and customers interact. The concept of green marketing can be defined as: a holistic management process responsible for identifying, predicting and satisfying the needs of customers and society in whole by generating profits and maintaining the sustainable development.

The concept of green marketing may look somewhat paradoxical as it combines environmental care (which traditionally includes a call for conservation) with marketing discipline (which aims at stimulation and fosters consumption). However, the concept of sustainability excludes this evident paradox.

The concept consists of two parts. The first one is to utilize natural resources at such a rate that ecological systems or human activities can fill them out. And in the case of non-renewable resources, to use them to the extent that renewable alternative resources can still replace them. The second one is that production wastes and pollution should be reduced to a rate at which they can be absorbed by ecological systems, without compromising their viability.

Thus, the basic concepts of green marketing, sustainability and interdependence are very simple, but they do not always find their application in life so easily. To a large extent, this is due to the fact that classical market economic conditions are based on beneficial relationship, which in turn is based on economic theories that mistakenly view natural resources as an infinite, free source of raw materials. Ecological marketing presses for changing the classic approach to market economy conditions and demonstrates the businesses that the concept of sustainable development and new green marketing strategies will help to change consumption patterns and balance natural processes.

PhD, O.M. Zamora, assoc. professor, Department of IER,ERI of BT
“UABS”, SumDU

РОЗВИТОК ТЕХНОЛОГІЙ БЕЗКОНТАКТНИХ БАНКІВСЬКИХ ПЛАТЕЖІВ

Кільдей А.Д., *студент*; СумДУ, гр. ЕК-81а

Із появою інноваційних способів оплати все більш популярними стають безконтактні банківські розрахунки, тобто такі, що здійснюються без участі готівки за допомогою NFC (Near Field Communication)-чипів, які встановлюють в більшість смартфонів та інших пристроїв.

На базі функції NFC в гаджетах набувають популярність токенизовані картки. Реквізити такої картки замінюються на унікальні цифрові ідентифікатори, які розшифровуються під час оплати за допомогою криптограми, що діє як одноразовий пароль.

Найбільш відомими сервісами, які використовують дану технологію є Apple Pay, Google Pay та Garmin Pay.

Безконтактний спосіб оплати широко використовується в країнах Європи та світу й наразі стає популярним в Україні. За даними Державної служби статистики, за 2019 рік кількість токенизованих та безконтактних карток збільшилась до 1,9 млн. шт. та 6,7 млн. шт. відповідно. Загалом, приблизно 65,8% від загальної кількості транзакцій у торговельних мережах були здійснені за допомогою NFC-пристроїв.

Основними перевагами безконтактних платежів є їх зручність та швидкість. Розрахунки смартфоном або карткою проводяться у будь-яких торговельних мережах за декілька секунд. Також, усі дані карт, які додаються на пристрій, є зашифрованими, а платежі проходять лише із введенням коду, відбитком пальця або скануванням особи.

За 2019 рік кількість POS-терміналів зросла на 14,1% і досягнула 318,4 тис. од. З них 89% – забезпечують проведення безконтактних розрахунків.

Загальна тенденція до розширення платіжної інфраструктури сприяє подальшому розвитку безконтактних розрахунків. NFC-технологія не тільки дає переваги покупцям, але й створює нові можливості для інвестування в країні.

Керівник: Яценко В.В., к.т.н., *доцент*

ANALYSIS OF CURRENT TRENDS OF HUMAN DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF INTERNATIONAL ECONOMIC DEVELOPMENT

Dzhobava E., student; SumDU, group ME-91a

Globalization and digitalization are one of the main trends in the development of the international economy and humanity as a whole. It is on these two interrelated trends that the remaining less influential trends depend. On the one hand, these two trends can lead the economy in a period of rapid prosperity, but on the other hand, this may be the first step towards the global crisis.

Due to globalization, it is becoming easier to transport goods and services; people are increasingly free to exchange ideas and travel. Countries that will try to rely on globalization are likely to develop much slowly, and in the end they will have to follow this trend. Globalization will reduce the role of government in controlling the economic development. Thus it can contribute to the empowerment of very favorable trends, but at the same time it can create a butterfly effect - a small local conflict or crisis can grow into a global catastrophe. From an economic point of view, globalization can destroy monopolies in the world market, but without the state control, this trend can create a corporate oligarchy.

The use of the artificial intelligence over time for the economy optimization will bring it into a state of equilibrium, as well as allow to control the economy more efficiently, but can create monopoly control over the economy. The increasing role of robots and smart factories in the production of goods will entail an increase in production capacity, as well as unemployment. This kind of unemployment can have both negative and positive alignments: robots have many advantages over humans like they can work 24 hours per day, 7 days a week and they make fewer mistakes. In the long run, this will reduce costs and increase efficiency, but what in this case, will happen to the market? Universal robotics can lead to a complete replacement of a person with a robot in production, which can cause a crisis - most of humanity will be left without work, therefore - they will be left without money, there will be no one to buy products

manufactured by corporations with the help of robots, which will lead to a "tightening" of the economy - a sharp decrease in manufactured goods and an end to consumer society. In this case, the economy will work only for wealthy corporate owners.

In a positive scenario for the humanity, the era of socialism will come - people will be paid for their existence, or for development, but only if robots do not completely replace humans at the production line. In the end, someone who will program new robots will be needed, but in the not-so-distant future, this will most likely be fulfilled by artificial intelligence. In the case of the era of socialism, we will face the problem of aging of mankind, as well as the problem of irrational distribution of resources. These two problems can lead to destabilization of the global situation on the planet, since human needs are unlimited, but the resources of our planet are not.

In this case, without control over the population, humanity will begin to destroy itself. One way is when the governments might be destroyed, and the oligarchs who own production will have real power, the other way - the government will most likely play the role of controlling resources. In both cases, the institute of the state in its current form will be reformed as unnecessary. All future economic relations will be controlled by artificial intelligence to maximize the benefits of the economy. All economic relations in the future will be controlled by artificial intelligence to maximize the benefits of the economy, just like smart factories are functioning now. In the end, we are likely to get one large interconnected economic network for the whole planet.

Most likely in the next 30 years we will get technologies that can replace a person as a producer of goods and also optimize the economy. Using these technologies, we can solve many global problems of our time, but also create new problems. To solve this problem in the future, now we need to control the development of such technologies, as well as to learn how to form more conscious people in the future. It is likely that people will not want such a development of events, and abandon the development of artificial intelligence, however, this can slow down the development of the mankind.

Scientific supervisor: O.M. Zamora, PhD, ass.professor

PROBLEMS OF OPTIMIZING PEOPLE, ENERGY, RESOURCES AND INFORMATION WITHIN URBAN SYSTEMS AND INFRASTRUCTURE

Dzhobava E, student; SumDU, gr. ME-91a

In the era of information technologies, many problems are becoming increasingly more solvable. Logistics is one of the most powerful resource allocation tools. With the help of computer technologies, mankind can finally solve some problems, but also create new ones. At the moment, scientific progress is struggling with policies that hinder the development of logistics.

The problem of optimizing human resources is one of the main problems of logistics. With the advent of information technologies, the tasks of logistics are easily solved - artificial intelligence can distribute people more efficiently. In terms of urban logistics, not everything is simple with the emergence of IT - modern cities are not optimized structures or at least easily changeable ones. To solve this problem, artificial intelligence alone is not enough - people need to learn how to build cities more efficiently and plan the construction of cities in advance. Take, for example, a metropolis, no matter which one - New York, Moscow or London. Historically, these cities were built by chance - without using modern logistics methods. Because of this, people got traffic jams in megacities. Metro can be the solution. But the metro also needs to be carefully planned, taking into account population growth and urban expansion. With the help of logistics, we can distribute urban resources quite efficiently, but not more than urban infrastructure allows us. For improving the logistics system, modern cities must be rebuilt.

I suggest a little thought experiment: imagine humanity building a colony on Mars. As you know, the colonists expect a lack of resources and a dangerous environment. The life of the colony and people will depend on the quality of the distribution of resources. Logistics is just right here. Imagine that the colonists have all carefully planned their colony and its development. Do you think it would be useful to build a colony divided into square sections? For a more optimized colony, the colonists will build it in the shape of a circle, as we know this is the optimal shape. If the command center of the colony is in the center, the delivery of resources from the center to any region will take the same amount of time. Now, remember the cities on Earth. All of them are far from perfect. On Earth,

resources are also not infinite, and the survival of our species depends on our environment and the distribution of our limited resources. People often do not think how fragile our planet is, and how quickly its resources can be depleted.

How many resources can we lose if we do not know their condition? If we install sensors in the forests that will respond to fires (using the same artificial intelligence), how many trees can we save? Thus, having the source of ignition eliminated, we will save a huge amount of resources from forest fires. From an economic point of view, installing sensors is expensive, but how much can we lose from forest fires in the long run? If people learn to transmit information more efficiently, most of the logistics, and therefore economic problems, simply cease to be so dangerous. Modern logistics is impossible without the rapid transfer of information, while the logistics of the future implies the maximum control over resources, energy and people. Take for example driverless vehicles - if these cars are interconnected and communicate with each other, adjust their route with the other cars, then there will be no traffic problems. Artificial intelligence can help us optimize our environment to the maximum. The same can be done to planes, trains, and even to the distribution of resources at the plant. Now there is a growing tendency to build smart factories controlled by AI, which produce goods not only faster and more efficiently, but also more economically. Alas, the government is not even going to somehow optimize its resources to increase the efficiency of the economy. Most likely the reason is that this problem is not very open, or it just does not matter to statesmen since they do not understand the global nature of these problems.

Energy optimization is also a global problem, one might even call it the crucial one. Due to the non-logistic approach to wiring, we are losing a huge amount of energy that we could use. The same can be said about our roads. In some countries, we may notice a tendency to study these logistical problems, but for the most part, state policies impede a more efficient allocation of resources.

The improper distribution of state resources, human laziness and a simple lack of desire to improve the environment stand in the way of the solution of these important problems, which for the most part are not the problems of an individual, a group or a state, but of all mankind.

Language advisor: Yu. A. Skarloupina., Teaching Assistant

ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ ПЕРСПЕКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ SMART CITY

Габенко М.М., *студентка*; СумДУ, гр. ЕК-81а

Smart City (розумне місто) як місто, у якому використовуються новітні технології для надання послуг та вирішення міських проблем, вже давно зайняло провідне місце у сучасному світі. Основними цілями створення таких міст є підвищення ефективності управління, зменшення відходів, покращення соціально-економічних показників життя. Україна також встає на шлях побудови розумних міст.

З метою перетворення української столиці на технологічно розвинений, соціально відповідальний та комфортний для життя мегаполіс три роки тому була створена міська ініціатива Kyiv Smart City. Розроблено мобільний додаток Kyiv Smart City, який допомагає взаємодіяти представникам влади та громадськості, обмінюватися досвідом, ділитися найкращими практиками підприємцям, експертам та урбаністам.

Проте у столиці не збираються стояти на місці і вже визначені цілі на наступні роки. В Києві планують впровадити: діджиталізацію транспортних послуг (відбудеться повний перехід на електронний квиток у громадському транспорті столиці); платформу інтернету речей (IoT) та встановлення максимальної кількості датчиків, які надаватимуть об'єктивну інформацію щодо екологічної ситуації; оснастити місто датчиками світла та руху, що включають освітлення тротуарів тільки тоді, коли по ним проходять люди; перейти на безготівкову форму оплати, запровадив технологію розпізнавання обличчя (система сканує обличчя людини і гроші автоматично списуються з його рахунку).

Розбудова розумних місць є доволі трудомістким та високотехнологічним процесом., який займає тривалий час. Всебічний розвиток та застосування новітніх інформаційних технологій – головний фактор успішної реалізації даного проекту. Впровадження технологій Smart City у містах України дозволить поліпшити життя людей, якість та ефективність обслуговування в різних сферах, оптимізувати витрати на ряд високо експлуатованих ресурсів.

Керівник: Яценко В.В., к.т.н., доцент

НЕОБХІДНІСТЬ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПОГЛЯДІВ НА УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЄЮ

Дейнека М. Ю., студентка; СумДУ, гр. М-91ан/1у

За останні десятиліття менеджмент пережив значні зміни, пов'язані з трансформацією поглядів на формування цінностей. Це змусило організації пристосовуватися до нових умов ведення бізнесу, які сформувалися внаслідок виникнення нових потреб та зміни ціннісних орієнтирів споживачів. В умовах інтенсивного розвитку технологій та громадянського суспільства, підвищення рівня життя та зміни соціальних стандартів, масштабного впровадження інновацій не достатньо просто продавати товари або надавати послуги, потрібно створювати цінність для споживача. Значною мірою це можна реалізувати шляхом впровадження інновацій у продукт чи послугу, організацію виробничої, маркетингової, управлінської та інших видів діяльності.

Зміни, які відбулися, легко простежити, наприклад, кілька десятків років тому закупівля полягала в придбанні за розумною ціною заздалегідь визначеного переліку товарів. Сьогодні закупівлі призвели до управління ланцюгами постачання, що позначаються на якості придбаних товарів, їх ціні, можливості створення гнучких графіків доставки, перспектив розвитку технологій постачальників.

Щоби проілюструвати глибину змін, звернімося до історії General Electric (GE), коли її очолював Джек Уелч. Зараз компанія отримує 80% свого прибутку завдяки наданню послуг. Приклад GE добре ілюструє зміни у виготовленні локомотивів. Коли компанія подивилася на свою діяльність очима споживачів, стало зрозуміло, що вони хочуть перевезти максимальний обсяг товару за найнижчою ціною. Це означає, що залізниці потрібно збільшити не швидкість і потужність тепловоза, а термін його експлуатації, оптимізувати графік постачання локомотивів, терміни їх ремонту. Розв'язання цих проблем призведе до підвищення ефективності роботи залізниць, що відповідає бажанням споживачів.

Трансформація поглядів на управління персоналом - це якісна зміна системи практичних підходів до формування механізму

управління персоналом у конкретних умовах. Це пов'язано насамперед зі зміною концептуальних підходів.

У рамках економічного підходу провідне місце займає технічна підготовка людей на підприємстві. Концепція управління персоналом розвивалася від уявлення про роль людини на підприємстві як трудового ресурсу у рамках посади, яку вона посідає, її офіційного статусу, до сприйняття працівника як генератора інновацій та головної рушійної сили розвитку компанії. Раніше людина розглядалася в організації у нерозривному зв'язку з її офіційною роллю. Переважала думка про визначальну роль адміністративних механізмів в управлінні. При чому ресурси розглядалися як невідокремлена частина трудових функцій, соціальних відносин та стану працівника.

Сучасний організаційний підхід до управління персоналом представляє людину, як основну ресурсну та соціальну цінність організації й розглядає її з двох точок зору:

- як ресурс виробничої системи, що є важливим елементом процесу виробництва та управління;
- як основний об'єкт управління, з потребами, мотивами, цінностями, стосунками.

У 21 столітті концепція управління людськими ресурсами значною мірою переглядається. У вихідній концепції управління були суттєві розбіжності між роботодавцями та працівниками, цілі яких були зосереджені лише на підвищенні продуктивності праці. Тому потрібно створити нову концепцію управління людськими ресурсами, де акцент буде робитися на внеску в досягнення стратегічних корпоративних цілей, таких як інноваційний розвиток, залучення персоналу для досягнення цілей компанії, розвиток нових ринків збуту та підвищення конкурентоспроможності. Як результат, між роботодавцями та працівниками буде формуватися атмосфера співпраці.

Отже, відображення ефективності побудови функціонування служби управління персоналом - це діяльність персоналу, спрямована на досягнення професійних результатів. У цьому аспекті сучасним напрямком є розгляд наукової організації оцінки та аналізу діяльності персоналу компанії та бізнес-структур.

Керівник: Вакуленко І.А.

THE CORRELATION OF THE POLITICAL REGIME AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE COUNTRY

Klemberh A., student; SumDU, gr. ME-92a.an

Does the political regime affect the level of economic development and what is the relationship between these two concepts? Of course, this issue has always been, is and will be relevant, as long as the state exists. Most often, people are interested in this in order to understand which political regime can ensure the stable development of the country's economy.

First, a political regime concept and what types of it exist should be determined. The political regime is a way of organizing a political system, which reflects the relations of power and society, the nature of political life in the country. Usually there are two generalized types of political regime: democratic and anti-democratic.

The fact that the level of economic development of the country and the political environment in which this development takes place is very dependent on each other, is known to many, and it is undeniable. In turn, it is also clear that the political system of a society functions only with the proper economic maintenance of all political processes.

It should be mentioned that each country had its own development path and experiences in the interaction of the political system with the economic one. There are reasons for this, for example, lifestyle, traditions, religion, natural resource potential, moral values. All this greatly affects the way the state develops.

The influence of the political system on the economic system can be successful or not very successful, but it should exist, because it is dictated by objectively necessary circumstances, as there are many situations in the economy that can only be solved by a whole country, and more specifically by a government, with its correct reforms.

In addition, each country has a limited amount of resources necessary to meet the needs of people and the population as a whole. In this case, state intervention in the distribution of these resources is simply necessary, because the interests of all social sectors of the society should be taken into account. When the resources are limited, it is very important to find the most rational way to use them.

Among analysts and economists there is a theory that in order to ensure economic stability it is desirable that the power is in hands of one person/party and that these hands are strong. Then the leader will be able to

control all the processes in the country personally, give centralized orders and at the right time protect the economy from unnecessary stressful situations that often arise in a free market. To confirm this theory, examples of some Asian countries are often cited: Singapore which just within 30 years managed to turn from a backward British colony into a successful, high-tech country that attracts investors from all over the world; or South Korea, which was turned from an agrarian country into one of the most developed powers in the world by the correct economic reforms launched by its leader.

It would seem that the longer a person is in power, the more responsibility he bears for what is happening. However, the longer the ruler has been in power, the less reason he has to fear that he will have to answer for possible crimes committed.

The paradox is that the ruler is best aware of the responsibility when he knows that after a maximum of two presidential terms he will have to leave anyway and his actions as head of state will be evaluated. Including from the point of view of legal violations, which will be followed by inevitable punishment. In this case, he will be as interested as possible in leaving, leaving the country and economy in the best possible condition.

However, some researchers prove that it is democracy that best provides stability. It is possible that growth in democracies will not be as high as it sometimes happens under authoritarian rule, but the improvement path is stable and not strongly dependent on a change of a leader or ruling political forces. An authoritarian regime can indeed achieve more impressive results, but to deny the fact that it is quite a short-term effect and can lead the economy into disaster is simply impossible. Everything depends on the personality of the leader and the relevant design of the political system. As democratization proceeds, economic growth tends to level off and stabilize.

In fact, it is very difficult to determine which political regime will be more effective in a particular country, because, as was mentioned above, a lot more factors influence the state future than just a regime. However, there are nations and economies where democracy works quite well, and there are some countries which simply cannot develop without a strong and authoritative ruler who takes control of the situation.

PhD, O.M. Zamora, assoc. professor, Department of IER, ERI of BT
"UABS", SumDU

ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ «ДЕРЖАВИ У СМАРТФОНІ

Герасименко В.В., студентка; СумДУ, гр. ЕК-81а

У період цифрових технологій, де у кожної людини є смартфон з доступом до інтернету, чи не буде зручніше перенести комунікацію громадян з державними структурами в інтернет простір?

Комунікації з державою викликають лише негативні асоціації у сучасників, а з програмою переходу від «аналогової» держави до «цифрової» ця проблема зникає.

Перевага для України полягає у тому, що таким чином країна стає більш конкурентоспроможною на світовій арені, швидкість обміну даними між державними структурами помітно збільшується, надання послуг населенню та бізнесу стає більш зручним.

Команда Зеленського пропонує нам єдиний електронний портал державних послуг, у якому чиновники не матимуть змоги приймати рішення, на заміну ним приходиться поняття «автоматичної послуги»: система сама буде оцінювати чи відповідає ви потрібним критеріям на основі даних, що є в реєстрах.

Ще одна опція – особистий електронний кабінет, у якому кожен громадянин матиме змогу подивитися якими особистими даними про нього володіє держава та навіть отримувати повідомлення, якщо якийсь відомство намагається використати або просто переглянути його дані.

В уряді планується розробка єдиного порталу державних послуг, щоб жителям України було зрозуміло як користуватися послугою, щоб не було необхідності переходити на різні електронні державні послуги, що «розкидані» по різних сайтах.

Відтепер у громадян не буде виникати проблем з електронною ідентифікацією для отримання будь-яких послуг від держави, оскільки буде достатньо електронного цифрового підпису.

Впровадження та втілення проекту буде здійснюватися протягом 15-20 років, для повного оцифрування всіх послуг, проте перший крок, – запуск єдиного онлайн-порталу державних послуг, буде створено протягом найближчих двох місяців.

Керівник: Яценко В.В., к.т.н., доцент

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Солярова К.Г., студент; СумДУ, гр. ЕК-91а

На сьогодні маркетинг розглядається як загальний замисел ринкової діяльності підприємства. Сутність маркетингової концепції за Котлером [1]: «Виробляти те, що купується, а не продавати те, що виробляється». З огляду на це маркетингова діяльність підприємства містить ряд наступних завдань: розвиток ринку послуг, товарів, робочої сили та задоволення потреб споживачів краще, ніж конкуренти.

Існує таке поняття комплексу маркетингу «Маркетинг-мікс», тобто «коктейль» з різних параметрів продуктів, який дозволяє зробити успішний продукт. Щоб краще це зрозуміти, придумали аббревіатуру «Чотири Р» - Product-Price-Place-Promotion, що означає «Продукт-Ціна-Місце-Просування». Вперше дана модель була опублікована Е.Дж. Маккарті, а потім дорацьована Ф.Котлером.

Такий набір змінних факторів маркетингу дозволяє отримати підприємству очікувану відповідь з боку цільового ринку продукту, що виробляється. Головне — саме для кого виробляється продукт і чому саме у вас повинні придбати його. Також не треба забувати про законодавчі обмеження та конкурентів. Чи дозволять вони вам виконати комплекс маркетингу? І останнє, треба зробити фінансово-економічний аналіз: з'ясувати, чи буде прибутковим для вас даний продукт.

Таким чином, комплекс маркетингу, зосереджений на клієнтах, і є його основою, базується на можливостях компанії та враховує як обмеження у вигляді законодавства та конкурентів, так і компроміси, тому що, прагнення створити повністю ідеальний продукт, зробить його занадто дорогим, а тому непопулярним у споживачів, незважаючи на всі його унікальні властивості.

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. — 2015. — 496 с.

Керівник: Карпіщенко О.І., професор

ADVANTAGES AND DRAWBACKS OF BIOPLASTICS PRODUCTION FOR CIRCULAR ECONOMY

Piven V. S., *student*; SumDU, gr. EN-92/1e

Because plastic materials are commonly used in a variety of applications, problems connected with economics and environment have arisen. As a result, environmentally friendly materials such as bioplastics have been created. Bioplastics have become increasingly popular in recent years due mainly to oil shortages, rising petroleum-based energy prices, and growing environmental concerns with the disposal of non-biodegradable plastics in landfills. Many consider biodegradable plastics to provide more 'environmentally friendly' alternatives to these traditional (non-biodegradable) plastic polymers, but they also have both advantages and disadvantages.

The paper states that bioplastics have a special environmental advantage over oil-based plastics to minimize reliance on limited fossil fuels and to shorten the emissions of greenhouse gases. In addition, it is stated that bioplastics promotes to energy security of domestic economy through the lower energy resources consumption and lower reliance on petroleum. The short run economic advantages of bioplastics are not overweigh by oil-based plastics. However, the long-run perspective of bioplastics production is vivid due to declining the level of waste pollution and increased compostability of biodegradable bioplastics. According to the results, bioplastics seems to have many advantages in comparison with conventional plastics, including decreased carbon footprint, lower consumption of energy, numerous end-of-life choices, reduction of waste, increased compostability of biodegradable bioplastics, decreasing the level of greenhouse gas emissions, work creation, disposal of agricultural film, better technical characteristics. However, unsustainable land use, the price of oil and the amount of sales, low level of consumers' engagement, legislation problems are significant barriers for increasing the bioplastic usage, which need to be taken into account.

The practical significance relies on the fact that all proposed approaches could be used for the development of real life business plans and developing strategies of local development.

Advisor: Oleksandr Kubatko, Associate Professor, SumDU.

THE ROLE OF THE EUROPEAN UNION IN SOLVING GLOBAL CHALLENGES

Piven V. S., *student*; SumDU, gr. EN-92/1e

Integration of Ukraine to the European Union is a strategic direction of our foreign policy. In this context it is very important to understand the role of this organization in finding solutions to urgent challenges in politics, economics and ecology.

Today, the European Union is seen as a powerful organization capable of determining the course of international economic affairs, sustainable development, migration, environmental policies and, moreover, foreign and security policies. One of the greatest threats of the today's political world is attack on democracy throughout the world. Although there were no human rights provisions in the initial EEC Treaty, human rights principles were slowly expanded in subsequent treaties, and over the years human rights became the base of the European Union. This organization plays a stabilizing role in providing political and economic stability throughout the region and throughout the world. It is vital that different wings of different political parties and groups (left, center and right) work together to domesticate, develop and use this instrument if we are to exercise effective political control of capitalist system in its new transnational phase of development. In its security policy and more widely, in political strategy security policy, the European Union is a stabilizing factor to different military threats, including terrorism. In view of the global environment and development crisis, and in view of migration policies, euro-reformists turn to the European Union in their attempts to find new approaches for positive leadership. Switch to the alternative energy and no-plastic usage is urgent issue, which cause serious concern in the EU. Paris Climate Agreement and other ecological treaties are often considered to be not enough but necessary first step toward globally significant reform that would not have been conceivable without a tremendous positive role of the EU.

The role of the European Union in providing solutions for various global challenges is invaluable. Integration of Ukraine to the EU will strengthen both sides in the context of proper reaction to different threats.

Language advisor: T. V. Turchyna, SumDU.

ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ДИВА ПІВДЕННОЇ КОРЕЇ НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНИ

Хааг В.Х, студент; СумДУ, гр. ЕН-92/2мк

Після завершення Корейської війни в 1953 р., Південна Корея була однією із найбільш розвинених країн світу. Так, ВВП на душу населення в 1960 р. становив \$46, тоді як у 2020 р. зріс до \$40 000. Аналіз наукових джерел із досліджуваної тематики дає підстави стверджувати, що економічна і політична ситуація Південної Кореї у період із 1953 по 1961 рр. була дуже схожа на нинішню в Україні: значний рівень корупції, низький економічний ріст, високі імпорتنі тарифи та стан незавершеної війни з країною-сусідом.

Однак, у 1961 р. економічно неефективна імпортоорієнтована політика, була змінена, новим президентом Пак Чонхи, на експортоорієнтовану модель економічного розвитку, яка підпорядковується інтересам великого бізнесу, забезпечуючи його пільговими кредитами, податковими держзамовленнями тощо. Наразі, 80% ВВП Південної Кореї утворено чеболями, тобто південнокорейським фінансово-промисловим групами, які є власністю певних сімей та знаходяться під єдиним адміністративним та фінансовим контролем. Яскравими прикладами південнокорейських чеболів є такі компанії, як: Hyundai, Samsung, LG, Lotte та Daewoo та інші. Варто зазначити, що південнокорейські чеболі є аналогами української олігархії.

Головна відмінність корейських реформ у порівнянні з українськими полягає в тому, що в українських реаліях, олігархи впливають на рішення уряду, тоді як в Південній Кореї навпаки. Враховуючи досвід Південної Кореї, Україна може перетворитись на процвітаючу високотехнологічну націю. Таким чином, щоб досягти подібного успіху Україні необхідно: побороти корупцію; чітко дотримуватись законів усіма верстами населення; залучати іноземні інвестиції; інвестувати у виробництво конкурентоспроможних на світовому ринку товарів і послуг; підвищувати якість освіти; припинити військові дії на території країни; підвищити патріотизм і віру в свою країну громадянами України.

Керівник: Ус Я.О., викладач-стажист

МІЖНАРОДНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Новгородцева М., студентка; СумДУ, гр. МЕ-81

В останні роки в Україні зростає кількість закладів громадського харчування (кафе, ресторанів). За даними Асоціації ресторанного бізнесу України, темпи зростання ринку ресторанного бізнесу становлять 60 — 100 % на рік [1]. Це зумовлене збільшення внутрішнього попиту на ресторани послуги (бажанням українців витратити час не на приготування їжі, а вживати їжу різноманітних кухонь світу) та попиту туристів, що залишають на основних туристичних порталах схвальні відгуки про якість та вишуканість українських рестораних страв. Організація діяльності ресторанного бізнесу, має базуватися на врахуванні різних факторів (політичних, економічних, зміни потреб споживачів та ін.). Також заклади харчування в Україні у своєму розвитку мають орієнтуватися на міжнародні тенденції розвитку ресторанного бізнесу. Розглянемо їх.

Зміна моделі споживання (бажання обідати та вечеряти вдома, або обідати на робочому місці) зумовлює запити населення на послуги «доставка їжі» або їжа на виніс. Наприклад, американці здебільшого замовляють їжу в обідню перерву з доставкою до робочого місця.

Для замовлення їжі, оплати послуг харчування населення світу все частіше використовують мобільні додатки. Вони також використовуються закладами харчування для зворотного зв'язку з клієнтами. Відповідно спостерігається тенденція розширення функціональності мобільних рестораних додатків. Щодо оплати замовлення в ресторанному закладі, можемо сказати, що найпопулярнішим спосіб оплати замовлення - це оплата через QR- код або з використанням криптовалют. Готівка відходить вже на другий план. Електронні гроші набирають обертів, адже це набагато зручніше та швидше.. Спеціалізовані меню, вегетаріанські та веганські пропозиції, здорова їжа, тренд споживання безалкогольних напоїв змінюють меню ресторани світу. Усвідомлене споживання генерує попит на страви з екологічних продуктів, на посуд, що можна переробити, відмову від пластикових соломинок при споживанні напоїв.

Для привернення уваги споживачів заклади громадського харчування використовують різні маркетингові інструменти. Це різні акції (наприклад, повернення певного відсотку покупцю за його замовлення). Популярним є просування закладу через лідерів думок в соціальних мережах (Instagram, Facebook). Також зростають вимоги до кваліфікації персоналу ресторанів, кафе, як у сфері професійної безпосередньої майстерності, так і у володінні ефективними комунікативними практиками, мовних знань (володіння однією, або двома іноземними мовами) Наприклад, в більшості китайських ресторанах, обслуговуючий персонал володіє декількома мовами.

Розвиток франчайзингу також є світовою тенденцією. Ресторатори відкривають власні заклади з відомою назвою, а отже вони потенційно вже відомі для споживача, як у асортименті справ, так і у якості обслуговування. Відповідно франчайзингові ресторани характеризуються лояльністю споживачів вже на початку ведення бізнесу.

Таким чином, загальними світовими тенденціями розвитку ресторанного бізнесу є:

- a) зміна моделі споживання ресторанних страв (вдома);
- b) використання різноманітних додатків, Інтернету при формування ресторанного замовлення, оплати ресторанних послуг;
- c) формування попиту на спеціалізовані, рослинні меню, безалкогольні напої, їжу з екологічних продуктів;
- d) розроблення нових маркетингових акцій і форм комунікацій з клієнтами;
- e) зростання вимог до кваліфікації персоналу ресторанних закладів (професійних, комунікативних, знання мов);
- f) поширення франчайзингових моделей ресторанного бізнесу.

Для створення нових компаній в галузі ресторанного бізнесу доцільним буде також застосування методики форсайт для прогнозування ймовірного розвитку потреб населення у послугах харчування.

1. Ринок ресторанного бізнесу України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://poglyad.com/blog/4/437/>

Керівник: Тарасенко С.В., старший викладач

СУТНІСТЬ ЕЛЕКТРОННИХ ГРОШЕЙ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ

Коломієць П.Ю., студентка; СумДУ, гр. БС-91а

Електронні гроші – це вид платіжних засобів, обіг яких відбувається в електронному форматі та гарантує повну анонімність. Тобто це ті паперові гроші, що перебувають на вашому банківському рахунку та діють всередині конкретної електронної платіжної системи.

Станом на I півріччя 2019 року, порівняно з таким же проміжком часу минулого року, відбулося зростання обсягів випущених е-грошей більше ніж удвічі – до 85,4 млн грн, обсягів операцій з електронними грошима більше на 60% – до 4.9 млрд грн, кількості електронних гаманців більше на 20% – до 67,9 млн шт. [1].

Перевагою даного способу розрахунку можна вважати швидкість та зручність оплати різних послуг. Оплатити можна не виходячи з будинку, якщо ви маєте телефон чи комп'ютер й інтернет. Важливим фактором є й те, що ця система є в пріоритеті через те, що зберігається анонімність користувача, тобто ви не повинні повідомляти свої дані, потрібен лише номер електронного гаманця.

Але й існують певні мінуси у використанні електронних грошей. Найчастіше проблеми викликані такими випадками:

- хакерські атаки на електронні системи;
- потреба спеціального обладнання;
- залежність від безперебійного енергопостачання та зв'язку з інтернетом;
- скептичне ставлення населення до електронних грошей.

Ці всі причини говорять про те, що не всі українці готові довірити свої кошти електронній системі. Особливо це стосується літніх людей, які скептично ставляться до різних інновацій, їм складно перейти до сучасних технологій тим самим і до новітньої системи розрахунків.

1. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/>

Керівник: Мордань Є.Ю., к. е. н., старший викладач

АНАЛІЗ ІНФЛЯЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ СТРИМУВАННЯ

Боряк Т.Ю., студент; СумДУ, гр. Ф-91а

Інфляція як важливий економічний феномен уже тривалий час звертає увагу дослідників з різних країн. Проте навіть зараз вона є складним й неоднорідним соціально-економічним явищем, яке не до кінця вивчено. Отже, як і раніше не може існувати одного судження у визначенні як зовнішніх рис певного інфляційного процесу, так і його внутрішньої структури. Крім того, здійснюються економічні зміни, які обумовлюють появу певних факторів, форм та наслідків інфляції. Інфляція є одним з найбільших проявів макроекономічної нестабільності. Дослідження інфляції дійсно є дуже важливим для України. Вона призводить до зменшення результатів праці та заощаджень суспільства, стримує приплив інвестицій та інвестицій у сучасні технологічні розробки в державі, створює соціальну нерівність через перерозподіл капіталу від бідних до багатих. Тому важливо знати вплив цього негативного явища на економіку.

Інфляція вперше в Україні з'явилася в період існування СРСР в 50-60-і роки ХХ ст. Вона стала наслідком різкого зменшення суспільного виробництва. Україна успадкувала нежиттєздатну економіку дефіциту, а разом з нею і високий ризик інфляційних процесів. За всю історію нашої держави найвищий рівень інфляції був у 1993 році, він склав 10 256%. В наслідок жорсткої монетарної політики й економічним реформам, показник інфляції став поступово знижуватися. Згодом індекс інфляції у 2000 р. й 2008 р., 125,8% та 122,3 % відповідно. У 2008 р. інфляційні процеси супроводжувалися непохитним курсом гривні, але ж все-таки в кінці року був обвал курсу національної валюти, що призвів до кризи у фінансово-банківській сфері. Далі спостерігається зменшення рівня інфляції у 2009 р. – 112,3%, у 2010 р. – 109,1%, у 2011 р. – 104,6%, у 2012 р. – 99,8%. У 2013 році темп інфляції прискорився і становив 100,5%, що призвело до збільшення споживчих цін на 0,5%. У 2014 р. обсяг інфляція перевищував на 24,9%, тобто становив 124,9 %. Індекс споживчих цін у січні 2015 р. становив 103,1%, а вже в кінці року індекс став 143,3%. І протягом чотирьох останніх років рівень

інфляції мав тенденцію до зниження. Отже, станом на кінець 2019 р. цей показник становить 104,1%.

Розгортання інфляційних процесів призводить до такого загострення економічних та соціальних суперечностей, що держави починають вживати заходів для подолання інфляції та стабілізації грошового обігу. Антиінфляційна політика – це одна з основних форм боротьби з інфляцією. Для успішного впровадження заходів державного регулювання необхідна національна злагода всередині країни.

Нині в українській економіці головним питанням грошово-кредитної політики є протидія інфляції. До антиінфляційних заходів входять: створення й впровадження програм для державного економічного росту, особливо фірм, котрі допомагають формуванню конкурентоспроможного виробництва; реконструкція схеми виробничих фондів, щоб збільшити виробництво споживчих товарів; формування великої економічної інформаційної мережі для юридичних осіб й реалізація антимонопольної політики; посилювання заохочень до накопичення виробництва, враховуючи субсидії, котрі можуть підтримати процес залучення коштів від суспільства та юридичних осіб; поліпшення податкової системи; стимулювання кредитно-інвестиційній діяльності банків й звуження відшкодування дефіциту коштів за рахунок банківських позик; збільшення продуктивності грошово-кредитної політики, що зобов'язана задовільнити близький взаємозв'язок всіх складових ринкового механізму товарно-грошових взаємовідносин.

1. Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/2019/>

Керівник: Мордань Є.Ю., к. е. н., старший викладач

ЧАСОВІ РЯДИ ЯК АПАРАТ ДОСЛІДЖЕННЯ ДИНАМІКИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Петренко К.Ю., *студент*; СумДУ, гр. ЕК-91а

В економіці відбувається безліч процесів, які постійно досліджуються економістами. Для прогнозування цих процесів необхідно проводити аналіз різних факторів. Для аналізу динаміки процесів в економіці, будують економетричні моделі. Моделі, побудовані за даними, що характеризують об'єкт протягом періоду часу, називаються моделями часових рядів.

Часовий ряд – це перелік, розташованих у хронологічному порядку, значень показника за деякий проміжок часу. Довжина ряду – кількість рівнів, що утворюють часовий ряд. Окремі спостереження часового ряду називають рівнями, або елементами. Фактори, що впливають на формування рівнів можна умовно поділити на три групи: фактори формування тенденції, циклічних коливань ряду та випадкові фактори. Порядок рівнів належить до характеристик часового ряду і не може змінюватись. Економічним рядам властива зміна рівнів з нерегулярними коливаннями, тому вони є нестационарними.

Реальні економічні дані, найчастіше отримані з часових рядів, що містять такі компоненти: циклічну, випадкову і трендову.

Тенденція (трендова компонента) визначає напрямок впливу різних факторів на динаміку показника. Циклічна компонента залежить від сезонних коливань, що впливають на економічний процес.

Класичний підхід до побудови часових рядів полягає у розкладі його на компоненти, кожна з яких суттєво відрізняється від інших. За допомогою значень цих компонент, що отримують під час економетричного дослідження, прогнозують майбутні значення ряду, а також створюють моделі, що показують взаємозв'язок декількох часових рядів.

Час виступає одним із визначальних чинників для аналізу часового ряду. Ця характеристика відрізняє часовий ряд від звичайної випадкової вибірки.

В роботі досліджується динаміка інфляції в Україні протягом 2018-2019 р.р. із застосуванням апарату часових рядів.

Керівник: Коломієць С.В., *доцент*

ДОЦІЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛАСТИЧНОСТІ ФУНКЦІЇ ПРИ ФОРМУВАННІ ЦІНИ

Шрамко Е. В. , студентка; СумДУ, гр. ЕК-91а,

Сучасний економіст повинен розумітися на використанні математичного апарату та вміти вдало застосовувати його у своїй сфері діяльності, адже дослідження реальних економічних процесів та формування правильних висновків є його головним завданням.

Процес встановлення ціни як найбільш важливої економічної категорії може виявитись досить складним, бо її зниження призводить до зменшення виторгу, а збільшення — до скорочення обсягу попиту.

Диференціальне числення функції однієї та багатьох змінних — є тими розділами, які достатньо часто застосовуються для розв'язання макроекономічних та мікроекономічних задач. Зокрема, коефіцієнти еластичності дозволяють визначити реакцію попиту на зміну ціни.

З математичної точки зору, еластичність функції — границя відношення відносного приросту функції до відносного приросту незалежної змінної, при умові, що абсолютний приріст аргументу прямує до нуля:

$$E_x(y) = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \left(\frac{\Delta y}{y} : \frac{\Delta x}{x} \right) = \lim_{\Delta x \rightarrow 0} \left(\frac{\Delta y}{y} \cdot \frac{x}{\Delta x} \right) = f'(x) \cdot \frac{x}{y}$$

Величина еластичності, обчислена при заданому значенні аргументу, називається коефіцієнтом еластичності.

Коефіцієнти еластичності є тим інструментом, що достатньо часто використовується для формування ціни товару на основі оцінки попиту.

Оскільки на попит впливають різні фактори, то виникає необхідність вивчення впливу кожного фактору на величину попиту. З цією метою використовуються: коефіцієнт еластичності попиту за ціною, коефіцієнт еластичності попиту за доходом, коефіцієнт перехресної еластичності попиту.

Слід зазначити, що показник еластичності має лише орієнтовний характер, оскільки він враховує тільки два фактори, залишаючи без уваги нецінові детермінанти попиту і пропозиції, і при формуванні ціни товару варто враховувати й інші показники.

Керівник: Коломієць С.В. ,доцент

THE FUTURE OF SMART GRID

Tetiana Dvoryanova, student, SumDU, gr. EN-82/1bfc

Smart Grid should appear anyway. The science of energy and electricity is constantly evolving, inventing new devices and finding new solutions to the problems of electricity and energy supply. One such device is the newly developed smart grid system. It is difficult to say what future this system will have, but I will try to figure it out.

First of all, I want to write about money. At this stage the US Department of Energy has estimated that using Smart Grid will reduce electricity costs from \$ 46 billion to \$ 117 billion in 20 years.[1] On the one hand it is a very attractive device, its attractive use. But on the other hand we have to wait 20 years for this savings. For someone, this may seem like a very long time. But I think it's worth it.

Secondly, when CO₂ emissions decrease, then our planet becomes healthier. Nowadays it is really necessary. Especially after the recent information about the very significant carbon dioxide content in the air. [2] Therefore, this energy supply system is really relevant.

Finally, creating Grid CIM Modeling & Transparency (integration platform for the collection of technological data on the grid) will reflect not only the cost of a new connection, that is, the price of smart grid connections, but also the quality of electricity, not the total, but individually in a particular region. Grid CIM Modeling & Transparency will provide clear and comprehensible information.

Conclusion. Proper application and patience in operation and payback will ensure the smooth running of a system that will improve our lives. And the introduction of this system in every country and region will undoubtedly create healthy living conditions. We need to think about the future today.

1. Richard J. C. The Smart Grid: Status and Outlook / Campbell Richard. // Congressional Research Service. – 2018.
2. Why Does CO₂ get Most of the Attention When There are so Many Other Heat-Trapping Gases? [Електронний ресурс] // Union of Concerned Scientists. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ucsusa.org/resources/why-does-co2-get-more-attention-other-gases>.

Advisor: Alexandra Kubatko, senior lecturer

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS A TOOL FOR SOLVING SOCIAL PROBLEMS

Mariana Maslii, *student*; SumDU, group EN-91/1pe

This paper is devoted to existing social problems of humanity, such as suicide, disability, alcoholism, poverty, homelessness, crime, man-made disasters and so forth. No doubt, there must be an adequate response to these challenges. Thus, such approach as social entrepreneurship began to develop. Undoubtedly, for the great majority of people, this activity is the salvation of their lives. Since this aspect is extremely important in our time, we have decided to study the concept of "social entrepreneurship", to explore its characteristics and to determine its role for humanity and the state as a whole.

The term "social entrepreneurship" means entrepreneurial activity that aims at innovative, substantial and positive changes in society. This activity began to develop and became the object of research in 1980 in Italy. Innovators, who use innovative ideas and different resources to solve social problems, are called social entrepreneurs.

For the purpose of researching the subject of this paper, we studied the characteristics and features of social activity, and namely:

- social actions, that lead to the solution of social problems;
- innovations, that bring new ways of improving social actions in people's lives;
- self-absorption, which means the ability of a social enterprise to solve various problems at its own expense;
- scale, which means the activity of the enterprise at national and international levels;
- own approach to develop new solutions and find opportunities to improve people's lives.

Obviously, these characteristics clearly give an understanding of the term "social entrepreneurship", but very often people confuse "social entrepreneurship" with a "charitable organization" and with a "traditional business". Therefore, we have compiled a table that outlines the similarities and differences between these concepts. It can be noted that these are really different concepts (Table 1).

Table 1 – Analysis of the social activity concepts

| Social entrepreneurship | Charitable organization | Traditional business |
|--|--|---|
| ▪ Socially oriented structure | ▪ Socially oriented structure | ▪ Commercial structure |
| ▪ Does not depend on external sources of funding; only start-up capital is required | ▪ Depends on external sources of funding | ▪ Does not depend on external sources of funding; only start-up capital is required |
| ▪ Generates income from its own activities aimed at mitigating or solving specific social problems | ▪ Receives grants and donations aimed at solving social problems | ▪ Receives grants and donations aimed at solving social problems |
| ▪ Profit is reinvested | ▪ No profit | ▪ Profit is distributed among the shareholders. |

All things considered, we must admit that social enterprises play an important role in the lives of people who have certain problems. If people do not have money for medicine, food or clothing, then social entrepreneurs help them and improve their material and mental state. In our opinion, it is also important that many enterprises employ people with disabilities. They are entrusted with the management, production of goods or services, sales of products. They also care about the moral state of people. For example, some organizations care for women, who have been subjected to domestic violence. Social enterprises solve important social problems, which cannot be solved by the state. Therefore, such enterprises play an important role because they provide an opportunity to save budgetary funds.

So, in conclusion, we can say that social entrepreneurship is beginning to develop rapidly. It really became a mechanism for solving many people's social problems. And, indeed, it would great be if the number of social entrepreneurs and entrepreneurship initiatives would increase. Then the problems with suicide, alcoholism, poverty, loneliness etc. would become less acute.

Language Adviser: Ass. Professor Otroshchenko L.S.

ПРОБЛЕМИ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

Харченко Д. В., *студентка*; МК СумДУ, гр. 308-е

Кожна людина прагне кращого життя у своїй країні. Одним із шляхів досягнення мети є подолання корупції. Україна прикладає для цього максимум зусиль, але без відповідного законодавчого підґрунтя це зробити неможливо.

Досить довгий час вважалося, що найбільш корумпована сфера це саме державні закупівлі. Тому стало питання: як на законодавчому рівні знищити рівень корупції? Вирішенням стало створення єдиної електронної системи Prozorro.

Я проаналізувала переваги та недоліки системи, познайомилася з новою редакцією Закону «Про публічні закупівлі», який вступить в дію з 19 квітня 2020 року.

Мої пропозиції щодо вдосконалення проведення процедур закупівель:

- проблему з формальними помилками можна вирішити ввівши шаблон подачі документів в системі Prozorro, що скоротить термін до акценту пропозицій. (При закупівлі життєво-необхідних препаратів це суттєво важливо);
- скласти перелік товарів вітчизняного виробництва з цінами виробника, які не можна буде значно завищувати або занижувати, у відповідному відсотку, встановленому на законодавчому рівні. (Зменшиться кількість недобросовісних учасників);
- ввести в систему блокування недобросовісних учасників.

Таким чином, на основі проведених досліджень можна зробити висновок, що держава зробила великий крок на подолання корупції, перевівши закупівлі на онлайн платформи. Я вважаю, що мої пропозиції значно підвищать ефективність роботи системи Prozorro, і покращить систему публічних закупівель.

Керівник: Линець В. П., викладач

WHAT IS BUSINESS MODEL CANVAS FOR UBER?

Tetiana Dvoryanova, student, SumDU, gr. EN-82/1bfc

Business Model Canvas is a visual chart that describes elements of a company's value proposition, infrastructure, customers and cash flows. In my previous research, I discovered the main differences between Business Model Canvas and Lean Canvas. It's worth mentioning the lean canvas model is used for startups and business model for acclaimed and huge business, a good example is the US multinational company Uber. This firm is a platform that connects driver partners with their potential customers using smartphone applications.

Mainly Business Model Canvas is a clear and value-based way of identifying risks. That is why it is often called a one-page business plan. The canvas consists of nine sections. These sections are regularly filled in with particular data about the business. Here are the blocks – Customer Segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Activities, Key Resources, Key Partners and the last one Cost Structure. I did the research and filled each block according to the information about the American company Uber.

1. Customer Segments – Who are your customers? Two segments – drivers (drivers who work all the day and users who want to make extra money by driving) and passengers (users without the vehicle, haters of regular taxi service and users travelling to a foreign country).

2. Value Proposition – What is the customer need that your value proposition addresses? For drivers – flexible working hours and a source of extra income. For passengers – pay by credit cards and lower pricing.

3. Channels – How does your customer want to be reached? Web and mobile app, social media and Google AdWords.

4. Customer Relationship – What relationship does each customer segment expect you to establish and maintain? Feedback rating system and social media.

5. Revenue Streams – How do customers reward you for the value you provide to them? The most important revenue stream is the ride commission. Secondary revenue streams are supporting products like UberX, Uber Black, etc.

6. Key Activities – What are the activities you perform to deliver your

value proposition? Web and mobile app development, drivers recruitment, marketing activities.

7. Key Resources – What are the resources you need to deliver your value proposition? Web and mobile app, software engineers and drivers. And staff, specific knowledge and experience, of course.

8. Key Partners – Who are your key partners? Investors and car owners.

9. Cost Structure – What are the important costs you make to deliver the value proposition? Web and mobile app development, payroll and marketing costs.

Table 1 – Business Model Canvas for Uber

| | | | | |
|---|--|---|---|--|
| Key partners <i>Investors Car owners</i> | Key activities <i>Web and mobile app development, drivers recruitment, marketing activities</i> | Value propositions <i>Drivers: Flexible working hours and source of extra income</i> | Customer relationships <i>Feedback rating system, social media</i> | Customer Segments <i>Drivers: Full-time driver job seekers, who want to make money by driving</i> |
| | Key resources <i>Web and mobile app, software engineers, drivers</i> | | Channels <i>Web and mobile app, social media, Google AdWords</i> | |
| Cost structure <i>Web and mobile app development, payroll, marketing costs</i> | | Revenue streams <i>Ride commission, supporting products like UberX, Uber Black, Uber Black SUV, etc.</i> | | |

In conclusion, based on this Business Model Canvas, risk identification is one of the important tasks for maintaining a business. On the one hand, I could try to make business canvas for such well-known companies as Google, Amazon, Nike, The Walt Disney, Microsoft, Adidas and so on. Then to show on these examples that this model is really significant, namely how we can further improve our business and find the risk sides. On the other hand, entrepreneurs need to use this model to improve the functionality of their company. Each time when they look at changes, they will obviously see them and it will be easier for them to understand what their business needs.

English Language Advisor: Ph.D. N.V. Maliovana

FEATURES AND MAIN DIRECTIONS OF SUPPORT SMES IN GERMANY

Olondar A.A, *student*; SumDU, gr. EN-82/2pe

Nowadays, one of the main problems of the Ukrainian economics is the situation with SMEs. This factor has a big influence on the economic development in Ukraine. That is why we should create a new program to improve the conditions for SMEs and give them an opportunity to develop themselves. A good example is Germany and its politics according to the SMEs support.

The foundations for supporting SMEs is not only in Germany, but also in the European Union are defined in the publication published by the European Commission on June 25, 2008 “A Small Business Act for Europe”. According to this act the priority of SMEs is a factor of economic growth and employment support.

As other European countries the support program of SMEs in Germany consists of three blocks. The first one is an improving the access to capital for SMEs. It means that the participation in credit support for enterprises from banks and credit institutions is encouraged. The procedure of getting credits for SMEs must be simplified. The private investment regime in Germany must be improved to form a cross-border capital market. Loan products should be adopted to the needs of SMEs, in particular, to finance innovative start-ups and stimulating intangible investments. Besides the rules for levying payments must be improved to ensure the liquidity of SMEs (cash method - for income tax, payment method - for VAT). Moreover, the government should help in the development of national investment programs for SMEs and simplify administrative and technical procedures for access to financing.

The second block is improving the regulatory environment that meets the needs of small and medium-sized businesses. Like every European country, Germany must evaluate preventively the effectiveness of legislation and measures to support SMEs, use the “SME test” to prevent bankruptcies of small enterprises. The German government can also reduce accounting and reporting requirements for SMEs. Therefore there is “second chance” for SMEs that can be easily used by the representatives of SMEs.

The third block is the facilitation of small and medium-sized businesses entering the markets. The main tasks are: to promote domestic market expansion; to provide opportunities for cross-border identification and unification of electronic signatures, electronic bidding systems for tenders and government orders; to intensify efforts to establish a European patent system and technology transfer in the Germany; to increase access to electronic services for SMEs; stimulating national business centers in developing countries.

According to the mechanism of the financing SMEs a bank of reconstruction and development in Germany takes an active part in lending to small and medium-sized businesses, implementing the European principals of ensuring the availability of capital as a measure of support and federal initiatives of the German Government.

It should be noted that the German Bank for Reconstruction and Development develops loan products taking into account the real needs of small and medium-sized businesses, taking on significant risks of non-payment of credit. For example, a special program for investing in fixed assets and fixed assets provides a credit limit of 50 thousand euros and a risk distribution default between the service bank and the Bank for Reconstruction and Development of Germany 1: 4 (20% to 80%).

The German Bank for Reconstruction and Development is implementing a consultancy program for SMEs - "Coaching for Start-Up Entrepreneurs in Germany", which involves subsidizing the costs of entrepreneurs to receive advice to ensure the success of the enterprise. A territorial-differentiated approach is also observed here: for new federal lands, the amount of subsidy is 75% of the costs, for old lands - 50% of the costs. To stimulate self-employment of the German population, start-up entrepreneurs who were previously unemployed are provided with a subsidy in the amount of 90% of the consultant's fee, but not more than 4 thousand euros.

Among the consultation programs currently being implemented in Germany with the assistance of the German Bank for Reconstruction and Development is the Round Table program, the purpose of which is to consult with experts to identify weaknesses in the activities of small and medium enterprises or to support investment projects. Payment for their services is made by the bank.

Advisor: Kovalenko Y.V.

«ЗЕЛЕНА» ЕКОНОМІКА. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Бараненко Н.В; студентка, МК СумДУ, гр.308-е

Для того, щоб існувало життя на Землі сьогодні, потрібна така кількість ресурсів, яку планета зараз не здатна забезпечити. Якщо найближчим часом не почати приймати певні заходи, то жити буде ставати все важче. Для вирішення цієї проблеми необхідні нові кроки, наприклад, застосування такого механізму, який би міг задовольнити потреби економіки, значно зменшити екологічні ризики та вирішити соціально-фінансові труднощі країни. Рішенням цього питання буде слугувати концепція «зеленої» економіки.

«Зелена» економіка – це система, що передбачає ефективне використання природних ресурсів, яка може задовольнити екологічне становище держави і зміцнити економічний процес для всього суспільства. Така стратегія економічного розвитку країни значно знижує істотні ризики такі як, дефіцит природних ресурсів або зміна клімату на планеті. «Озеленення» економіки - це зниження бідності і підвищення рівня життя.

Перехід до «зеленої» економіки можна забезпечити створенням або модернізацією фабрик і заводів, які можуть працювати з екологічною безпекою, задовольнити вимоги економіки і надати робочі місця працездатному суспільству. Втілення такої моделі передбачає значне зростання ролі держави в економічних відносинах на світовому рівні. Якщо почати робити це вже зараз то, через 5 років життя на планеті не буде під тотальною загрозою. Сьогодні більшість розвинених країн застосовують таку економіку та вже перейшли до цілеспрямованих дій, щоб врятувати екологічний стан світу.

Прикладом такої економіки може слугувати країна Бразилія. У ній утилізуються 95% всіх алюмінієвих банок і 55% всіх пластикових пляшок, повторно використовуються половина всього паперу і половина всього скла.

Для того, щоб ці зміни почалися, потрібно кардинально змінити весь процес виробництва у державі та зменшити міграцію населення на заробітки до Німеччини, Польщі, Чехії і тд. Але є ряд проблем, які

заважають втілювати цей механізм: нестача власних коштів, великі витрати на нововведення, недостатня фінансова підтримка держави, допомога безпосередньо населення, залучення вітчизняних та іноземних інвесторів.

Сьогодні Кабінет Міністрів України пропонує запровадження таких засад розвитку «зеленої» економіки, як технології більш чистого виробництва, органічне сільськогосподарське виробництво, «зелене» будівництво, «зелені» закупівлі в державному та приватному секторах, «зелена» енергетика, «зелена» продукція, «зелений» транспорт.

Якщо в майбутньому робити екологічний стан країни кращим, то ефективним вирішенням буде:

- створення фабрик з виробництва паперу з застосуванням соломи пшениці. Фактично, солома - це відходи після обмолоту культури пшениці, тому виходить досить ефективно. Натомість, зелені легені планети будуть збережені;
- заміна пластикових пляшок на нові екопляшки, через те, що пластик взагалі не розкладається;
- виробництво тільки паперових пакетів;
- створення для кожного виду сміття своє місце, бажано в тій місцевості, де немає населення, щоб через час його палити;
- модернізація виробництв новим обладнанням, яке буде викидати в повітря менш шкідливі викиди.

Для реалізації такої моделі потрібні фінансові ресурси, як власні, так і залучені; тісні соціально-економічні відносини з іншими державами, які б могли надавати свою допомогу з найменшими відсотками та працездатне населення, яке буде мати на меті приносити прибуток і підіймати економіку власної держави. Так як всі європейські країни зараз вже переходять до «блакитної економіки», а Україна тільки думає про «зелену економіку», то потрібно інтенсивно втілювати цю модель в реальність і отримувати бажаний результат. Таким чином наша країна буде конкурентоспроможною на світовому ринку і матиме гарний зв'язок з іншими країнами, можливо комусь стане партнером.

Керівник: Линець В.П.

TIME MANAGEMENT IN STUDENTS' LIFE

Huivan K.A.- *student*; SumDU, gr. PL-91

Time Management plays important role in students' life. It can make their life much easier. All of us have the 24 hours a day, the reason why other people achieve more is not only because they work harder but they also manage their time better. But there is an amount of people that either don't use it enough or avoid it altogether.

Time management is the process of organizing and planning how to divide time between different activities. Good time management enables students to work more productive so that they can get more done in less time, even when time is tight and pressures are high.

The students usually point out that there are many projects, reading assignments, exam preparations etc. Actually, time management is a set of habits or behaviors that may be acquired by increased knowledge, training or practice.

Time Management has some benefits including:

1.Reduce procrastination. Planning a certain part of the time to complete activities, students will have less chance to put tasks off until tomorrow.

2.Gain more control, less stress. Good time management means not waiting until the last minute and running headlong to complete the task. Always feeling that they do not cope due to time increases anxiety.

3.Complete more tasks. Being a good time manager means that human can complete more tasks in less time. Setting priorities can save their time.

4.Enjoy free time. Knowing that all tasks are completed and deadlines are met students can spent their time for themselves without remorse.

Like many other things, time management is a strategy, which can be learned and improved [1]. There are some tips that students can use to manage their time:

1.Create a schedule. That will help them to prioritize projects and provide structure to help them meet due dates [3].

2. Get a break every 40, 50 minutes of study. It will help to relax for a while and concentrate to another work.

3. Divide assignments to immediate and important; important, but not immediate; immediate, but not important; not immediate and not important. That advice can help to organize work process more effectively [2].

4. Try to say “NO” to affairs that are not elected. Because the students will be distracted by incoming calls, messages etc. and will waste plenty of time [2].

5. Do the first assignment that cause more difficulty. It will reduce emotional stress for further work[2].

6. Focus on the one task. Do not try do all of goals that are selected. Thus, the quality, speed and efficiency of execution will be much higher.

This advice is not the limit. Students can create their personal tips that will help them. For example, I discovered that wristwatch helps me to control time. It saves time that you would spend for going to another room or take a telephone.

However, in order to work effectively, it is not enough only manage time. It is important to keep health in good trim, fill life with different occurrences and always pay attention to your family and relaxation [2].

In conclusion, I would like to say that nowadays, time is a significant human’s resource that has a greater importance than money, because it cannot be accumulated or restored. That is why the ability to manage time is necessary for students. Time Management is a subject that should be cultivated and developed, because of its’ influence on effectively work and achievement.

1. Best Time Management Articles That Are Loved: Reviewed And Ranked – [Електронний ресурс] – режим доступу – <https://blog.proofhub.com/15-fascinating-time-management-articles-to-read-right-now-link-roundup-2019-4c5942ba04e9>
2. Тайм-менеджмент: простые способы управления временем – [Електронний ресурс] – режим доступу – <https://psyfactor.org/lib/time-management-2.htm>;
3. 10 Ways To Improve Time Management For Students – [Електронний ресурс] – режим доступу – <https://gradepowerlearning.com/10-time-management-tips-students/>;

English Language Advisor - Plokhuta T.M.

ЧИ ТРЕБА СТВОРЮВАТИ СПРИЯТЛИВІ УМОВИ ДЛЯ ІМІГРАЦІЇ

Жук А.В., учениця 9-А класу КУ ССШ №7 ім. М. Савченка СМР

Дедалі більше імігрантів їде до України. Вони живуть нелегально та будують бізнес. А отже, не платять податків у державний бюджет, але створюють конкурентність на ринку праці. Саме тому доречно розглянути дане питання. А може необхідно зменшити кількість людей, які можуть в'їжджати в Україну? Якщо ж, відповідь ствердна, то доцільно, створити сприятливі умови для іміграції, щоб зменшити кількість нелегальних імігрантів.

Перед тим, як перейти до відповіді на дане питання, на мою думку, потрібно проаналізувати статистичні дані щодо міграції в Україні. Розглянемо. За останні 3 роки в Україні скоротилося населення і постійне, і наявне. Приріст населення також має від'ємне значення, хоча міграційний приріст становив додатне число.

Понад 14,2 млн. іноземців в'їхало в Україну у 2018 році. В основному з Молдови, Білорусії та Росії. Найбільше в Україну в'їжджають іноземців з країн-сусідів. Загалом з: Румунії, Словаччини, Туреччини, Ізраїлю та Німеччини (за даними Держприкордонслужби).

Росія стала лідером серед країн тому що, найбільше громадян в'їжджають на постійне місце проживання, їх частка становила 69 % серед усіх іноземців, які отримали українське громадянство.

Загалом в Україну в'їжджають багато людей, але якщо брати до уваги людей, які їдуть на постійне місце проживання та працевлаштування то ця цифра мізерна.

Розглянемо позитивні наслідки міграції:

1. Імігранти збільшують ВВП країни, де перебувають.
2. Країни-імпортери робочої сили економлять на витратах на професійну підготовку та освіті.
3. Іноземні робітники не отримують пенсію і вони не отримують різні види соціальних програм в країні перебування.
4. Збільшується кількість робітників в складі, яких переважають висококваліфіковані робітники.
5. Збільшується об'єм випуску продукції.
6. Зростає конкуренція на ринку праці країни.

7. Заповнюються вільні соціально-непривабливі та неprestижні робочі місця.

До негативних наслідків можна віднести:

1. Додаткову конкуренцію на ринку праці. І саме вона стимулює безробіття.

2. З'являється соціальна напруженість в суспільстві.

3. Підвищення рівня злочинності.

4. Зазвичай, різної форми дискримінації зазнають іммігранти в країні проживання, починаючи з медичного обслуговування та закінчуючи умовами праці та заробітною платою.

На мою думку, все ж потрібно створювати сприятливі умови для імміграції, щоб запобігти демографічній кризі та підвищити економічний рівень країни.

Розглянемо проблеми імміграції в Україні:

1. Недосконала правова база (відсутність важливих законів або їх недосконалість),

2. Немає системи обліку громадян України,

3. Відсутність ефективної міграційної політики.

Для вирішення даного питання потрібно розпочати з: прийняття нормативної правової бази для регулювання міграційних потоків; створення необхідних санітарно-епідеміологічних умов у відношенні іммігрантів. Для державних інтересів України, запровадити імміграційний контроль і розробити ефективну міграційну Програму для України, враховуючи демографічну ситуацію і економічний стан держави.

Реальна оцінка сучасних міграційних процесів необхідна для того, щоб результати майбутнього розвитку міграційних процесів на міжнародному рівні стали більш прогнозованими, щоб структура міграцій максимально відповідала потребам економіки країн і суспільства в цілому. Це потребує розробки і удосконалення механізмів регулювання трудової міграції.

Науковий керівник: Ткаченко Наталія Миколаївна,
учитель географії та економіки
КУ ССШ I-III ступенів №7 ім. М. Савченка СМР

ПОШУК ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Грубий В.А; студент, МК СумДУ, гр.308-е

Рішення про створення власного бізнесу є моментом, що розділяє життя людини на «до» та «після». Справжній успішний підприємець не має потреби тяжко фізично працювати по 8 годин кожного дня, адже він знає, що бізнес працює на нього. Над всіма аспектами організації прибуткового бізнесу стоїть один найголовніший – пошук джерел фінансування бізнесу.

Власні заощадження, мабуть, є найбільш раціональним джерелом фінансування бізнесу з точки зору підприємницького ризику. Куди можна вкласти власні кошти в новоствореному бізнесі? Це може бути придбання обладнання, приміщень чи матеріальних ресурсів. Але чи вистачить цих збережень на створення повного стартового капіталу та підтримання стабільності бізнесу – справжня проблема для недосвідченого підприємця.

Якщо для створення та підтримання бізнесу не вистачає власних коштів, можна спробувати знайти партнера по бізнесу чи стратегічного інвестора. Дуже багато великих та успішних підприємств утворено кількома партнерами. Для даного шляху фінансування важливим є обговорення частки кожного з партнерів у щойно створеному бізнесі та в бізнесі під час його розквіту.

Що робити, якщо власних заощаджень не вистачає для старту запланованої підприємницької діяльності? На даному етапі підприємцю буде раціональніше займатися саме тим видом діяльності, який потребує менших початкових затрат і в майбутньому може перерости в основне джерело економічного доходу підприємства. Можливо, на початковому етапі більш правильно буде зосередити свою увагу на людському факторі – пошуку кваліфікованих, енергійних, амбіційних працівників.

Банк позичає нам кошти для того, щоб в заздалегідь обумовлений термін отримати їх назад та отримувати регулярні платежі у відповідності з погодженим планом. Тож підприємець має бути готовий взяти на себе відповідальність щодо всіх ризиків пов'язаних з майбутнім бізнесом, а також ризиків із фінансовою чи банківською

специфікою. Слід бути також готовим до того, що не всі банки охоче кредитують підприємців-початківців. Це можна пояснити тим, що запланована ідея може не дати очікуваного прибутку, а отже сам банк в даній ситуації наражається на ризик.

Кредитні лінії або овердрафти передбачають фінансування сьогоденних потреб компанії за попередньою домовленістю навіть при відсутності коштів на рахунку компанії. Для проведення такої операції банк вимагає підтримання певного залишку на своєму рахунку. Кредитна лінія або овердрафт є чудовим способом заповнити тимчасову нестачу грошових коштів на декілька днів.

Середньострокові та довгострокові кредити можуть слугувати для придбання обладнання, приміщень та поповнення робочого капіталу. Банки не люблять наражатися на ризики, на даному етапі вони можуть взяти під заставу ліквідне майно. Відокремленими видами кредитування можна вважати кредити під гарантію рейтингових агентств та синдіковані кредити.

Облігації – це ще один із шляхів залучення ресурсів у бізнес за допомогою позичкового капіталу. Випуск облігацій за можливими розмірами перевищує максимальні обсяги кредитування банками. Взагалі, випуск облігацій – перспектива стартапів, які успішно доростуть до великих розмірів.

Одним з найбільш розповсюджених джерел залучення фінансів у компанію є її корпоратизація та випуск акцій на відкритий ринок. Випуск акцій може забезпечити компанії доступ до найбільших за перспективою джерел фінансування. Але керівництво акціонерного товариства змушене організувати цілу низку заходів, що мають забезпечити прозорість управління в умовах керування компанією.

Інколи підприємство може спробувати знайти джерела фінансування діяльності всередині себе самої. Позбуваючись непрофільних активів, скорочуючи залишки запасів, але пришвидшуючи їх обертання, правильно формуючи платіжні умови на ринку, компанія може оптимізувати робочий капітал, а кошти що вивільнилися, скерувати на розвиток бізнесу.

Керівник: Линець В.П.

СЕГМЕНТАЦІЯ РИНКУ, ЯК ПЕРШОЧЕРГОВИЙ ЕТАП МАРКЕТИНГОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Дубович Р.К., студент; СумДУ, гр. М-82ан/3у-9
Дериземля М.В., студент; СумДУ, гр. МК-81/2-9

Сегментація ринку – це розподіл основних потенційних клієнтів на окремі сегменти на підґрунті різноманітності їх потенційних потреб. Вживання концепції сегментування в умовах ринкових відносин дає змогу суб'єкту господарювання досягти максимальної ефективності маркетингової діяльності шляхами експлуатації особистих міцних сторін з урахуванням сучасних умов ринкового середовища.

В даній роботі розглядаються, як теоретико-методологічні засади сегментації ринку, так і проводиться аналіз характеристики процесу сегментації ринку на прикладі приватного підприємства «Диво». Також в науковій роботі підібрані основні шляхи подолання основних недоліків сегментації та позиціонування ПП «Диво»

Певно, кожен суб'єкт господарювання повинен знати, як споживач в умовах сучасного ринку сприйме його товар. Адже ринок – це не опановане, “живе” середовище для усіх починаючих підприємців. Кожна людина, як споживач є індивідуальною за своїм характером, якостями, цінностями, а отже, важливо опрацювати, згрупувати та виявити найбільш важливі сегменти особистостей, які можуть стати потенційними, а згодом і реальними клієнтами.

Сегментація, як інструмент конкурентного протистояння особливо актуальна в умовах сучасного ринку України. Недосконалі ринкові відносини на сьогоднішній день призводять до того, що всі суб'єкти господарювання можливо розділити на два основні елементи. До першого можна віднести підприємства, про які можна заявити, що вони фактично є поза конкуренцією. Це або природничі монополії, світова конкуренція на які майже не впливає, або ті, які мають не завжди зважені великі пільги, це дає їм суттєву конкурентну перевагу. До другої групи можна віднести державні та приватні суб'єкти господарювання, які не мають зовнішньої підтримки. Конкурувати виключно по ціні вони, як правило, не можуть.

Керівник: Бондаренко А.Ф., *к.т.н., доцент*

OPERATION AND APPLICATION OF SMART GRID TECHNOLOGY

D.O.Yaromenko, *student*; SumDU, group EN-92/1e

No doubt, problems with electricity such as power outages can have a domino affect nowadays as they have an impact on traffic, banking, security and communication. Obviously, this creates an extreme threat in winter, when residents may be without heating. It is also worth noting that every year more and more electrical appliances appear in homes: from low-power tablets to electric stoves, ovens, air conditioners. People switch to electric heating, buy electric cars. This leads to an increase in electricity consumption and the appearance of peak loads on the network even in summer. As a result, this became an additional challenge for electric networks and personnel of energy companies, which are forced to quickly respond to changing demand. In our opinion, a smart grid will increase the stability of our energy system and make it more ready to respond to emergency situations such as earthquakes, severe storms, large solar flares.

Thanks to the “smart grid”, transmission and distribution of electricity can satisfy the growing complexity and demand for electricity in the 21st century. Technology is aimed at integration and support of renewable energy sources such as solar, wind and hydropower. It also provides consumers with real-time information about their energy consumption and helps utilities to reduce downtime.

We would like to note that renewable energy sources have become as popular as coal energy. They can reduce carbon dioxide emissions, solve the problem of depletion of resources and eliminate dependence on oil supplies from abroad.

When a power outage occurs, Smart Grid technology detects and isolates outages before they become large-scale ones. New technologies also help to establish a rapid recovery of power supply in case of an emergency, for example, by sending electricity to emergency services.

Thanks to modern technologies, Smart Grid can be used both in buildings, enterprises, and for ordinary home electrical devices, such as a refrigerator or a washing machine. Accordingly, all devices that are part of the Smart Grid must be equipped with technical means that carry out information interaction.

To create a modern intellectually network, it is necessary to develop and introduce a wide range of technologies that are integrated into important technological areas, such as:

- **Intelligent devices:** they make decisions concerning energy consumption according to parameters previously specified by the user.
- **Smart Power Meters:** they establish two-way communication between the user and the electricity supplier to automate the collection of billing data, device malfunctions and send repair teams to the exact location much faster.
- **Smart Substations:** they include monitoring and control of critical and non-critical operational data such as power status, safety, transformer status, circuit breaker, power factor, transformer status, etc. Substations are used to convert voltage several times in many places, ensuring the reliability and safety of energy delivery.
- **Super Conducting Cables:** they are used for the transmission of electricity over long distances, as well as automatic monitoring and analysis tools that can automatically detect malfunction or even predict the cabling and troubleshooting based on weather data in real time and the trip history.
- **Integrated communications:** they are the key to smart grid technology. Depending on the need, smart networks use many different technologies, such as programmable logic controller (PLC), wireless, cellular, SCADA (supervisory control and data acquisition) and BPL.

Today, the most ambitious programs are implemented in the USA, Canada and in all EU countries, especially in Italy, France and Germany.

To sum up we'd like to say that the use of "smart" networks allows not only to significantly reduce losses, but also to use available energy more efficiently, to integrate and distribute energy from alternative sources. Moreover, in automatic mode you can diagnose and fix problems that arise, supply the necessary amount of electricity, reduce energy costs, and reduce carbon dioxide emissions. A promising direction in the development of energy is the creation of intelligent energy management systems consisting of traditional energy sources of renewable energy sources. Optimization of the joint work of various energy sources, improving energy efficiency and reliability of the system as a whole is an urgent problem in modern energy.

Language Adviser: Ass. Professor Otroshchenko L.S.

AGGREGATE DEMAND IN TODAY'S INFLATION

Khorunzhyi A., *student*; MC SumDU, g.402-o

Economy works for the benefit of people, firms and governments requiring buying things. A need exist (i.e demand) that firms must satisfy (i.e supply).

Aggregate demand is essential for the country's GDP and price level. Consequently, price level is the same as inflation rate.

Aggregate demand is expressed in cash. The lower price level in domestic economy, the greater is real volume of national product consumers want to buy. And the higher the price level, the lower the volume of the national product they are willing to buy. As a result, there is a feedback between the price level and the volume of the national product.

Aggregate demand includes four components: consumption, investment, government spending and export.

Inflation is a phenomenon that embraces the economy of the whole country and affects all components of aggregate demand. Households are forced to restrain their consumer spendings, firms reduce spending on industrial consumption, and reduction of domestic investment.

The Ukrainian economy underwent hyperinflation in 1991-1993, when there was a temporary transitional monetary unit - a coupon-karbovanec. The state regulation of inflation processes requires an analysis of the causes of inflation. Depending on the causes of inflation, they distinguish between emission inflation, demand inflation, supply inflation and the inflation spiral.

Moderate inflation of 3-4% per year has a positive impact on the economy. It is explained by the fact that most people know about the growth in the value of goods, tend to spend their savings every year. As a result, sales increase, and consequently causes production growth.

The risk of inflation is that it leads to such negative consequences as falling of real incomes, reducing the purchasing power of citizens, depreciation of savings, redistribution of income from one category of citizens to another, reducing the efficiency of the national economy.

Language advisor: Bershadska O., English-laguage teacher

Science advisor: Skorokhodova L., teacher of economics

DIGITAL - МАРКЕТИНГ: ЦИФРОВИЗАЦІЯ БІЗНЕСА

Павленко Н.С., *студент*; СумДУ, гр. ЕН-92/2мк

Цифровизация процессов бизнеса – это перемещение предприятия из оффлана в онлайн(электронную платформу).

Цифровизация актуальна не только на уровне предприятия. Целые отрасли выбирают этот путь развития как возможность оптимизации и повышении эффективности работы, а также чтобы соответствовать современному рынку.

Выделяют 3 стадии перехода:

1. Автоматизация – перенос всех данных и персонала в онлайн для хранения и дальнейшего взаимодействия.
2. Цифровизация – оптимизация процессов с целью их приспособления к условиям электронной экономики.
3. Цифровая трансформация – изменение всей системы управления бизнесом: от производства до продажи товара.

Нужно четко понимать и видеть пользу от цифровизации:

- Экономия времени
- Легкость контроля за остатками на складах
- Масштабирование бизнесва
- Удовлетворение потребностей современного клиента
- Простота и удобство при осуществлении сделок
- Широкие возможности для аналитики
- Отлаженность маркетинга
- Снижение к минимуму человеческого фактора

Сегодня предприятия активно занимаются цифровой трансформацией, и многие компании внедрили цифровую стратегию. Теперь внедрение цифровизации верно не только для крупных предприятий, но и для стартапов. Принятие цифровой стратегии не означает, что бизнес будет расти в одночасье, потребуются годы, прежде чем компания сможет воспользоваться такой стратегией.

- ✓ 70% организаций имеют стратегию цифровой трансформации или работают над ней. (ptc.com)
- ✓ Промышленные предприятия получают наибольшую выгоду от цифровых трансформации. (ptc.com)

- ✓ Пять лучших технологий, которые уже внедрены, включают большие данные / аналитику (58%), мобильные технологии (59%), API-интерфейсы и встраиваемые технологии (40%) (idg.com).
- ✓ Руководители говорят, что основные преимущества цифрового преобразования включают повышение операционной эффективности (40%), ускорение выхода на рынок (36%) и удовлетворение ожиданий клиентов (35%). (Ptc.com)
- ✓ 40% всех затрат на технологии идут на цифровую трансформацию. (idgesg.net)
- ✓ \$ 2 трлн - общие расходы предприятия на цифровые преобразования в 2019 году. (Idgesg.net)
- ✓ 28% компаний считают цифровую трансформацию дорогостоящим. (prophet.com)

Есть множество предприятий, которые с помощью цифровой трансформации стали успешнее, одно из них – Disney World.

Несколько лет назад парк развлечений столкнулось со снижением уровня удовлетворенности клиентов. После этого компания приняла решение разработать программу MyMagic+, которая объединила сайт, мобильное приложение и браслет в единую систему анализа впечатлений клиентов.

После чего пользователи могут бронировать программу развлечений и проживание в отеле за несколько месяцев до поездки. После бронирования пользователи получают по почте свой браслет с радиодатчиком – это одновременно пропуск на аттракционы, кошелек и GPS навигатор. С его помощью аниматоры узнают о дне рождения ребенка и индивидуально поздравляют каждого. При большой очереди приложение делает скидку и советует другие аттракционы тем, кто не хочет тратить время на ожидания, также предлагает отправить аниматора, чтобы развлечь посетителей в очереди.

Парк развлечений внедрил омниканальное обслуживание и повысил лояльность клиентов. В результате, после миллиарда долларов инвестиций программа оказалась успешной – более 90% посетителей оценивают ее как «очень хорошую» или «отличную».

МАРКЕТИНГ ІДЕЙ ЯК ОСНОВА ДЛЯ СТВОРЕННЯ СТАРТАПІВ

Москаленко А.О., студентка; СумДУ, гр. МК-81

Зараз технології, продукти та послуги розвиваються з неймовірною швидкістю. Кожного дня в різних куточках світу знаходиться звичайна людина, яка навіть і не здогадується про те, що її ідеї можуть вивести життя на новий рівень. Хтось сприймає ці ідеї за абсурд, бо це щось незвичне, хтось вважає їх геніальними, але насправді ніхто і не замислювався, яку саме користь можуть принести такі інновації.

Кожний стартап завжди починається з якоїсь ідеї, яка має на меті надалі полегшити людям життя та за певних умов здатна перетворитися на потрібний продукт на ринку. З одного боку ця ідея може виникнути несподівано за будь-яких обставин, з іншого – може вирішуватися креативною командою методом мозкового штурму та накопиченням різних ідей, з яких потім обереться найкраща для подальшого її вдосконалення.

На нашу думку, стартап – це створення матеріальних або нематеріальних цінностей шляхом удосконалення креативних інноваційних ідей з метою задоволення потреб споживачів та полегшення їхнього життя.

Протягом останнього десятиліття стартапи набули широкого розповсюдження у світі через зниження бар'єрів входу на ринок. Це виникло вразі появи Інтернету, який є інструментом комунікацій. Стало набагато легше знаходити інвесторів і споживачів, займатись пошуком ресурсів. Стартап вважається однією із найважливіших складових економіки інновацій, оскільки за рахунок мобільності, гнучкості та великої кількості стартап-проектів загальна кількість інноваційних ідей зростає.

До стартапів можна віднести такі проекти, які тільки почали виходити на ринок та мають протестовану інноваційну ідею, яка вирішує проблеми споживача, наприклад Facebook на ранній стадії. Також стартапами були компанії Xiaomi й Apple, коли вони тільки розпочинали свою діяльність. Гнучкість та інновативність стартапів, оригінальне дизайн-мислення, що веде до створення ними ефективних бізнес-моделей, дозволяє швидко адаптуватись до потреб ринку. У

нинішніх умовах при прийнятті рішень про купівлю споживачем суттєву роль також відіграють емоції та почуття.

Основним призначенням маркетингу є визначення і задоволення потреб споживачів шляхом ефективного обміну. Він направлений на пошук певних людських потреб, але для того, щоб це зробити та реалізувати їх, необхідно згенерувати інноваційні ідеї, яких ще не було раніше. Чим новішою та оригінальнішою буде ідея, тим більше людей будуть зацікавлені в інформації про неї.

Для того, щоб стартап зміг реалізувати свій потенціал, а ідеї та розробки перетворилися в успішний бізнес, по-перше, необхідно знайти незадоволену потребу або таку, яку ми можемо задовольнити кращим способом, ніж існуючий. По-друге, визначити попит на товари або послуги, що на цьому етапі певним чином задовольняють цю потребу, дослідити поведінку покупців і динаміку їхніх переваг. По-третє, визначити можливість закріплення новинки на ринку та розробити маркетингові заходи з метою впливу на формування попиту на новий товар або послугу, після чого провести оцінку витрат і доходів від розроблення та виходу на ринок цього стартапу.

В кожному конкретну людину впровадженій унікальний набір ідей. Саме вони перетворюють людей у споживачів. Чим більше ідей впроваджено в людину - тим більше у неї потенційних потреб. Необхідність ідей доведена часом, саме тому, що все обертається навколо них: сучасний та успішний бізнес, а нові технології, оригінальні засоби та форми виробництва, програмне забезпечення, інновації у ЗМІ та в системі продажів і т.д.

Отже, однією з найпоширеніших гнучких мобільних форм сучасної інноваційної політики є стартапи, які дозволяють за мінімальні витрати отримувати високі результати та демонструють швидкі темпи розвитку. За наявності інноваційної ідеї в ініціаторів стартапу при необхідній підтримці з боку держави та спонсорів, інноваційний проект здатен у короткий термін забезпечити досягнення поставленої мети. Переваги успішних стартапів полягають у їх спроможності сформувати команду однодумців, розробити привабливий продукт, вийти на перспективний ринок вже зі сформованою бізнес-моделлю.

Керівник: Бондаренко А.Ф., доцент

INSTITUTE FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES SUPPORT IN GERMANY AS AN EXAMPLE FOR UKRAINE

Olondar. A. A., *student*; SumDU, gr. EN-82/2pe

One of the most important challenges in the economic development of Ukraine is the lack of support for small and medium enterprises (SMEs). According to the statistics, small enterprises accounted for only 16% of Ukraine's GDP in 2018, while in Germany it is twice as much.

According to "The Lisbon Strategy" there is the Institute for SMEs Support in Germany. At the initial stage of the SME sector development in East Germany, much attention was paid to the financial problems of small businesses. However, the increase of government resources which was provided for SME support always causes budget problems and practically does not have the necessary effect. That is why two huge programs were created for SMEs financial support. The first one is called the Central Innovative Program for SMEs. Innovative subsidies are provided to the existed German small and medium companies with less than 500 employees. Also, the similar subsidy can be got by scientific institutions for the realization of three types of innovative projects: independent projects, cooperative projects and network ones. Subsidies are provided maximum of 350 thousand euros for a company, 175 thousand euros for a scientific institution, 75 thousand euros for services and consultations for support innovation. The second program is for the regions with a weak economic position. The grants are provided based on the plan of the performances which have the stimulating programs of the European Union. The plan is approved by the commission, which consists of providers of the federation and regions whose territories are included in the scope of this law.

The mechanism of support is based on the presence of a concept and a single government agency is responsible for the development of SMEs (interacting with other organizations of support systems).

The German experience proves that institutional programs coordinate actions of a state machine, support infrastructure, and determine the amount of financing for SME support. Such an approach becomes actual not to fill the program with activities, but achieve the goal of this program.

Advisor: Oleksandr Kubatko, Associate Professor, SumDU.

ПЕРСПЕКТИВИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Москаленко А.О., студентка; СумДУ, гр. МК-81

Маркетингові комунікації в соціальних мережах зараз є одною з найбільш затребуваних областей сучасного маркетингу, що дозволяє підтримувати постійний двосторонній зворотний зв'язок зі споживачами.

Соціальні мережі нині користуються великою популярністю серед усіх вікових груп, максимально охоплюючи молодь. Це особлива цінність для маркетологів, так як є можливість відстежити весь ланцюжок формування лояльності клієнтів і ефективність маркетингових комунікацій практично в режимі реального часу. Завдяки ним з'являється можливість досягнення різних маркетингових цілей: від брендинга до продажів. Аудиторія схильна сприятливо відноситись до повідомлень компанії через відсутність прямого рекламного ефекту.

Сучасний покупець звертає все менше уваги на традиційну рекламу, звикши до газет, телебачення, зовнішньої і медійної реклами. Споживач намагається знайти живі відгуки про компанію серед користувачів в Інтернеті, і зокрема в соціальних мережах. В кінцевому підсумку інтернет-спільноти формують думку про бренд або продукт і поширюють цю думку по всій мережі. Впливати на цю неї в комерційних цілях можливо за допомогою маркетингових комунікацій в соціальних мережах, які також дозволяють управляти репутацією компанії, оперативно усувати негатив на її адресу. В них можливе застосування всіх видів маркетингових комунікацій: реклама, стимулювання збуту, особистий продаж, зв'язки з громадськістю.

Отже, незважаючи на існуючі проблеми, маркетингові комунікації в соціальних мережах стають пріоритетним майданчиком для комунікацій і просування, націлені в першу чергу на молодіжну аудиторію, а також аудиторію середнього віку. Вони дозволяють людям збиратися разом у віртуальному середовищі, проводити дискусії, спілкуватися і брати участь в будь-якій формі соціальної взаємодії, що охоплює текст, аудіо, відео та інші медіа індивідуально або в будь-якій комбінації.

Керівник: Сагер Л.Ю., *доцент*

THE IMPORTANCE OF STAFF IN MANAGEMENT

Tymoshchenko V.Y., student, SumDU, group M-82an

The quality of a working place is determined by the quality of its employees to a great extent. The success of many establishments depends on the labor force that has the talent to carry out the task required for the job and the ability to perform the strategic aims of the establishment. The success of personnel recruitment, human resources management and methods is possible on the condition that the establishment recruits the right people and retains them.. Effective personnel management is one of the prerequisites for achieving high economic performance and forming successful management in the conditions of ensuring the sustainable development of enterprises, which makes the topic relevant.

The purpose of the study is to determine the role of enterprise personnel management in ensuring sustainable development. To achieve this goal, it is necessary to perform tasks such as: to analyze the definition and interrelation of the personnel management system and concepts of sustainable development, to determine the principles of ensuring the sustainable development of the enterprise, the basic tools of personnel management and their interaction in the process of ensuring the sustainable development of the enterprise.

An important feature of sustainable development is its management of all processes based on the use of a systematic approach and modern information technologies. The concept of sustainable development at the enterprise is a complex combination of three components:

1) Economic, that is achieving a balance of economic indicators through the rational use of scarce natural resources and the improvement of business processes of the enterprise.

2) Ecological, the main purpose of which is to ensure the integrity and conservation of biological and physical natural systems by increasing the environmental friendliness of production and the formation of appropriate policies for the enterprise.

3) Social, namely awareness of the problems of personnel management at the enterprise, creation of a qualitative system aimed at maintaining cultural and social stability.

Personnel Management today's use Human Resources Management's most difficult and essential task is to select and recruit the personnel since the personnel to be employed plays a crucial role in the revenue of the establishment if it is directly profit-oriented. Provided that it is a public body, it still remains as a significant component in service delivery. People who deliver public service have an indirect influence on political power's gains. Whether the recruited personnel contribute to the bodies or not is vital to the future of these bodies. Therefore, the bodies are quite imperturbable to recruit the personnel and come up with new methods to select the right person.

A fundamental basis for the relationship between all elements is a personnel management system designed to achieve strategic goals and achieve high enterprise performance. Personnel management is a systematically organized process of reproduction and effective use of all personnel of the organization, aimed at achieving the goal.

For the successful development of the company it is very important to form a creative, professional team, taking into account the individual characteristics of employees. In order to improve the work of the personnel management system, it is necessary to introduce changes in the work of the following components: work of the human resources service, career management, personnel training, organizational and corporate culture.

Effective functioning of the human resources service will increase the professional-qualification level of the personnel and improve the working conditions at the enterprise. Corporate culture is a tool that helps to improve the psychological climate in the team, identifies ways of communication between employees and ways to build internal communications. Also in the personnel management system to ensure sustainable development is a necessary element of staff culture, which is defined as the acquisition of knowledge by staff in the field of culture and outlook in general.

Therefore, as a conclusion, it can be noted that personnel management is a key component of enterprise management systems and an integral part of the strategy of ensuring the sustainable development of the enterprise. The development of personnel and personnel policy is a prerequisite for the functioning of any enterprise, especially in the face of constant changes and instability of the environment.

Head: Turchyna T.V., teacher

ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ТОВАРІВ НА ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Дериземля М.В., студент; СумДУ, гр. МК-81/2-9

Товарний асортимент — це низка різновидів товарних одиниць та сортів, об'єднаних за певними атрибутами. На сьогоднішній день існує два види асортименту, а саме: виробничий та торговий.

Основними критеріями аналізу та оцінки асортименту вступають: широта, глибина, насиченість та гармонійність.

Асортимент формується на всіх етапах товарного руху — від безпосереднього виготовлення товарної одиниці до продажу кінцевому споживачу. На кожному з цих етапів асортимент товарів є різним. Для окремого суб'єкта господарювання під час створення асортименту орієнтиром виступає низка вимог торговельних підприємств, призначення яких максимальне задоволення потреб споживачів.

Виробничі, оптові та роздрібні суб'єкти господарювання під час створення асортименту мають свої унікальні ознаки. Та звісно ж головна догма, якої притримуються всі суб'єкти господарювання — позитивна комерційна ефективність, іншими словами, отримання максимального прибутку.

При формуванні виробничого асортименту зазвичай притримуються, концепції життєвого циклу товару. У залежності від етапу даного циклу товару підприємство спроможне отримувати різні прибутки. Як правило лєвова частка підприємств виробляють та збувають не один товар, а одразу декілька його різновидів.

Слід звернути увагу на той факт, що при впровадженні абсолютно нового товару на існуючий ринок підприємство витрачає ресурси на просування даного товару та розвиток його в конкурентних ринкових умовах. Звісно в період впровадження товару комерційна ефективність буде негативною, але через деякий період часу, коли товар закріпиться на ринку існує реальна вірогідність надходження прибутків.

Керівник: Бондаренко А.Ф., *к.т.н., доцент*

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ФІРМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Діденко І.М., студентка; СумДУ, гр. МК-81/1

В умовах глобалізації та перенасиченості ринку, товару чи фірми потрібно чимало зусиль для того, щоб зайняти своє місце в конкурентному ринковому середовищі. Для того, щоб зайняти конкурентну нішу потрібно не лише виконувати стандартні вимоги, але й мати переваги для того, щоб клієнт обрав відповідний товар чи фірму.

Конкурентоспроможність фірми – це здатність задовольняти потреби клієнтів кращим, ніж конкуренти, способом. Поняття конкурентоспроможності доречно буде застосовувати у всіх галузях, де є хоча б три учасники відносин – споживач та два конкурентних варіанти, щодо задоволення потреби чи внутрішньої проблеми.

У сучасному світі все більшої популярності набуває термін «глобалізація». «Рука» глобалізації торкнулася всіх сфер життя людини, починаючи від звичок, закінчуючи діяльністю фірм.

Сенс поняття полягає в тому, що у сучасному світі зникли межі для товаровиробників і більше не існує товарів, які б не можливо було придбати через географічну віддаленість виробника.

Глобалізація призвела до того, що ринок переповнений аналогічними товарами різних виробників і для того, щоб не бути загубленим серед інших, товаровиробник повинен бути конкурентоспроможним. Для українських товаровиробників виникла достатньо реальна загроза бути витісненими з ринків, бо країни Європи мають більш розвинений рівень виробництва.

Для вимірювання цього процесу був створений індекс рівня глобалізації країни за версією «KOF Swiss Economic Institute (KOF)». Він розраховується на основі політичних, економічних та соціальних процесів у країні. Останні результати розрахунку індексу свідчать про достатньо високий рівень глобалізованості вітчизняного ринку.

Отже, підсумовуючи все вище сказане, можна зробити висновок, що економічна діяльність країни потребує реформування, оновлення технологій виробництва та створення нових стандартів якості, що відповідатимуть європейським вимогам.

Керівник: Бондаренко А.Ф., *к.т.н, доцент*

УПАКОВКА ЯК ЕЛЕМЕНТ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Корощенко В.О., студентка; СумДУ, гр. МК-81

Створення іміджу товару неможливе без упаковки. Окрім того, тара є найбільш гнучким інструментом маркетингової діяльності, оскільки її зміна не потребує значних витрат від виробника і одночасно дозволяє вирішити ряд задач. Труднощі створення та використання сучасної упаковки, її кольорове оформлення з необхідним інформаційним навантаженням є досить актуальною маркетинговою проблемою сьогодення. Лише професійно виготовлені упаковки дозволяють не тільки пришвидшити процес продажу товарів, полегшити їх споживання, але й створюють досить сильний естетичний вплив на споживачів.

Варто зазначити, що прискоренню процесу продажу товарів сприяє їх фасування в дрібну та зручну тару для покупців. Це також підвищує продуктивність праці торгових робітників, покращує культуру обслуговування в магазинах та їх показники роботи. Даний підхід до створення повинен базуватись на таких основних критеріях: потреби, сприйняття та очікування споживачів. Реалізація можливостей емоційного впливу на покупця шляхом грамотного дизайну упаковки не тільки стимулює його вибір у магазині, але й сприяє формуванню лояльності до марки та створенню позитивного образу виробника в очах споживачів. У створенні іміджу самого товару і просуванні у місцях роздрібної торгівлі упаковка відіграє роль потужної зброї. Це досягається за допомогою спільної роботи маркетологів та дизайнерів на всіх етапах створення упаковки.

Упаковка – це вмістилище або оболонка товару, що забезпечує його захист при переміщенні від виробника до споживача.

До основних задач упаковки відносяться:

- привернення уваги покупців яскравістю, оригінальністю або функціональністю;
- надання споживачам усієї необхідної інформації про товар, що допоможе зробити їм вибір під час покупки;
- створення образу торгової марки та підтримка іміджу фірми;
- уникнення пошкоджень;

- пропонування товару покупцям у тій формі, яка є найзручнішою для використання і відповідає їх смакам;

- демонстрація соціальної відповідальності виробника продукції, розробивши упаковку згідно зі стандартами та вимогам безпеки і охорони навколишнього природного середовища

Постачання нових, різноманітних та високотехнологічних товарів різних виробників постійно збільшується, конкуренція між ними посилюється. З ростом стандартизації особливу роль відіграє упаковка товарів, яка виступає носієм індивідуальності і часто є єдиним джерелом інформації про товар.

Сучасна схема розробки дизайну упаковки товарів наступна:

- 1) Створення головної ідеї, вигляду упаковки.
- 2) Підготовка та доставка технічних завдань проектувальникам.
- 3) Розгляд варіантів, що пропонують дизайнери та вибір кращого варіанту.

- 4) Тестування дизайну упаковки: вибір методів оцінки, розробка тестового сценарію, обробка результатів дослідження.

- 5) Внесення змін до дизайну з урахуванням думки потенційних споживачів.

У розробці дизайну товару, як і в багатьох інших сферах, дедалі більше застосовується принцип KISS (“Keep It Short and Simple”) – робить його просто і стисло. Основних контрастів, інформаційних елементів і кольорів повинно бути не багато. Рекомендована кількість – не більше п’яти основних кольорів. Найголовніший принцип – це не обманювати очікування покупця. Якщо на упаковці є зображення самого товару або його складових, вони повинні відповідати дійсності.

Отже, упаковка – це ефективний інструмент товарної політики підприємства, що впливає на вибір споживачів. За умов співпраці маркетологів, які здатні оцінити вплив упаковки на вибір споживачів, тобто її ефективність, з дизайнерами, які правильно поєднують кольори, шрифти, форми та інші елементи в одній композиції, можна створити конкурентоспроможну упаковку, яка допоможе досягти основної мети будь-якого підприємства.

Керівник: Бондаренко А.Ф., к.т.н, доцент

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ

Коваль В.А, *студент*; СумДУ, гр. Ф-81

Платники єдиного податку, що відносяться до 4ої групи, мають свої особливості. Об'єктом оподаткування даної групи є територія сільськогосподарської власності (такі як: рілля, багаторічні насадження, сіножаті та інші). Також до цієї групи відносять землі водного резерву (наприклад: озера, водоймища, водосховища та інші). Всі перераховані сільськогосподарські території повинні перебувати у власності у фермерського товаровиробника або мають бути надані йому для користування (наприклад, на правах оренди).

Щоб відноситись до 4ої групи оподаткування єдиним податком необхідно аби в наявності були земельні ділянки для сільськогосподарської діяльності, адже саме ці ділянки є об'єктом обкладення єдиним податком, а базою є грошова оцінка землі.

Крім того, платники 4ої групи звільнені від обов'язкової сплати, надання звітності, а також нарахування [1]:

1. Податок на прибуток (відноситься до юридичних осіб);
2. Податку на майно (в частці земельного податку; проте в обов'язковому порядку потрібно сплачувати земельний податок за ті ділянки, які не використовуються для ведення сільськогосподарського виробництва);
3. Рентної плати за використання води (спеціальне).

Для наведення прикладу міжнародного досвіду системи спрощеного оподаткування, візьмемо одну з країн ЄС - Польщу.

Задля того щоб малі фермерські господарства не були витіснені з системи великими проводиться ряд заходів. Уряд Польщі прикладає значні зусилля для підтримки підприємців малих господарств, які своєю діяльністю показують динаміку до збільшення виробництва. Також в даній країні діє пільгове кредитування аграрного сектору, за якого фермер/підприємець має змогу сплачувати тільки 3% , а остачу за сумою відсоткової ставки.

Наступним прикладом міжнародного досвіду системи спрощеного оподаткування може стати Китай.

В даній країні у сфері оподаткування фермерських угідь наявний податок на ведення сільськогосподарських робіт (а саме землеробство), а також податок на виведення й утримання худоби. Сплачують даний податок юридичні або фізичні особи, що одержують дохід від землеробства та тваринництва. Крім того, сплачується податок за користування сільськогосподарськими угіддями. Ним обкладаються землі, які перебувають у державній або колективній власності. Ставки податки різняться по регіонах. Це залежить від середньої площі земельної ділянки, що надається на 1ну особу. Крім того, вплив має загальна економічна ситуація в регіоні. Задля недопущення великої різниці в ставках податку поміж регіонами керівництво країни впровадило середню ставку податку. Даний податок сплачується лише раз. Більше того, дана продукція, яку виробляють та реалізують самі ці фермерські господарства та сільськогосподарські підприємства, не оподатковуються ПДВ.

Підсумовуючи все вищеперераховане, з усією впевненістю можна сказати, що система спрощеного оподаткування досить гарно розвинута в Китаї та Польщі. В кожній з цих двох країн проводиться політика так званої «підтримки» малих фермерських господарств. Проте, варто зазначити, що наша країна не поступає іншим країнам в системі спрощеного оподаткування, адже реформи, які намагається запроваджувати уряд, спрямовані на підтримку малих господарств.

1. Податковий Кодекс України
2. Оподаткування сільськогосподарської діяльності в Україні та в зарубіжних країнах: дослідження впливу на цінову політику - Т. В. Голобородько, асистент кафедри обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування, ДВНЗ «Криворізький національний університет» [Електронний ресурс] : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6031>
3. Міжнародний досвід організації податкового адміністрування - І. Є. Андрющенко, к. е. н., доцент, Запорізький національний технічний університет, м. Запоріжжя, Ю. В. Гринь, магістр, Запорізький національний технічний університет, м. Запоріжжя [Електронний ресурс] : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4514>

Керівник: Котенко Н.В., *доцент кафедри
фінансів та підприємництва*

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО ВИРІВНЮВАННЯ В УКРАЇНІ

Золотар О. А., студент; СумДУ, гр. Ф-81

На сьогодні існує багато трактувань «фінансового вирівнювання». На думку вітчизняного науковця О. Кириленко термін «фінансове вирівнювання» - приведення у відповідність витрат місцевих бюджетів до гарантованого державою мінімального рівня соціальних послуг на одного мешканця, ліквідація значних диспропорцій у здійсненні бюджетних видатків за окремими територіями [6]. Багато інших науковців досліджували нерівномірність розміщення ресурсів але спробуємо переоцінити проблему через призму досягнень реформи децентралізації.

Усунення диспропорцій у бюджетному забезпеченні території відбувається за допомогою механізму фінансового вирівнювання. Цей механізм має бути узгоджений з законодавством, а його цілі мають бути визначеними та орієнтуватися на депресивні територіальні громади, що мають потребу у фінансуванні.

Об'єктивними причинами необхідності фінансового вирівнювання є різниця в податкових надходженнях, компенсація видатків на надання суспільних благ із значними зовнішніми ефектами. Також це нерівномірність територіального розміщення продуктивних сил, що зумовлює нестабільність податкової системи. Зростає потреба передачі від центральної влади на місцевий рівень значної частини видатків, які не властиві цій території.

У фінансовому вирівнюванні розрізняють форми, методи та інструменти. До методів відносять переадресовані податки та бюджетні трансферти. До форм належать вертикальне та горизонтальне вирівнювання, вирівнювання видатків та доходів бюджетів. Серед інструментів виділяють закріплені та регулюючі податки, дотації, субвенції.

Розглядаючи ситуацію, що склалася у сфері фінансового забезпечення розвитку територій, доводить, що здійсненні дії в процесі реформування бюджетної сфери, не призвели до фінансової стійкості та самостійності місцевого самоврядування. В Україні активно застосовують трансфертний спосіб подолання вертикальних дисбалансів. Головним завданням трансфертів є розв'язання проблем

вертикальної незбалансованості. Розглянувши бюджет територіальної громади міста Харків можна зрозуміти, що лівова частка з них це загальнодержавні трансферти. Така ситуація склалась в більшості територіальних громадах.

За умов, що територіальні громади все одно не залежно від фінансового результату отримують трансфертні платежі, збільшує кількість дотаційних територій. Для прогресивних територій також є негативні сторони, збільшення фінансового надлишку призведе до зростання вилучень на користь депресивних регіонів. Так втрачається стимулювання нарощування дохідної бази конкурентоспроможними територіями.

Хоча фінансове вирівнювання має багато недоліків відмовитися від нього сьогодні неможливо. Нерівномірність територіального розміщення продуктивних сил, потреб різних територій. Вплив мають і природно-кліматичні, історичні, географічні та інші чинники. Фіскальні дисбаланси, що виникають під їх дією, вимагають відповідного врегулювання з боку держави, яка повинна забезпечити дотримання встановлених у країні соціальних гарантій, принаймні на мінімальному рівні.

Необхідно розширити політику децентралізації, щоб надати місцевим бюджетам більше самостійності у площині формування дохідної бази. Та розробити систему яка активує економічний потенціал і зробить регіони конкурентоспроможними. За допомогою таких заходів можливо збільшити власні доходи областей, для підвищення економічного розвитку в країні.

На сьогодні Україна не здатна безпосередньо дотримуватися механізму децентралізації. Тому потрібно шукати нові підходи до вирішення проблем міжбюджетних трансфертів, намагатися діяти не на повне вирівнювання бюджетів, а залишати дисбаланс для відновлення конкурентоспроможності.

1. Киреленко О.П. місцеві фінанси:[підручн.] / О.П. Кириленко, О.Р. Квасовський, А.В. Лучка. – К.: Знання, 2006. – 677с.

Керівник: Котенко Н. В., доцент

TRAVELERS` DISEASES

Golub I.O., student of Medical Institute SumDU, group M-702

It is interesting to know that nowadays many people like to travel around the world, but some of them know that apart from wonderful landscapes and amazing photos they can catch an illness. But in most cases this kind of diseases is endemic and people who live in this climate conditions can be ill.

The list of such diseases is large: Middle East respiratory syndrome, Dengue fever, Zika virus, Avian flu, Yellow fever, Chikungunya virus disease, elephantiasis, polio, Omsk hemorrhagic fever, trypanosomiasis and others. All of these diseases are dangerous, especially for tourists. But we will consider the newest diseases.

To begin with the most widespread disease mainly in Brazil and banana`s republics. This disease is known as Zika virus. Reason – Aedes mosquito, which lives in these countries and like hot and moist climate. The incubation period (the time from exposure to symptoms) of Zika virus disease is estimated to be 3–14 days. The symptoms of this illness are joint pain, rash, fever and conjunctivitis. It is undeniable that bad consequences are for pregnancy women, because their future child will have severe birth defects as severe microcephaly where the skull has partially collapsed. Both babies with and without microcephaly can have eye problems.

One should not, however, forget that Chikungunya virus is spread in Africa, Asia, Europe, the Indian and Pacific Oceans. It is true that Chikungunya virus is spread to people by the bite of an infected mosquito. The most common symptoms of infection are fever, joint pain, headache, muscle pain, joint swelling, or rash. Symptoms usually begin 3–7 days after being bitten by an infected mosquito. As well, Middle East respiratory syndrome, also known as camel flu, is a respiratory infection caused by the MERS-coronavirus. Moreover, people who want to visit Arabian countries must remember about this respiratory infection. This illness was first recognized in Saudi Arabia in 2012 and this virus is a new one. The MERS-virus can spread from camels to humans and as a rule it presents with severe acute respiratory illness, which can lead to death. The usually symptoms are fever, cough, diarrhea, vomiting and muscle aches.

The last cases of MERS in 2019 were happened at the end of November. MERS-virus inhabits not only Arabian countries. In 2018 one case of MERS was registered in the Republic of Korea. It was discovered in a

tourist, who recently came from Abu Dhabi. For the Korean doctor`s this case was not easy, because up to this point there were no such patient`s with suchlike clinical picture. Unfortunately, this tourist was died. What is more, Ebola virus disease, second title is Ebola hemorrhagic fever, is real dangerous disease. This virus was first discovered in 1976 near the Ebola River where the Democratic Republic of Congo (Africa) is now. Ebola virus spreads to people through direct contact with bodily fluids of a person who is sick with or has died from EVD. Ebola fever is often characterized by the abrupt onset of fever, intense weakness, headache, and sore throat. And there is still no proven cure for EVD. «In this year fourteen new confirmed cases were reported from the Democratic Republic of the Congo. It is true that these cases were reported from Beni, Mabalako and Musienene Heath Zones» – said correspondent of WHO. Omsk hemorrhagic fever is endemic disease of Siberian region (Russia). It is named for an outbreak in Omsk. This infection was found in Western Siberia in 1945 year. The reason is Omsk hemorrhagic fever virus or OHFV, a member of the Flavivirus family. As a rule, patient`s feel chills and may experience effects on the central nervous system. Typical symptoms include hypotension, conjunctival suffusion, dehydration and symptoms relating to the stomach and intestines. The main hosts of this virus are rodents like the muskrat *Ondatra zibethicus*. OHFV can spread through milk from infected goats. Blood, feces or urine of a dead or sick muskrat is a source of infection. Wuhan coronavirus or and Wuhan seafood market pneumonia virus was found in 2019 year and at this moment 17 people from China were died because of 2019-nCoV. Likewise Wuhan coronavirus afterwards spread to Taiwan, Vietnam, South Korea and Singapore. Typical symptoms comprise fatigue, shortness of breath and dry cough. From these facts we can conclude that there is no cure for Zika virus and related diseases; there is no vaccine to prevent or cure Chikungunya virus. And unluckily, today camel flu and EVD are not treated either. The other side of the coin is, however, that the task of scientists is to find medicines against these "human killers", and the main task of tourists is to preserve life and health. The main rule before each trips is a consultation with a doctor, who recommend you any vaccine or prevention as vitamins, or immunomodulatory drugs. So, sickness comes in haste and goes at leisure.

Supervisor: Dunaeva M.M.

МІСЦЕВЕ ОПОДАТКУВАННЯ ЗА КОРДОНОМ

Білан А. В. студентка; СумДУ, група Ф-81, м. Суми

Більшість людей, як Україна, так і світу зустрічалися з місцевими податками і найчастіше в якості платника. Не скажу, що всі були щасливі в той момент, адже кому сподобається віддавати гроші зароблені «потом і кров'ю»? Крім цього місцеві податки, як і загальнодержавні дуже важливі для держави, особливо в його економічно-соціальной сфері. Я, як людина, яка вивчила це питання, вважаю, що ні одна держава не зможе протриматися «на плаву», якщо скасує всі податки в принципі. Адже навіть самий неписьменна людина знає, що ці ж податки держава витрачає на важливі цілі, в тому числі медицина, освіта, оборона, а це безпосередньо пов'язано з громадянами країни, тобто по суті гроші витрачаються на нас самих і ми не на зовсім з ними розлучаємося.

Думаю варто спочатку розібратися які місцеві податки є в Україні. У нашій країні є два місцеві податки: єдиний податок і податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, крім того місцева влада може стягувати декілька зборів :туристичний збір, збір за місця для паркування транспортних засобів та збір за провадження деяких видів підприємницької діяльності. Не буду зупинятися на податках України, адже тема моєї роботи місцеві податки за кордоном.

Розглянемо як йдуть справи з місцевими податками в США. Ця країна має кілька рівнів влади: федеральні, штатні і місцеві органи. Кожен з цієї трійці стягує свої податки. Нас зараз цікавить місцевий рівень. Отже, податки на майно наших американських друзів практично повністю є місцевими. Місцеві органи влади залежать від податків на нерухомість, оскільки вона займає найбільшу частину податкових надходжень. Так, наприклад, в 2006 році вони становили 72% місцевих податкових зборів. Також до місцевих податків можна віднести податок з продажів, в середньому забезпечує близько 11% з усіх місцевих податків [1].

У 2006 р. Їх було 97 відсотків доходу від податку на нерухомість, зібраного в США. Решта 3 відсотки було зібрано державою. Місцеві органи самоврядування залежать від податку на нерухомість для своєї найбільшої частки податкового доходу.

Говорячи про місцеве оподаткування Європейських країн, то місцеві бюджети країни Європи здебільшого наповнюють

надходженнями від оподаткування нерухомого майна (в т. ч., землі), частка яких сягає третини, а то й перевищує половину усіх податкових надходжень місцевих бюджетів. В Україні ж вона порівняно невисока – 13% (в т. ч., майже 10% – від оподаткування землі) [2].

Проте існують країни з обмеженим переліком місцевих податків та зборів. Варто зазначити, що у Великій Британії податки на нерухоме майно забезпечують 100% доходів місцевих бюджетів, тобто стягується взагалі лише один податок з нерухомого майна – землі, будівель, крамниць, установ, заводів і фабрик, причому сільськогосподарські угіддя та будівлі на них, а також церкви не оподатковуються.

В Японії є три основні види місцевих податків: підприємницький, який нараховується на прибуток, корпоративний муніципальний податок та зрівняльний податок, який є фіксованою сумою податку, розмір якої залежить від розміру капіталу юридичної особи та чисельності працюючих [3].

Ще одним джерелом фінансування місцевих бюджетів в зарубіжних країнах є поточні платежі, які надходять від осіб за визначені товари чи послуги, найважливішими з них є водопостачання, каналізація та збір сміття. Місцевими органами влади ліцензується право на продаж продуктів, спиртних напоїв, тютюнових виробів, володіння ресторанами. Видаються ліцензії на право використання автомобілів, мотоциклів, утримання домашніх тварин [3].

Я вважаю, умови зарубіжного місцевого оподаткування потрібно перейняти Україні, судячи з досвіду інших країн, до місцевих податків можна віднести такі платежі як податок на доходи фізичних осіб та інші поточні платежі. Отже, потрібно пам'ятати, що податки в цілому це не є погано, адже наші кошти, по суті витрачаються на нас самих в тому числі на виплати пенсії, медицину, освіту, оборону.

1. [Електронний ресурс] – Режим доступу <https://www.ncsl.org/documents/fiscal/statefederalandlocaltaxes.pdf>
2. [Електронний ресурс] – Режим доступу <https://novakahovka.city/read/experiance/47379/na-chomu-zaroblyayut-miscevi-byudzheti-v-krainah-evropi-ta-v-ukraini>
3. [Електронний ресурс] – Режим доступу http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/8_1_2016ua/6.pdf

Керівник: к.е.н., Котенко Н. В., доцент

ПОКАЗНИК КОНВЕРСІЇ В ОЦІНЦІ ЕФЕКТИВНОСТІ ВОРОНКИ ПРОДАЖ

Шумер Н.І., студентка; СумДУ, гр. МК-71/2-8

Кожен етап воронки продаж характеризується здійсненням певної цільової дії потенційним клієнтом. Однак, у процесі взаємодії з потенційним клієнтом існує ризик його втрати на одному із таких етапів. Таким чином, з метою визначення ефективності рекламної кампанії, доцільним є оцінка ефективності її роботи на кожному етапі воронки продаж за допомогою розрахунку показника конверсії (CR – conversion rate). Варто зазначити, що конверсією являється показник, який показує відсоток здійснених цільових дій (наприклад покупок, замовлень тощо) до їх загальної кількості за певний період часу. При цьому даний показник характеризує якість роботи рекламної кампанії, а саме: на скільки правильно були проведені попередні етапи воронки продажів; чи правильно були обрані канали і рекламні оголошення; чи були вони показані цільовій аудиторії (ЦА). У свою чергу, чим вищий показник конверсії, тим ефективнішою являється рекламна кампанія.

Тому, з метою підвищення конверсії, необхідно: розробляти рекламне оголошення відповідно до поставлених цілей; покращувати контент (наприклад, текст, якість зображень, 3D-моделі товарів, відеороликів тощо), з метою підвищення рівня інтересу ЦА; покращувати юзабіліті сайту; побудувати логічну навігацію по сайту; розміщувати на сайті відгуки користувачів; описувати процес роботи з клієнтом; формувати образ надійного партнера; забезпечити професійний дизайн сайту; розміщувати зручні та зрозумілі кнопки заклику до дії у вигляді тексту, зображень, форми зворотного зв'язку, онлайн-консультанта, тощо; автоматизувати персоналізацію сайту для динамічного відображення контенту і пропозицій, які цікаві конкретному відвідувачеві, тощо.

Таким чином, показник конверсії дозволяє визначити в якій мірі витрати рекламної кампанії є доцільними. Більше того, розрахунок даного показника дозволяє відхилити ті канали, які приносять мало конверсії, посилюючи ті, які виявились ефективними, що, як наслідок, дозволяє оптимізувати бізнес діяльність.

Керівник: Ус Я.О., *викладач-стажист кафедри маркетингу*

ЗАСОБИ ТОВАРНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Самоїленко А.Д., студентка; СумДУ, гр. МК-81

Через перенасичення ринку, постійне розширення та поглиблення асортименту буває важко розібратися у великій кількості товарів, зробити правильний вибір, не маючи повної і достовірної інформації про товар, але саме завдяки засобам товарної інформації, можна навчитись зчитувати інформацію на товарі і обирати найкращий.

Товарна інформація - це відомості про товар та його основні характеристики призначені для користувачів-суб'єктів комерційної діяльності.

До товарної інформації є 3 вимоги, які формують правило «3Д»:
достовірність, доступність, достатність

Залежно від призначення інформація поділяється на 3 види: основоположна, комерційна та споживча.

Для того, щоб довести інформацію про товар до суб'єктів ринкових відносин використовують різноманітні форми: словесну, цифрову, образотворчу, символічну, штрихову. Кожна з форм має свої переваги та недоліки.

Інформація про товар доводиться до споживачів завдяки інформаційним ресурсам, спеціальній літературі (довідники, словники, наукова література, науково-популярна література), маркуванню, рекламі (буклети, каталоги, листівки, рекламні щити, ЗМІ, телебачення, радіомовлення), або іншим способом прийнятими для окремих видів товарів.

Інформаційні ресурси являють собою цілісну сукупність окремих документів і масивів документації в інформаційних системах - бібліотеках, архівах, фондах, інших інформаційних системах. До них відносяться: Нормативні документи, Технічні документи, Товарно-супровідні документи, Проектна документація, Конструкторська документація, Документи поставки продукції на виробництво.

Маркування є важливим елементом продуктової політики компанії. Маркування - частина інформації про продукт, яка наноситься виробником або продавцем безпосередньо на продукти, контейнери, етикетки, упаковку, щоб ідентифікувати і надати покупцеві інформацію про кількісні та якісні характеристики продуктів. Порядок

і правила маркування окремих видів товарів відображені в нормативно-технічних документах. Основні функції маркування: Інформаційна; Ідентифікаційна; Мотиваційна; Емоційна. При маркуванні наноситься короткий текст, спеціальні знаки, малюнок: штрих-коди, символи, тривимірні зображення, товарний знак, знаки відповідності, екологічні знаки, попередження та інші інформаційні знаки. Деякі з них автором було розглянуто детальніше.

Важливим елементом маркування є штрих-код. Інформація, що міститься в штрих-коді, призначена для продавців і споживачів. Штрих-код потрібні при проведенні зовнішньоторговельних операцій, сертифікації імпортованих товарів.

Товарний знак є одним з ключових інструментів маркетингу, візитною карткою компанії і являє собою офіційно зареєстроване і спочатку розроблене графічне зображення, оригінальне ім'я, спеціальну комбінацію цифр, букв або слів, якими компанія привласнює свої продукти і які забезпечені правовим захистом.

Основними цілями товарного знака є:

- ідентифікація товарів (послуг) виробника або продавця і їх відмінність від товарів (послуг) інших виробників або продавців;
- захист виняткових прав виробника або продавця на використання товарного знака та емблеми.

Знаки відповідності - назви, нанесені на продукт або упаковку для підтвердження того, що якість продукту відповідає вимогам стандартів або інших технічних документів. Мета знака відповідності - вказати ідентифікацію продуктів та оцінку їх відповідності вимогам безпеки незалежними третіми сторонами. Знаки відповідності діляться на національні, регіональні та транснаціональні. Національні знаки відповідності зареєстровані національними стандартами і органами сертифікації національним законодавством.

Отже, до засобів товарної інформації відносяться інформаційні ресурси, спеціальна література, маркування, реклама. Інформаційні ресурси включають нормативні, технічні, товаро-супровідні документи, проектну та конструкторську документацію. Дуже важливим засобом товарної інформації є маркування, яке включає в себе такі важливі елементи як: штрих-коди, товарний знак, знаки відповідності і тд.

Керівник: Бондаренко А.Ф., доцент

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕКЛАМИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧІВ

Устинова А.С. студентка, СумДУ, Група МК-81/1

У сучасному світі реклама є невідмінною частиною усіх аспектів життя. Щодня ми бачимо безліч рекламних оголошень на білбордах, по телебаченню, в Інтернеті та багатьох інших джерелах. Таким чином, реклама відіграє важливу роль у формуванні та зміні потреб споживачів.

Без засобів просування товарів, мало хто б знав навіть про найпопулярніші бренди. При цьому рекламна діяльність вносить вклад у розвиток економіки та забезпечує ефективне просування нових товарів та послуг.

Варто зазначити, реклама з'явилася у період зародження торгівельних відносин ще до винаходу грошей. Першими промоутерами вважалися ринкові торговці, які зазивали покупців до своєї крамниці. Слово «реклама» походить від латинського слова *Reclamare*, що означає «стверджувати, вигукувати, викрикувати, волати». Таким чином, реклама спрямована на збільшення прибутку компанії та обсягу реалізації товарів і послуг, за рахунок високої ефективності та комунікативності створюваних рекламних повідомлень.

Дослідження показують, що саме реклама допомагає у формуванні та зміні потреб споживачів. Більшість людей може не потребувати певних товарів чи послуг, до того як побачить рекламу. Реклама є одним з основних важелів торгівлі. Вона надає змогу дізнатися про новинки та визначитися з вибором у безмежному просторі асортименту.

Основна мета реклами зазвичай полягає в тому, щоб вплинути на купівельну поведінку споживачів, а також допомогти у формуванні та зміні потреб. У більшості випадків на купівельну поведінку споживачів впливає симпатія чи неприязнь до реклами будь-якого продукту. Поведінка споживачів стосовно продукту повністю залежить від реклами, без урахування особливостей продукту. Споживачі більш мотивовані купувати товар, який вони бачили в рекламі; вони також відчують себе в безпеці при купівлі продукту, рекламу якого вже зустрічали. Завдяки рекламі, покупець розвиває довіру до рекламованого бренду. Саме тому, реклама – є одним з найліпших маркетингових інструментів для збільшення продажів.

STRATEGIES FOR DIGITAL TRANSFORMATION

Voskoboinyk Tymofii, *student*; SumDU, gr.M-91an/1y

Over the last decade, the world has changed significantly. Online retailing and online banking, airline and tour booking through aggregators, or calling a taxi through mobile applications have become a daily reality.

Therefore, companies around the world are undergoing digital transformation as they are tasked with improving business processes and developing new opportunities and business models. By automating, standardizing and globally sourcing processes, organizations can become more agile, more responsive to changes in demand, and better able to increase and sustain profitability [1].

Strategy plan is more important than technologies, according to the MIT Sloan report. And they have some facts to confirm their opinion.

Digital is just not going to cut anymore. Only 15% [2] of respondents from early-stage digital transformation companies say their company has a clear digital transformation strategy. While for developed companies, where digital technology has primarily helped transform business models and processes, their numbers exceed 80% [2]. The fact that the company is digital seems like a main factor for potential employees today. They are considering digitally transformed companies as one of the important aspects to seek any job in the organization.

Organizations must ask themselves three basic questions, that describing digital business transformation: firstly, what they need to transform; secondly, why they need to transform; thirdly, how they can transform.

1. Digital transformation is the integration of modern technologies into business processes in order to optimize and accelerate them. In practice, this means setting up modern digital communication channels, using artificial intelligence to process large data sets, robotizing and automating routine operations, which increases the productivity of every employee.

2. The need for business transformation may be caused by external market changes such as outdated organization's products or services, changes in funding or revenue streams, or increased competition in the market.

Organizations are implementing digital transformation: to increase revenue or market share; to improve customer satisfaction; to cut costs or escape the debt.

3. As with any transformation all employees have to understand what they need support. Managers and boards of your company should report that moving to digital is the right strategy, outlining the right results and showing the right course of development. Besides, you need to make testing and implementing changes, usually gradually, typically over several years. It's very important to identify not just capabilities, but competencies. Organization needs data scientists, full-stack developers, user experience experts, and so forth. It means that workers must be developed in different directions. Companies need to set options around digital transformation that allow them to constantly check hypotheses, gain working knowledge, and adapt or reject experiments along the way.

Every business and organization face the risk of unexpected adverse events that could cost the company money or lead to its permanent closure. Risk management will allow you to try to prepare for the unexpected by minimizing the risks and additional costs before they occur. You need to prepare for cultural changes. Overlooking cultural change is the biggest mistake in a digital transformation. Success can only come through careful orchestration of organizational capabilities.

Digital transformation is the difficult way. Without a clear strategy and vision, it is impossible to successfully digitally transform a company of any size, you need to understand exactly how digitalization will help the company move in the right direction and achieve its goals. It is important to understand that digital transformation is a long-term project that requires a systematic and serious approach. But even after the successful implementation you need to constantly develop the company with providing the latest technologies and inventions.

1. Code Halos, John Wiley & Sons, A Framework for Digital Business Transformation, 2014.
2. G. C. Kane, D. Palmer, A. N. Phillips, D. Kiron and N. Buckley, "Strategy, Not Technology, Drives Digital Transformation" MIT Sloan Management Review and Deloitte University Press, July 2015.

Supervisor: Humenna Yuliia, PhD.

МАРКЕТИНГ XXI СТОЛІТТЯ

Здойма А.Д., студент; СумДУ, гр. МК-71/2-8

Стрімкий розвиток Інтернету змінив не тільки життя людей, а й «правили ведення бізнесу». При цьому майже кожна компанія працює частково, або повністю в Інтернеті. Більше того, у бізнес-середовищі існує така думка, якщо компанія не представлена в Інтернеті, вона невидима для споживача.

Таким чином, XXI століття є революційним для маркетингу, адже класичні засоби та прийом стають менш ефективними, або взагалі втрачають свою ефективність. Під впливом Інтернету з'являється такий вид маркетингу як інтернет-маркетинг, тобто традиційний маркетинг починає поступово «переходити в інтернет», де знаходяться потенційні клієнти. Варто відмітити, що сучасний інтернет-маркетинг представлений комплексом наступних інструментів, таких як: ремаркетинг; контекстна реклама; таргет-реклама; SEO-просування; YouTube-просування; просування в соціальних мережах або SMM, email-маркетинг; контент-маркетинг; мобільний маркетинг тощо.

При цьому вищенаведені інструменти інтернет-маркетингу тісно пов'язані між собою. Так, кожен інструмент можна використовувати окремо, але максимальний ефект досягається при їх поєднанні.

Інтернет-маркетинг можна вважати маркетингом XXI століття. Так, класичний маркетинг вже не приносить того ефекту, що приносив раніше, адже величезна кількість потенційних клієнтів знаходиться в Інтернеті. При цьому, інтернет-користувачі можуть навіть не підозрювати, що їм рекламується певний продукт та закликають до здійснення цільової дії, де гарним прикладом є нативна реклама.

Таким чином, компаніям суттєво важливо розвивати інтернет-маркетинг, який збільшить кількість нових клієнтів, та, як наслідок, прибуток в декілька разів. Отже, інтернет-маркетинг повинен бути завжди в «тонусі», жити одним життям з потенційним споживачем, знати всі його звички, побажання, проблеми та запити. Ці правила є постійними та необхідними, аби задовольняти попит та формувати новий.

Керівник: Ус Я.О., викладач-стажист кафедри маркетингу

СУБСИДУВАННЯ ВИТРАТ НАСЕЛЕННЯ НА ПОСЛУГИ ЖКГ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА РЕАЛІЇ УКРАЇНИ

Коваль В.А., студентка; СумДУ, гр. Ф-81

Дані офіційної статистики показують, що кількість домогосподарств, які подають заявки на отримання субсидії, так і одержують її неухильно скорочується з року в рік. Субсидії для відшкодування витрат на оплату житлово-комунальних послуг в грудні 2019 року одержували 3283,6 тис. домогосподарств. Раніше Держстат повідомляв про те, що в січні 2019 року субсидії отримували 3649,0 тис. домогосподарств. У 2018 році субсидії отримували 6,538 мільйона домогосподарств, що в свою чергу на 25,8% менше, ніж в 2017 році.

Скорочення загального числа громадян, які отримують субсидію на оплату послуг ЖКГ в реаліях України може свідчити не стільки про зростання фінансового благополуччя населення, скільки про закручування гайок і наведення порядку в цьому питанні з боку держави. При цьому питання справедливості і ефективності чинного механізму субсидування населення залишається відкритим. У зв'язку з цим особливої актуальності для України сьогодні набувають питання оптимізації політики держави у сфері соціальної підтримки населення з урахуванням передового досвіду в цій сфері високорозвинених європейських країн.

У Франції, наприклад, як у більшості цивілізованих країн Європи відсутні будь-які субсидії на оплату житлово-комунальних послуг, але можуть надаватись субсидії на оренду житла. Розмір допомоги залежить від декількох факторів, зокрема, площі і типу житла, вартості оренди, сімейного стану заявника його віку, кількості проживаючих у помешканні, заробітної плати, тощо.

У Німеччині існують так звані програми Wohngeld - гроші на оплату житла, які, як правило не покривають всієї вартості послуг, а є лише доплатою. Сума допомоги розраховується за спеціальною формулою і залежить від конкретної ситуації: враховуються сумарний місячний дохід, кількість людей в сім'ї, вартість оренди з урахуванням середньої вартості оренди житла в регіоні.

У Королівстві Бельгія соціальним захистом і допомогою нужденним громадянам займаються публічні центри соціальної діяльності (CPAS), які функціонують при місцевих органах влади в форматі своєрідних кас взаємної допомоги. Допомога ця індивідуальна і враховує конкретні умови, в яких перебувають сім'ї або самотні люди. Окремих субсидій на оплату комуналки в країні немає.

У Польщі, на відміну від західних сусідів, існує окреме субсидування ЖКГ - це так звана «житлова надбавка» - доплата за житлово-комунальні послуги, які підсумовуються разом: холодна і тепла вода, центральне опалення, каналізація, вивіз сміття. В цілому надання «добавки» мало поширене і стосується лише декількох відсотків громадян.

Характерною особливістю політики держави у сфері субсидування витрат громадян на ЖКГ у 2019 році стало певне коригування самої процедури призначення субсидії. До таких змін можна віднести порядок розрахунку доходів домогосподарства, який тепер для розрахунку житлової субсидії враховує нараховані доходи всіх громадян, зареєстрованих в квартирі або будинку, а також враховує доходи непрописаних в цьому домогосподарстві членів сім'ї - наприклад, непрописаного чоловіка в т.ч. і колишнього. Але при цьому соціальні норми житла та соціальні нормативи на ресурси на непрописаних членів сім'ї не розраховуються. Тобто доходи таких людей додаються до загального доходу сім'ї, а витрати за нормами - не беруться до уваги.

Виникає стійке відчуття, що політика субсидування витрат громадян на оплату послуг ЖКГ з кожним роком стає все менше персоналізованою і справедливою, а реалізація ключової функції такої політики у вигляді соціального захисту населення та підвищення ефективності витрат домогосподарств на послуги ЖКГ досягається за допомогою «примусу до економії» внаслідок тотального скорочення числа претендентів на такі виплати, що однозначно свідчить про необхідність гармонізації відповідного механізму відповідно до міжнародних стандартів і практики їх реалізації.

Керівник: Ілляшенко Т.О., доцент

ДОСТУПНЕ ЖИТЛО: ПОШУК АЛЬТЕРНАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ БУДІВНИЦТВА

Дарченко К.А., студентка; СумДУ, гр. Ф-81

Протягом останніх шести років в Україні обсяги введення в експлуатацію житла економ-класу постійно збільшувалося. Незважаючи на вражаючі результати житлового будівництва придбання квартири залишається недоступною розкішшю для більшості українських людей.

Аналіз класичних схем фінансування таких соціально значущих проєктів, як зведення доступного житла слід починати із дослідження змісту самої категорії «доступне житло». Як показує вітчизняна нормативно-правова база, чіткого і однозначного терміну, який би повністю розкрив зміст цієї категорії сьогодні не існує. Програма «доступне житло» лише означає надання суб'єкту звернення можливості купувати житло з компенсацією від держави. При цьому ставка відсотку компенсації вартості аж ніяк не залежить від техніко-експлуатаційних характеристик такого житла, місця його розташування, рівня комфорту та його ринкової вартості. Важливим є лише статус позичальника: тимчасово-переміщені особи та учасники АТО можуть претендувати на 50% компенсацію вартості житла, а ті громадяни, які потребують покращення умов проживання, але не відносяться по зазначених вище категорій – лише на 30%.

Аналіз довжини черги із бажаючих прийняти участь у зазначеній програмі та динаміки її просування у розрізі окремих областей України засвідчує той факт, що державі не в повній мірі вдалося побудувати саморегулюючий механізм підтримки нужденних. Внутрішньо-переміщені особи чомусь тяжіють в основній своїй масі до переселення у столицю, або інші міста-мільйонники, створюючи додаткове непосильне навантаження на соціальну сферу цих міст і претендуючи на державне фінансування власних потреб у забезпеченні житлом в межах конкретних територій. Потреба така породжує і поглиблює існуючі територіальні диспропорції у розподілі обмежених фінансових ресурсів держави.

Фінансування зведення доступного житла сьогодні відбувається безпосередньо за рахунок двох джерел: власних коштів майбутніх

власників житла і державного фінансування. При цьому як порядок формування самої черги із числа бажаючих прийняти участь у програмі, так і механізм розподілу державних коштів в процесі вибору забудовника і конкретного об'єкту фінансування будівництва не є абсолютно прозорими.

Виправити зазначені вище недоліки достатньо просто і може цьому сприяти відмова від радянського досвіду розподілу обмежених фінансових ресурсів через механізм черг і лімітів та запровадження конкурсного механізму розподілу ресурсів за критерієм мінімізації витрат держави на один метр загальної площі житлового приміщення, зведення якого субсидується. Це дозволить автоматично ранжувати черговість отримання компенсації таким чином, що першими її будуть отримувати ті заявники, які погоджуються на мінімально можливу участь держави у фінансуванні зведення житла і далеко не у самих дорогих з точки зору ринкової вартості житла регіонів.

В основу запропонованого механізму розподілу державного фінансування на зведення доступного житла може біти покладено механізм аукціону на пониження, який має стартувати із статистично визначеного для кожного регіону України показника опосередкованої вартості будівництва. Як, очікується, гроші за результатами проведення аукціону будуть спрямовані на реалізацію тих проектів, які продемонструють найменшу із запропонованих вартостей будівництва житла в розрахунку на один квадратний метр загальної площі будівлі з урахуванням розміру власного вкладу позичальника, який буде визначатися ним персонально. Логіка проста: той, хто готовий сплатити, наприклад, 90% вартості будівництва – отримає кредит раніше ніж той, хто чекатиме більшого внеску з боку держави. Таким чином вдасться по-перше, максимізувати кількість домогосподарств, яким буде надано адресну допомогу державою, і, по-друге, одночасно стимулюватиметься ефективно витрачання як власних, так і державних коштів.

Іншою ідеєю, яка дозволить як оживити будівельну галузь України в цілому, так і залучити гроші невеликих інвесторів є пропозиція співфінансування об'єктів будівництва через онлайн платформи, які широко використовуються сьогодні для фінансування стартап проектів.

Керівник: Ілляшенко К.В., доцент

HAPPY PLANET INDEX IN INTERNATIONAL ECONOMIC ANALYSIS

Zaika K., student; SumDU, gr. ME-92a.an

The Happy Planet Index (HPI) is an important measure in international economic analysis. The official website of this ranking states that “The Happy Planet Index measures what matters: sustainable wellbeing for all.” This index demonstrates the extent to which the nations were able to achieve happiness and sustainability for their citizens. The issue of measuring the happiness and the reliability of its definition was studied by a UK-based economic think tank NEF scientists who then designed the Happy Planet Index.

To provide reliable economic analysis researchers use lots of indexes. At the same time, HPI seems to be a subjective assessment. However, it considers 12 variables and the correlation between some of them is relatively strong, e.g. GDP per capita and life expectancy. To get this index, questionnaire for representatives from each country is used, it «asks respondents questions about how they feel their lives are going overall». Then, to calculate the resulting index, the following formula is used:

$$\text{HPI} = (a * b * c) / d, \quad (1)$$

where a – wellbeing, b – life expectancy, c – inequality of outcomes, d – ecological footprint. It considers the rate of wellbeing, life expectancy, inequality of outcomes and ecological footprint. It is proved, that these factors have a huge impact on the happiness of the citizen and the general situation in the country, as well. This index is calculated with taking into consideration inequality of outcomes that gives an opportunity to reduce several errors. As well, data, used in the calculations is taken from several different resources, so the position of the country in the rate can be dependent on the accuracy of data of these resources.

But, it is hard to state what is happiness in general, for example Vietnam`s economic development is low, but they are on the 5th place due to long life expectancy, low inequality and positive ecological footprint. However, at the same time, China with a higher general development level is on the 72th position. Thus, it can be stated that the index depends on many other factors general mentality of citizens, their values and traditions, general level of income and so on.

As it was mentioned before, the correlation between these two indicators - GDP per capita and life expectancy is relatively strong as these two variables are concordant. That is the reason why this index provides us with more accurate information about the development of the country. The results of the survey, used for calculation of this index, may be applied to really different needs. The official website of The Happy Planet Index states, that the subjectivity of this index gives an opportunity to predict various outcomes – “from how long someone will stay in a job or stay married, to how long they live, to the results of elections.” So, now sociologists, psychologists and economists regularly use these data in their researches. As well, it is becoming more popular by policy makers to use these data to do right decision-making.

Nevertheless, Happy Planet Index cannot be a universal parameter that describes countries' wealth. It is necessary and possible to narrow down the area of analysis to one branch of economy, lifecycle or production. That can help to make this index more accurate and give wider information about the country situation for analytics and new opportunities both for international business and for the government. Also, within the variety and specifics of the international economic trends, it can appear appropriate to consider this index in the light of other indicators, which in turn may lead to clearer results. It can also be suitable to add more categories of ranking, considering mentality of the countries, their local traditions and values. As well, it could be possible to diversify rankings and to adjust their number to provide analysts and researches with more accurate and diversified information about the current situation in the countries of the world. Also, the official HPI source gives rankings for lots of countries, but not for all. So, the information that can be taken from the HPI for the all world cannot be considered completed.

To sum up, the HPI can be used in international economic analysis in the variety of fields for different aims. Aims may vary from the one to better understand the situation in a country and further opportunities in it to the elections results forecasting or predicting the future ecological situation in the country due to anthropogenic activity of citizens. In whole, this index is used to measure the wellbeing of the planet, but not only the personal happiness.

Head: *PhD, O.M. Zamora, assoc. professor, Department of IER, ERI of
BT "UABS", SumDU*

КОМАНДНИЙ ДУХ

Лісовська Д.В., *студентка*; СумДУ, гр. М-71

Проблема формування і існування командного духу є актуальною для всіх видів діяльності у будь-якій сфері. При цьому командою являється певна група осіб, що взаємодіють між собою та виконують певну роботу задля досягнення спільно поставленої мети. Слід зауважити, що це не просто група осіб. Командою можна назвати лише тих, хто отримує задоволення від процесу роботи, підтримує своїх колег та працює злагоджено, не випереджаючи і не відстаючи один від одного. Досить важливими є взаємовідносини (як формальні так і неформальні) між членами команди, їх згуртованість, сумісність цінностей, характерів, інтересів, адже це є фундаментальними чинниками для створення командного духу. Цей елемент несе неабиякий вплив на роботу персоналу. За наявності невирішених конфліктів, негативних емоцій, недружелюбного ставлення, роздратування вся робота буде перериватися з'ясуванням стосунків між людьми. Таким чином, для формування позитивного командного духу керівники чи менеджери або лідери запроваджують неформальні зустрічі, святкування тощо.

Наявність командного духу є досить важливою не лише для керівника (організації), а і для кожного члена команди. Головним критерієм при пошуку роботи можуть бути люди, з якими доведеться працювати, адже колеги можуть стати один для одного друзями, з ентузіазмом і задоволенням навчати основам роботи. Кожного разу, йдучи на роботу, працівник має бажати зустрітися зі своїми колегами. Здавалося, все банально і просто і ніщо не може цьому завадити. Однак, можливим є поява в колективі осіб, які можуть порушувати злагодженість командної роботи, провокувати виникнення конфліктів, що знищує мотивацію серед працівників.

Отже, ситуація в команді залежить не лише від її членів, а і від умов, в яких вони працюють і лідера чи керівника та того, чим він вмотивований: достатньою кількістю робітників чи створенням правильної атмосфери в команді.

Керівник: Таранюк К.В. *старший викладач кафедри управління*

SMM ЯК ДІЄВИЙ МЕТОД МАРКЕТИНГОВОЇ ВЗАЄМОДІЇ З КЛІЄНТАМИ

Здойма А.Д., студент; СумДУ, гр. МК-71/2-8

У сучасній концепції інтернет-бізнесу існує чотири типи присутності в інтернеті, а саме: компанія має лише лендінг-сторінку для формування загального образу компанії; компанія має сторінку та особистий сайт, але не використовує мережу інтернет для продажу продукції; компанія продає товар як через інтернет, так і фізичні магазини; компанія здійснює свою діяльність повністю в інтернеті, без фізичних магазинів. При цьому кожна компанія може використовувати різні стратегії поведінки в інтернеті. Однак, у будь-якому випадку, компанії варто мати окрему сторінку в соціальних мережах для «живого» контакту з потенційними клієнтами. Тому, перед нею постає завдання правильного створення та модернізації вищезазначеної сторінки, що може бути вирішено за допомогою SMM (Social Media Marketing) – маркетингом у соціальних мережах.

Варто зазначити, що наразі SMM набув широкої популярності бізнес середовищі як на національному, так і міжнародному рівнях, адже SMM вирішує низку важливих питань, починаючи від створення сторінки і закінчуючи її наповненням. Однак, перше завдання SMM полягає у виборі соціальної мережі та, відповідно, формування для неї стратегії розвитку сторінки. Значну роль у веденні особистої сторінки в соціальній мережі має контент-план, який являє собою певний графік, на якому зображується точний день, дата та кількість постів, які будуть розміщуватись на сторінці. У свою чергу, без якісного контенту не можливо обійтись, адже він приваблює нових клієнтів, утримує їх на сторінці, а також сприяє тісній взаємодії з цільовою аудиторією. При цьому якщо всі, вищезазначені вимоги добре виконані та дотримуються, то слід запускати таргетовану рекламу, за допомогою якої можливо знайти цільову аудиторію та збільшити кількість підписників на сторінці в соціальній мережі.

Таким чином, можемо зробити висновок, що використання SMM є не просто інструментом, а необхідністю для компаній. Більше того, сторінка в соціальних мережах – це візитна картка компанії, де SMM формує лояльність до компанії та підтримує її імідж.

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ

Ігнащенко В.В., *студентка*; СумДУ, гр. М-71

Вирішення конфлікту – це сумісна цілеспрямована діяльність учасників конфліктної ситуації, що спрямована на усунення протидії та проблеми. При цьому порядок ліквідації конфлікту полягає у:

- визначенні учасників конфліктної ситуації;
- виявленні мотиву, цілей, особливостей характеру, професійної компетентності учасників конфлікту;
- визначенні головної причини виникнення конфліктної ситуації;
- вивченні первинних намірів та сприйняття конфліктуючими сторонами можливих методів вирішення конфлікту;
- виявленні відносин до конфлікту осіб, які беруть участі в конфліктній ситуації, але зацікавлених у його позитивному вирішенні;
- застосуванні різних методів вирішення конфліктної ситуації, адекватних характеру її причин, які враховують індивідуальні особливості осіб, конфліктуючих сторін.

У процесі врегулювання конфлікту, третя сторона залучається до вирішення протиріч між конфліктуючими сторонами. Таким чином, основними етапами врегулювання конфлікту є наступні дії:

- 1) виявити основні причини конфлікту, а не його приводи;
- 2) визначити міру впливу зовнішніх факторів (у даному випадку, доцільно розмежувати ділові аспекти конфлікту від міжособистісних);
- 3) виявити первинні мотиви входження осіб у конфлікт;
- 4) забезпечити неупередженість при аналізі конфліктних ситуацій.

У свою чергу, після врегулювання конфліктів можливими є наступні наслідки, а саме підвищення рівня транспарентності та взаємодовіри між сторонами конфлікту; забезпечення налагодження прямої взаємодії між конфліктуючими сторонами; організація відкритого обговорення способів вирішення конфлікту у процесі спільного аналізу ситуації, що склалася, тощо. Таким чином, вирішення конфліктів полягає розв'язанні суперечності, яка є основою виникнення конфлікту; перемога опонента, який дійсно має рацію.

Керівник: Таранюк К.В., старший викладач

ПРОБЛЕМИ В ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА ТА МЕТОДИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Гриценко К.С., студентка; СумДУ, гр. М-71

Світ менеджменту характеризується своєю різноманітністю і підпорядкований великій кількості поставлених перед ним завдань та факторів, тому менеджеру необхідно володіти низкою певних умінь і навичок. Сучасний менеджер повинен знати не лише фундаментальні основи менеджменту, а й швидко пристосовуватись до інноваційних змін. При розгляді даної проблеми, виділяємо основними проблемами менеджменту низьку якість, корумпованість та збільшення чисельності державних чиновників при постійному скороченні апарату управління. При цьому, нагальною проблемою є проблема управління персоналом, нестача кваліфікованих професійних кадрів.

При правильному підході до управління персоналом з урахуванням психології менеджменту, безсумнівно, результатом виступить ефективне функціонування підприємства у всій потужності кадрового потенціалу. Одним із методів підвищення ефективності сучасного управління є впровадження і застосування в організації креативного менеджменту. Так, креативне управління ставить перед собою ряд певних цілей для підвищення ефективності функціонування підприємства у вигляді: наділення людини певними знаннями, забезпечення її актуальною, своєчасною та правдивою інформацією; мотивація людини до творчого мислення, креативності в роботі; гарантувати права співробітника на результати своєї інтелектуальної діяльності; забезпечення прав та інтересів підприємства як економічної системи, що наділила співробітників необхідними ресурсами для здійснення креативного управління.

Таким чином, питання та проблеми, що періодично виникають в процесі управління необхідно вирішувати. Для всіх проблем, крім унікальних, необхідно застосовувати загальні рішення, наприклад, із застосуванням загальних правил і методів менеджменту. Більше того, при правильному формулюванні і функціонуванні механізму вирішення проблем певну конкретну проблему можна вирішити стандартними способами, в яких би проявах дана проблема не постала.

Керівник: Таранюк К.В., старший викладач кафедри менеджменту

ЛІДЕРСТВО

Кругляк Д.С., студент; СумДУ, гр. М-71

Лідер – це ватажок, який веде за собою команду до мети, яку вони поставили перед собою. В наш час, лідерство, є невід’ємною рисою для менеджера, бо керівник та лідер – це є одне й те ж саме. Таким чином, у даних поняттях є дуже багато спільних рис. Керуючись спільною метою, високопрофесійні менеджери спонукують команду до вирішення поточних завдань, долають спільні проблеми, які виникають перед ними у процесі трудової діяльності. При цьому менеджеру необхідно обов’язково впливати на роботу своєї команди, тобто мотивувати її. Більше того, менеджеру варто розвивати силу свого впливу завдяки харизмі або досвіду, майстерності, підвищення кваліфікації, а також здатності виходити із критичних ситуацій без значних втрат або з невеликими витратами. Варто зазначити, що на мою думку, ідеальний ватажок повинен набути авторитет у команді, перш за все, завдяки формальному та неформальному лідерству.

У свою чергу, лідеру потрібно мати людські якості та властиві, які характерні лише для нього: сміливість, або рішучість, яка характеризує лідера як дуже відповідальну особу, адже лідер має брати на себе всі ризики у процесі прийняття рішення, що може вплинути на подальшу долю компанії; бачення майбутнього, що є однією із якостей, властивих для лідера, бо від цього залежить ціль всієї команди; енергійність, оскільки управління командою виснажує не тільки фізично, але й морально; харизма, тобто вміння донести до всієї команди свою думку та впевнити їх у правильності спільного рішення; людність, адже керівник повинен завжди бути готовим говорити та слухати інших, не зазнаватися та відноситись до своїх підлеглих та загалом команди, як до другої сім’ї або друзів; впевненість, що є однією із найважливіших рис керівника, адже він має надихати свою команду на досягнення найкращого результату.

Отже, команда обирає лідера, головним чином, за його сутністю та професійними якостями, які можуть підтвердитися з часом. Таким чином, у даному випадку, значну роль відіграє людський фактор, оскільки учасники команди не одразу спроможні виявити таку людину.

Керівник: Таранюк К.В., старший викладач кафедри менеджменту

ЧИ МОЖЕ КРИПТОВАЛЮТА ЗАМІНИТИ ЗАМІНПІТИ РЕАЛЬНІ (ФІАТНІ) ГРОШІ

Хоронжий А., студент; МК СумДУ

З самого моменту появи криптовалюти, її позиціонували як заміну грошей, приводячи масу аргументів на захист цієї позиції. До сих пір у цій точці зору є безліч прихильників і вона є однозначною.

Криптовалюта - це розподілена і децентралізована система безпечного обміну та передачі цифрових грошових знаків, заснована на засобах криптографії.

Завдяки духу вільного ринку цифрової валюти, будь-хто в світі може створити власний бізнес і приймати платежі за біткойн за лічені хвилини. Плюс існуючі власники бізнесу можуть запропонувати біткойн як альтернативний спосіб оплати, з потенціалом до розширити свою клієнтську базу в глобальному масштабі.

В тексті тез потрібно виключити переписування з Інтернет – джерел, буде проведено відповідну експертизу і у випадку виявлення такого тези буде відхилено.

Випуск нових одиниць цифрової валюти не залежить від будь-якого регулюючого органу, тобто децентралізований і обсяг емісії відомий заздалегідь.

Криптовалюта потенційно може надавати послуги небанківським і країнам з недостатнім фінансуванням по всьому світу. У той час як більшість людей в західному світі вважає нормальним мати банківський рахунок, то у деяких країнах Африки є від 50 до 90% небанкового населення. І саме через безліч правил банківські послуги стають недоступними для деяких верств населення.

Щоб завести криптогаманець потрібне лише з'єднання з Інтернетом та електронна пошта. А деякі сервіси навіть дозволяють надсилати текстові повідомлення на будь-який номер мобільного телефону в світі в обмін на інші цифрові валюти. Тобто це дуже потужний інструмент у недобанкованих та небанківських регіонах світу.

Вкотре біткойн зарекомендував себе як дуже потужний інструмент у недобанкованих та небанківських регіонах світу.

Також наразі суспільство розвивається в напрямку безготівкової грошової «екосистеми»: все більше і більше людей використовують банківські картки для оплати товарів як онлайн, так і офлайн.

Криптовалюту можна використовувати для того, щоб показати людям технологію блокчейн, яка може допомогти нам повернути повний контроль над нашими життями і виключити вплив влади на економічні аспекти життя. Саме за допомогою криптовалюти ми можемо навчитися інвестувати. Вона допоможе людям правильно аналізувати ринок, власні перспективи та можливості.

Саме криптовалюта дає можливість уникнути великих податків при оплаті великих сум. Найкращий приклад це переказ грошей в іншу країну. Ви платите комісію за переказ банку Вашої країни та банку країни, в яку Ви переказуєте гроші. Комісія переказу криптовалюти набагато нижчий, ніж в банківській системі.

Тому криптовалюта – привабливий спосіб, щоб робити пожертви, але і не менш поганий метод для уникнення податків з бізнесу, державних внесків та дачі хабарів чи оплати заборонених речовин та речей. Також цьому сприяє анонімність операції, яку неможливо відслідкувати. І не слід забувати що анонімність платежів повністю знищить існуючу систему державних і будь-яких інших зборів.

Серед недоліків можна виділити те що цифрова валюта нічим не підкріплена. Зараз цінність грошей забезпечена довірою державі. В якомусь чині криптовалюта - це аналог золота. Золото спочатку добували заради прикрас, а потім вирішили використовувати для обміну, а потім вже придумали гроші. Тобто золото практичної користі для людства, крім як засіб обміну, майже не несе. Довіра до криптовалюти зараз тримається на довірі до криптографічних алгоритмів, на яких вона заснована. Проте даний механізм все ще потребує вдосконалення та врегулювання правових норм.

1. cryptobrain.info/is/v-chem-smysl-mayninga/
2. nachasi.com/2018/02/04/mining-hardware-faq/
3. bitcoin-crypto-portal.com/shho-take-kriptovalyuta/
4. petition.president.gov.ua/petition/40460
5. coinews.io/ua/category/78-osnovi/article/630-shho-...uvannya-kriptoaljut

Керівник: Скороходова Лідія

Філологія

Комунікації

Буспільтво

УКРАЇНА ТА ІНДІЯ: КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ

Ваїшнаван Гопінатхан, Кавія Віджаям Пракаш, *студенти*; СумДУ,
гр. МЦ.м-732 ан

Для України та Індії характерні значні відмінності у традиціях, звичаях, культурі та способі життя представників цих країн. Індійська культура є однією з найбільш давніх світових культур. Індійці зробили значний внесок у світову архітектуру, медицину й математику. Розглянемо релігію, архітектуру та мову як окремі аспекти життя сучасної Індії.

Цю країну вважають колыскою таких світових релігій, як буддизм та індуїзм. Близько 13% індійських вірян – мусульмани. У свою чергу, більшість українців визначають свою конфесійну приналежність як православне християнство. Індійські християни переважно є римокатоликами. Представники цієї релігії мешкають у місті Мумбаї, а також на території штатів Маніпур, Нагаленд, Мегхалая і Мізорам. Отже, обидві країни є багатоконфесійними. Крім того, українська обрядовість засвідчує співіснування традицій православ'я і так званої народної релігії, що разом становить феномен двовір'я.

Звернімось до національної архітектури обох країн. Однією зі світових архітектурних перлин є Тадж Махал – палац, побудований імператором Шах Джахан Мугалом на честь своєї улюбленої дружини Мумтаз-Махал. Національну самобутність України найбільш характерно втілюють архітектурні споруди епохи Київської Русі та Гетьманщини.

Коротко окреслимо мовну ситуацію в обох країнах. В Індії немає єдиної державної мови – офіційною мовою визнано мову гінді. Крім того, Конституцією Індії визнано як офіційні 23 мови окремих штатів, серед яких мова бенгалі, малаялам, тамільська, ассамська, непальська мова та ін. Єдиною державною мовою України є українська мова. Крім того, на території держави існують мови корінних народів (кримськотатарська, караїмська) та мови національних меншин (російська, білоруська, польська, румунська, угорська тощо). У результаті ми прийшли до висновку про наявність певних спільних рис та більш значних відмінностей у суспільному житті обох країн.

Керівник: Дегтярєва Т.О., *доцент*

ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРАЛІЗМУ ЯК ІСТОРИЧНОГО НАПРЯМУ МОВОЗНАВСТВА

Сердюк А.В, *студентка*; СумДУ, гр. ПР-91

Наука потребує постійного переосмислення, пошуку нових знань, опрацювання вивченого, удосконалення та переходу до якісно нового, що надасть поштовх до змін. Мовознавство не є виключенням у прагненні розвиватися та вдосконалюватися. Принагідно зазначимо, що у ХХ столітті знавці мови більше приділяли увагу змінам та процесам, але майже не досліджували особливості структури, функціонування та характеру мови. Ці чинники зумовили появу нового лінгвістичного напрямку – структуралізму.

Вищезазначений напрям з'явився у період між Першою та Другою світовими війнами та став опозицією молодограматизму та порівняльно-історичному мовознавству. До речі, під час періоду молодограматизму спостерігалася відсутність єдиних теоретичних поглядів на мову, її зміну та характер. Проте оцінивши слабкі сторони попереднього напрямку, структуралізм зумовив розуміння мови як чіткої структурованої системи, а також детальне вивчення її на більш сучасному рівні [2, с.184].

Структуралізм почав вивчати мову на прагматичному рівні (наближеному до математичних наук), ретельно описуючи та розглядаючи її як знакову систему. Структуралізм розглядає цілісність системи, яку складають взаємопов'язані елементи певного об'єкта (явища, процесу тощо). Раніше центром наукових досліджень були спостереження фактів та їх реєстрація, але на сучасному рівні вивчають сутність цих фактів, їхні зв'язки з іншими та внутрішні закономірності. Структурна лінгвістика вивчає мову як структуру та бере це поняття за основу своїх теорій. Саме процес дослідження, а не його результати є центром її вивчення. Структурна мова базується на побудові внутрішніх залежностей у мові.

Сучасний структуралізм допомагає сформуватися людському досвіду та шляхом структурного аналізу розкриває сутність соціальних інститутів. Він намагається виокремити та описати скриті системи норм. Структурні пояснення полягають у співвідношенні значень із системою прихованих норм без простежування їх

попередніх станів або ж пошуку причин. Наприклад, описуючи олівці, ми будемо звертати увагу на їх місце в структурі певної системи, а не досліджувати їх виникнення та сутність значення.

Структуралізм поширився в багатьох країнах світу, що зумовило виникнення основних шкіл напряму, а саме: дескриптивної (дистрибутивної) школи американського структуралізму, Празької (функціональної) школи, Копенгагенської школи (гloseматики) та Лондонської структурної школи (концептуалізму). Попри свої відмінності, вони створили підґрунтя для сучасного світового структуралізму [1, с.65].

У становленні структурної лінгвістики неабияку роль відіграли відомі лінгвісти, а саме: Ф. де Соссюр (1857-1913), який намагався розглядати мову як чисті відношення між знаками в її системі в праці «Курс загальної лінгвістики», П. Ф. Фортунатов (1848-1914), який наголошував на цілісній концепції мови та дав визначення основним поняттям мови (морфема, лексема, словосполучення та іншим) у науковій роботі «Порівняльне мовознавство», та І. О. Бодуен де Куртене (1845-1929), який виокремив з мови статичність та динаміку, висунувши ідею щодо вивчення обох у рівнозначному відношенні. Саме ці лінгвісти розвинули напрям та вивели розвиток мови на новий рівень [2, с.185].

Таким чином, структуралізм став новим етапом науки про мову. Він утвердив поняття «структура» та «структурна лінгвістика», зробивши мовознавство провідною наукою серед багатьох інших різноманітних течій. Зауважимо, що структуралізм вивів мовознавство на більш сучасний рівень, збагативши лінгвістичні дослідження новими методами вивчення мови. Це, в свою чергу, допомогло людству суттєво розширити свої вміння та навички, уявлення про можливості й межі певної культури.

1. Бацевич Ф.С. Філософія мови: Історія лінгвофілософських учень: Підручник. – К. : ВЦ «Академія», 2008. – 240 с.
2. Зеленько А.С. Загальне мовознавство: Навч. посіб. – К.: Знання, 2010. – 380 с.

Керівник: Красуля А. В., канд. пед. наук, ст. викладач кафедри ГФ

МОЛОДОГРАМАТИЗМ ЯК ПАНІВНА ТЕЧІЯ В ЛІНГВІСТИЦІ КІНЦЯ ХІХ – ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ

Мазур Г.Р., *студентка*; СумДУ, гр. Пр-92

Світ навколо нас розвивається надзвичайно швидко. Важко не погодитися з тим, що разом з ним вдосконалюються і змінюються мови. Поява і становлення молодогограматизму, як і будь-якого руху, зумовлене внутрішнім розвитком мовознавства, пошуком шляхів для подолання кризи, в якій опинилася компаративістика 60-х рр. ХІХ ст.

В історії науки про мови період із 70-х рр. ХІХ ст. до середини 20-х р.р. ХХ ст. характеризується відкриттям багатьох закономірностей звукової будови слова, інтенсивним розвитком мовознавчих студій, зокрема історичної фонетики та історичної граматики індоєвропейських мов, формуванням нових шляхів і методів дослідження мовних явищ, мовотворення. Під час цих змін у соціумі і виникає саме така течія «інакодумців» як молодогограматисти. Вони, на відміну від своїх попередників-натуралістів, поставили на перший план філософію позитивізму, для якого може бути характерним відмова від розгляду не підкріплених фактичним матеріалом «вічних проблем» науки. Завданням «нового» вченого-молодогограматиста стало спостереження, реєстрація і первинне узагальнення фактів.

Представляють новий напрям здебільшого такі вчені Лейпцизького університету як Август Лескін (1840-1916), Герман Остгоф (1842-1907), Бертольд Дельбрюк (1842-1922) та Герман Паоль (1848-1921), які вперше розвинули теорію молодогограматизму та запропонували її світові.

На їхню думку попереднє мовознавство вивчаючи індоєвропейські мови не мало чіткого уявлення як живе і розвивається людська мова взагалі [1]. Тобто молодогограматики дорікали своїм попередникам за те, що ті вивчали мову окремо від людини як самостійну істоту. Водночас вони вказують на цілу низку вад у теорії та практиці попередніх мовознавчих досліджень і стисло визначають погляди групи молодих німецьких учених, покликаних подолати ці недоліки і тим самим сприяти подальшому розвитку науки про мову.

Учені-молодогограматики досягли значних успіхів, а саме: покращили методичні принципи науки про мови, оформили фонетику

як самостійну науку, заклали основи експериментальної фонетики, усвідомили механізм звукових змін. Молодограматики наголошували на тому, що варто вивчати живі мови, що сприяло виникненню лінгвістичної географії та діалектології. Звідси пристрасний заклик – перебудувати ґрунтовно все мовознавство, покинути переповнені гіпотезами майстерні, де куються індоєвропейські праформи, стати на засади засвідчених живими мовами фактів [2].

Поряд із суттєвим прогресивним значенням відкриттів молодогограматиків можна виокремити низку недоліків, а саме: ігнорування конкретних питань, а також відсутність великих досягнень у теоретичній сфері. Найбільш суттєвим із цих недоліків стало звуження сфери дослідження. Не дивлячись на прогрес і базові відкриття в області фонетики і частково морфології, багато розділів мовознавства (семасіологія, синтаксис, лексикологія) були виключені з області дослідження молодогограматиків. Загальні питання мовознавства (сутність мови, її суспільні функції, співвідношення історичного дослідження і вивчення сучасної мови, проблема літературної мови, багатогранність спорідненості мовознавства з іншими науками) опинилися на периферії і фактично не досліджувалися.

Тобто, у теоретичній області молодогограматики не мали великих досягнень. Утворився розрив між ґрунтовними досягненнями лише емпіричного дослідження індоєвропейських мов у їх історії та апіорними теоріями індивідуалістичного суб'єктивізму.

Отже, молодогограматики не були цілком задоволені станом граматики на поч. ХХ ст., тому активно висували свою громадянську позицію, намагалися вдосконалити та доповнити тогочасні знання про мову. Завдяки молодогограматикам були вирішені важливі питання звукового закону, аналогії та запозичення.

1. Висловлювання про молодогограматизм. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://linguistics-online.narod.ru.beresin>
2. Висловлювання про молодогограматизм. Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://tonail.com/books/istoriya-yazika-loya>

Керівник: Красуля А. В., канд. пед. наук, ст. викладач кафедри ГФ

ОСНОВНІ ПРЕДСТАВНИКИ ПОРІВНЯЛЬНО-ІСТОРИЧНОГО МОВОЗНАВСТВА

Гузенко Ю.О, студентка; СумДУ, гр. ПР-91

Принцип вивчення історизму в мовознавстві є дуже важливим в сучасному світі, адже він передбачає розуміння мови як явища та її історичний розвиток.

Напочатку XIX ст. мовознавці застосували відповідну техніку досліджень, що орієнтувалася на дані індоевропейських мов. З плином часу це перетворилося в галузь загального мовознавства, об'єктом якого є споріднені, генетично пов'язані мови. Ця галузь отримала назву *порівняльно-історичне мовознавство*, основні засоби дослідження якого мають назву *порівняльно-історичний метод*.

В історії порівняльно-історичного мовознавства існують безліч дослідників, але основоположниками є такі мовознавці як : Ф. Бопп, Я. Грімм, данець Р. Раска та росіянин О. Востоков.

Франц Бопп досліджував індоевропейські мови. У зв'язку з розшифруванням авестійської мови він замінив новоперську мову її архаїчнішим різновидом, а саме: мовою – Авести. Але до цього він почав лінгвістичний аналіз із порівняння дієвідміни санскриту з дієвідміною грецької, латинської, перської та германських мов. Об'єктом наукових інтересів Франца Боппа була виключно морфологія, а в межах морфології – словозміна. Він встановив принцип відповідності у граматичній структурі та мовних одиницях. Він вибрав та систематизував генетично споріднені елементи в морфологічній структурі, що було значним проривом в історії мовознавства.

Розвитку порівняльно-історичного мовознавства сприяли наукові праці Якоба Грімма. Адже він приділяв велику увагу науковому дослідженню спорідненості германських мов з іншими індоевропейськими мовами. Грімм розглядав морфологічні відповідності, спільні риси у словотворі та етимологічно спільні корені. Якоб Грімм став першим, хто відкрив закон пересунення приголосних. Сутність закону полягає в тому, що система проривних приголосних германських мов пересунулась на один ступінь. Отже,

він порівняв германські мови з балтійськими і слов'янськими, потім латинську й грецьку та їх генетичний зв'язок з кельтськими мовами.

Расмус Раск визнавав важливість фактів подібної граматичної будови для етимологічних досліджень, визначення звукових закономірностей та стверджував, що літери можуть неточно передавати відповідні звуки, тому доцільно брати до уваги звуки. Позиція Расмуса Раска відрізнялася від Франца Боппа, адже він не мав ґрунтовних знань із санскриту та взагалі не використовував його. Раск вважав, що джерелом усіх індоєвропейських мов є фракійська мова.

Расмус Раск застосовував у порівнянні мов прийоми Ліннеївської класифікації рослин, тому що вважав мову як явище природи та вивчав її за допомогою природничо-наукових методів [1]. Він вважав, що усі індоєвропейські мови, походять від мертвої і незафіксованої фракійської мови, сліди якої зберегла давньогрецька мова. Він вперше дав перелік мов, що входять до індоєвропейської гілки [2].

Праці Олександра Востокова сприяли становленню порівняльно-історичного методу та базувалися на тому, що кожна з новослов'янських мов і діалектів зберегла особливі або втрачені слова, закінчення й звуки спільної для них прародички, давнішої від слов'янської.

О. Востоков зробив значний внесок в розвиток порівняльно-історичного мовознавства, тому що він визначив хронологічні межі історичних змін слов'янських мов та особливостей писемних пам'яток.

Таким чином, завдяки науковій творчості вищезазначених мовознавців, сучасні люди можуть дізнатися, від яких мов народилася їхня рідна мова та до якої групи мов вона відноситься. Безсумнівно існують певні протиріччя між науковцями, але все це складається в одне поняття, а саме: *порівняльно-історичне мовознавство*.

1. Лекції із загального мовознавства [Електронний ресурс] – [Режим доступу]. – <http://discourse.com.ua/lekcii/lekcii-z-zagalnogo-movo-znavstva/>
2. Основоположники порівняльно-історичного мовознавства [Електронний ресурс] – [Режим доступу]. <http://litmisto.org.ua/?p=15019>

Науковий керівник: Красуля А. В.,
канд. пед. наук, ст. викладач кафедри ГФ

ТЕОРІЯ ІНФОРМАЦІЇ В ЛІНГВІСТИЦІ

Чуднівєць А.О., студентка; СумДУ, гр.ПР-91

Теорію інформації вперше виокремив відомий математик Клод Шеннон як розділ математичної теорії зв'язку, та з плином часу вона почала використовуватись в різних науках, і лінгвістика – не виняток.

Мета цієї роботи – дослідити можливе застосування теорії інформації до проблем стилістики.

Опираючись на теорію інформації, стилістика декодування робить акцент спочатку на емоційність літератури - на ті емоції, які можуть бути викликані в читача якимось твором. У літературі інформація передається від автора до його книги і від книги до власне читача. У працях К. Шенноном з теорії інформації є наступна схема зв'язку: 1) джерело інформації, що створює повідомлення або послідовність повідомлень, які повинні бути передані приймачу; 2) передавач, який трансформує повідомлення в сигнали, які відповідають характеристикам даного каналу; 3) канал, тобто середовище, що використовується для передачі сигналу від передавача до приймача; 4) приймач, який робить зворотну дію по відношенню до тієї, що зробив передавач, тобто відновлює повідомлення за сигналами; 5) адресат - це особа (або апарат), для якого призначено повідомлення [1].

Реальна дійсність письменника – це і є джерело інформації. Із свого життя письменник обирає деякі факти або власні спостереження і передає їх читачеві, додаючи до них своє емоційне ставлення. Письменник – це передавач у нашому випадку, бо він трансформує і кодує інформацію, і таким чином відтворює думки чи якісь факти у своїй естетичній інтерпретації. Канал, по якому передається інформація, - це всі жанри літератури. Теорія інформації вирізняє канали, які не мають перешкод і канали, які мають шуми. Наступний елемент – читач, який приймає повідомлення за сигналами й інтерпретує їх по-своєму. І останнім елементом схеми – адресатом – є суспільство, на яке спрямована увага автора.

Окремо хотілося б зазначити проблему малого тезаурусу читача. Власні переживання, рівень освіченості, і звичайно кількість прочитаних книг – це саме та інформація, яку він мав до моменту прочитання якогось твору. Усякий твір, із яким читач зіштовхується

вперше, сприймається вже наявними навичками аналізу й сприйняття тексту. І тому для системи стилістики перешкодою, яка може виникнути під час передачі інформації, є недостатній тезаурус читача. Наприклад, маленький словарний запас або незнання граматики, нездатність сприйняти елементи або, якщо читач не вміє враховувати контекст і таке інше.

Однією з основних особливостей проблем, що прослідковуються в стилістиці і пов'язані з інформацією, є те, що безпосередньо визначити ознаки художньої інформації, які зацікавлюють її в першу чергу, неможливо [2]. Слід зауважити, що у формулі К. Шеннона йдеться мова про несемантичну інформацію. Річ у тім, що теорія інформації розглядає сукупність інформації в повідомленні як функцію числа можливих альтернативних повідомлень. Розбіжність між більш імовірним і менш імовірним, створює ієрархію значень всередині тексту. Не дивно, що може виникнути питання, чи можемо ми звертатися до теорії інформації, коли мова йде про вирішення проблем, коли додати знання з математичної статистики та обчислити певну ймовірність неможливо. Але відповісти на це питання можна позитивно, тому що комунікуючи ми використовуємо ймовірносними закономірностями мови і сучасні дослідження це довели. Тож, ми можемо бути певними щодо інтуїції читача, оскільки є експериментально підтверджена інформація.

Таким чином, розглядаючи процес передачі інформації від автора до читача, можна зробити висновок, що використання теорії інформації до проблем стилістики можливе, спираючись саме на сукупність її загальних ідей і філософську корисність.

1. Шеннон К. Роботи з теорії інформації й кібернетики. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.studmed.ru/shennon-k-raboty-po-teorii-informacii-i-kibernetike_ebac37a4934.html
2. Арнольд І.В. Стилiстика декодування. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zh.b-ok2.org/book/3223911/d0fc23>

Керівник: Ущатовська І.В.,
старший викладач кафедри германської філології

СПРИЙНЯТТЯ ТА ВЕРБАЛІЗАЦІЯ НЕВЕРБАЛЬНИХ КОДІВ ПРОСТОРУ, ЧАСУ ТА МОВЧАННЯ У РІЗНИХ НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНИХ СЕРЕДОВИЩАХ.

Ведмидера К.С., студент; СумДУ, гр. ПР-91

Комунікація - це процес обміну інформацією між особами за допомогою системи символів або коду. Важливим фактором ефективності комунікації є взаємозв'язок між адресантом та адресатом.

Комунікація може відбуватися як між представниками одного лінгвокультурного середовища, так і різних. Комуніканти кодують та декодують повідомлення, зважаючи на їхнє етнокультурне походження та очікування.

Якщо існують культурні відмінності, то тоді таку комунікацію можна назвати кроскультурною. Ф.С. Бацевич говорить, що кроскультурна комунікація – це процес спілкування (вербального і невербального) осіб (груп людей), які належать до різних національних лінгвокультурних спільнот, послуговуються різними ідіоетнічними мовами, мають різну комунікативну компетенцію, яка може стати причиною комунікативних невдач або культурного шоку [1, с. 277].

Коли комунікант опиняється на лінгвокультурній «чужинні», він намагається знайти єдину мову для кодування та декодування повідомлень, не змінюючи своєї культури. Тому вербальні засоби спілкування є основними проте не єдиними у процесі кроскультурної комунікації, тому що не усі елементи смислу можливо вербалізувати.

Більшість компонентів комунікації є невербальними. Це елементи комунікативного коду, які мають немовну природу [1, с. 64], такі, як жести, міміка, постава, кольори, одяг, запахи, артефакти або мочання. Як і мова, невербальна комунікація використовується для вираження значення, але вона є особливо важливою у виявленні почуттів та ставлень, особливо до осіб, з якими спілкуються.

Багато невербальних елементів відрізняються залежно від культури. Їм притаманна національна своєрідність, ідіоетнічність (від гр. *idios* – свій, особливий, самобутній та *ethnos* – народ) [2, с. 163].

Невербальні засоби кроскультурної комунікації як проксеміка, хронеміка та мовчання мають чіткі національні ознаки.

Проксеміка - це просторові відносини людей у процесі спілкування. Цей тип комунікації ґрунтується на впливі територій і відстаней на демонстрацію міжособових відносин. Тому сприйняття відстані між співбесідниками у різних народів не однакова. Відстань є ідіоетнічною ознакою. Так представники різних культур, у міру наближення до екватора, надають перевагу меншій відстані між співрозмовниками [2, с. 164].

Хронеміка вивчає застосування та сприйняття часового простору комунікації. Календар майже всюди є первинною організацією часу. Різні представники культур створювали та використовували календарі для організації у суспільстві часових відносин. Сприйняття часу значно відрізняється в різних етнокультурних спільнотах. За сприйняттям часу культури діляться на монохронні та поліхронні [3, с. 149].

Часто у міжкультурній комунікації мовчання, паузи або їх відсутність є проявом національних комунікативних стилів.

Отже, невербальні засоби комунікації є етнічно обумовленими, їх потрібно вивчати та тлумачити відповідно до певної лінгвокультурної спільноти, аби не призвести до комунікативних проблем або культурного шоку. Невербальні процеси, такі як проксеміка, хронеміка та мовчання можуть як і доповнювати так і суперечити вербальному повідомленню. Їхнє подальше дослідження вбачається в глибокому аналізі у рамках сучасної лінгвістичної науки.

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. 2-ге видання, доповнене / Ф. С. Бацевич. – К.: ВЦ «Академія», 2009. – 376 с.
2. Ущаровська І. В. Етнокультурне маркування невербальних кодів простору та часу / І. В. Ущаровська // «Філологічні трактати». – Суми, 2016. – Том 8, №2 – С. 160-166.
3. Hall Edward T. The silent language. First edition / Edward T. Hall. – New York: Doubleday & Company Inc., Garden City, 1959. – 233 p.

Керівник: Ущаровська І.В.,
старший викладач кафедри германської філології

ОЦІНКА СТУПЕНЯ ЗАДОВОЛЕНОСТІ МІЖОСОБИСТІСНОЮ ВЗАЄМОДІЄЮ У РЕАЛЬНОМУ ТА ВІРТУАЛЬНОМУ ПРОСТОРИ

Кудрик О.П., Семеняка В.В., студентки СумДУ, гр. ПЛ-81

У сучасному світі спілкування розмежовується на реальне і віртуальне, останнє, найчастіше, реалізується за допомогою соціальних мереж та месенджерів. Враховуючи різноманіття можливостей, віртуальний спосіб комунікацій має водночас своєрідні психічні ознаки.

Феномен спілкування виражається в численних взаємозв'язках людей, в обміні діяльністю, інформацією, емоціями тощо. Воно є одним із виявів людської сутності, відображає їхню потребу жити в соціумі, об'єднуватись і працювати один з одним. Завдяки спілкуванню здійснюється інтеграція людей, виробляються норми поведінки, взаємодії. З появою Інтернету можливості для спілкування оновилися. У віртуальному просторі людина може самостійно створювати свій образ, знехтувавши певними правилами реального світу. З огляду на це існує поширений стереотип, що спілкування в Інтернеті дозволяє почувати себе більш комфортно, з'являється можливість більш творчо підходити до цього процесу [1].

Завдання нашого дослідження детермінує психологічна потреба – виявити особливості сприймання людиною спілкування в реальному житті та віртуальному просторі. Так як віртуалізація соціуму стає практично тотальною, актуальне психологічне завдання визначити, чи віртуальна комунікація відрізняється від реальної. Особливо значиме сприймання молоді, яка, з одного боку, перебуває на чутливому етапі формуванні світогляду, з іншого – активно використовує інноваційні віртуальні засоби соціалізації особистості.

Гіпотеза нашого дослідження - оцінки студентської молоді ступеня задоволеності міжособистісними взаємодіями у реальному та віртуальному житті відрізняються. Для підтвердження гіпотези проведено практичне вивчення інтерперсональних міжособистісних відносин 60 студентів Сумського державного університету у віці від 17 до 24 років, у тому числі 30 дівчат і 30 хлопців. До вибірки увійшли студенти Медичного інституту, факультетів ЕЛІТ та ІФСК.

Аналіз результатів за методикою С.В.Духновського «Шкала оцінки ступеня задоволення межличностным взаимодействием» виявляє наступне. Серед досліджених студентів відсутні ті, хто оцінює рівень взаємодії між партнерами у реальному житті як дуже низький. У свою чергу, у віртуальній комунікації, даний рівень взаємодії відзначив один респондент, тобто менше 2% опитаних. Нижче бажаного рівня сягають оцінки задоволеності спілкуванням у реальному житті трьох осіб (5% опитаних) і значно більше - 15 осіб (25% відповідно) – у віртуальному просторі. Цим опитаним у відносинах не вистачає взаємності, хоча вони і намагаються їх покращити.

Практично не відрізняється частка осіб, що визнають слабкі місця у відносинах, які вони не здатні усвідомити, у реальності – 23 опитаних (38,3%), у віртуальному просторі – 24 опитаних (40%). Найбільше учасників опитування мають гарні відносини з партнерами, але з невеликими труднощами: 30 студентів (50% опитуваних) у реальному житті та 18 студентів (30% опитуваних) у віртуальному. Незначна частка тих, хто абсолютно задоволений близькістю та щирістю відносин з незначним превалюванням на користь реальних відносин: 4 ос. (6,7% опитуваних) у реальності і 2 ос. (3,3%) у віртуальному просторі. Застосування критерію Стьюдента підтверджує на високому рівні достовірності, що реальними відносинами студенти задоволені значно вище, ніж віртуальними (темп = 4,2, $p \leq 0.01$). За гендерним показником відмінностей не виявлено.

Отже, гіпотеза дослідження підтверджена, задоволеність віртуальним спілкуванням у студентської молоді не досягає показників реального спілкування.

1. Олійник В. В. Питання психології. Вісник Національного університету оборони України 2 (33) / 2013. 267 с.] [І.І. Козинець Особливості віртуального спілкування. Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія». Педагогічні науки. 2016. № 2 (12).74 с.

Керівник: Теслик Н.М., ст. викладач кафедри ППСТ,
канд. психол. наук

ВИЗНАЧЕННЯ ЗАЛЕЖНОСТІ УСПІШНОСТІ В НАВЧАННІ ВІД ЗДАТНОСТІ КОНТРОЛЮВАТИ ВЛАСНИЙ РІВЕНЬ СТРЕСУ

Корчака К.К., студентка; СумДУ, гр. ПЛ-81

Переоцінити актуальність контролю стресу складно, адже це вміння впливає на всі сфери життя. Кожен прагне успіху і якщо зрозуміти, як контролювати власні емоції – можна досягти кращих результатів у власній продуктивній діяльності.

Дослідження присвячене визначенню рівня стресу у студентів з різними показниками у навчанні у зв'язку з актуальністю питання покращення успішності у ЗВО.

Цю тему вивчали як зарубіжні, так і вітчизняні вчені. Але нашу увагу привернуло дослідження Тіма Джаджа, який на практиці довів, що люди, які володіють своїми емоціями та стресом, не тільки краще виконують свої професійні обов'язки а ще й швидше адаптуються до нових задач.

Для того, щоби підтвердити цю залежність, ми провели діагностику осіб віком від 15 до 21 року, переважно жіночої статі (в силу переважання їх у генеральній сукупності), серед яких 27 осіб навчаються у ЗВО і 3 особи навчаються у ЗВПТО, з використанням методики «Шкала психологічного стресу» (PSM-25) Лемура–Тесьє–Філліона (переклад та адаптація Н. Водоп'янової). За результатами проведеного дослідження 7 із 13 відмінників (53.84%) мають низький рівень стресу, 3 (23%) мають середній рівень стресу, а 3 (23%) особи мають високий рівень стресу.

Результати студентів із низьким і середнім рівнем навчальної успішності такі: 9 із 17 (52%) мають низький рівень стресу, 5 (29,41%) мають середній рівень стресу, а 3 (17,64%) осіб мають високий рівень стресу.

Отже, ми не знайшли залежності рівня успішності студентів від здатності контролювати. Задля отримання більш досконалих результатів необхідна більша кількість респондентів, щоб підвищити репрезентативність дослідження.

Керівник: Павленко В.П., старший викладач

ВПЛИВ ПРОФЕСІЙНОГО СТРЕСУ НА ПСИХІКУ ПРАВООХОРОНЦІВ

Ксенженко В. С., *студентка*; СумДУ, гр. ПЛ-91

Виконання професійних обов'язків працівниками правоохоронних органів дуже часто відбувається в екстремальних умовах. Робота поліції супроводжується різними формами стресу, до яких можна, зокрема, віднести операційний стрес (юди відноситься весь комплекс професійних ризиків, з якими стикається поліція у своїй професійній діяльності) та організаційний стрес (ненормований графік, конфлікти у колективі, тощо). З психологічної точки зору екстремальні умови несуть певний вплив на психіку будь-якої людини. В цілому, екстремальні умови праці призводять до різних форм психічної дезадаптації. Це відбувається через постійну надмірну емоційну напругу, що нерідко призводить до виникнення психоемоційного стресу.

Метою даної роботи є виявлення основних чинників високої напруженості, вивчення залежності ефективності роботи та стану здоров'я правоохоронців від негативного впливу стресогенних чинників, а також розгляд психологічної саморегуляції для запобігання стресу та покращення продуктивності роботи.

Розглянемо основні причини високої напруженості роботи правоохоронця:

1) Велике емоційне навантаження, що пов'язане з підвищеною небезпекою для власного життя та життя інших, що супроводжується високою відповідальністю за результати своєї роботи.

2) Ненормований робочий графік.

3) Значна інформаційна та ситуативна непередбачуваність та непрогнозованість зовнішніх ситуацій..

Ці та інші чинники є можуть спровокувати різноманітні емоційні розлади, які в подальшому можуть привести до розладів психічного здоров'я в цілому.

Боротися зі стресовими розладами правоохоронцям допомагають психологи різними психокорекційними техніками.

Корекція може відбуватися двома способами:

- оптимізація зовнішніх умов діяльності (попередження і нейтралізація психологічного впливу кримінальної субкультури на особовий склад; оптимізація середовища проживання; раціоналізація режиму діяльності і т. п.)

- психологічна допомога працівникам поліції у подоланні психотравмуючих чинників ризиконебезпечної обстановки (психологічна підтримка і реабілітація) [1]

Дуже часто співробітники правоохоронних органів не можуть витримати психологічних навантажень, які отримують під час своєї діяльності у надзвичайних ситуаціях. Маштаби втрат унаслідок дії психотравмуючих чинників надзвичайних ситуацій та особливих умов діяльності можуть навіть перевищувати обсяг фізичних втрат [2].

Для правоохоронців дуже корисною є психологічна саморегуляція. Вона передбачає вплив людини на свою психіку для регуляції процесів та реакцій організму і включає різноманітні вправи. До них належать регуляція дихання та тонуусу кісткових м'язів, створення уявлень і чуттєвих образів, використання програмуючої і регулюючої ролі слова, вплив на біологічні активні точки організму, «якоріння» (рефлекторне закріплення). Саме за допомогою цих методів можна вирішити багато проблем. Зокрема ці вправи дають своєчасну розрядку надмірної емоційної напруженості, підвищують працездатність, знижують пороги больових відчуттів тощо. Але варто пам'ятати, що для правоохоронців зазначені прийоми мають бути особливо ефективними, простими у виконанні та компактними у часі.

Отже, можна зробити висновок, що підтримка психічного здоров'я поліцейських є дуже важливою і сприяє підвищенню продуктивності та якості роботи. Можна використовувати прості, але досить ефективні прийоми для надання допомоги постраждалим від професійного стресу, а також для його профілактики.

1. Бандурка О.М. Екстремальна юридична психологія в діяльності персоналу ОВС України: науково-практич. посібник / О. М. Бандурка. – Харків: Вид-во Нац. ун-ту внутр. справ, 2005. – 319 с.
2. Бандурка О.М. Діяльність органів внутрішніх справ у надзвичайних ситуаціях / О. М. Бандурка. – Х.: Вид-во Нац. ун-ту внутр. справ 1993.

Керівник: Іванова Т.В.

ЕТНОПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ПАРАЛЕЛІ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АРАБСЬКІЙ МОВАХ

Алананнбех Баха` Алдін Нассер, студент; СумДУ, гр. МЦ.м.-808і

Етнопсихолінгвістика – напрям етнопсихології, що досліджує етнічну варіативність мовної свідомості, мовленнєвих і немовленнєвих утворень, що пов'язані з процесами спілкування у різних етнічних групах та вплив етнічно забарвленого тексту на процеси формування та зміни етнічної самосвідомості. Етнічна психолінгвістика розвивається у поєднанні таких наук як етнологія, культурологія, лінгвістика, психологія, семіотика, логіка.

Народна свідомість була предметом філософського та наукового аналізу Конфуція, Аристотеля, Страбона, Дж.Локка, І.Гердера, О.Гумбольдта, М.Костомарова, П.Куліша, І.Франка, О.Потебні та ін. Так, наприклад, ідеї О.Потебні випередили положення В.Вундта, психоаналітичні здобутки З.Фройда, положення К.Юнга, К.Дюргайма, К.Леві-Строса, етнолінгвістичні вчення Е.Сепіра та Б.Ворфа. Етимологічно-семантичний аспект лінгвістичного аналізу дозволив О.Потебні дослідити давні мовні риси, що виникли в процесі називання предмета, явища тощо. Вчений вказав на зв'язок мови з мисленням, розробив вчення про форму слова й образу. Закон мови він вбачав у тому, що будь-яке слово завжди містить в собі ознаку, спільну з попереднім значенням.

Символіка мов народів світу формувалася разом з людською психікою, мовою, обрядами, звичаями, міфами, усною творчістю тощо. Мова народів світу, фольклор, етнічна символіка – найважливіші складові національної психіки, духовності народу. У мові народів, які протягом довгого часу боролися і борються за свою незалежність, наявні слова, що відображають їх національний характер, природний потяг до свободи. Наприклад, гопак – український народний танець, що означає «тупати», «стрибати». Філософське потрактування українського гопака – побратимство, потужність, єдність сил добра проти сил темряви і зла в ім'я енергії життєтворення, торжества добра й любові.

Слово «*تکبدل*» («дапка») з арабської мови не перекладається. Воно означає національний арабський танок, в якому особлива роль відводилась рухам ніг. Щоб зрозуміти семантику слова, представники інших народів мають усвідомлять його символічне навантаження. А,

отже, танцюючи «*تكتبدل*» («дапку»), люди дзвінко вибивали ногами по землі для того, щоб у відлунні тупоту ніг ворог їх почув та зрозумів міць, силу їхнього духу. Ця традиція походила з тих часів, коли представники арабських племен ще не вміли читати та писати, а працювали виключно на землі, були землеробами і «тупання по землі» було єдиною зброєю та засобом передачі послання ворогові. Тобто, обробляючи землю, в одній руці вони тримали знаряддя праці, а в іншій – зброю, що є символічним кодом буття нації і вказує на здатність у будь-який час за будь-яких обставин захистити себе. Така традиція втілена і в сучасному житті арабських народів. Так, наприклад, йдучи на дипломатичні переговори, представники арабського світу психологічно налаштовуються таким чином: в одній руці вони тримають гілку оливкового дерева (символ миру), а в іншій – зброю, що означає прохання-попередження не провокувати його своїми несправедливими рішеннями на те, щоб дипломат не кинув з руки цю гілку.

Прикладом своєрідного зв'язку мови й мислення є й міжмовні омоніми. Наприклад, слово фундук (горіх) в арабській мові означає «готель» ((*قدينف*); кава українською – це «склянка» арабською мовою (*اسالك*), слово касир означає «будівельник» (*ريسالك*) в арабській мові; волосся українською – арабською «шар» (*رعش*); прикметник файний в арабській мові означає «серветки» (*ليديدانملا*); українське слово кум арабською мовою означає «рукав» (*موك*); льон українською, в перекладі на арабську означає «колір» (*نوللا*); віслюк українською, в перекладі на арабську означає «хмара» (*قباحس*); дуб українською, в арабській мові – «ведмідь» (*بد*); арабське слово раб (*بر*) перекладається українською як «володар»; ліжко українською – арабською означає «фарш» (*شارف*); батіг українською – це «кавун» (*خيطب*) арабською; день українською – це «борг» (*نيدي*). українське слово хата в арабській мові означає «шити» (*اطاخ*).

Отже, мова народів світу, фольклор, етнічна символіка – найважливіші складові національної психіки, духовного життя народу. Високий рівень національної свідомості об'єднує людей, які беруть активну участь в житті своєї етнічної групи в забезпеченні її духовних, економічних, соціальних, політичних та ін. інтересів, що є важливою складовою розвитку сучасного міжнаціонального суспільства.

Керівник: Набок М.М., доцент

ФЕМІНІТИВИ ЯК ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ ПОЛІТИКИ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА (НА МАТЕРІАЛАХ ОНЛАЙН- ВЕРСІЇ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ ГАЗЕТИ «ДЕНЬ»)

Шеденко З.О., студентка; СумДУ, гр. ЖТ-81

Тема гендерної рівності сьогодні є широко обговорюваною в середовищі громадських активістів і політиків. Журналісти не можуть оминати ці гостросоціальні тенденції, тому для наближення текстів до аудиторії використовують фемінітиви. Іншою причиною їх вживання є бажання відділитися від російської мови, якій такі конструкції не властиві.

На думку деяких феміністів/-ок, сучасні мовні норми сприяють дискримінації жінок і завищенню значущості чоловіків, у той час як завдання фемінітивів – відновити гендерно-лінгвістичну рівність.

Основне джерело поширення фемінітивів зараз – журналістські тексти. Медійники використовують фемінітиви, створені різними суфіксами, що не завжди подобаються самим жінкам. Так, існує думка, що фемінітиви звучать грубо і мають негативну конотацію. Щодо логічного аспекту, вживанням фемінітивів підкреслюємо роль жінки в суспільстві, виділяємо її та демонструємо підвищену увагу.

Мовознавці виступають за впровадження фемінітивів у сучасний мовний потік. Процес введення фемінітивів у мовлення досить тривалий [2]. Спочатку варто врахувати ситуації вживання, узгодити й затвердити правила словотворення, потім створити словники і далі вводити нові іменники у підручники. Одночасно з цим потрібно переглянути сучасні правописні норми й вилучити застарілі приписи.

Уживання фемінітивів не суперечить морфолого-синтаксичним нормам української мови, однак їх використання слід обмежити художнім, публіцистичним та розмовним стилем мовлення. У наукових та офіційно-ділових текстах послуговуємося іменниками чоловічого роду на позначення професій людей обох статей.

Журналісти газети «День» активно використовують фемінітиви у більшості матеріалів, однак не кожного разу. Для аналізу ми обрали онлайн-версію видання за вересень 2019 року №158-177.

Найпродуктивнішим при творенні фемінітивів в публікаціях виступає суфікс –ка: призерка, директорка, координаторка,

спортсменка, мешканка, виконувачка, віолончелістка, диригентка, тенісистка, авторка, редакторка, активістка, завідувачка, школярка, продюсерка (19 випадків) [1]. Такий суфікс мають і назви осіб, які мешкають на певній території, але такі іменники творяться за іншим принципом. Вчені вважають, що чоловіча та жіноча назви мешканців країн (відтопонімних слів) утворилися одночасно та не походять одна від одної. У «Дні» вживають такі фемінітиви: українка, британка, китаянка, американка [1].

Менш уживаним є суфікс –иця: начальниця, засновниця, заступниця, письменниця, художниця, власниця (6 випадків) [1]. Також фемінітивні суфікси –иня та –еса зустрічаємо зрідка: майстриня, мисткиня, герцогиня, поетеса (3 та 1 випадки) [1].

Окрему групу фемінітивів становлять слова-винятки, творення яких не підпадає під зазначену парадигму. Вони існують паралельно до іменників чоловічого роду в такій інтерпретації давно: ведуча, гостя [1].

У 71% матеріалів, де згадуються жінки та їхні професії, використано фемінітиви. Окремі автори матеріалів використовують усталені для офіційного мовлення наративи: редактор Лариса, директор Анна, гендиректор Валентина, директор Людмила, директор Світлана, директор Інна, викладач Світлана, фахівець Лілія, секретар Анастасія, спікер Ненсі [1]. Такі конструкції дисонують із публіцистичною подачею текстів.

Слід зазначити, що контент насичений фемінітивами, хоча спостерігаємо свідоме уникнення форми «директорка», що, на нашу думку, спричинено дискусіями про необхідність вживання жіночих назв посад. Найрозповсюдженішими фемінітивами є конструкції із суфіксом –ка, менш уживаними – із суфіксом –иця та найменше із суфіксами –иня та –еса.

Отже, газета «День» виступає за гендерну рівність, тому чітко розділяє іменники, що називають чоловіків та жінок у професії, ламаючи цим самим стереотипні уявлення про роль жінки в суспільстві.

1. Газета «День» №158-177.

2. Фемінітиви – не данина моді... / О. Малахова. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://womo.ua/olena-malahova/>.

Керівник: Прокопенко Н.М., к.філол.н.

ФРЕЙМІНГ У НОВИНАХ ВІТЧИЗНЯНИХ МАС-МЕДІА

Охрименко Л. С., *студентка*; СумДУ, гр. ЖТ-91

Комунікація є всюди, і нерідко звичайні люди сприймають її лише як спілкування. Але все не так просто. Крім простої передачі інформації, комунікація часто має приховані мотиви й використовує різні способи маніпуляції людьми. У насичені подіями дні, коли немає часу на відпочинок, споживачеві інформації не вистачає часу і сил, щоб зважити і ретельно обміркувати все, що він бачить у новинах або інших передачах на телебаченні. У такі моменти, велику роль грає не сама інформація, а те, як її подають [3].

Одним з найпопулярніших методів викривлення інформації є фреймінг – спосіб маніпуляції людською свідомістю. Існує досить багато визначень фреймінгу, це поняття є одним із дискусійних. Але тим не менш, виявити в численних дефініціях щось спільне все ж можливо [1]: цей ефект служить для організації смислів і впливає на сприйняття інформації аудиторією. Так, ЗМІ, використовуючи цей спосіб, не просто диктують людям, що думати, але і як їм це робити. Як указує А. Кузнєцова, основну ідею фреймінгу виклав лише в одному реченні політтехнолог Френк Ланц: «Головне не те, що ти говориш (аудиторії), а те, як ти це говориш» [2].

Мета нашого дослідження – виявити способи застосування фреймінгу в матеріалах українських ЗМІ на прикладі ситуації затримання кримських татар в Криму російськими окупантами. Так, у матеріалі «Української правди» від за 27 березня 2019 року «Після масових обшуків у Криму затримали вже 20 осіб», можна помітити лише інформування, подачу фактів (перераховані всі затримані, названа причина цього затримання). А ось на сайті 5 каналу 10 червня 2019 року подано матеріал, який вже із заголовку негативно налаштовує читача щодо Росії: «У Криму окупантами затримано вісім кримських татар: кого саме та що закидають?». Від початку автори статті встановлюють певні «рамки», роблячи акцент на тому, що росіяни – саме «окупанти», які несправедливо «закидають» татарам звинувачення. В обох розглянутих матеріалах подана фактично та сама інформація (ідеться про затримання татар, вказуються імена й

кількість затриманих), але сприйнята вона буде по-різному саме завдяки фреймінгу.

Крім того, дуже часто ефект фреймінгу застосовують політики й медики, щоб завдяки певному способом формулювання привернути до себе аудиторію. Так, якщо читач потребує допомоги від фахівців у сфері онкології, то навряд вибере першу-ліпшу клініку. Але якщо така людина побачить матеріал на сайті видання «Дзеркала тижня» під назвою «Керівники клініки Спіженко:" Ми допомагаємо в 99% випадків всіх онкологічних захворювань"». Очевидно, якщо публікація й не переконає звернутися в клініку, то, напевно, точно зацікавить продовжити читання. «Ми були одним з перших онкологічних центрів у світі, який успішно пролікував пухлину ока без видалення ураженого органу і зберіг зір пацієнтові», «На ранніх стадіях ефективність Кіберножа (системи лікування онкологічних захворювань) – близько 99%» – типові фрази зі згаданого матеріалу, які однозначно мають великий вплив, особливо на тих, для кого ця тема актуальна. Завдяки ефективному формулюванню споживачі з більшою ймовірністю, не перевіряючи інформацію (що також стосується й людей, які не є медіаграмотними), звернуться до цієї клініки.

Отже, фреймінг є ефективною стратегією викривлення інформації, подачі її у вигідному світлі. Тому не треба наївно вважати, що ЗМІ мають за мету лише інформувати. Треба бути медіаграмотним і завжди уважним, адже маніпуляція, зокрема фреймінг, зустрічаються в новинах частіше, ніж може здатися на перший погляд.

1. Казаков А. А. Фрейминг медиа-текстов как инструмент воздействия на аудиторию: обзор распространенных трактовок / А. А. Казаков // Известия Саратовского университета. Серия: Социология. Политология. – 2014. – Т. 14, вып. 4. – С. 85-90.
2. Кузнецова А. С. Фрейминг: барьер или новые возможности для политика [Электронный ресурс] / Кузнецова А. С. // Лаборатория Информационно-психологических технологий. – 2016. – Режим доступа : <http://bit.ly/380FmHD>.
3. Капличный С. Что такое фрейминг, или Как формулировки влияют на наш выбор [Электронный ресурс] / С. Капличный// Манн, Иванов и Фербер. – 2017. – Режим доступа : <http://bit.ly/2Ngedbx>.

Керівник: Євтушенко О. М., *доцент*

МОЛОДЬ У СУЧАСНОМУ СВІТІ

Вібхутібен Панчолі Ашокбхай, *студентка*; СумДУ, гр. МЦ.м-733 ан

Сьогодні можна по праву назвати часом без меж. Майбутнє, як правило, асоціюється з молоддю, оскільки молоді люди генерують нові ідеї, нову енергію, даючи поштовх суспільним змінам. З іншого боку, вони також мають підтримувати усталені в певному суспільстві культурні норми. Отже, роль молоді у сучасному суспільстві важко переоцінити. У ХХІ столітті завдяки сучасним телекомунікаційним технологіям люди з різних країн виявляються тісно пов'язаними між собою, і це дозволяє прокласти шлях до тісніших стосунків, а також допомагає подолати страх перед чужими культурами та релігіями. Разом з тим, можливості молодих людей залежать від як мінімум двох головних факторів: рівня освіти, котрий не в останню чергу зумовлено матеріальною спроможністю сім'ї, а також соціального статусу родини та/або релігійної приналежності.

Дане дослідження має на меті проаналізувати життя сучасної молоді в Індії. Щоб підкреслити важливість молоді як ключового фактора розвитку країни, 12 січня з нагоди дня народження духовного лідера Свами Вівекананди індійці щороку святкують національний день молоді. Хоча зростання освітнього рівня у країні в цілому дає нові можливості для повнішої професійної реалізації молоді, неписьменність досі залишається болючою проблемою. Найбільше це стосується дітей із найбідніших суспільних прошарків. Отже, важливою проблемою сучасної Індії можна вважати саме низький освітній рівень населення включно з неписьменністю.

Загальнонаціональною великою мрією сучасних індійців (разом зі спільнотами інших країн, що розвиваються) є поява молодих прагматиків та освічених політиків, націлених не стільки на незаконне освоєння державних коштів, скільки на подолання національних проблем. Ми сподіваємося на те, що індійська молодь стане динамічним фактором позитивних соціально-економічних змін у країні. Таким чином, ми можемо визначити ключову роль молоді у сучасному світі як оновлення, модернізацію водночас із підтримкою цивілізаційних норм.

Керівник: Скварча О.М., *старший викладач*

INDIAN TRADITIONAL CLOTHING

Fathima Raifa, Amrutha Maria Joy, *students*; SumDU, gr.MTSm-732 an

India is rich in diversity. The culture of India refers collectively to the thousands of unique cultures of all religions and communities. Diversity of Indian clothing depends on ethnic group, region and cultural tradition, etc. The beauty of Indian national clothing is also governed by reach embroidery, different prints and ornaments. In big cities European type of clothing is also acceptable.

Indian women's garment is very varied depending upon cultural traditions, religion and even climate. In the north and east of the country women wear sari with choli top or a lehenga (type of long skirt) with choli and a dupatta (scarf). Such ensemble is known as ghagra choli. In our native state Kerala women's Sunday-go-to-meeting clothing is white saris with golden border. They are named kavanis. A daily wear is represented by simple white sari. It is called "mundu". In the states Gujarat and Rajasthan the traditional women's clothing is named "ghagra choli" or "lehenga choli".

The traditional women's attire in such states as Haryana, Punjab and Himachal Pradesh is salwar kameez. It is also called the Punjabi suit. The Punjabi suit also includes the churidar and kurta. Such ensemble is also well-known in Southern part of India.

Traditional men's clothing is known as achkan (or sherwani), lungi, bandhgala, kurta, angarkha and dhoti. An achkan is a long jacket decorated with buttons. It usually ends below the knees. A lungi (sarong) may be of two styles: the open lungi and the sewed one. The open lungi made of silk or cotton has a plain form. In its turn the sewed one has a structure like tube. It is popular in southern regions of India because of the climatic conditions (extreme humidity and heat). A bandhgala is a traditional Indian evening costume. It became popular in the period of the British Raj. Such costume represents the combination of oriental and western suit. An angarkha is a long coat which appeared in the Mughal period. One of Indian national costume type is represented by dhoti. Such traditional garment is mostly worn in the small villages. So, in India one may see a wide variety of traditional style as well as western clothing.

Scientific supervisor: Diadchenko H.V., *Senior Teacher*

МАСОВА ПАНІКА: МЕХАНІЗМИ ПОРОДЖЕННЯ ТА НАСЛІДКИ

Науменко А. Ю., *студентка*; СумДУ, гр. ЖТ-91

Масова паніка – це емоційний стан маси, якому притаманне почуття неконтрольованого страху перед певною небезпекою, що поширюється в процесі масового зараження і характеризується втратою людьми самоконтролю [2, с. 65-67].

Розглянемо механізми і причини виникнення, а також наслідки масової паніки на класичному прикладі 30 жовтня 1938 року, який описує А. Назаретян [1]. У той день радіовистава на основі книги Г. Уеллса «Війна світів» спричинила значну паніку серед населення всього штату Нью-Джерсі. Мільйони жителів різних міст зі страхом покидали свої домівки, бо повірили, ніби марсіанські війська справді приземлилися на поверхню Землі й хочуть її захопити [1, с. 37].

Основною причиною такої реакції є насамперед нестача інформації про цей «інцидент» та надмірна реалістичність, адже випуск вистави почався без попередження та перервав програми, які вже йшли. Оскільки люди не мали чіткого уявлення про те, що відбувається, вони почали буквально тікати зі своїх домівок, щоб врятуватися від загрози, про яку вони взагалі нічого не знали. В наведеному випадку основними механізмами виникнення масової паніки є несподіваність та дефіцит інформації в небезпечній (в розумінні народу) ситуації, а також масове зараження емоціями страху та тривоги.

Наслідками цих заворушень стали великі матеріальні збитки і моральна (а іноді й фізична) шкода населенню. Крім того, цією ситуацією було спричинено безлад в містах: припиняли роботу основні установи та заклади, через затори неможливо було пересуватися територією країни.

1. Назаретян А. П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии / А. П. Назаретян. – Санкт-Петербург : Питер, 2003. – 192 с.
2. Ольшанский Д. В. Психология масс / Д. В. Ольшанский. – Санкт-Петербург : Питер, 2002. – 368 с.

Керівник: Євтушенко О. М., *доцент*

КУЛЬТУРНИЙ СВІТ НІГЕРІЇ

Акеле Олохігбе Рейчел, *студентка*; СумДУ, гр. МЦм.- 834

Едор Еммануел Овігуерає, *студент*; СумДУ, гр. МЦм.- 834

Процеси глобалізації, які є актуальними для сучасного світу, сприяють співпраці народів у різних галузях життєдіяльності людей. Однією з так сфер є освітня. Українська система вищої освіти надає послуги для вихідців з багатьох держав. Однією з таких є Нігерія, культурний світ якої буде представлений. Ця країна має цікаву історію та багато особливостей, які будуть розглянуті у порівнянні з Україною.

1. Нігерія розташована на західному узбережжі Африки, тому її клімат варіюється від вологого до посушливого. Територіально вона у 1,5 рази більша за Україну.

2. Державна мова – англійська, що є наслідком історичного процесу. На території Нігерії проживає близько 250 етнічних груп, кожна з яких має свою територію та культуру. Є три головні етнічні групи в країні: йоруба (на заході), хауса (на півночі), іґбо (на сході). Відповідно до цього такою ж є кількість розмовних мов. Серед них називають такі: йоруба, іґбо, фула, тів, едо тощо.

3. Столиця – Абуджа. Одним із найбільших індустріальних міст є Лагос – колишня столиця.

4. Нігерія стала незалежною від Сполученого Королівства 1960 р., у порівнянні з Україною, яка здобула незалежність 1991 рр., це сталося на 31 рік раніше, тобто можливостей для саморозвитку у Нігерії більше.

5. Освіта у Нігерії почала розвиватись у середині 19 ст., коли на півдні країни християнськими місіонерами були створені перші школи, подібні до британських. У Північній Нігерії були започатковані мусульманські школи, які в основному займались вивченням Корану. Нині існує єдина державна система шкільної освіти. Найдавнішим представником вищої школи є Ібанданський університет, заснований в 1948 р., а тепер майже кожен штат має свій вищий навчальний заклад.

Отже, порівнюючи Нігерію та Україну, можна зробити такі висновки: обидві країни порівняно недавно здобули незалежність і мають потенціал розвитку у багатьох галузях життєдіяльності суспільства.

Керівник: Кулішенко Л.А., *доцент*

GHANA: CULTURAL FEATURES OF COUNTRY

Alavanyo Harriette Borteley, the student; SumDU, gr. MTS. m. - 834
Makafui Kofi. the student; SumDU, gr. MTS. m. - 834

Ghana is a small country which is based in the western part of Africa. But Ghana's population is of 28.31 million. The capital of Ghana is Accra. Accra is a big and beautiful city with its own beauty and its rich culture. Ghana currently is divided into 16 regions and total of 216 local districts.

Before Ghana had its name "Ghana" it used to be known as "The Gold Coast". Because the country used to be very rich in gold. Because it was rich in gold this led to the invitation of the Portuguese to colonize the country in the year 1471 under the pretense of trade, years passed and the Portuguese left later to be colonized by the British in the year 1867 till 6th March, 1957 when the country attained her independence.

Due to the fact that Ghana was a British colony it accounted for the fact that the official language of the country is English along with a common local language known as Twi which understood by the majority of people in the country, which usually intrigues most foreigners when they visit Ghana.

In Ukraine, there are mostly four Seasons in a year, but in Ghana we experience mainly two seasons namely: the rainy season and the dry season.

During this season, farmers usually have their share of rain for their crops. In the southern part of Ghana, the dry season occurs between November to February.

Ghana has a very colorful culture with its traditional attires such as Kente cloth and Smoak which is used in the making of beautiful garments with a blend of different ornaments. There are a lot of traditional occupations in Ghana with the popular ones being farming and fishing according to the area where one is based coast or mainland.

Ghana is relatively rich in animal life, although it has been reduced by hunting and the spread of human settlement. Large mammals include lions, leopards, hyenas, antelope, elephants, buffalo, wild hogs.

There are a lot of tourist sites in Ghana, which include very beautiful and relaxing resorts, National Parks, waterfalls and a lot more.

Ghana is a small but a very interesting, hospitalizing and a wonderful place with interesting culture and people.

Leader: Kulishenko L.A., associate professor

ПРАВА ВІЛЬНОЇ ЛЮДИНИ: РОЛЬ МЕДІА В ПОДОЛАННІ СУСПІЛЬНИХ СТЕРЕОТИПІВ

Тищенко М.М., студентка; СумДУ, гр. ЖТ-81

В українському медіаполі збільшилась кількість матеріалів щодо висвітлення різних соціальних проблем населення: насилля в сім'ї, булінг, дискримінація меншин тощо. Дискусію довкола поширення хвороби ВІЛ активно започатковують як всеукраїнські, так і місцеві ЗМІ. Через низьку інформованість про захворювання, відсутність системи формування навичок безпечної статевої поведінки, надання часто недостовірної, суперечливої, упередженої інформації значна частина населення відчуває страх і дискомфорт при контакті з людьми, що мають ВІЛ.

Епідемічна ситуація з ВІЛ-інфекції в Україні на 01.04.2019 демонструє, що «Україна сьогодні посідає одне з перших місць серед країн європейського регіону за кількістю ВІЛ-позитивних осіб. За оцінними даними, на початок 2018 р. в країні проживало 244 000 ВІЛ-позитивних людей» [1]. Це означає, що кожен сотий громадянин України є носієм вірусу.

У період з 16 листопада по 10 грудня 2019 інтернет-медіа (за даними Telegram-бота MediaMonitoringBot) опублікували 155 матеріалів зі згадкою про ВІЛ'них людей. Найбільша кількість публікацій припадає на 1 грудня – Міжнародний день боротьби з ВІЛ/СНІДом. Головні теми – нова медична реформа України, яка стосується інфікованих, та заходи, спрямовані на безкоштовне тестування громадян на ВІЛ/СНІД.

Довкола хвороби існує багато міфів та стереотипів, протидіяти яким українські ЗМІ лише починають. За рекомендаціями світових та українських громадських організацій, матеріали про інфікованих мають, в першу чергу, відповідати головним журналістським стандартам. Вони не повинні містити клікбейту, мови ворожнечі [2]. Також, якщо хвороба не є темою матеріалу, не варто про неї згадувати. Підігрівати інтерес до проблем людей, що живуть із ВІЛ, потрібно через створення цікавого та пізнавального контенту, який на простих словах розкаже детальніше про хворобу та проблеми, з якими стикаються хворі. Інформаційним приводом до створення матеріалу

може бути не лише соціальна подія, а й окремі ситуації з життя людей. Якщо джерелом інформації буде безпосередньо людина із ВІЛ, громадяни, які читатимуть, краще сприйматимуть її.

Роль медіа не обмежується інформуванням лише людей, що ніколи не стикалися з ВІЛ/СНІДом. Також журналісти мають доносити до носіїв вірусу їх права та можливості. У сучасному медіапросторі ця тема поки що не порушувалась. За інформацією Сумського обласного центру профілактики та боротьби зі СНІДом: «Права ВІЛ-інфікованих осіб визначені як у законах загального характеру, так і в законодавчих актах, які регулюють правові відносини, пов'язані з ВІЛ-інфекцією» [3]. Всеукраїнські та регіональні медіа мають приділяти належну увагу захисту та поширенню інформації про права людей, що живуть з ВІЛ. Чим більше вони знатимуть, куди звертатись по допомогу, тим більш захищеними вони відчуватимуть себе в суспільстві.

Головне завдання, що стоїть перед українськими журналістами, – боротися зі стереотипами, а не працювати на їх підсилення. Для кращої боротьби необхідно готувати аудиторію до серйозної теми за допомогою інтригуючого заголовку («Ховають посуд навіть колеги»: як живуть українці, хворі на ВІЛ, *Novosti.info*, 2.12.2019) чи гарного зовнішнього оформлення (на прикладі сайту *The Village Ukraine*). Чим більше популяризуватиметься тема ВІЛ/СНІДу у ЗМІ, тим менше конфліктних ситуацій виникатиме серед громадян.

Дотримання прав людей, що живуть із ВІЛ, дає можливість без дискримінації вести гідне людини життя, запобігаючи негативній дії чуток про ВІЛ-інфекцію на суспільство.

1. Статистика з ВІЛ/СНІДУ [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу: <https://phc.org.ua/kontrol-zakhvoryuvan/vilnid/statistika-z-vilnidu>.
2. ВІЧ/СПІД і ЗМІ [Електронний ресурс] // МБФ «Международный Альянс по ВИЧ/СПИД в Украине» – Режим доступу: <http://aph.org.ua/wp-content/uploads/2016/08/hivandmedia6.pdf>.
3. Права та обов'язки ВІЛ-інфікованого пацієнта [Електронний ресурс] // Сумський обласний центр профілактики та боротьби зі СНІДОМ – Режим доступу: <https://sumyaids.lic.org.ua/prava-ta-obov-yazky-vil-infikovanogo-patsiyenta/>.

Керівник: Прокопенко Н.М., к.філол.н.

ПРАВОЗАХИСНИЙ АСПЕКТ РОБОТИ ЖУРНАЛІСТА

Ющенко А.А, *студент*; СумДУ, гр. ЖТ-81

Головне завдання журналіста – інформувати аудиторію. Відповідно, здійснюючи свою професійну діяльність, він сприяє реалізації одного з основних прав людини – права на інформацію. Журналістика зіштовхується з рядом проблем в контексті грамотної подачі інформації щодо дискримінації вразливих груп населення.

Інформаційне поле в Україні наповнене матеріалами на тему порушень прав людини на окупованих територіях. Але інформування про захист своїх прав, попередження їх недотримання відсутнє. «Журналістика безпосередньо є співучасником утвердження та захисту прав людини» [1]. Науковці вважають, що існує потреба в інформуванні аудиторії про ексцеси щодо прав людини, їхні наслідки та способи викорінення проблеми. Реалізація цієї потреби сприяє розв'язанню суспільної задачі – уникнення порушення прав людини, чим займається адвокаційна журналістика.

Лише 12% українців знають про можливість отримання безоплатної правової допомоги від держави; 28% українців вважають найдієвішим способом захисту прав звернення до ЗМІ [2]. Ці дані демонструють недовіру до органів влади та необізнаність громадян у можливостях захисту. Тож журналісти сприяють розголосу справи, але не допомагають у вирішенні проблеми.

Отже, головним аспектом роботи журналіста в українському інформаційному просторі є розповсюдження знань у сфері правозахисту через залучення освітньої функції журналістики. Важливо не тільки поінформувати про порушення прав, а й запобігти цьому шляхом просвіти громадян.

1. Шендеровський К., Сипченко І. Права людини і журналістика: від закономірностей до включення в механізми захисту прав / К. Шендеровський, І. Сипченко // Права людини та мас-медіа в Україні: Збірник конспектів лекцій [Тексти]. – 2018. – С. 27-42.
2. Що українці знають і думають про права людини: загальнонаціональне дослідження / [І. Бекешкіна, Т. Печончик, В. Яворський та ін.]; під заг. ред. Т. Печончик. – Київ, 2017.– 308 с.
Керівник: Прокопенко Н.М., *к.філол.н.*

«МОБІ ДІК» – РОМАН-ПЕРЕДБАЧЕННЯ ГЕРМАНА МЕЛВІЛЛА

Турчин К. В., студентка; СумДУ, гр. ПР-92

Роман «Мобі Дік, або Білий Кит» Германа Мелвілла (1819–1891), яскравого представника американського романтизму, є предметом різнобічних досліджень багатьох науковців, серед яких Р. Уївер, М. Боуен, Д. Хоффман, К. Белікова, Н. Ратушинська, Ю. Ковальов, Н. Щогенцукова, О. Мірошніков та ін.

Одним із важливих, але недостатньо вивчених питань у романі залишається тема передбачення майбутнього. Та й сам автор зауважував, що написав «Євангеліє нашого часу». Відповідне підґрунтя створює дослідження М. Калиниченка, який зазначає, що Герман Мелвілл передбачив саму можливість і навіть неминучість катастроф: «Экологические бедствия и злключения, трагедия Чернобыля, кризис глобального потепления – это ответы природы и, в сущности, ответы Моби Дика» [2, с. 55]. Книга звернена до майбутнього, у чому й полягає актуальність нашої розвідки.

Мета роботи – окреслити деякі символічні «пророцтва», змальовані у творі Мелвілла «Мобі Дік», які мають місце у сучасному суспільстві.

У своєму синтетичному романі письменник показав увесь трагізм того, що вже трапилося і що може бути у найближчому майбутньому, якщо ми не почнемо щось змінювати зараз, адже глобальне потепління, викиди в атмосферу забруднюючих речовин, отруйні відходи в океанах, поліетиленові пакети, вирубка лісів – усе це повільно вбиває нашу планету, знищує безцінний скарб кожного з нас – природу.

На прикладі фанатичного персонажа капітана Ахава Мелвіл намагався застерегти суспільство від сучасної влади, яка маніпулює свідомістю мас. Сам автор називає капітана божевільним: «его (Ахава) истерзанное тело и израненная душа слились, изойдя кровью, и он обезумел» [1, с.227], а в образі Мобі Діка зобразив природу, яку спотворюють і зрештою знищують такі фанатики: «...в душе Ахава росла безумная жажда отомстить киту [1, с. 226]; «...казалось он готов пожертвовать во имя единой страсти всеми земными интересами [1, с.253]» для того, аби знищити свою жертву.

Автор роману наголошував, що «...кит – самое набожное из земных существ» [1, с. 413], тому його Мобі Дік – ніби символ самої природи, а вона являє собою живий організм, який всіма своїми силами намагається вистояти, хоча вже знаходиться майже на межі життя й смерті.

Герман Мелвілл передбачив і соціальні проблеми. Літературознавці зауважують: «Геноцид и Холокост, массовые репрессии, уничтожение инакомыслящих – кто, как не они, фанатичные властители, повинны, что эти слова и с ними связанные кошмары навечно вписаны в историю человечества?» [2, с. 55].

«Ахав, добившийся гипнотической покорности команды» (М. Калиниченко) нагадує сучасну владу, яка часто маніпулює свідомістю суспільства, нав'язуючи свої погляди, думки, ідеї, а люди через свою необізнаність зазвичай лише підкоряються їй. Ось таким чином і виникають непорозуміння, конфлікти, що призводять до війн між фанатиками. Персонаж роману попереджує: «В первого, кто попытается выпрыгнуть из этой лодки, я сразу же всажу гарпун. Вы уже не люди, вы мои руки и ноги; и поэтому подчиняйтесь мне» [1, с. 474]. Фанатизм, на думку Мелвілла, навіть якщо він спрямований для досягнення благих цілей, – за своєю суттю антигуманний.

Таким чином, пророчий сенс твору «Мобі Дік» полягає у висвітленні важливих загальнолюдських проблем – екологічних, соціальних, політичних, релігійних та інших. Цей роман, беззаперечно, вартий уваги небайдужого читача, адже гарантовано перевертає свідомість і змушує замислитись про майбутнє: «Тот же самый океан колышется вокруг нас и сегодня... Ноев потоп ещё не окончен...» [2, с. 336].

1. Собрание сочинений: В 3 т. / Редкол. Я. Засурский и др. Т. I: Моби Дик, или Белый Кит: Роман / Пер. с англ. И. Бернштейн; Вступ. ст., послесл. Ю. Ковалева; Примеч. Е. Апенко, И. Бернштейн. – Л. : Худож. лит., 1987. – 640 с.
2. Калиниченко М. М. «Я написал Евангелие нашего времени...». Роман Германа Мелвилла «Моби Дик» // Зарубіжна література. – 2003. – № 7. – С. 50–59.

Керівник: Жиленко І.Р., доцент

СТАЛКЕР В ІСТОРІЇ УКРАЇНИ

Снежко Є.О., студент; СумДУ, гр. ПР-92

Трилогія Сталкер: «Зов прип'яті», «Чисте небо», «Тінь Чернобиля». Всі ці частини однієї відомої трилогії, які вплинули не тільки на український геймінг, а також вплинуло на формування значної частини молоді як такої. Тим самим дає змогу себе проявити серед інших українських комп'ютерних ігор.

Як для мене ця трилогія стала особливою в цьому жанрі і компанія GSM впровадила слово «сталкер» це слово означає авантюрист, пройдоха. Всі персонажі в цій історії не є дружелюбними і головний герой яким гравець контролює дізнається про це і сам становиться хитрим, щоб обманути інших сталкерів особливо Сідоровича, який кричить на новачка який прийшов продавати консерви і хвалить професійного сталкера за дорогий хабар у вигляді артефакту або амуніції. І ця неприязність нагадує реальний світ, що в ньому не всі є дружелюбними і це є нормальним явищем, і також ця гра дає відчуття що всі хочуть забрати твій хабар. Хоч ця гра була створена у 2007 році, вона до сих пір залишається відомою завдяки модам які покращують гру і що цікаво, в цих модах беруть участь звичайні люди які працюють над покращенням гри коли самі не отримують грошей. Це говорить наскільки сильно в них залишилась частинка сталкеру, яку вони не хочуть бачити погашеною. І ця пристрасть до сталкерської атмосфери залишилась у серцях багатьох геймерів і не тільки гравці з батьківщини, а також стрімери і ютубери з усього Світу, вони говорять що ця гра відрізняється від американських популярних виживалок як наприклад “Fallout” і “Skyrim”. Вони також розповідають про те як гарно створений штучний інтелект у мутантів і інших загроз які будуть настерігати мандрівника зони відчуження. Взагалі повинно бути зазначено як деякі місія які персонажі надають, рідко дають дохід бо самі аптечки і бинти є дуже дорогими і є випадки коли навіть оплата за виконане завдання не покриває витрати і мандрівник виходить у мінус і це також нагадує сурове життя в Україні.

Сама історія яка закладена в симулятор зони відчуження. Має багато інтриги. Ця фантастична трилогія просунула Україну і вона стала популярною серед інших відомих ютуберів і стримерів у всьому світі.

СПЕСИШИЗМ. ЧОМУ ОДИНХ МИ ЛЮБИМО, А ІНШИХ ЇМО?

Бистро Т. В., *студентка*; СумДУ, гр. ПЛ-91

Спесишизм- це видова дискримінація, заснована на переконанні в тому, що один вид перевершує інший.

У сучасному світі люди розділили тварин на тих, які приносять їм користь своїм існуванням, і на тих, чиї тіла чи їх частини (шерсть, пір'я, роги, шкіра тощо) вони використовують для своїх потреб. Ті тварини, які приносили задоволення своїм існуванням, стали «неістивними» друзями людей, інші – ресурсами, які використовуються у виробництві.

Якщо десь жорстоко вб'ють собаку, про це повідомлять у всіх новинах, вбивців будуть засуджувати. Проте, ніхто не звертає уваги на те, що в кожній європейській країні щомісячно помирає близько 600000 різних тварин заради людських потреб. Усі удають, ніби це нормально. Люди знаходять виправдання, наприклад, про те, що цих тварин для того і вирощували.

Більшість людей навіть не помічають своєї спесишитської поведінки, проте це проявляється у звичайних щоденних речах. Тварини, які, на думку людей, створені для «їжі та речей», набувають негативних рис. Наприклад, «ти брудний як свиня», «ну ти й курка», «виглядаєш як корова». Але тварини, які приносять людям задоволення своїм існуванням, стають загальними до гарних рис. Наприклад, «ти мій котик», «зайчик мій» тощо.

Захисники прав тварин проводять аналогію між спесишизмом, расизмом та сексизмом, адже в усіх трьох ситуаціях виявляється упереджене ставлення до чогось, що є незвичайним та відмінним від «нормального», що властиво усім людям.

Таким чином, моральне суспільство не повинно ігнорувати права тварин лише за їх родом та розподіляти за користю, яку вони приносять людям.

Керівник: Іванова Т. В.

СУЧАСНІ МЕТОДИ ЦИФРОВОЇ ЛЕКСИКОГРАФІЇ

Лопандя К.М., Столбцова А.О., *студентки*; МКСумДУ, 313-ж

У сучасних умовах панівними у всіх галузях науки стають цифрові технології. Зважаючи на це, вважаємо актуальним та необхідним розробляти та впроваджувати нові методи насичення освітнього середовища засобами інформаційно-комунікаційних технологій інструменти для представлення лексикографічного матеріалу.

Мета статті – аналіз методу візуалізації та доведення, що цей метод є ефективним інструментом лексикографії.

Одним із сучасних різновидів електронного словника є відеословник. Вважаємо, що відеословник – це відеоряд, побудований за певним принципом лінгвістичного матеріалу, який є незмінним. Це абсолютно нове явище в лексикографії, проте вельми динамічне та перспективне. Відеословники можна широко застосовувати в різних видах і формах освітньої діяльності, це зумовлено тим, що відеословники сприяють формуванню нових знань юзерів, повно та лаконічно подають матеріал та візуалізують його, а візуалізація, лаконічність та оцифрування матеріалу є вимогою часу.

Застосування методу віртуалізації створило продуктивний інструмент для дослідження клінгвокраєзнавства, оскільки традиційні методи аналізу онімів не відтворюють цілісної картини та не дають можливості використовувати особливо цінний матеріал у загальному науково-навчальному просторі – унікальні дані та знання, більшість із яких на сьогоднішній день існують лише у поодиноких паперових варіаціях (архівні відомості, рукописні карти, реєстри населення тощо) [2].

Проаналізуємо характеристики такого різновиду словника на прикладі відео словника «Відомі невідомі Суми» [1], авторами якого є група студентів спеціальності 061 Журналістика Машинобудівного коледжу СумДУ: 1) це віртуальний словник; 2) лексикографічний матеріал – краєзнавчий; 3) словникова стаття – відеоблог, присвячений певній лексемі сумського колориту; 4) словник побудований за абетковим принципом; 5) за функціональним призначенням подібний до тлумачного, але різниться

репрезентуванням матеріалу, побудовою словникової статті та стилістичним трактуванням лексем;

Етапи роботи над словниковою статтею: 1) проведення опитування серед жителів міста Суми, метою якого – окреслити поняття, що викликають асоціативні ряди з «містом над Пселом»; 2) формування реєстру лінгвістичного словника омонімів (мірило відбору – частотність вибору реципієнтів); 3) підготовка словникових статей, що повинні викликати інтерес до предмету опису та наштовхнути на створення статті такого типу самостійно; 4) підбір яскравого ілюстративного матеріалу; 5) консультація з краєзнавцями стосовно предмету трактування; 6) зйомка відеоматеріалу; 7) інтеграції відеословника у віртуальне середовище (зادля цього використовується YouTube-канал МашТВ), що дає можливість долучатися користувачам до створення якісного відеоматеріалу через питання, обговорення, поширення;

Зазначимо, що відкритими та перспективними питаннями для функціонування відеословника «Відомі – невідомі Суми» є проблема укладання, функціонування та подальша імплементація, а особливо гострою є проблема візуальних та наукових вимог до оформлення відеословників.

Перевагами відеословників вважаємо: ефективну та зручну пошукову систему; змогу користувачів додавати коментарі або долучатися до поповнення словника; контроль адміністраторів за користуванням відеословником; візуалізація лінгвістичного матеріалу.

Отже, функціонування відео словників (такого типу як «Відомі невідомі Суми») сприяє якісному процесу освіти та є перспективною темою для подальшого дослідження.

1. Електронний словник «Відомі невідомі Суми» на YouTube-каналі. URL: https://youtu.be/I4f_p8sZrEw (дата звернення: 14.10.2019).
2. Надутенко М. В., Надутенко М.В. Віртуалізація ономастичної системи «Ономастика України». Слово и словарь = Vocabulum etvocabulary: сборник научных статей/ Нац. акад. наук Беларуси, Центр исслед. белорус. культуры, языка и лит., Ин-т языкознания имени Якуба Коласа; редкол.: И. Л. Копылов (гл. ред.) [и др.]. Минск: Беларуская навука, 2010. Вып. 16. С. 194–198.

Керівник: Пономаренко Н.П., викладач

ПРОБЛЕМИ ПОТЕНЦІЙНИХ КЛІЄНТІВ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Ащаулова Т.А., студентка; СумДУ, гр. СР-91

Сьогодні в нашій країні проживає доволі значна кількість осіб з обмеженими можливостями, які не здатні самостійно впоратися та потребують своєчасної допомоги. З огляду на це, проблеми, зазначеної вище категорії людей і їх подолання є актуальними. Мета роботи полягає у визначенні сучасних проблем на соціальну роботу та можливих шляхів їх вирішення.

Люди, які мають психічні травми, великі складнощі зі здоров'ям, повинні користуватися тими ж самими правами, що й інші громадяни. На жаль, багато хто нехтує цю групу людей. Такою поведінкою довкілля погано впливає на внутрішній стан постраждалої особи й можливо можуть бути негативні наслідки. Чому інші вважають особистість з конкретними відхиленнями зайвою в суспільстві і як їй піти на зустріч? Конвенція ООН про права осіб з інвалідністю була ратифікована 16 грудня 2009р. Верховною Радою України. Країни, які підписали міжнародну Конвенцію, домовилися виконувати всі пункти.

Деякі особи мають власне “Я” і є байдужими до оточуючих. Вони поводять себе зверхньо не тільки над хворими, а й над іншими. Тоді потрібно шукати підтримку наступним шляхом - звернутися до соціальної роботи. Соціальні працівники включають у себе психолога, лікаря, консультанта, вміють співчувати. Їхнє завдання - допомогти знайти вихід з проблемної ситуації. У подібних випадках потрібно знайти окремий підхід до кожного, намагатися розмовляти з такою людиною зрозумілою їй мовою, бути на рівних із клієнтом. Держава в свою чергу повинна надавати соціальні послуги, догляд, пільги, різні заходи. Якщо взяти за приклад одну із статей Конвенції ООН про права осіб з інвалідністю «Доступність», то можна побачити, яку подальшу роботу потрібно проводити. Держави-учасниці надають заходи, де зазначено про рівність з іншими до всіх функцій різної соціальної сфери, а також беруть за увагу об'єкти й послуги. Завдяки

цьому постраждала людина може знайти житловий будинок із усіма зручностями, працевлаштування, користуватися міським транспортом і мати змогу до більш доступної інформації та зв'язку.

Важливу роль відіграє 28 стаття Конвенції ООН про «Достатній життєвий рівень та соціальний захист». За статтею люди мають право на поліпшення умов життя завдяки наявності одягу, житла, достатнього харчування. Соціальні працівники в першу чергу розглядають проблему з різних сторін і намагаються поліпшити її власними аспектами. Соціальні служби беруть на себе відповідальність за оплату всіх послуг, у яких потребує кожна особа з інвалідністю: тимчасового догляду, навчання, інші фінансові допомоги. Беруться до уваги заходи з забезпечення даній категорії доступу до програм соціального захисту, державного житла, програм скорочення масштабів бідності, пенсійних програм, компенсаційних виплат та піклування. Головною метою Конвенції є розглянути інвалідність, де йде мова про результат взаємодії між особою та його або її оточенням

Таким чином, ми розглянули клієнтів соціальної роботи, а саме осіб, які мають соматичні захворювання або інвалідність, важливі питання та їх вирішення. Кожна особа з інвалідністю потребує різної форми допомоги й має право вільно звернутися до соціальних служб, які зможуть подолати бар'єри в суспільстві та стимулювати клієнта на самовдосконалення.

Проаналізувавши все, що перераховано вище, стає зрозумілим – соціальному працівнику встановити взаємодію з клієнтом, розширити можливість та самостійність клієнтів у подоланні власних проблем. Соціальні працівники передають матеріальні, фінансові та духовні цінності для потреб мало захищених верств населення.

1. Конвенція «Про права осіб з інвалідністю» від 13.12.2006 р. № 1767-VI від 16.12.2009
2. Закон України «Про ратифікацію Конвенції про права осіб з інвалідністю і Факультативного протоколу до неї» від 16 грудня 2009р. N 1767-VI (Ред. Від 07.09.2016) // Відомості Верховної Ради України, 2010, N 9, ст.77

Керівник: Семенов В.М., доцент

ПРИРОДА ТА ПРОЯВИ ГЕНДЕРНО-ЗУМОВЛЕНОГО НАСИЛЬСТВА

Романченко Ю.Ю, студентка; СумДУ, гр. СР-91

Ця робота присвячена гендерно-зумовленому насильству проти жінок, причинам його виникнення та громадському ставленню до цього виду насильства. Актуальність полягає в тому, що жертви цього виду насильства потребують захисту, але 40% суддів і прокурорів України вважають домашнє насильство «приватною справою».

Із прийняттям у нашій державі Закону «Про запобігання та протидію домашньому насильству» стало очевидно, що Україна визнає і приділяє увагу до гостроти та глибини цієї проблеми.

Через те, що сьогодні в суспільстві чоловікам дають більше влади ніж жінкам – це створює сприятливі умови для розвитку гендерного насильства. Насправді, гендерне насильство загалом зумовлене владними і диктатурними відносинами між чоловіками та жінками, дискримінацією щодо дівчат, коли, порівняно, їх вважають менш впливовими та значущими.

Поряд із цим, наше суспільство вважає за норму, що чоловік має більше влади ніж жінка. Згідно статистиці «United Nations Ukraine» 54% людей зазначили, що жінки за своєю природою слабші та вразливіші, тобто їм важче справлятися зі складними ситуаціями. Слово «жінка» часто асоціюється з такими поняттями як емоційність, самопожертва, і, звичайно, краса. Подібні стереотипи зумовлюють диспропорції в посадовій ієрархії та значно впливають на рівні заробітної плати. Так, наприклад, Державна служба статистики України оприлюднила цифри про середньомісячну заробітну плату населення. За цими даними, в III кварталі 2019 року оплата праці жінок становить 9 348,42 грн або 75,7% від зарплати чоловіків (12 350 грн).

Варто зазначити, більше ніж три чверті опитуваних вважають, що роль жінки має обмежуватися виключно домашньою роботою, іншими словами, піклуванням про дім, дітей, чоловіка та приготування їжі – це і є найважливіша роль будь-якої жінки. Ця точка зору була сформована в ході історичного розвитку, культурного виховання та формального «інституту сім'ї» серед населення. Звертаючись до статистики, тільки 31% жінок вважають, що чоловіки не повинні порівну ділити домашні

обов'язки з дружиною. Щодо маніпуляцій для підкорення особистості примхам другої сторони, часто застосовують психологічне насилля, а саме знецінення, ігнорування, залякування та багато інших прийомів. Після цього жінки мають страх виходити заміж, залишатися наодинці зі своїм партнером, висловлювати незгоду з думкою та рішенням чоловіка, навіть якщо з ним не згодні. Унаслідок виникає сексуальне насильство, яке сприймається як звичайна складова життя. Головна ж відмінність між насильством та іншими соціально-складними сферами з полягає в тому, що насильство не має речових форм, тобто воно не матеріалізується в апаратах управління, не має засобів зв'язку і знаходить своє відображення лише в діях різних людей. Не дивлячись на це, воно присутнє в усіх сферах і спричинити його може майже будь-що: роль у сім'ї, стрес на роботі, життєві труднощі, зовнішні дані, навички виконання побутової роботи, особиста свобода, вбрання, вага, макіяж, психологічне навантаження і так далі. На додаток, 58% українців не звертатимуться до поліції, коли стануть свідками сексуальних домагань у громадському місці або серед своїх знайомих, а третина чоловіків не підтримують притягнення до відповідальності за примус партнерки до статевих стосунків, бо вважають це шлюбним обов'язком. Крім того, насильство в сім'ї, спрямоване проти жінки сьогодні має тенденцію до «прозорості» та знеособлення жертв, а також віктимблеймінгу (звинувачення самої жертви насилля). Тобто, коли мова йде про насилля або гендерні питання, усі думають, ще це стосується лише жінок, і ніхто не згадує про наявність чоловіків у подібних питаннях.

Підсумовуючи наведені вище факти, очевидно, у суспільстві існує проблема гендерного насильства. Невидимість даного питання спричиняє значні витрати в майбутньому, тому його потрібно вирішувати як у країнах, що розвиваються, так і в розвинених. Насильству немає виправдань по відношенню до будь-кого, і це не приватна справа до якої не можна втручатися.

1. Вольний К. Гендерні аспекти зайнятості українські реалії і світовий досвід /К. Вольний // Вісник ТНЕУ. – 2009. – No1. – С. 69 – 75.
2. Partnering in Response to Sexual Violence: How Offender Treatment and Victim Advocacy Can Work Together in Response to Sexual Violence. David A. D'Amora, Gail Burns-Smith.

Керівник: Семенов В.М, доцент

ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ

Калініченко М.Д, *студентка*; СумДУ, гр. СР-91

Гендерні стереотипи – це закладені суспільством установи про те, як має себе поводити людина в залежності від її біологічного полу.

Ця робота присвячена висвітленню цих стереотипів з точки зору їх шкоди для суспільства.

Гендерна самосвідомість включає в себе претензії, очікування, уявлення кожної статі про себе і про іншу стать, розуміння гендерних ролей в даному суспільстві і установки на прийняття чи неприйняття цих ролей, бажання або небажання включатися в соціальне життя відповідно до місця у суспільстві та неписаних гендерних « правил гри ».

Тема гендеру наділена безліччю стереотипів, через які у людей виникають труднощі з правильним сприйняттям один одного незалежно від полу.

Дівчаток вчать бути беззахисними принцесами та домогосподарками, слухняними та люблячими дружинами, а чоловіків – сильними та самостійними воїнами чи солдатами.

Говорячи про шкоду таких упереджень я хочу зазначити декілька негативних ефектів, що зумовлені саме стереотипами щодо гендеру:

Перший негативний ефект полягає в тому, що існуючі стереотипи образів чоловіків і жінок діють як лупа, і відмінності між ними підкреслюються в набагато більшому ступені, ніж є насправді;

Другий негативний ефект статевих стереотипів - це різна інтерпретація і оцінка однієї й тієї ж події в залежності від того, до якої статі належить її учасник/-ця. Це наочно виявилось при дослідженнях та дослідженнях на основі дітей різної статі;

Третій негативний ефект полягає в гальмуванні розвитку тих якостей, які не відповідають даним статеворольового стереотипу.

Отже, гендерні стереотипи негативно впливають на життя та спонукає до думки навчитися оцінювати людей незважаючи на стереотипи стосовно їхнього гендеру.

1. Берн Ш. «Гендерна психологія». - Спб.: Прайм-Евразнак, 2001.

АЛКОГОЛІЗМ ЯК СОЦІАЛЬНЕ ЯВИЩЕ

Кіпенко С.О., студентка; СумДУ, гр. СР-91

Алкоголізм, як соціальна проблема, не втрачає своєї актуальності і в 21 столітті. Навпаки, через соціальну невлаштованість, неспроможність людини раціонально оцінювати власні можливості та масштаби проблеми, стресові ситуації вживання спиртних поширюється.

Окрім того, наразі відбувається популяризація вживання алкоголю в рекламних відеороликах та фільмах.

Згідно статистики, в Україні щороку реєструється близько 40 тисяч нових випадків. Показники статистики показують серйозність проблеми. Тільки в Сумах за 2018 рік вперше зареєстровано 270 випадків хронічної алкогольної залежності (101,3 на 100000 населення). [1]

Серед причин появи залежності від спиртних напоїв значну роль відіграє спадкова схильність та модель поведінки у сім'ї, оскільки у батьків з залежністю ризик виникнення залежності у дитини значно вищий.

Однією з причин алкогольної залежності може також бути затяжний кризовий стан людини. До цього підpunkту можна віднести особисті переживання, роль в соціумі.

Надмірне зловживання алкоголю часто має наслідком виникнення конфліктів в сім'ї, втрату професійних навичок, що у свою чергу, посилює потяг до спиртних напоїв, призводить до криміналу та інших соціальних проблем.

Як зазначено у наукових працях з психіатрії і наркології, соціально-психологічна функція алкоголю полягає в ілюзорному поліпшенні задоволення особистісних потреб. Алкогольні напої спричинюють ейфорію і знімають емоційне напруження, а у разі повторення – закріплюється звичка до зловживання алкоголем на умовно-рефлекторному рівні. Дана шкідлива звичка часто стає передумовою для розвитку хронічного алкоголізму та захворювань різних органів і систем, що потребує реабілітаційних та лікувальних заходів.

Всесвітня організація охорони здоров'я на основі системного

підходу як одну з проблем, пов'язаних з алкоголем виділяє проблеми суспільства, що характеризується порушенням суспільного порядку; дорожньо-транспортні пригоди та підвищений травматизм; зниження продуктивності праці та прогули; нещасні випадки; економічна витрати, пов'язані з лікуванням та допомогою через непрацездатність, з охороною порядку [2].

Незалежно від причин виникнення залежності вирішення даної проблеми потребує комплексного підходу з обов'язковим урахуванням індивідуальних особливостей та способу життя залежної особи та її оточення.

Першим кроком для початку реабілітації хворого має бути визнання проблеми, як самої людини з залежністю, так і членів її родини. У місті Суми дієву допомогу в даному питанні надають спеціалісти центру соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді, управління «Служба у справах дітей», центру реінтеграції бездомних громадян, медичні працівники та психологи відділення «Клініка, дружня до молоді» дитячої клінічної лікарні Святої Зінаїди, телефон довіри та психологічні служби лікувальних закладів, громадські та релігійні організації тощо.

До комплексної реабілітації слід віднести спеціалізовану медичну допомогу, психологічну допомогу, консультації кваліфікованих соціальних працівників, які разом складають мультидисциплінарну команду для проведення індивідуальної та групової роботи за різними напрямками, а також розробка та впровадження профілактичних заходів.

Таким чином, зловживання алкоголем є значною соціальною проблемою, яка впливає на всі аспекти життя – економічний, моральний, соціо-культурний та інші. Своєчасна оцінка проблеми залежності та допомога фахівців різних напрямків діяльності дасть шанс людині повернутись повноцінного життя.

1. Перелік основних інтегральних показників стану здоров'я населення м. Суми за 2018 рік.
2. Алкоголізм як соціальна проблема: теоретичний аспект: матеріали XIII Міжнародної науково-практичної конференції. [Секція VI. Молодь за здорову націю]. (Житомир, 24-25 березня 2011 р.) – 227 с.

Науковий керівник: Семенов В.М., доцент

ОСОБЛИВОСТІ СЕМАНТИКИ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ У МОЛОДІЖНІЙ МОДІ

Онйека Келсей Онїїнїєчі, студентка; СумДУ, гр. МЦм-819

Останнім часом в українській мові з'являються лексичні інновації, що відбивають нові досягнення у сфері моди.

Незважаючи на значущість моди для світогляду сучасної людини, її соціальну роль як сфери діяльності, лексика моди залишається дослідженою лише в окремих аспектах.

Проаналізувавши найпоширеніші іншомовні лексичні одиниці, які використовуються в українській мові у сфері молодіжної мови, ми виокремили такі групи.

До складу лексики моди входять одиниці на позначення предметів одягу, взуття, головних уборів, аксесуарів, модних стилів та течій, назви відомих брендів. До першої групи ми віднесли конкретні назви одягу та його елементів (як-от: боді (body), денім (denim), світшот (sweatshirt), бандана (bandana), манто (manteau), капрі (Capri pants), легінси (leggings), моми (mom jeans)); пончо (poncho). До другої групи віднести назви взуття, модних брендів: сліпони (Vans shoes), шузи (shoes), снікери (від англ. to sneak), ботильйони, кріпери, лофери, кеди Converse, бренд «Timberland», угі тощо. До третьої – різні молодіжні стилі та популярні бренди (наприклад: оверсайз (oversize), колінз (colin's), levi's, Champion, Filling Pieces, Mango, Gropp Hou, House, Mohito, Sinsay, ICEBOYS; вінтаж (Vintage), гранж (grunge), Zara, хіп-хоп (Hip-hop) тощо.

Значну групу запозичень становлять слова, які мають українські відповідники, але використовуються вони внаслідок впливу іншої культури, тобто як мода на іншомовну лексику. Найуживанішими є такі лексичні одиниці: шопінг, тренд, модерн, люкс, бутік, піар, дрес-код, супермодель тощо.

Отже, у контексті моди використовуються запозичення, які: 1) є відображенням іншої культури; 2) є способом поповнення лексичного складу української мови; 3) часто запозичуються разом із самим поняттям; 4) відбивають новітні досягнення у сфері молодіжної моди;

5) взаємодіють з власне українськими назвами.

Керівник: Чернишова Т. Г.

СОЦІАЛЬНО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ ЛЕГАЛІЗАЦІЇ ЛЕГКИХ НАРКОТИКІВ

Авраменко А.О, *студент*; СумДУ, гр. СР-91

Проблеми неконтрольованого вживання наркотиків та наркотичної залежності, як хронічного захворювання, з'явилися, напевне, практично від самого народження людини. Приклади можна почати черпати від Стародавнього Єгипту (дослідження німців-антропологів, що стосуються мумій, вік яких складає більше 3 тисяч років, показують таку ж кількість опіуму в м'яких та кісткових тканинах, як і у нинішніх наркоманів) та Ірану, з його орденем хашишинів.

Навіть на сьогодні проблеми наркоманії нікуди не зникли. Можна сказати, навіть навпаки: сучасні технології надають дійсно неймовірні до цього можливості для процвітання та розповсюдження наркобізнесу. Це може звучати дуже дивно, але зараз той самий грам «шишок», героїну або амфітаміну можна придбати прямо через власний смартфон, не виходячи з дому. І, як результат, сотні тисяч доларів доходу у наркобізнесу, тисячі нових строків за зберігання та розповсюдження, шокуюча кількість смертей від передозування або недотримання елементарних санітарних норм.

Постає питання: як цьому запобігти? Є декілька способів. Можна дотримуватися консервативних поглядів і боротися з наркообігом шляхом криміналізації та посилення санкцій. Але, в сьогоденних реаліях, така боротьба нагадує, швидше за все, бій з вітряками. Британський тижневик «The Economist» наголошує на тому, що історія кінця ХХ століття показала тотальну безуспішність боротьби з наркотиками силовими методами.

«Криміналізація використання психоактивних речовин, не здатна попередити вживання, а також сприяє зміцненню та розвитку організованої злочинності. Вона ставить і споживачів, і виробників на антисуспільну та антидержавну позицію, не маючи при цьому, фактично, жодних підстав, а тому так званий «наркокримінал» є виключно продуктом заборони наркотиків» [1].

Однак, на противагу «методу примусу» існує й інший спосіб того, як назавжди покласти край цій проблемі – часткова або повна легалізація так званих «легких» наркотиків та висококваліфікована

допомога залежним від більш сильнодіючих речовин.

Цим шляхом пішли такі країни Європи, як Королівство Нідерландів і Чеська республіка, що, у світлі євроінтеграційних процесів, робить можливим його використання і в Україні.

До того ж, позиція Всесвітньої організації охорони здоров'я у питанні легалізації є дуже цікавою. Як зазначає «The Economist», «в доповіді міститься «тихий, але ясний» заклик до декриміналізації вживання психоактивних речовин» [2]. У цьому разі, як зазначає видання, ця рекомендація стосується не тільки похідних конопель, а й ін'єкційних речовин, так званих «важких наркотиків». У розділі звіту під назвою «Рекомендований досвід щодо декриміналізації», кажуть:

«Країни повинні докладати зусиль до розвитку законодавства, спрямованого на декриміналізацію ін'єкцій та іншого вживання наркотиків, знижуючи таким чином кількість випадків позбавлення волі. Країни повинні забороняти примусове лікування для осіб, що використовують наркотики, в тому числі ін'єкційні» [3].

Отже, спираючись на вищезгадані факти, можна зробити висновок, що застарілі, радикальні методи боротьби з наркотиками та наркозалежними людьми себе вичерпали, і це означає, що наша країна повинна брати приклад із Європи у цьому питанні та впроваджувати схожі ініціативи на державному рівні. Але не потрібно забувати, що дуже багато залежить також і від нас самих. Державна політика – ніщо, якщо ми особисто не припинимо вважати наркозалежних злочинцями і не зрозуміємо, що їм лише потрібна допомога.

1. The wars don't work[Електронний ресурс]//The Economist. – 2015. Режим доступу до журн. - <https://www.economist.com/leaders/2015/05/02/the-wars-dont-work>
2. The WHO calls for decriminalisation[Електронний ресурс]//The Economist. – 2014. Режим доступу до журн. - <https://www.economist.com/newsbook/2014/07/17/the-who-calls-for-decriminalisation>
3. Consolidated guidelines on HIV Prevention, diagnosis, treatment and care of key populations. – WHO, 2014. - 302. Режим доступу - https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/128048/9789241507431_eng.pdf;jsessionid=1C0C549292F4FEB53EC32280BC116503?sequence=1

Керівник: Семенов В.М., *доцент*

РАДИКАЛІЗМ ЯК ЧИННИК СОЦІАЛЬНОЇ РОЗДРОБЛЕНОСТІ

Надточій В.В., студент; СумДУ, гр.СР-91

Ми живемо в демократичній державі та вільному суспільстві, де кожен має рівні права, незалежно від власних переконань або особистісних характеристик. Даний аспект регулюється статтею 24 Конституції України: «Громадяни мають рівні конституційні права і свободи та є рівними перед законом...» [1, с. 8]. Наявність проблеми характеризується тим, що не кожна людина захищає право на думку законним чином. Часто у відповідь на аргументацію протилежних переконань, дехто застосовує фізичну силу, методи маніпуляції – це радикальна позиція підтримки власної думки і агресивне відторгнення будь-якої іншої. Загалом людина рідко аналізує причини такої поведінки і вважає, що достатньо лише оперувати наслідками. Проте задача нашої доповіді полягає в тому, щоб довести негативний вплив радикалізму в будь-яких його проявах на різні сфери життя, особливо в соціумі.

Норми суспільних відносин визначаються не лише дією окремого нормативно-правового акту, адже національна свідомість кожного народу історично формується протягом багатьох століть – це складна структура, яка потребує детального аналізу. Більше за все на це впливають найбільш поширені віросповідання, політичний режим та економічний аспект характеристики окремої держави, на території якої проживає та чи інша нація. Розпочнемо наше дослідження з аналізу релігії, адже саме вона є одним з найдавніших чинників розповсюдження моральних принципів. Ми розглянемо історичний приклад прояву радикального нав'язування віросповідання насильницьким шляхом, наприклад в Християнстві. Варто лише згадати Хрестові походи у середньовіччі – військові кампанії християн, боротьба з язичниками, мусульманами та іншими, відстоювання своєї релігії, поширення сфери впливу на карті Світу. Кровопролиття, жорстокість, вбивство – все це зовсім не схоже на норми моралі. Як результат радикальне нав'язування віросповідання призводить до тотального лицемірства і знецінення релігії в очах сучасної людини, котра здатна до адекватного аналізу.

Перейдемо до політичного аспекту і проаналізуємо один із найбільш негуманних режимів, який не сумісний з поняттям «демократія». Як відомо, тоталітаризм – це радикальний політичний державний устрій, задачею котрого є суворий контроль всіх сфер життя людини. Один з найвідоміших прикладів існування такої системи був представлений в СРСР. Ідеологічна цензура, масові репресії, винищення опозиції, утиск громадянських прав і свобод. Чи можна уявити такий терор проти людства у 2020 році? Я думаю, ні. Ось вам ще один приклад, коли радикалізм не призвів ні до чого.

Наразі пропоную поглибитися в актуальні питання щодо проблем сьогодення. На шляху до забезпечення рівних прав і свобод, створюються і набувають розвитку різноманітні активістські установи. Наведу приклад із США: історично склалося так, що жінки виконували гендерно визначені ролі домогосподарки, а коли влаштовувалися працювати, то отримували меншу заробітну плату у зв'язку з приналежністю до представництва жіночої статі. У наш час все змінилось та існує деякий паритет і рівність в правах та свободах між чоловіками та жінками. Проте якщо детальніше проаналізувати приклади судової практики, то толерантність по відношенню до представників різної статі має контраст. А саме: суд завжди на стороні матері, або приймає сторону постраждалої жінки, навіть, якщо аргументів та доказів для її підтримки недостатньо. Подібні процеси – це відображення дискримінації представників чоловічої статі. І я на сто відсотків впевнений, що до цього причетна діяльність радикальних феміністських організацій, під тиском котрих, прогинається ланка судової системи, якби з метою встановлення справедливості.

Як підсумок зазначу, що прояви радикалізму руйнують суспільну єдність. Маючи різні погляди ми ворогуємо між собою. Слід пам'ятати, кожна думка має право на існування та є рівною в порівнянні з іншою.

1. Конституція України. Суми. : ТОВ «ВВП Нотіс», 2016 – 48 с.

Керівник: Семенов В.М., доцент

СТАВЛЕННЯ СУСПІЛЬСТВА ДО ГОМОСЕСУАЛІВ

Сокрута А. М., *студентка*; СумДУ, гр. ПЛ-91

Гомосексуали – це люди, які мають фізичний та емоційний потяг до своєї статі. Таких персон часто називають геями та лесбіянками.

Тема гомосексуальності, як правило, викликає жваві дискусії, не залишаючи нікого байдужим. Оцінки даного явища є діаметрально протилежними – від активного засудження до прийняття та підтримки. Виходячи з того, що Україна стає частиною Європейського простору, важливим є толерантне ставлення до будь-яких категорій населення. З даного положення випливає наступне – важливо вивчати відношення суспільства до різноманітних проблем з метою розуміння їх репрезентації на рівні масової свідомості.

Мета даного дослідження – вивчення відношення населення до гомосексуалів.

Було опитано 56 людей віком від 17 до 68 років, серед яких 100% відповіли «Так» на запитання «Чи знаєте ви, хто такі гомосексуали?».

На запитання – «Чи є серед ваших знайомих геї та лесбіянки?» – відповідь «Так» становить 23%, «Ні» – 71%, «Важко сказати» – 6%. На запитання – «Чи є серед ваших знайомих геї та лесбіянки?» – 31% жінок відповіли «Так», 62% – «Ні», 7% – «Важко сказати»; 15% чоловіків відповіли «Так», 82% – «Ні», 3% – «Важко сказати». Якщо запитати у людей – «Чи є серед ваших знайомих гомосексуалісти?» – віком до 30 років, то результати складають: 38% – мають, 58% – не мають, 8% – ускладнюється дати відповідь. 10% – категорії людей після 30 років мають знайомих гомосексуалістів, 87% – не мають і 3% ускладнюється дати відповідь.

На запитання – «Як би ви оцінили ваше ставлення до геїв?» – відповідь «Позитивно» становить 21%, «Негативно» – 34%, «Нейтрально» – 39%, «Важко сказати» – 6%. Якщо аналізувати результати жінок то: 24% відповіли «Позитивно», 19% – «Негативно», 44% – «Нейтрально», 3% – «Важко сказати», а якщо взяти чоловіків то відповідь «Позитивно» – 8%, «Негативно» – 54%, «Нейтрально» – 33%, «Важко сказати» -- 5%. 31% люди віком до 30 років відповіли «Позитивно» на це запитання, 23% – «Негативно», 42% – «Нейтрально», 4% – «Важко сказати». 13 % людей старше 30 років

відповіли «Позитивно», 43% – «Негативно», 37% – «Нейтрально» та 7% – «Важко сказати».

На запитання – «Як би ви оцінили ваше ставлення до лесбійок?» – відповідь «Позитивно» складає 21%, «Негативно» – 34%, «Нейтрально» – 39%, «Важко сказати» – 6%. Якщо аналізувати результати жінок то: 31% відповіли «Позитивно», 25% – «Негативно», 41% – «Нейтрально», 3% – «Важко сказати», а якщо взяти чоловіків то відповідь «Позитивно» – 5%, «Негативно» – 48%, «Нейтрально» – 41%, «Важко сказати» – 5%. 31% люди віком до 30 років відповіли «Позитивно» на це запитання, 15% – «Негативно», 50% – «Нейтрально», 4% – «Важко сказати». 13 % людей старше 30 років відповіли «Позитивно», 50% – «Негативно», 30% – «Нейтрально» та 7% – «Важко сказати».

Аналіз отриманих результатів показав, що більшість респондентів не мають досвіду знайомства з особами з гомосексуальною орієнтацією, з їх слів. Слід зазначити, цей факт не означає, що такі особи відсутні у суспільстві, а говорить про те, що люди з гомосексуальною орієнтацією приховують власні внаслідок існування негативного відношення до них з боку суспільства.

Є певні гендерні та вікові відмінності в оцінці осіб з гомосексуальною орієнтацією. Зокрема, більш негативно до них ставляться чоловіки та респонденти старше 30 років. З іншого боку, жінки та молодь виявились більш толерантними.

Є певні відмінності у ставленні до геїв та лесбійок. Якщо в цілому по вибірці ставлення до цих категорій не відрізняється, то більш детальний аналіз показав, що жінки позитивніше відносяться до лесбійок (31%) ніж до геїв (24%). У чоловіків такої тенденції не спостерігалось. Крім того, до представників власної статі, але з іншою орієнтацією, як серед чоловіків, так і серед жінок частіше було негативне відношення. Серед чоловіків негативне відношення до геїв – 54%, до лесбійок – 48. Серед жінок негативне відношення до геїв – 19%, до лесбійок – 25%.

Загалом, оцінюючи все вище сказане, можна сказати, що ставлення українського суспільства до гомосексуальності і гомосексуалів неоднозначне, нестійке та мінливе, тобто знаходиться в процесі формування.

Керівник: Іванова Т.В.

БІЖЕНЦІ, ЯКІ НЕ МАЮТЬ НЕОБХІДНИХ ЖИТТЄВИХ РЕСУРСІВ

Позняк А. А., *студентка*; СумДУ, гр. СР-91

«Біженець – особа, яка не є громадянином України і внаслідок обґрунтованих побоювань стати жертвою переслідувань за ознаками раси, віросповідання, національності, громадянства (підданства), належності до певної соціальної групи або політичних переконань перебуває за межами країни своєї громадянської належності та не може користуватися захистом цієї країни або не бажає користуватися цим захистом внаслідок таких побоювань, або, не маючи громадянства (підданства) і перебуваючи за межами країни свого попереднього постійного проживання, не може чи не бажає повернутися до неї внаслідок зазначених побоювань» [1].

Біженці та вимушені мігранти взагалі не є новим явищем для України. Багатьом українським політикам та діячам культури, навіть протягом ХХ століття, вдалося втекти через притулок до інших країн. Це сталося навіть після здобуття незалежності.

Щороку громадяни інших країн або особи без громадянства вже шукають притулку в Україні. Вони стверджують, що бояться переслідувати вдома чи тікати від війни та насильства.

Однак, на жаль, зараз слово "біженці" з'явилося у щоденному обігу не головним чином через те, що законодавство називає "біженцями", а через мешканців України, які змушені залишати окуповані чи небезпечні території у мирних регіонах.

Біженці у своїй країні проживання разом з іншими категоріями населення (громадяни країни перебування, іноземці, особи без громадянства) користуються всіма правами людини, які є універсальними та міжнародно гарантованими.

Забезпечення поваги та захисту цих прав людини є як способом вирішення проблеми біженців, так і способом запобігання її виникненню. У першому випадку необхідно забезпечити, щоб країна походження біженців була належним чином захищена правами людини, перш ніж чекати, коли біженці повернуться до своєї країни громадянства або постійного проживання. У другому випадку

громадяни деяких держав не мають розумного страху з можливих переслідувань з певних причин.

«В Україні останнім часом трапляються безпрецедентні явища: іноземна інтервенція, окупація, тероризм, антитерористичні операції. Вони мають соціальні наслідки, які призвели до великої кількості внутрішньо переміщених осіб та порушень прав людини. Таких громадян України сьогодні називають вимушеними переміщеними особами, що підкреслює причини їх переміщення: вони змушені покидати свої домівки, щоб зберегти своє життя та життя близьких людей, щоб уникнути насильства та політично мотивованих переслідувань за свої переконання», – зазначила Ольга Скрипник, голова Центру громадянської освіти «Альменда».

У той же час і в чисто практичному розумінні українська влада та громадяни повинні бути готові зіткнутися зі зростаючою складністю кількості переміщених осіб.

Управління Верховного комісара ООН у справах біженців (УВКБ ООН) забезпечує захист та допомогу біженцям у різних країнах світу. УВКБ ООН має дві основні цілі: захистити біженців та знайти способи допомогти їм розпочати нове життя в правильних умовах.

За статистикою Державної міграційної служби України та УВКБ ООН на 1 січня 2018 року в Україні проживало 2557 біженців. Велика кількість біженців зосереджена в Києві та Одесі.[2]

За даними УВКБ ООН, наразі в Україні є 5500 шукачів притулку. Нові особи, які шукають притулку у 2017 році, приїхали переважно з Афганістану, Бангладеш, Сирії та Іраку. У 2016 та 2017 роках кількість новоприбулих шукачів притулку в Україні скоротилася вдвічі. [2]

Отже, біженці – це люди, яким потрібна допомога ,адже ніхто не знає, в якій ситуації ти можеш опинитися завтра.

1. Закон України « Про біженців та осіб, які потребують додаткового або тимчасового захисту» від 03.03.2016 року // Відомстві Верховної Ради України. – 2012. - № 16. – С. 146.
2. Представництво Управління Верховного комісара ООН у справах біженців (УВКБ ООН) в Україні.

Керівник: Семенов В. М. доцент

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОКРЕМИХ МЕТОДІВ МАСОВОКОМУНІКАЦІЙНОГО ВПЛИВУ В НЕЗАЛЕЖНІЙ УКРАЇНИ

Сердюк А.Ю., *студент*; СумДУ, гр. ЖТ-91

Після здобуття Україною незалежності в 1991 році життя країни докорінно змінилося, у тому числі це стосується й інформаційної сфери. Масифікаційні процеси постійно відбуваються поряд з кожним споживачем інформації, але не кожен може їм опиратися, стаючи частиною маси. Нові українські масифікатори і професійні комуніканти уміло цим користуються і різними способами намагаються впливати на масу. Наша робота має на меті на конкретних прикладах продемонструвати, якими методами масовокомунікаційного (далі – МК) впливу користуються українські професійні мовці.

У роботі розглянуто три методи МК впливу: метод переконання, метод маркування маси і метод навішування ярликів.

Метод переконання – це спосіб МК впливу, що полягає у переконанні маси шляхом аргументації або використання якихось голосних заяв, зворотів, які мають загальноприйняте значення, і застосування яких переконує саме по собі, посилянь на авторитетних у суспільстві людей та джерел [1, с. 175].

Цим методом постійно користуються під час промов політики й агітатори. У більшості політичних ток-шоу в Україні переважно використовують цей метод, бо учасники політичних процесів весь час намагаються нав'язати населенню свою думку щодо певних процесів і явищ в Україні. Влучно й ефективно користується способом переконання колишній президент України Петро Порошенко. Зокрема, у промові на день незалежності 2018 року він переконував народ у зміцненні економічного становища України шляхом голосних заяв про те, що Україна стала більш економічно незалежною й сильною, ніж чотири-п'ять років тому та наголосивши, що «вчора була тисяча днів, як ми не купуємо газ у Росії». Також Петро Олексійович переконував слухачів у правильності вибору його президентом України, використовуючи художні звороти про компас, «стрілка якого упевнено показує на захід, у протилежний бік від

імперії», тобто запевняючи, що він приведе Україну в Європейський союз та НАТО.

Метод маркування маси – це метод, який використовується для гуртування маси і її ідентифікації у натовпі під час маніфестацій, парадів, мітингів і т. п. за допомогою певних маркерів чи маяків [1, с. 176].

Приклади використання цього методу в історії незалежної України траплялися регулярно. Найяскравішим із них є «Помаранчева революція». У період протестів прихильники цього руху маркувалися будь-якими помаранчевими речами. Це могли бути предмети одягу, прапори на мітингах, плакати – повністю помаранчеві або з лозунгами такого кольору, траплялися випадки, коли фарбували волосся в помаранчевий колір. Такі маяки маркували й гуртували масу, як на протестах, так і у повсякденному житті по всій Україні.

Метод «навішування ярликів» – це метод впливу, за якого окремі особливості, не властиві або властиві дуже незначною мірою присвоюються і / або гіпертрофуються [1, с. 175].

Приклади використання такого способу МК впливу зустрічаються досить часто, зокрема, під час передвиборчих перегонів, коли кандидати використовують всі можливості для того, щоб підняти свої рейтинги й знизити рейтинги опонентів. Прикладом може слугувати чорний піар проти Володимира Зеленського перед президентськими виборами 2019 року. У мережі з'явилася новина про те, що Володимир Зеленський вживає наркотики. Тим самим на нього «вішали» ярлик наркомана, що, цілком можливо, допомагало його опонентам у передвиборчій гонці.

Отже, в новітній історії України знаходимо значну кількість прикладів використання методів МК впливу. У роботі виокремлено лише три приклади різних методів, але в майбутньому дослідження буде розширюватись. Планується визначити приклади інших способів впливу, а також знайти додаткові приклади до окреслених вище методів.

1. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підручник / В.В. Різун. – Київ : Видавничий центр «Просвіта», 2008. – 260 с.

Керівник: Євтушенко О.М., *доцент*

НАРКОТИКИ – ВТЕЧА ВІД ЖИТТЯ

Похолко С.І., студентка; СумДУ, гр. СР-91

Сучасні суспільні процеси докорінно змінили соціальне, матеріальне та політичне становище молоді. Останнім часом у багатьох молодих людей загострилося безліч проблем, найважливішою з яких є вплив наркотиків на організм людини.

Наркотики – це речовини природного чи штучного походження, які змінюють свідомість людини, відчуття, настрій, думку. Наркотики проникають всередину і стають його частиною, зачіпаючи ендокринні та біохімічні процеси, таким чином руйнують людський організм. У сучасній Україні проблема вживання наркотиків досягла свого апогею. Існує статистика, що свідчить про те, що середній вік наркоманів коливається від 16 до 30 років. Це молоді люди, які не доживають до 35 років. Це створює демографічну прірву, коли смертність не компенсується народжуваністю [1].

Зловживання наркотиками - це їх використання не для медичних цілей, а для зміни свого стану, для розваг, для задоволення. Для цього використовують психоактивні препарати, що викликають зміни у поведінці, такі як ейфорія, галюцинації. Вживання та виробництво таких препаратів заборонено у багатьох країнах. Але крім цих "важких" наркотиків, існують і "легкі" наркотики: алкоголь і тютюн, два найбільш вживаних наркотики, вони є цілком законними і легко доступними. Однак, оскільки небезпека куріння твердо доведена, багато хто відмовився від цієї шкідливої звички, особливо в західних країнах, де вживання алкоголю та куріння є ознакою поганої культури та освіти.

Значне поширення наркоманії в розвинених країнах значною мірою є наслідком соціальних умов, які там існують, а саме: безробіття, невпевненість у майбутньому, щоденний стрес, важкий нервово-психічний стан, бажання отримати допінг, що дає враження припливу сил, принаймні втечі від навколишньої дійсності на короткий проміжок часу. Варто зазначити, що згідно із Законом України "Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні" створено мережу соціальних служб, головним завданням яких є

допомога молодим людям у вирішенні їх проблем [2]. Соціальні служби, де б вони не працювали, мають на меті:

- надавати молоді інформаційну, правову, психологічну, медичну й інші форми соціальної допомоги;
- проводити роботу із запобігання негативним явищам у молодіжному середовищі (наркоманії, алкоголізму, злочинності тощо) та їх подолання;

Згідно погляду різних дослідників (медиків, психологів, соціологів), мотиви виникнення наркоманії можуть бути різними. До найбільш відомих можна віднести:

- зацікавленість щодо дії наркотичної речовини;
- бажання бути прийнятим певною групою;
- вираз власної незалежності, а також негативного настрою по відношенню до оточуючих – пізнання нового досвіду, що приносить задоволення, хвилює або містить небезпеку;
- досягнення «ясності мислення» або «творчого натхнення»;
- досягнення відчуття повного розслаблення;
- відхід від життєвих проблем і труднощів[3] .

Тому можна ще раз зазначити, що наркоманія – це не пустощі, не проведення вільного часу в компанії друзів, а небезпечна хвороба, яка становить загрозу як для тих, хто вживає наркотики, так і для суспільства в цілому. І одним із напрямків діяльності соціальних працівників є завдання сприяти реабілітації та поверненню до нормального життя наркозалежних.

1. Конституція України від 28 червня 1996 р. //Відомості Верховної Ради України.-1996.-№30.-ст.141.
2. Закон України "Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні"// Відомості Верховної Ради України.-2019.-№30.-ст.119.
3. Фармацевтичні аспекти тютюнопаління, алкоголізму, наркоманії : навч. посіб. для студ. ден. та заоч. (дистанційної) форми навч. (дисципліна за вибором студента) / С. В. Баярка, В. С. Бондар, С. А. Карпушина та ін. - Х., 2017. - 210 с.

Керівник: Семенов В.М., доцент

МОВА ВОРОЖНЕЧІ ЩОДО ВІЛ-ПОЗИТИВНИХ ЛЮДЕЙ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРИЧИНИ ВЖИВАННЯ

Дєдова А.С., студентка; СумДУ, гр. ЖТ-81

Мова ворожнечі – це потужна зброя для дискримінації та приниження людей. Її використання є не тільки неетичним, а й у деяких випадках навіть небезпечним. Поруч із стигматизацією тих чи тих груп населення, в суспільстві починають діяти стереотипи, позбавитись яких іноді буває складно.

Досить часто ми стикаємось із дискримінаційними висловлюваннями щодо людей, що живуть із ВІЛ (ЛЖВ). У переважній більшості випадків їх використовують працівники ЗМІ.

Розглянемо, як часто вживають мову ворожнечі щодо окремих вразливих груп журналісти на прикладі матеріалів деяких інтернет-видань.

Однією з найпоширеніших порушень етичних стандартів з боку журналістів є вживання висловлювання «ВІЛ-інфіковані» у своїх матеріалах. Приклад його використання можемо знайти в таких заголовках: «ВІЛ-інфікованих на Херсонщині виженуть з лікарень?» [1], «В Україні меншає ВІЛ-інфікованих серед молоді – завдяки чому» [2] тощо. Уживання такої форми є помилковим, тому що вона утворена з дієприкметника пасивного стану й означає, що людину хтось проти волі інфікував вірусом. Тобто особа є жертвою. У цій ситуації коректніше було б сказати «ВІЛ-позитивний», адже це б не призвело до стигматизації й закріплення стереотипного уявлення, що всі ЛЖВ є страждальцями й отримують свій статус «насилницьким» шляхом.

Не менш поширеним є вживання слова «хворий», коли справа стосується ВІЛ-позитивних людей. Свідченням цього є такі назви журналістських матеріалів: «Кількість хворих на ВІЛ/СНІД суттєво збільшилась» [3], «Дискримінація хворих на ВІЛ/СНІД: в Україні запрацювала мережа параюристів-підлітків» [4]. Неоднозначно сприймаються тексти, в яких журналісти пишуть про «невиліковно хвору» категорію людей. Наприклад, на сайті «Перший запорізький» розмістили таку публікацію: «В Запорізькій області з'явиться хоспіс для невиліковно хворих людей» [5]. Але треба пам'ятати, що ВІЛ – це

не чума, а лише вірус. Сучасні методи лікування ВІЛ дають підстави вважати це захворювання хронічним, адже його можна повністю контролювати, якщо правильно лікуватися.

Отже, використання мови ворожнечі наразі є досить поширеною проблемою в нашому суспільстві. Причин такої поведінки може бути багато: починаючи від незнання, наскільки іноді наші висловлювання можуть бути некоректними, й закінчуючи власними установками щодо ставлення до тієї чи іншої особистості. Як показує практика, найчастіше неетичною лексикою послуговуються працівники ЗМІ й тим самим закріплюють стереотипи в суспільстві. Наразі ця проблема лише на початковій стадії вирішення. Однак не можна закривати на неї очі й дозволяти й надалі посилювати стигму певних груп населення.

1. ВІЛ-інфікованих на Херсонщині виженуть з лікарень? [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://newday.kherson.ua/vil-infikovanih-na-hersonshhini-vizhenut-z-likaren/>.
1. В Україні меншає ВІЛ-інфікованих серед молоді – завдяки чому. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.5.ua/amp/suspilstvo/v-ukraini-menshaie-vilinfikovanykh-sered-molodi-zavdiaky-chomu-187047.html>.
1. Кількість хворих на ВІЛ/СНІД суттєво збільшилась [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://portal.lviv.ua/news/2019/02/18/kilkist-hvorih-na-vil-snid-suttyevo-zbilshilas>.
1. Дискримінація хворих на ВІЛ/СНІД: в Україні запрацювала мережа параюристів-підлітків [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.5.ua/suspilstvo/dyskryminatsiia-khvorykh-na-vil-snid-v-ukraini-zapratsiuvala-merezha-paraiurystivpidlitkiv-183676.html>.
1. В Запорізькій області з'явиться хоспіс для невиліковно хворих людей. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://1news.zp.ua/v-zaporizkij-oblasti-zyavitsya-hospis-dlya-nevilikovno-hvorih-lyudej/amp/>

Керівник: Прокопенко Н.М., *к.філол.н.*

ЛІДЕРИ МАС НА ПРИКЛАДІ БІЛОГО БРАТСТВА

Іванченко А. Р., *студентка*; СумДУ, гр. ЖТ-91

Життя людини залежить не лише від її власних намірів, дій, думок, від впливу друзів, родичів, субкультур чи загальної ситуації навколо, а й часто від конкретної іншої людини. Свідомість може формуватися або переформатовуватися під впливом лідера маси, у яку індивід тим чи іншим способом потрапив. Підлаштовуючись під думку однієї конкретної (нехай і авторитетної чи харизматичної людини), маса наражає себе на небезпеку: не завжди думки й вчинки лідера мають раціональне коріння та несуть позитив.

Актуальність роботи полягає в тому, що в умовах суспільних трансформацій, реформ, нестабільності свідомість людини стає більш незахищеною, може підпадати під вплив (у тому числі й деструктивний) лідерів мас. А тому важливим є аналіз історичних прикладів такого впливу, розуміння механізмів його здійснення. Мета роботи – на конкретному прикладі з історії незалежної України визначити фактори ефективності впливу лідерів мас на своїх послідовників.

Одним з найяскравіших негативних прикладів впливу лідерів мас на свідомість членів цієї маси є Велике Біле Братство (ЮСМАЛОС). Це угруповання з'явилося на території України у 1991 році та завдало дійсно великої шкоди не тільки її громадянам. Менше ніж за рік існування організації кількість заявок до силових структур щодо Білого Братства досягла 10 тисяч. Люди віддавали засновникам секти всі свої гроші та коштовності, а заради лідерів готові були віддати життя. Злидні, безробіття, дефіцит після розпаду СРСР – у цей переломний момент людей було дуже легко переконати в чому завгодно, навіть в існуванні нових богів, роль яких хотіли взяти на себе засновники секти. Лідери Білого Братства намагалися переконати людей, що після розпаду СРСР має настати кінець світу, і, лише вступивши в братство, можна врятувати свою душу.

Засновниками руху Білого Братства були Юрій Кривоногов та Марина Цвігун. Проте відомі вони під іншими іменами – Юоанн Свами (Іоанн Святий, тобто Хреститель) та Марія Деві Христос відповідно.

Серж Московічі (французький психолог) описав характеристики лідерів мас [1]. Безсумнівно, майже всі з них можна застосувати до прикладу очільників Білого Братства Юоанна Свами та Марії Деві Христос. Розглянемо ці ознаки детальніше.

- *Вождь – винахідник, що об'єднує масу і нав'язує одну спільну думку.* Юрій Кривоногов був зовсім не простим інженером-кібернетиком. Він – фахівець у сфері психологічного впливу на особистість. Іоанн Святий застосовував на прихильниках Білого Братства так званий психологічний тероризм, розроблений самостійно.

- *Діяльність вождя – злиття суспільства і лідера.* Найгучніша справа, пов'язана з цією сектою – всенародне спалювання. ЮСМАЛОС запевняло людей, що 24 листопада 1993 року настане кінець світу, та закликала спалити себе у Софійському соборі в Києві. Люди захопили будівлю, проте правоохоронці вчасно втрутилися.

- *У жертву заради ідеї лідер може приносити що завгодно.* Під час всенародного спалення Марія Деві Христос назвала себе Месією. За сценарієм її мали вбити за сигналом Юоанна Свами. Заради Братства лідерка готова була пожертвувати навіть власне життя.

- *Лідер відданий своїй вірі, вперто йде до мети, не готовий до компромісів.* Після затримання жоден із лідерів Білого Братства не визнав провини, та навіть у залах суду вони продовжували проповідувати свою ідеологію.

Отже, засновники Білого Братства є прикладами класичних лідерів мас відповідно до ознак, виділених Сержем Московічі. Вивчення досвіду угруповання є важливим для того, щоб розуміти механізми його впливу на аудиторію та намагатися випрацювати механізми протидії цій та подібним сектам. Про необхідність цього свідчить факт, що Біле Братство відновило свою діяльність, на цей раз у Росії. Навіть рішення суду в 2013 році про визнання літератури ЮСМАЛОС екстреміською не перешкоджає вже новим очільникам вербувати нових членів Братства.

1. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс / Серж Московичи. – Москва : Центр психологии и психотерапии, 1998. – 480 с.

Керівник: Євтушенко О. М., *доцент*

ПРОПАГАНДА В НОВИХ МЕДІА (НА ПРИКЛАДІ YOUTUBE-КАНАЛУ АНАТОЛІЯ ШАРІЯ)

Тищенко М. М., *студентка*; СумДУ, гр. ЖТ-81

З розвитком сучасних технологій кожен користувач Інтернету має вільний доступ до інформації. Простішим став шлях не тільки отримання новин, але й створення маніпулятивних матеріалів. У ході війни за глядача нові медіа використовують будь-який інструментарій для досягнення цілі. Мета роботи – на прикладі блогера Анатолія Шарія встановити, які прийоми пропаганди та як саме використовують нові медіа для маніпуляції громадською думкою.

Як вказує дослідниця Н. Зражевська з посиланням на Л. Дуба й Ж. Еллюля, пропаганда – «засадлегідь спланований і цілеспрямований духовний вплив на аудиторію, метою якого є залучення її на бік пропагандиста, тобто контроль за мисленням і поведінкою» [1, с. 48].

Інститут аналізу пропаганди виокремлює сім основних прийомів пропаганди: навішування ярликів, блискуча невизначеність, перенос, посилання на авторитетів, гра в простонародність, перетасовка карт та вагон з оркестром [2].

Анатолій Шарій – блогер, колишній журналіст. Дослідження контенту його YouTube-каналу показує, що найчастіше він використовує метод «підтасовки карт». У ряді відео, основною темою яких є Євромайдан, він показує глядачу виключно негативні факти. Таким чином він переконує, що розповідає «правду», яку крім нього ніхто не хоче говорити. У ролику «О сакральных темах», він стверджує, що Євромайдан – переворот, який в українських медіа роблять надто «святим». Наприклад: «...а про проститутку говорить уже можно? или нельзя?», «Какой светлый образ стает... голодных людей, у которых убили родственников, тр*хать за 200 гривен. Это сильно...», «Это история, к которой прикасаться даже нельзя, это история которую лучше не говорить без предыхания и слезинки, которая мелькнет на щеке», «К воинам АТО лучше три раза обратиться “ми вас поважаємо”, а только потом говорить». Блогер розповідає про те, що насправді більшість героїв померли не від побоїв Беркуту, а «открывая консервину и порезавшись», а крім того, «один герой переехал другого камазом», «один герой погиб в зале

игровых автоматов». Свої аргументи він підсилює «посиланням на авторитети», не вказуючи точних імен. Наприклад: «Разогнанных студентов, по нашей информации, было шесть человек», «Одно из украинских изданий опубликовало интервью со студентом, где говорилось...», «Нам предоставляют информацию из закрытых источников, из правоохранительных органов, которые хотят оставаться анонимными», «У большинства моих знакомых такое же мнение.». Також Анатолій Шарій використовує прийом «фургону з оркестром», щоб підсилити в глядача думку, що всі знають «істини», про які він говорить, але бояться їх висловити вголос: «Все бояться об этом говорить», «Много людей без работы, но мало кто будет брать снайперскую винтовку и идти убивать трехлетнего ребенка в центре Киева, мало кто будет идти с бомбой подрывать мост, мало кто на это будет идти», «...и бояться люди сказать то, что у всех на устах...».

В іншому ролику «Как прятали правду о мирном протесте» Анатолій Шарій говорить про тему Майдану, підсилюючи образ «свого хлопця», який не може більше терпіти, що ЗМІ поширюють фейки, і прагне розповісти правду: ««...когда власть новая или старая будет забивать вам баки...», «Смотрите, это все сделано на вас. Что вы это посмотрите и все это схаваете». Блогер наводить документи, фотографії, не даючи посилань, звідки ті були взяті, використовуючи посилання на анонімні авторитети: «...по моей информации, СБУ обладает информацией, кто на самом деле совершил то злодеяние».

Отже, аналіз контенту YouTube-каналу Анатолія Шарія засвідчує, що він – професійний пропагандист, який насаджує своїй аудиторії думку про Євромайдан як державний переворот, якому «співають оди», замовчуючи правду. Він описує героїв Небесної Сотні як аморальних персон, а Беркут – як постраждалих правоохоронців. Навіть розповідаючи про реальні факти, він викривлює їх, вигідно для себе. Блогер є представником проросійських поглядів, метою якого є посягати недовіру до української влади та дезорієнтувати населення.

1. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології : лекції / Н. І. Зражевська. – Черкаси : Брама-Україна, 2010. – 224 с.
2. Между «военной пропагандой» и «пропагандой войны» [Электронный ресурс] // NewsDiscover. – Режим доступа : <http://bit.ly/2ENPwAb>.

Керівник: Євтушенко О. М., *доцент*

ВІЛ: СОЦІАЛЬНО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ

Панікар К.П., студентка; СумДУ, гр. ЖТ-81

ВІЛ – вірус імунодефіциту людини, який уражає і поступово знищує клітини імунної системи людини, які захищають наш організм від інфекцій. Ускладнена форма ВІЛ призводить до розвитку СНІДу, однак належне лікування може відстрочити цей процес [3].

Згідно з даними Центру громадського здоров'я МОЗ України, «Україна посідає одне з перших місць серед країн європейського регіону за кількістю ВІЛ-позитивних осіб. За оцінками даними на початок 2018 року в країні проживало 244 000 ВІЛ-позитивних людей. Кожен сотий громадянин України у віці від 15 до 49 років інфікований ВІЛ, що є одним із найвищих показників серед країн регіону» [1]. І кількість хворих з кожним роком зростає.

Правова захищеність пацієнта базується на основі Міжнародної конвенції з прав людини, цілої низки вітчизняних нормативних актів, у тому числі Законі України «Про запобігання розповсюдженню синдрому імунодефіциту (СНІД) і соціальному захисті населення». Проте наявність антидискримінаційного законодавства не є гарантією порушень прав людей, що живуть із ВІЛ/СНІД.

В Україні створені організації, які підтримують ВІЛ-позитивних людей, такі як «Червоний хрест», «Фонд Олени Пінчук», «100% життя» та інші. Держава теж не забуває про проблему поширення ВІЛ. Центр громадського здоров'я МОЗ України активно проводить дослідження цієї хвороби. На сайті можна знайти статистику поширення ВІЛ та смертності через СНІД, інформацію про способи лікування та профілактику захворювання. Законом України «Про протидію поширенню хвороб, зумовлених вірусом набутого імунодефіциту людини (ВІЛ), правовий і соціальний захист, які живуть з ВІЛ» передбачено безкоштовне забезпечення антиретровірусними препаратами та лікарськими засобами для лікування опортуністичних інфекцій, безкоштовне тестування з метою виявлення ВІЛ, збереження лікарської таємниці, рівність прав і свобод, передбачених Конституцією України та іншими нормативно-правовими актами, заборону дискримінації людей, що мають ВІЛ, тощо [4].

Для підтримання здоров'я ВІЛ-позитивних людей робиться достатньо, а як щодо сприйняття їх у соціумі?

У суспільстві існують міфи, які негативно впливають на ставлення людей до хворих на ВІЛ. Наприклад: ВІЛ можна інфікуватися через слину, дотик, піт чи особисті речі [2]; через це ВІЛ-позитивних людей не беруть на роботу, з ними перестають спілкуватися і уникають будь-якого контакту. Тобто їх витісняють із суспільства, адже вони нібито несуть загрозу. Не менш небезпечною є думка, що люди з ВІЛ не живуть довго і швидко помирають, що антиретровірусна терапія не допомагає знизити вірусне навантаження та є марною. Насправді ВІЛ-позитивні люди, за умови правильного прийому препаратів, можуть прожити довге і щасливе життя, народжувати здорових дітей, подорожувати, працювати, займатися спортом, тобто їх життя вирізняється лише тим, що кожного дня вони вживають ліки.

Держава і соціальні служби ведуть боротьбу з цими міфами, щоб забезпечити ВІЛ-позитивним людям нормальне життя і вберегти інших від ризику захворіти. У школах дітям розповідають про шляхи захворювання на ВІЛ, як зменшити ризики і про те, що спілкуватися з людьми, що живуть із ВІЛ, безпечно. Також влаштовують акції, в ході яких пропонують безкоштовно пройти тест на ВІЛ.

Люди, що мають ВІЛ, не відрізняються від інших. Вони мають ті самі права, обов'язки і можливості: можуть працювати, спілкуватися, створювати сім'ю, подорожувати тощо. Єдине, що відрізняє ВІЛ-позитивну людину від здорової, – це пожиттєвий прийом ліків, які не дають хворобі перерости у СНІД і підтримують вірусне навантаження на нульовому рівні.

1. Інформаційне джерело про ВІЛ/СНІД [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://phc.org.ua/kontrol-zakhvoryuvan/vilnid/informaciyuni-materiali-pro-vilnid>.
2. Міфи про ВІЛ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-46399243>.
3. Що таке ВІЛ? [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://moz.gov.ua/article/health/vsja-nepravda-pro-vilnid-rozvinchuemo-populjarni-mifi>.
4. ЗУ «Про протидію поширенню хвороб...» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1972-12>.

Керівник: Прокопенко Н.М., к.філол.н.

СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ КАНАЛ АДАПТАЦІЇ ІНОКОМУНІКАНТІВ

КанзаСергініІдріссі (Марокко), студент; МІ СумДУ, гр. МЦм-908

Сучасна молода людина вибирає мову своєї фахової освіти прагматично, орієнтуючись на ефективне толерантне мовленнєве середовище, шукає доступний канал комунікації, що експліцитно (явний смисл), достатньо презентує інформацію. На тлі крос-культурної взаємодії таким каналом є авторська казка – завершений мистецький продукт, ілюстрований текст для конкретного адресата.

Об'єкт нашої розвідки – літературна казка Анни Коршунової на краєзнавчому матеріалі (мандрівка містом Суми) «Казкове місто Суми» (дизайнер С. Качуровська) [1]. Мета – дослідити особливості використання казки в площині соціокультурної адаптації інокомуніканта «як у предметно-понятійному, так і лексико-граматичному плані» [2, с.47-48] та розширення його активного й потенційного словника. У такому ракурсі інтелектуальний продукт педагога та мисткині ще не досліджувався.

Принагідно зазначаємо, що авторська казка А. Коршунової визнана професіоналами у царині дитячої книжки та читацькою аудиторією. Казкарка А. Коршунова є лауреатом першої премії Міжнародного фестивалю «Коронація слова –2015», літ. премії «Вибір дітей»(2015р.)

Акцентуємо увагу на потужній емоційній домінанті та евокативності (здатності викликати значну кількість асоціацій) її літературного тексту, що і приваблює іноземців, які починають вивчати українську мову як засіб здобуття фахової освіти. В той же час привичаються до нового стилю життя, нового міста.

Казка завжди актуальна, крос-культурна, поза віковими обмеженнями, – «захоплююча добра розповідь про вигадані події і явища, які сприймаються й переживаються як реальні»[3,с.321]. Тут студент-іноземець контактує зі "знайомою незнайомкою" – казкою, але з новим укладом життя, працею й побутом людей, серед яких він зараз живе. А ілюстрований текст, як у 3D форматі, переносить його у конкретне місце з орієнтирами, культурними пам'ятками, розв'язками, фото- і селфі-локаціями.

Простота викладу, замкнутість часу розповіді ведуть до швидкого запам'ятовування. Так, «Головна вулиця міста Суми – Соборна», а серед сум'ян: Стометрівка, пізніше Сотня, – «У середині 1950-х років саме на цій вулиці з'явилися перші 100 метрів асфальту» [1, с.39]; «Альтанка – візитівка міста Суми» – «ажурна дерев'яна споруда, кажуть побудована без жодного гвіздка», якій понад 100 років; старі 2-поверхові будинки в центрі міста, побудовані з клеймованої цегли (клеймо – знак якості цегли, доброго імені виробника) [там само, с.49].

Потенційний словник студента-інокомуніканта розширюється загальноживаною лексикою, новими контретинованими поняттями. Наприклад, «Історія казкового успіху» – благодійник, меценат (людина, що безкорисливо допомагає тим, хто потребує підтримки) Іван Харитоненко, цукрозаводчик, який почав виробництво «білого золота» – цукру, в м. Суми. «...завдяки цукровій справі місто досягло процвітання». На родинному гербі гасло «Працею звеличуюся!» – на благо міста: власним коштом найкраща за обладнанням дитяча лікарня Св. Зінаїди, кадетський корпус, гімназії, реальне училище, – заповіт: «... любіть місто Суми так, як я його любив» [1, с.52-53].

Асоціативний ряд іноземних студентів у м. Суми збагачується комунікативним досвідом: місто троянд, екзотичних рослин, водограїв, «темної води» чи «вологих луків» (у перекладі р. Псел) [1, с.56-58]; місто захисників Вітчизни, малої батьківщини – комплекс Вічної Слави: 4050 викарбуваних імен сумчан. Місто контактних скульптур – зокрема, три зв'язані дівчини – символ 3-х вишив-студентської революції 2004 р.; Веселий сумчанин – «уродженець СумДУ» В. Кривописин, – з чарівною кишенькою бажань та ін..

Отже, авторська казка є дієвим каналом адаптації інокомунікантів.

1. Коршунова Г. Є. Казкове місто Суми/ А. Коршунова, С. В. Качуровська. – Суми: ТРИТОРІЯ, 2016. – 72с.
2. Криницька О. Методика вивчення краєзнавчого матеріалу на заняттях з української мови як іноземної /О. Криницька. – Нова педагогічна думка. – 2016. - № 2(86). – С.47-52.
3. Літературознавчий словник-довідник/ За ред. Р. Гром'яка та ін. – К.: ВЦ «Академія», 2007. – 752с.

Керівник: Яременко Л. М., ст. викладач каф. МПП

CULTURE OF INDIA

Patel Raviraj, Patel Khushbu, students; SumDU

India is one of the most populated countries in the World. India has population of more than 1.3 billion people, and they all comes in different shapes and sizes. India has many different people with different clothes, different Foods, different festivals celebrations, different religions etc. India is a place of many cultures. ‘Unity Through Diversity’ is the main quote of Indians that is an attraction of many foreign countries. India has 28 states and all these states have their own different languages, different cultures. India has four main sections according to its geography: 1. North India, 2. Eastern India, 3. Western India 4. South India. Indian civilization is very ancient and one of the oldest civilization of the world.

Religion in India: It has central role in cultural base. Religion in India is known by different religious beliefs. Religions plays the most important role in India. There are four main religions in India which are characterized by population of people who believe them: 1. Hinduism 2. Jainism 3. Budhhism 4. Sikhism. All of these religions has two main important things and that are ‘DHARMA’ (there is no single word translation for Dharma in western language) and ‘KARMA’ (deed, work or action, which means that what you do will come back to you). Ahinsa (it means nonviolence), it is an important factor of Indian faiths and it was given by the great leader of India Mahtma Gandhi. Nowadays Hinduism and Budhism are the third and fourth largest religions of the world. Followers of four main religions which are mentioned above make around 80-82% population of India. In India there are also muslims and Christians lives. India is a Hindu majority country and it has also large Muslim population. Over 1.1 billion people people in India are identified as Hindu. According to latest date there are : 79.8% Hindus, 1.7% Shikhs, 0.7% Buddhists and 0.4% are Jains. Atheists are all can be seen in India. According to data conducted by the center known as Pew Research Center, India will be having the world’s largest population of Hindus and Muslims by 2050.

Food in India: There are uncountable spices available in India. Indian people eat different food as their region of living and the availability of the food. There are many Indian people are vegetarians. India is mainly known for their spices.

Traditional music of India: Two main music Hindustani and Karnatik

are most popular music of India. ‘Hindustani’ means classical music of North India and ‘Karnatik’ means classical music of South Indian region. Indian people believe that music is originated from divine Devas and Devis.

Languages present in India: Hindi is one of the most spoke language present in India nowadays. But still it is shocking that India does not have national language of its own. India has 22 main official languages.

Traditional Dances of India: Most important dance forms present in Indian culture are: 1. Kuchipudi 2. Odissi 3. Garba 4. Bharatnatyam 5. Manipuri 6. Kathak 7. Kathakali etc.

India’s Main Historical Monuments: 1. Taj Mahal; 2. Brihadishwara temple; 3. Mysore palace; 4. The Golden temple; 5. Ajanta Ellora Caves; 6. Mahabalipuram; 7. Khajuraho and so on.

Vedas: India has four main vedas written in one of the oldest language of India ‘Sanskrit’: 1. Rigveda 2. Yajurveda 3. Samaveda 4. Athervaveda. Vedas are the one of the oldest literatures of the world and it has many things to look in it. Almost all Indian philosophies are taken directly from the Vedas.

Traditional clothing in India: Bindi (means small point or drop) is an essential part of Hindu woman’s makeup Worn on their forehead. Also sindoor (a traditional red or orange powder in the parting of woman’s hair). Although sindoor is a traditional marker of the married woman for Hindus.

Epics of India: India has 2 main and most powerful epics with great philosophy and based on true events ‘Ramayana’ and ‘Mahabharata’. In these two great epics the Ramayana consists of 50,000 verses which tells us the true events of Lord Rama, Whose wife was kidnaped by the demon king Ravana who was from Lanka (called Sri-lanka nowadays). This epic played a major role in establishing the role of Dharma as a principle ideal guiding force of Hindu. The Mahabharata contains 1,00,000 verses which tells us the true events of a war between two group of cousins called Kauravas and Pandavas respectively in the land of Kurukshetra.

To conclude, Indian culture is great, ancient and rich culture to look. Indian culture is not been affected by time and by other cultures, it remained original from the beginning. Indian culture has motivated and influenced many countries and their cultures all around the world. That is why Indian culture is a pride for Every Indians.

Supervisor: Pylypenko-Fritsak N. A.

ПАТЕНТ НА ЖАРТ: ПАВЛО ГУБЕНКО

Арідж Бенхміда, студент; МІ СумДУ, гр. МЦДм-811

Тринадцятого листопада 2019 р. виповнилося 130 років від дня народження славетного крайнина, уродженця х. Чечва (нині с. Грунь) Охтирського р-ну Сумської області – Павла Губенка (Остапа Вишні), чий талант виявився у кількох іпостасях: медика й письменника-гумориста, основоположника жанру *усмішки*-різновиду гуморески, запеклого дискусанта (В. Жила). Його земляк, поет, ровесник ХХ ст. – Олекса Ющенко написав: *«Напише – ніби серцем чув,/ Неначе в нас таки побув, –/ Ну, прямо в точку попадає!»*(«Остап Вишня», 1962).

Мета нашої розвідки – дослідити окремі аспекти використання гуморесок-усмішок О. Вишні як зразків української сміхової культури в площині соціокультурної адаптації інокомуніканта до нового середовища, формування каналу ефективної ділової комунікації під час здобуття фахової освіти медика, розуміння жарту як складової професійної субкультури. Принагідно наголошуємо, що жарт у своїй основі – *добрий, добродушний, комічний, щирий сміх* (Р. Гром'як. Літературознавчий словник-довідник, 2007). Звідси – *усмішка*, жарт, прозорий дотеп. І як засіб лікування, полегшення болю.

Актуальності обраній темі додає й той унікальний (не тільки для України) факт, що твори Павла Губенка знали (на слух) навіть неписьменні люди, а наклади творів сягали мільйонів. Таким чином, прожита й зрозуміла *українська сміхова культура*.

Український знавець літератури в діаспорі Ю. Лавріненко писав: *«Було якесь нерушиме порозуміння між Остапом Вишнею і мільйонами його читачів... Вони розуміли цього гумориста, що сам родився і виріс у селянській родині, не тільки з того, що він пише, а ще більше по тому, як він пише»*[1, с. 607-608].

Фельдшер за освітою, медичну практику починав в окопах (перша світова війна). Людські страждання очима лікаря дали йому досвід і розуміння, як писати, щоб допомогти, розрадити.

Оперативність гуморесок, – друкувались на шпальтах газет, – передавали настрої та запити селян і містян. Виконували соціальне замовлення.

Важливим поштовхом для знайомства іноземців з творчістю гумориста є *простота* (доступність) його творів. Читаємо в «Моїй автобіографії»: *«Батьки мої були як узагалі батьки. Батько – чоловічого роду. Мати – жіночого. У батька і в матері були теж батьки. Батьків батько був у Лебедині шевцем і пив горілку. Материн був у Груні хліборобом і пив горілку»* [1, с. 615].

Або в творі «Дещо з українознавства»: відповідь *Що є таке Україна?* – *«Першу людину звали Остап (не Вишня, бо тоді ще прізвищ не було), а його жінку – Чорноброва Галя. ... а гетьман Дорошенко, що й урятував сім пар чистеньких українців, одну вишневу кісточку, з якої і пішли на Україні вишневі садки; Бровка, що дав потім цілу породу щироукраїнських Рябків, Лисків та Лапків...»*[там само, с. 638].

Ще один аспект сміхової культури українців, культивований Павлом Губенком, у плані європейськості – це гідність національна, що сприймається іноземцями позитивно. Читаємо ненав'язливе: *«Мова на Україні найкраща, небо найкраще, ґрунт найкращий, залізниця найкраща, народ найкультурніший»*. І додає: *«А далі вже йде Європа, що чекає на українську культуру»* [1, с. 638].

Відомий політик і письменник В. Чорновіл через 12 років по смерті О. Вишні (1968р.) писав, що «усмішки» є серйозною літературою [2, с.102].

Попередньо підсумовуючи, слід наголосити, що власний жанр усмішок письменник, гуморист, сатирик розвивав в останнє десятиліття свого життя – «Мисливські усмішки», «Кримські усмішки» тощо. У сучасній літературі розглядають усмішку-нарис, усмішку-оповідання, усмішку-фейлетон, усмішку-жарт (Р. Гром'як. – С.688).

Отже, Павло Губенко – уродженець Сумщини, має патент на жарт.

1. Лаврінченко Ю. Розстріляне відродження: антологія 1917-1923: поезія – проза – драма – есеї /Ю. Лаврінченко.– Мюнхен, 1959.
2. Чорновіл В. Лихо з розуму (портрети 20 «злочинців»)/ В. Чорновіл// Караванський С. «Серйозний» Остап Вишня. – вид.3-є доп. – Париж, 1968. – С.102-104.

Керівник: Яременко Л. М., ст. викладач кафедри МПП

ENGLISH AS A TOOL FOR LAWYERS PROFESSIONAL DEVELOPMENT

Zinchenko H. S., *student*; SumDU, gr. U-92

Nowadays, knowledge of foreign languages is the key to success, since communication in foreign languages and the processing of vast amounts of information is increasingly important.

Lin Xie, an assistant professor at the Institute of Information Systems, says that it is also one of the most succinct, simple languages to learn. It is well known that English is the official language of international business and commerce, the Internet and technology, science and the arts, 80% of business negotiations space is conducted in English. This language is used for completing questionnaires, writing resume, in business and private correspondence. Indeed, knowledge of English is no longer an amazing skill, but a necessity. For example, since 2003, Chinese children have been studying English at school without fail, and the number of international educational institutions is increasing in the country. A similar trend is observed in Slovakia. 15 years ago, English was not a part of the compulsory school curriculum. However, now there are many language schools in major cities, and teaching is on a high professional level.

The Ukrainian authorities have chosen the course to the European integration, therefore English is gaining extra significance as the main language of international legal communication. In addition, Ukraine is included to or collaborates with international organizations such as the United Nations Organization, the North Atlantic Alliance, the Commonwealth of Independent States, the Non-Aligned Movement and others. It means that the state has to create sufficient conditions for all Ukrainian citizens to master English within the limits set by certain standards; or even provide the priority in job vacancies in public authorities for people who not only speak the state language but have successfully passed the English language exam, B2 level, and use it in their work as a basis for promotion.

It should be noted that English is extremely important for the legal field of the state. On the one hand, there are different negotiations with foreign partners which can be highly important and it means that we need really

professional lawyers who have ability to switch from one language to another and deploy their language skills in international legal practice.

On the other hand, there is amount of work with documents in a foreign language like extra-national contracts which can change the further state of the country. Also Ukraine has big problems in economic sphere which needs help from foreign experts and companies. The government should be aware that a growing number of global firms use English as their main language – even if they are based in Japan or France. And therefore such language policy would certainly help to improve the investment climate and enhance the participation of Ukrainian economy in the world market. Meanwhile, Ukrainian lawyers can have a great opportunity to work at international courts and to represent our country.

Another area of using English by lawyers is IT sphere. IT companies from all over the world need lawyers to protect company's interests in different countries. As a consequence, English is the language of their communication. Legal services for IT business or legal outsourcing from Ukrainian lawyers are extremely popular nowadays. Moreover, all possible trainings, workshops, webinars to improve professional skills are available for Ukrainian lawyers now. The only thing you need is mastering English fluently. This way you get international certificates valid in most countries of the world. For example you can get Coursera certificate in some narrow subdivision of the legal profession, join interactive platform for communication with real IT, IP (Intellectual Property), Tax lawyers like Confuse – a – Lawyer or join Ukrainian Bar Association developing your professional and language skills to be of primary use for your native country.

To start implementing this idea in life, educational curriculum should provide knowledge of English legal vocabulary, terms for discussing legal contracts, negotiating a contract vocabulary and definitions related to common law, arbitration, lawsuit, etc.

In conclusion, we assume that English is as an international legal language. The role of Ukrainian lawyers in world policy is obvious and significant. Our country has gained valuable position in the world and trends to develop this success. The important constituent of our country's further progress is English as a skilful tool of professional economists, lawyers and average Ukrainians.

Language advisor: Mylenkova R.V.

ІМІДЖІ ПРЕЗИДЕНТІВ УКРАЇНИ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

Хорошева Є. А., *студентка*; СумДУ, гр. ЖТ-81

Імідж відображає ті ключові позиції особи чи торгової марки, на які масова свідомість реагує моментально. Саме тому вивчення іміджу є актуальним, дозволяє зробити комунікацію максимально ефективною. Імідж задає характеристики певному об'єкту, тому це економить час реципієнта, який одразу може впізнати ту чи іншу постать. Імідж політика полегшує життя не тільки аудиторії, а й йому. Він іде за сценарієм, як актор, котрий грає одну роль, а про інші ролі думають фахівці. Якщо ж політик відхилиться від заданого маршруту, то на нього можуть чекати неприємності у вигляді неприйняття його громадськістю. Мета роботи – з'ясувати, які види іміджів мають українські політики та за допомогою яких засобів ці іміджі сформовані (на прикладі конкретних особистостей).

Імідж (англ. image) – образ, ампула, репутація, роль, маска, фасад, акумулює багато значень, що призводить до виникнення таких компонентів, як візуалізація, вербалізація та дає більш повну картину про когось або про щось [1, с. 77]. Як указує дослідниця Н. Зражевська, науковці виділяють кілька видів іміджів: «Свій хлопець», «Аристократ», «Справжній політик», «Добрий сім'янин», «Інтелектуал» та інші. До аспектів іміджу відносять: вербальний (що говорити, як говорити, що писати), предметний (за мовленням: що зробив, що створив), кінетичний (рух, хода, положення тіла), габаритний (за зовнішністю) та за середовищем перебування [1, с. 78].

Ми дослідили іміджі двох лідерів нашої країни, а саме чинного президента Володимира Зеленського та колишнього Петра Порошенка. Очевидно, що чинний президент «носить» імідж «свого хлопця», адже від початку він позиціонував себе, як людину з народу, яка буде піклуватися тільки про інтереси суспільства, а не про свої власні. Він і поводить себе, як «звичайна людина», яка просто йде на роботу. Яскраве підтвердження – фото з перехожими або поїдання шаурми з іншими посадовцями. Щодо аспектів іміджу, то вербальний дуже виражений, він часто посміхається, особливо із закусуванням губи, міміка розвинута добре, голос трохи низький та хрипуватий. Виглядає Володимир Олександрович охайно, не високий, волосся

майже завжди укладене однаково. Кінетичний аспект іміджу проявляється в улюбленому жесті президента – жесті «миру» або ж «перемоги». За час на посаді Володимир Зеленський зробив немало помітних справ, зокрема провів переговори з Володимиром Путіним у форматі Нормандської четвірки, вніс у парламент законопроекти про децентралізацію, відкритий ринок землі та інші.

Щодо експрезидента, то його імідж – це суміш «доброго сім'янина» та «справжнього політика». Прикладом першого слугує безліч фото в Instagram з родиною та відвідування всіх заходів з дружиною. А «справжній політик» він тому, що, насамперед, не дозволяв собі таких подекуди неординарних дій, як Володимир Зеленський, у своїх рішеннях був стриманим, урівноваженим, а інколи здавався навіть холодним. Габаритний аспект іміджу – це досить щільна статура, трохи набрякле обличчя та сивувате волосся. Щодо кінетичного аспекту: у нього жвава хода, гарна постава, а властивий жест – махання рукою публіці. Міміка не дуже виражена, посміхається рідко, голос спокійний та розмірений. Щодо предметної складової іміджу, то за часів президентства Петра Олексійовича країна отримала безвізовий режим з Європейським Союзом, модернізовану армію, єдину Православну церкву і т. д.

Іміджі політиків дуже тісно пов'язані з мемами, бо саме мем є елементарною ментальною структурою, яка може створювати або руйнувати ідеї, саме так поняття мему визначає Г. Почепцов [2]. Наприклад, мем про Володимира Зеленського «Вийди отсюда розбійник» тільки підкріплює його імідж «свого хлопця», бо використана проста мова, яка близька народу. А ось мем «Зуб даю» навпаки спотворює репутацію президента, бо натякає на те, що він нічого не зробив на посаді. Меми про експрезидента «Путч, так путч» або «На путч прийдеш?» показують його як людину, котра після складання повноважень займається підривом репутації чинної влади, тим самим руйнуючи й свою репутацію.

1. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології : лекції / Н. І. Зражевська. – Черкаси : Брама-Україна, 2010. – 224 с.
2. Почепцов Г. Г. Меметическая война, или В поисках «арифметики» разума [Электронный ресурс] / Георгий Почепцов. – 2017. – 24 декабря. – Режим доступа : <http://bit.ly/35N4TmW>.

Керівник: Євтушенко О. М., *доцент*

ВИКОРИСТАННЯ ДИСКРИМІНАЦІЙНОЇ ЛЕКСИКИ ЩОДО ВІЛ-ПОЗИТИВНИХ ЛЮДЕЙ В ІНТЕРНЕТІ

Хорошева Є.А., студентка; СумДУ, гр. ЖТ-81

ВІЛ-інфекція – це хронічне захворювання, що виникає внаслідок потрапляння в організм вірусу імунодефіциту людини. Він уражає імунну систему, порушує захисні функції організму та поступово робить його беззахисним перед іншими інфекціями та захворюваннями. Україна є лідером в Європі за поширенням ВІЛ-інфекції. За оцінками експертів з UNAIDS, у нашій країні з ВІЛ-інфекцією живе близько 240 тисяч осіб. І тільки кожен другий знає про свій діагноз: станом на 01.10.2019 року на обліку перебуває 136 849 ВІЛ-позитивних людей [1].

Українські журналісти полюбляють навішувати ярлики на певні соціальні групи людей, у тому числі і ВІЛ-позитивних людей.

Уживання мови ворожнечі щодо ВІЛ-позитивних людей є актуальною проблемою тому, що за жовтень місяць цього року було зареєстровано 1431 новий випадок захворювань ВІЛ-інфекції [1]. І це привід для того, аби журналісти писали матеріали. Проте представники медіа не завжди правильно і толерантно висвітлюють ці новини.

Мета нашої роботи – з'ясувати, як часто «четверта влада» послуговується дискримінаційною лексикою щодо ВІЛ-позитивних людей (на прикладі регіональних та всеукраїнських онлайн-видань).

Так, онлайн-видання «Номер один» у своєму матеріалі неодноразово використало слово «пацієнт» по відношенню до людей, які живуть із ВІЛ, що є неприпустимим: *«Ці пацієнти як правило інфікувалися у значно молодшому віці і вже звертаються за медичною допомогою у зв'язку з клінічними проявами СНІДу»* або ж *«Серед зареєстрованих випадків у 39,9% пацієнтів встановлено діагноз СНІД»* [2].

Інтернет-видання «Полтавщина» пішло далі, написавши в заголовку: *«За 9 місяців на Полтавщині виявили 294 ВІЛ-інфіковані особи»*, а в самому матеріалі кілька разів вдалися до слів «хворі на СНІД», що миттєво «наклеює» на людей ярлик безпорадності [3].

Авторитетне онлайн-видання телеканалу «Прямий» зробило зі свого матеріалу збірник про те, які лексеми вживати не можна, наприклад: «...зараження через їжу, яку приготувала **ВІЛ-інфікована людина**» чи «**Люди з ВІЛ позитивним статусом та хворі на СНІД**» [4].

Як зазначає сумська громадська активістка Олександра Токар, замість слова «пацієнт» треба говорити «люди» або ж звертатися по імені. Грубим є застосування вислову «ВІЛ-інфікована особа/людина», бо правильно – «людина, що живе з ВІЛ». Також Олександра закликає журналістів, які пишуть про ЛЖВ, не робити з цього сенсації.

Частотне використання дискримінаційної лексики щодо людей, які мають ВІЛ, є свідченням того, що медійники як регіональних, так і всеукраїнських онлайн-видань не дотримуються журналістських стандартів і норм етики журналіста. Насамперед, вони порушують права ЛЖВ та ставляться до них не толерантно: навішують ярлики і роблять із них безнадійно хворих, на яких можна ставити хрест. Це прояв невихованості і радянських стереотипів, які ще не покинули журналістські голови.

1. Центр громадського здоров'я МОЗ України [Електронний ресурс] // Центр громадського здоров'я МОЗ України: [сайт]. – Режим доступу: <https://phc.org.ua/>
2. Онлайн-видання «Номер один» [Електронний ресурс] // Номер один: [сайт]. – Режим доступу: <http://www.gazeta1.com/statti/natnopolshhyni-tsogorich-narodzheni-11-ditej-vid-infikovanyh-materiv-iz-nyh-odna-z-diagnozom-snid/>
3. Інтернет-видання «Полтавщина» [Електронний ресурс] // Інтернет-видання «Полтавщина»: [сайт]. – Режим доступу: <https://poltava.to/news/53566/>
4. Телеканал «Прямий» [Електронний ресурс] // Прямий: [сайт]. – Режим доступу: <https://prm.ua/desyat-mifiv-pro-vil-snid-yaki-varto-zabuti/>

Керівник: Прокопенко Н.М., к.філол.н.

CULTURAL BACKGROUND OF INDIA

Patel Vishad, Padmani Parth, students; SumDU, gr.MTSM-733 an

India is situated in the Southern Asia. It is one of the largest countries by the territory and also one of the most populated country in the world. It includes 29 states and 7 union territories. It contains such world religions as Christianity, Islam and Buddhism. It is also considered to be the birthplace of Hinduism. Sikhism and Jainism are also widespread here. India is supposed to be such a special world with its own beliefs, customs and inimitable way of life.

The geological location of the country, its various nature, climate, flora and fauna, □ all of this made a great influence on Indian culture nowadays.

Indian music has a long tradition. Generally, music in India may be divided into two streams □ the Carnatic Sangeet spread in the South and the Hindustani music extended in the North. The first one accumulated local influences and has unabashed style of its own. To the other hand, the Hindustani music was forming under the influence of the western civilisations represented by the explorers and invaders. Indian musical instruments vary in different areas. E.g., such instruments as sitar and tabla are popular in the northern regions, all while violin and veena are well-loved in the southern ones.

India was one of the first countries which observed dance to be an artistic genre. The dance tradition of Northern India was influenced by the invasion of Muslims while the dance art of the Southern India saved its unique originality.

India is famous for its various festivals which reveal the true culture and beliefs of Indian people. Although there are festivals celebrated throughout all the country (Diwali, Holi and Eid al-Fitr are among them) each Indian region has its own local festival. The examples of such local fairs may be Vaisakhi in Punjab, Ganesh Chaturthi in Maharashtra, Navaratri in Gujarat, Durga Puja in Bengal and Pongal in the South, etc.

We came to the conclusion that India represents to the traveller its unique way of life. It joins millions of people with their different religious traditions and local beliefs, customs, languages, music, dancing, fashion, cuisine, generally speaking, with different lifestyles.

Scientific supervisor: Diadchenko H.V., Senior Teacher

МЕДІАТЕХНОЛОГІЇ: ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ

Іващенко С. М, студент; СумДУ, гр. ТК-91

Сьогодні медіатехнології є основою формування світогляду людини, культури, життєвих цінностей. Сучасне суспільство формується під впливом величезної кількості інформаційних ресурсів: телевізійних каналів, відео/аудіо продукції, друкованих і цифрових видань, сайтів в Інтернеті.

Цифровізація та розвиток інформаційних технологій радикально змінять сутність медіа в найближчі 10 років. Цифровізація – глобальний процес впровадження цифрових технологій в усі сфери життя, що веде за собою побудову цифрового суспільства.

Нові цифрові технології народжують нові формати медіа: онлайн-ресурси стають більш розвиненими, соціальні мережі виходять на рівень медіа, доставка контенту стає більш сервісною. Але ще лишаються класичні ЗМІ – преса, радіо й телебачення. Споживачі більше не готові чекати виходу друкованого видання чи телевізійної програми в конкретний час, бо вони можуть отримати її будь-де будь-коли. А що ж буде далі, коли такі технології як VR/AR стануть більш доступними і використовуваними, коли діяльність людини перейде з реального світу в віртуальний? Класичні ЗМІ повинні трансформуватися відповідно до викликів часу, адаптуватися аби вижити [1].

Не зважаючи на об'єм дослідження впливу медіа на особистість та суспільство, ця тема й досі є актуальною. Адже ми живемо в час, коли відрізнити правдиву інформацію від фальсифікованої практично неможливо. У майбутньому, внаслідок покращення технологій, тенденція до підробки інформації тільки посилиться. За допомогою нових технологій можна буде підробляти зовнішність, голос, міміку тощо. Це поставить під загрозу основну функцію медіа – верифікацію інформації. Постає питання про довіру до медіа та доцільність подальшого його існування в нинішньому вигляді.

1. Доповнена реальність та штучний інтелект: як технології визначають нову еру медіа. [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/tend/tend1124.html> (дата звернення 31.12.2019).

Керівник: Д'яченко О. В., *асистент*

HISTORY OF INDIAN LITERATURE

Viral Zapadiya, Hardi Patel, students; SumDU, Group МІ-м. 734

Indian literature it is one of the oldest literatures of the world. In centuries storytellers present traditional Indian text. Our literature is influenced by: a religious opinion karma-the chain of good and bad action and their inevitable consequences, which result to the repeated birth and death of the soul. Mythology of the dominant Hindu deities.

Sanskrit literature: Literatures are written in Sanskrit language. Text were produced about 16th century BC by people known as Aryans who established kingdom in north India.

The creation of Vedas: It is difficult to ascertain the Vedas creation as it is a repository of knowledge developed from the beginning of Indian society to the writing and compilation of the entire Vedic literature, it is believed that is. According to Bal gangadhar, this things remained prevalent in society for about 2000 years before writing the Vedas.

Periods of Vedas: The Vedas are probably the earliest documents of the human mind. As the ancient Hindus seldom kept any historical record of their religious, literary and political realization it is indeed difficult to precisely say when the earliest portions of Vedas came into existence and what is their period.

The four Vedas:

The Rigved: the book of mantra. It's also called "aksamhita" of language and subjects. Structure of Rid Veda: It means the mantras of praise. The collection of praiseworthy mantras is called "kusamhita". At present there are two order divisions of Veda: 1. Astkam (the whole chapter in terms of this sequence. It is divided into classes and mantras. Each astkam has eight chapters. There are 8 astkam, 4 chapter, 2016 classes and 10,552 mantras); 2. Mandalkam (it is consist of divisions according to gods. The bundle and it has total of 1028 suktas and 10552 mantras).

In this Veda there are so many hymns and main knowledge about social religious, politics and economics of civilization. Even though some he hymns of rig Veda characterize: 1. Monotheism (belief in the existence of one god); 2. Naturalistic polytheism (belief in more than one god); 3. Monism (belief of different paths to the one god). All hymns are written by great saints called "rishis". Atri, kanwa, vashishtha, vishwamitra, zamadangi, gotama and bharadwaja are main writers of this Veda.

The Sama Veda: the meaning of sama is music. These were sung on ritual occasion. There is a collection of mantras. There are 5 main verse: Gayatri, Ushnik, Mahapankti, Pankti, Tristup.

The hymns in the Sama Veda, used as a musical notes. Hence, its text is a reduced version of the Rig Veda. Vedic scholar David Farwley says that, ‘if the rig Veda is the world, Sama Veda is the song or the meaning, if Rig Veda is the knowledge, Sama Veda is its realization. Sama Veda was meant for the priests who performed the rituals work. There are some rules and also very stricts instruction about how to sing all these chants in ritual worship. The way of singing this all chants has great influence upon people and environment.

The Yajur Veda: the mantras of Yajur veda called “Yaju”. In this there is no word limit therefore it’s called Yajus. About 663 mantras of rigved are in Yajurveda. It is because of the sacrifices that he has been named Yajurveda. This is the essence of the scripture. There are two main branches: Brahm or Krishna Yajurveda, Aditya or shukla Yajurveda.

The Yajur Veda is served as a guidebook for the priests who execute sacrificial acts and at the same time uttering the prayers and the sacrificial yajurs. There are six main part of Yajur Veda, Madyandina, Kanva, Taittiriya, Kathaka, Maitrayani and Kapishtala are available now.

The Atharva Veda: there are some sings for atharva Ved called “angiroved” , “bhrugv girasved” , and atharvagirash”. In atharva veda there is 5987 mantras from this 2696 mantras were describe by arthavarna rishi. It consists of 730 suktas. Nine branches of Atharva Veda: Paiplad, Taud, Maud, Shaunak, Jajal, Jalad, Brahm vad, Devdarsh, Charan vaidh. This is the last of the four Vedas and is completely different from the other Vedas. Its hymns are more different nature than the Rig Veda and are also simple in language and therefore it has different experience. The Atharva Veda consists of spells prevalent at its time, and portrays a clearer facts of the Vedic society.

Conclusion: Hindu Sanskrit literature forms the most ancient and the biggest part of the modern Indian literature. Sanskrit literature has great authority and has served as a source of ideas, themes, and literary norms for a significant portion of subsequent Indian literature. The main motto of all this Veda is to live with spiritual and soul and all the mantras of Vedas taught us great guidelines for all general life. It is all in one word is “Brahma”.

Language advisor Pylypenko-Fritsak N. A.

УКРАЇНСЬКІ ІМЕННИКИ СПІЛЬНОГО РОДУ НА ОЗНАЧЕННЯ ОСІБ ЗА ЕМОЦІЙНОЮ ОЦІНКОЮ

Еке Чіамака, студентка СумДУ, гр. МЦ.м-721

Серед іменників української мови особливу увагу привертають іменники спільного роду, які можуть уживатися в одній і тій самій формі зі значенням кількох родів. Ці слова вказують на певну ознаку особи, здебільшого негативну, висловлюють емоційне ставлення.

Іменники спільного роду утворюють лексико-семантичні групи, у межах яких вони об'єднуються спільним елементом значення та граматичними особливостями. Група іменників спільного роду на означення осіб за емоційною оцінкою складається з лексем – назв осіб, що мають значення суб'єктивної позитивної чи негативної оцінки. З огляду на ціннісний орієнтир слова цієї групи можна поділити на дві підгрупи.

До першої підгрупи належать лексеми що є пестливими звертаннями або висловленням захоплення, позитивної оцінки: дуся (пестливе звертання до кого-небудь), ладо (пестлива назва чоловіка, дружини, дитини; синонім до слів коханий, любий); слова молодчага, молодчина вживаються у трьох значеннях: на позначення статної молодої людини, на позначення позитивних якостей особи та для висловлювання схвалення за старанно виконану роботу та інші слова.

До другої підгрупи належать слова з негативною оцінкою особи, а саме: лайливі слова сатана, сатанюка, чортяка; нахаба (безцеремонна, зухвала людина, що порушує моральні норми), свинюка (неохайна, непорядна, невдячна людина), слова хамло, хамлюга, хамула уживаються на позначення незграбної, зухвалої та грубої людини та як зневажлива презирлива назва осіб, що мають нижчий соціальний статус та інші лексеми.

Іменники цієї групи найбільш експресивні, бо мета їх вживання – висловлення суб'єктивного позитивного чи негативного ставлення до певної особи (групи осіб). В українській мові, на відміну від переважної більшості інших мов, практично немає власних нецензурних слів, проте лайливі слова, особливо ті, що належать до цієї семантичної групи, дуже цікаві з погляду національного колориту.

Керівник: Пилипенко-Фріцак Н.А., викладач
кафедри мовної підготовки іноземних громадян

РОЛЬ ЗМІ У ФОРМУВАННІ ТОЛЕРАНТНОГО СТАВЛЕННЯ ДО ЛЮДЕЙ З ВІЛ-ПОЗИТИВНИМ СТАТУСОМ

Зубар Д.В., студентка; СумДУ, гр. ЖТ-81

Медіа – це ті джерела інформації, на які покладаються і яким довіряють люди, тому саме з них має починатися формування толерантного ставлення до різних соціальних груп.

ВІЛ/СНІД небезпечний не лише для фізичного здоров'я, а й у сучасних умовах створює небезпеку соціальної ізоляції. ВІЛ-позитивні люди зазнають дискримінації та стигматизації у різних сферах, і медична не є виключенням. Причини виникнення цих явищ пов'язані із недостатньою інформованістю щодо хвороби. Про людей, які живуть з ВІЛ, сформовано багато негативних стереотипів, через які вони бояться зізнатися у своїй хворобі, прийняти її, осмислити ризики і жити далі. Ще й досі захворювання на ВІЛ в основному пов'язують із наркотичною залежністю та великою кількістю статевих партнерів. Саме тому дуже важливо, щоб ЗМІ знищували міфи щодо ВІЛ та не використовували ворожої лексики. Розглянемо ЗМІ у процесі формування толерантного ставлення до людей з ВІЛ-позитивним статусом.

Для аналізу були обрані найбільш відомі українські інтернет-ЗМІ: «ТСН», «Радіо Свобода» та «ВВС Україна». Всього 6 публікацій за 2018-2019 роки.

Найбільше матеріалів про ВІЛ було у «ТСН» – три. Два з них – новинного характеру: про новий штам вірусу ВІЛ [1] та про дозвіл людям з ВІЛ в Україні усиновлювати дітей [2]. Ще один матеріал розповідає про міфи та реальність, пов'язані з вірусом [3]. Медіа наводить статистику щодо захворювань у світі та в Україні, розповідають про різницю між ВІЛ та СНІДом. Також звертають увагу на те, які існують ризики інфікування і як заразитися не можна; інформують про симптоми, лікування та перебіг вагітності під час хвороби.

У «Радіо свобода» знайшли два матеріали про ВІЛ. Один із них – про те, що рівень поширення ВІЛ в Україні серед молоді знижується [4], а інший розповідає, що українцям потрібна «сексуальна освіта» на прикладах історій реальних людей, які живуть з ВІЛ та стикаються з

проблемами неосвіченості інших людей щодо хвороби [5]. Останній матеріал – це історії людей з ВІЛ: про їх реалії, повсякденне життя, власні страхи та перешкоди, які створює суспільство, дізнаючись про діагноз.

«BBC Україна» написали дуже інформативний текст, який також розвіює міфи щодо зараження через побут та комарів, про лікування хвороби нетрадиційною медициною, про захист під час сексу, про симптоматику та смертність [6].

Проаналізовані матеріали – приклад хорошої журналістики, яка не забуває про толерантність, правильно інформує та дотримується стандартів. Більшість уявлень та побоювань щодо ВІЛ у суспільстві є хибними. Тому так важливо, щоб ЗМІ долучалися до викорінення негативного ставлення до людей, що живуть з ВІЛ.

1. Учені відкрили новий штам ВІЛ-інфекції [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://tsn.ua/nauka_it/ucheni-vidkrili-noviy-shtam-vilu-scho-kazhut-ucheni-1439298.html.
2. Суд дозволив ВІЛ-інфікованим українцям усиновлювати дітей [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://tsn.ua/ukrayina/sud-dozvoliv-vil-infikovanim-ukrayincyam-vsinvolyuvati-ditey-1439115.html>.
3. ВІЛ/СНІД. Як уберегтися та що робити після інфікування [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://tsn.ua/nauka_it/vil-snid-yak-vberegtisya-ta-scho-robiti-pislya-infikuvannya-1451544.html.
4. Рівень поширення ВІЛ серед молоді в Україні знижується – МОЗ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-snid-moz/29778802.html>.
5. Україні потрібна «сексуальна освіта» – ВІЛ-позитивні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/29632136.html>.
6. 8 міфів про ВІЛ/СНІД: оральний секс, комарі й «очищення незайманою» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-46399243>.

Керівник: Прокопенко Н.М., к.філол.н.

ПОПУЛІЗМ ЯК ПЕРЕДВИБОРЧА ТЕХНОЛОГІЯ (НА ПРИКЛАДІ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОГРАМИ ОЛЕГА ЛЯШКА)

Зубар Д., студентка; СумДУ, гр. ЖТ-81

Популізм в Україні набирає загрозливих масштабів. Партії та політики, які грають на почуттях людей та обіцяють нездійсненне приходять до влади й роблять лише те, що в їхніх інтересах, забуваючи про обіцянки. Метою нашої роботи є дослідження ознак популізму в передвиборчій програмі кандидата, який вважається одним із найбільших вітчизняних популістів – Олега Ляшка.

Популізм – сукупність лозунгів і дій, а також форм, методів та технологій, що застосовуються політичними діячами з метою здобуття і поглиблення підтримки з боку широких народних мас [2].

Джон Джудіс виділяє три основних прийоми популізму: розділення й протиставлення влади й народу, нагнітання гніву, прості рішення для складних проблем [1].

Основна ознака Олега Ляшка як політика (згідно з передвиборчою програмою [4]) – те, що він і його партія не мають чіткої ідеологічної позиції та дають обіцянки, які неможливо виконати в сучасних умовах. Політик виступає за майже повну оплату комунальних послуг державою, державне регулювання цін на продукти та ліки, надання великих субсидій за заборону ринку землі. При цьому він стверджує, що зараз за комунальні послуги люди платять 60-80 % доходів, хоча це не так. За даними дослідження Київського міжнародного інституту соціології, лише 14% українців витрачають на «комуналку» більше половини доходів. Велику частку витрат покривають субсидії [3].

Олег Ляшко намагається «зійти за свого» для електорату, наголошуючи, що програму партії він складав «зі слів шахтаря з Павлограда, фермера з Харківщини, лікаря з Чернігова та виховательки з Черкас» [4]. Текст програми складається із гасел та обіцянок. Політик запевняє: «Для початку зроблю так, щоб у кожного українця був повний холодильник, в якому м'ясо водиться щодня, а не лише на свята» [4]. Зрозуміло, що це не можна зробити фізично. Крім того, обіцянка не враховує потреб населення, яке не вживає м'ясо.

Політик говорить лише гаслами і не розповідає, як саме досягатиме поставлених цілей, він заманує результатами, яких не зможе досягти.

На той момент ще кандидат в Президенти обіцяє, що завдяки його діяльності в Україну буде залучено 100 млрд доларів інвестицій, хоча наразі ця сума не перевищує 8 млрд доларів. Олег Ляшко ніяк не пояснює, де буде брати гроші на виконання всіх обіцянок. До того ж, він збирається відмовитися від закордонних кредитів. Політик пропонує прості рішення для вирішення складних проблем.

«В парламенті понад 400 «небожителів», з яких на роботу ходить від сили чверть. Президент, прем'єр і парламент борються між собою за владу. Вони всі думають про власні рейтинги та кишені – а я думаю про людей» [4] – у наведеному фрагменті Олег Ляшко використовує прийоми протиставлення влади й народу та нагнітання гніву, таким чином показуючи, що лише він готовий дбати про людей. Фраза «Влада хоче змусити селян віддати землю за безцінь, щоб потім продати її транснаціональним корпораціям та зробити українців батраками» [4] має ту ж мету.

Для популізму характерне використання гасел, чим теж аактивно послуговується Олег Ляшко: «З голодними людьми сильну країну не побудуєш», «Не закордонні кредити на проїдання, а інвестиції у розвиток економіки!», «ДОСИТЬ ХАОСУ І БАРДАКУ!», «Робота для кожного, гідні доходи, справедливі ціни і тарифи – ось за що я борюся!» і т.д. Депутат не забуває і про власний захист: «Це все можна назвати «популізмом». Але в нашій країні все, що правильно кажеш – популізм. А все, що правильно робиш – піар» [4]. Попри це, обіцянки політика і є популізмом, хоч як би сам Олег Ляшко не виправдовував свої слова.

1. Джудіс Д. Великий вибух популізму / Джон Джудіс. – Харків, 2017. – 184 с.
2. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс / Серж Московичи. – Москва : Центр психологии и психо-терапии, 1998. – 480 с.
3. Оцінка діяльності органів влади та реакція на актуальні події [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу : <http://bit.ly/3958sab>.
4. Програма кандидата в Президенти України Олега Ляшка [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу : <http://liashko.ua/program>.

Керівник: Євтушенко О. М., *доцент*

ЗМІ НА ЗАХИСТІ ВІЛЬНИХ ЛЮДЕЙ: ЕКСПЛІКАЦІЯ ПРОВІДНИХ ІДЕЙ ВЗАЄМОДІЇ

Чорнобук К.Ю., студентка; СумДУ, гр. ЖТ-81

Громадські організації, які опікуються проблемою ВІЛ/СНІДу, констатують, що в нашому суспільстві має місце дискримінація за цією ознакою. Не останню роль у формуванні подібного ставлення відіграють ЗМІ. Здебільшого медійники недооцінюють сили свого голосу, натомість уживають мову ворожнечі, мислять стереотипно через нерозуміння проблеми та упередження. Це спричинює неправильне інформування громадськості про ВІЛ-позитивних людей.

Досліджуючи цю проблему на матеріалах інтернет-ресурсів, ми помітили випадки неетичного висвітлення інформації: журналіст оперує усталеними нормами («Василь пішов на війну, бо був переконаний – втратити йому немає чого. Одна з причин такого настрою – ВІЛ-позитивний статус», «BBC News Ukraine», 01.12.2019); називає реальні імена героїв, які погодилися розповісти про проблему («Віра Варига – звичайна жінка з амбіціями і мріями, як вона сама про себе каже. Діагноз ВІЛ-позитивної їй поставили ще 2002 року», «5.ua», 01.12.2017).

Однак більшість медійників використовують результати наукових досліджень, щоб показати, що з інфекцією можна боротися («Вакцина проти ВІЛ може бути доступна вже в 2021 році», газета «Урядовий кур'єр», 15.12.2019), заспокоюють населення та формують толерантне ставлення до проблеми («МОЗ: Україна повністю забезпечена препаратами для лікування ВІЛ», інтернет-видання «Трибуна», 03.12.2019), адекватно налаштовують до прийняття діагнозу («Найважливіше для людини – прийняти статус. Якщо вона це зробить – прихильність до лікування буде високою», інтернет-видання «Трибуна», 30.11.2019).

Тож роль ЗМІ у формуванні толерантного ставлення до ВІЛЬНИХ людей полягає у правильному висвітленні проблеми, руйнуванні стереотипного суспільного мислення.

Керівник: Прокопенко Н.М., к.філол.н.

ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМИ ВІЛ/СНІДУ В ПУБЛІЧНОМУ ДИСКУРСІ: ПРАВИЛА ПОДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ

Крицька В.А., студентка; СумДУ, гр. ЖТ-81

Україна сьогодні посідає одне з перших місць серед країн європейського регіону за кількістю ВІЛ-позитивних осіб. За оцінками даними, на початок 2018 р. у країні проживало 244 тис. ВІЛ-позитивних людей [1].

Уразливі групи до ВІЛ/СНІДу – люди, які мають підвищену вірогідність увійти до небезпечного контакту з інфекцією або особливо постраждати від її наслідків. Така небезпека пояснюється цілим рядом економічних, культурних, соціальних чинників, зокрема бідністю, безправ'ям, дискримінацією, ворожим несприйняттям суспільством, відсутністю доступу до інформації, медичної та соціальної допомоги, психологічної консультації тощо. Тому ця тема є дуже важливою для суспільства, а журналісти повинні правильно висвітлювати її у ЗМІ.

За 2019 рік Всеукраїнська газета «День» на офіційному сайті опублікувала 3 матеріали на таку тему. А в газеті «Дзеркало тижня» – 22 публікації. Тобто журналісти цього видання звертають увагу на такі проблеми значно частіше. Газета формує думку людей, що потрібно систематично перевірятися і запобігати появі хвороби.

ЗМІ повинні спростовувати стереотипи, які поширені навколо ВІЛ-позитивних людей. Поширена думка, що люди з ВІЛ-позитивним статусом небезпечні, а вірус може поширюватися побутовим шляхом. Подібне ставлення спричинене незнанням проблеми. Завдання медіа – ознайомити людей з цією темою і показати справжню картину.

Є дати, присвячені ЛЖВС: 16 травня – День пам'яті померлих від СНІДу, 20 червня – День боротьби з наркоманією, 1 грудня – День боротьби зі СНІДом. Для українських медіа стало традицією – висвітлювати новини, присвячені цим датам.

Сьогодні громадські організації активно долучені до проблем ВІЛ/СНІДу, вони впливають на редакційну політику медіа. Тому вироблені деякі правила подачі висвітлення теми ВІЛ/СНІДу в публічному дискурсі, яких потрібно притримуватися: 1) не використовувати такі вислови: «чума ХХ століття», «групи ризику», «носії ВІЛ/СНІДу», «жертви СНІДу», «постраждалі від СНІДу», «аналіз на СНІД», «померти від СНІДу», «ліки від ВІЛ/СНІДу»,

«зараза», «жахлива хвороба», «жертва», «страждалець», «сирота СНІДу», «вірус СНІД/ВІЛу», «підчепити СНІД», «ВІЛ-інфікована людина», що маркуємо як мову ворожнечі; 2) уникати розповсюдження хибних уявлень стосовно лікування та терапії при ВІЛ/СНІДі; 3) поважати лікарську таємницю; 4) мати терплячість і повагу в інтерв'юванні людей, які належать до найбільш уразливих спільнот; 5) не засуджувати людину; 6) використовувати правильні статистичні дані (кількість людей, які входять до урядових списків тих, хто вже отримує або потребує АРТ (антиретровірусної терапії), тих, хто інфікувалися за певний період тощо); 7) дотримуватися загальних принципів етики журналіста; 8) не намагатися вмовити людину назвати своє ім'я. Запропонувати використати псевдонім; 9) висвітлювати інформацію щодо ВІЛ'яних людей, не завдавати шкоди їх репутації; 10) зберігати баланс думок; 11) не примушувати людину зізнаватися, як вона інфікувалася; 12) використовувати такі вислови: «ВІЛ-позитивний», «людина/ чоловік/жінка, яка живе з ВІЛ», «діти, життя яких торкнувся ВІЛ/СНІД», «тест на ВІЛ», «ВІЛ або вірус, що спричиняє СНІД», «інфікуватися ВІЛ», «стати ВІЛ-позитивним», «помер від СНІД-асоційованої хвороби», «помер від хвороб, пов'язаних зі СНІДом», «помер від хвороби, викликаної ВІЛ/СНІДом», «лікування проти ВІЛ», «АРВ-терапія», «медичні засоби/ліки для попередження та лікування опортуністичних інфекцій», «ризикована поведінка», «захворювання/епідемія/хвороба» [2].

Отже, через недостатню поінформованість суспільства, люди стигматизують ЛЖВС. Тому журналісти повинні дотримуватися правил висвітлення інформації на тему ВІЛ/СНІДу. Тільки тоді громадськість буде достатньо ознайоmlена з цією досить актуальною проблемою і убезпечена.

1. Статистика з ВІЛ/СНІДу. Епідемічна ситуація з ВІЛ-інфекції в Україні станом на 01.04.2019 [Електронний ресурс] // Центр громадського здоров'я МОЗ України – Режим доступу: <https://phc.org.ua/kontrol-zakhvoryuvan/vilsnid/statistika-z-vilsnidu>.
2. Посібник з висвітлення теми ВІЛ/СНІДу, 2005. – 79 с. – (Фонд Сім'ї Кайзер).

Керівник: Прокопенко Н.М., к.філол.н.

ПСИХОЛОГІЧНА РЕАБІЛІТАЦІЯ ВІЙСЬКОВИХ ТА ЇХ СОЦІАЛІЗАЦІЯ У СУСПІЛЬСТВІ

Мурай С. Р., студент; СумДУ, гр. ПЛ-91

Протягом усієї своєї історії людство вело війни пов'язані з захопленням територій, матеріальних ресурсів, робочої сили. В ході цих війн найбільше страждало цивільне населення. Тому значна увага поствоєного періоду приділялася наданню допомоги цьому населенню та майже зовсім не зверталася увага на ветеранів.

Але широкого розвитку психологічна допомога ветеранам набуває тільки у другій половині ХХ століття. Психологічний стан, який виникає внаслідок перенесеного стресу отримав назву посттравматичний стресовий розлад (ПТСР). [1]

ПТСР – розлад, викликаний різного роду екстремальними, травмуючими, стресовими ситуаціями (напр. бойовими діями, зґвалтуванням, катуванням, природними катастрофами тощо). [2]

Посттравматичний розлад розвивається у період кількох місяців після травми. Як правило, наслідками такого діагнозу є: сильний гнів, депресія, схильність до самогубства, зникнення інтересу до життя, алкогольна та наркотична залежність та ін. [2]

У військових, що мали досвід бойових дій, яскраво стають вираженими наступні синдроми: нічні жахіття, пов'язані з травмуючими подіями; нав'язливі негативні спогади; дратівливість; вибухові реакції; параноїдальна поведінка; відчуження від інших людей; «провали» в стресову подію; не контрольованість поведінки; почуття провини за те, що вижив. [3]

Психологічна реабілітація, як і медична, також є важливим аспектом у поверненні військового до нормальних умов життя. Успіх подолання діагнозу виявляється у своєчасному виявленні розладу. Основними задачами психологічної реабілітації є: зняття психоемоційного навантаження, дратівливості і страху шляхом застосування комплексних впливів, регуляція порушених функцій організму, корекція психофізіологічного стану методами психотерапевтичних і фізичних впливів, формування оптимальної психологічної реакції для наслідків психологічної травми, вивчення динаміки змін психічних станів у процесі реабілітації. [4]

Психологічна реабілітація допоможе військовому відновити бойову і трудову здібності, запобігти інвалідності та допомогти у соціальній адаптації.

Ще один вагомий крок у реабілітації військового – це соціалізація. Адже дуже важко пристосуватися до умов звичайного, буденного життя після пройденого. Тому важливим фактором для психотерапевта є не тільки співпраця з пацієнтом, а й з його родиною або близьким оточенням, від якого також залежить успіх у лікуванні. Тому, що незначний поштовх пацієнта до стресу, може спровокувати більш важкі наслідки для його психологічного стану.

Потрібно навчити родину людини, яка страждає на ПТРС, як діяти в критичній ситуації, у разі якщо раптом стався напад, та що потрібно робити, щоб його не спровокувати.

Психологи виділяють певні правила, як не треба поводити себе поряд з людиною, що постраждала від війни: підходити несподівано ззаду, робити різкі рухи, що можуть викликати відповідну негативну реакцію, різко вставати з місця тощо.

Вище перераховані правила допомагають протистояти виникненню нових стресових факторів у людини з посттравматичним розладом та запобігти прогресивному розвитку психічного розладу. [5]

Можна зробити висновок, що психологічна реабілітація військовослужбовців – це важливий елемент психологічної роботи в сучасних умовах військової служби. Повністю запобігти психотравмам у військовій обстановці неможливо, однак шляхом своєчасного надання психологічної допомоги і проведенням реабілітаційних заходів можна знизити відсоток психологічних втрат.

1. А. В. Михальський - Посттравматичний стресовий розлад: історичний огляд - 2011
2. Жукова Т.В. Проблема посттравматических стрессовых расстройств у ветеранов войн // Военная медицина. - 2008. - №3.- С.99-102.
3. Основи реабілітаційної психології: подолання наслідків кризи. Навчальний посібник. Том 1.- Олександр Ковальчук, Володимир Невмержицький – Київ, 2018. – 55 с.
4. Абдурахманов Р.А., Анцупов А.Я. - Военная психология - 1996. Глава: § 2.13. Боевой стресс и его психологические последствия.
5. Соціально-психологічна реабілітація учасників антитерористичної операції / О. В. Тополь // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія : Педагогічні науки. - 2015. - Вип.

Викладач: Іванова Т. В.

COMMUNICATION IN EDUCATION: A PROJECT APPROACH

Vladyslav Shapoval, SumDU student, Gr. ME-71an

Communication is an important component of any activity. In the context of the decentralization of educational institutions, consumer orientation towards educational services, the dissemination of project activity in universities, communication becomes an essential element of ensuring the quality, efficiency and timely fulfillment of educational tasks.

What is the role of communication skills? Why is it important to consider education as a project? Are there common features in the education process and projects? Or is it a different concept? Let us consider these questions.

The Cambridge Dictionary offers the following definition of communication[1]: the process of disseminating information, especially when it increases understanding between people or groups. That is, an important goal of communication is not only to inform a certain person, the audience but also to build an understanding between a sender and receiver of a message.

The educational process involves the student's acquisition of certain knowledge, skills, related to the industry professional activity. In addition to hard skills, it is important to master soft skills, first and foremost, communication skills, since any activity involves communicating with either employee, customers, or other actors.

The educational activity is a project. Education is acquired over a period of time (time-limited). The educational process involves the fulfillment of certain tasks and the achievement of the goal (acquiring qualifications, skills, understanding of the future professional activity, etc.). To achieve educational tasks, limited student resources (time, money resources) are used and interaction between participants of the educational process (teachers, student, administrative services of the university, student government, grantees) takes place. Therefore, getting an education is a student project. The effectiveness of the educational project, in addition to the direct development of knowledge, is determined by the ability to engage and organize participants in the educational process through communication.

Communication is an important part of the activity of both the teacher and the university as a whole. The communication process involves defining the target audience and the methods of communication with it, which ensures the efficiency of information provision and stakeholder involvement.

Let's consider the example of organizing communications of the project "Student Action: Student Leadership Competency Program"[2] (organized by the British Council in Ukraine) that can be used in educational activities. The target group of the project is students of Ukrainian universities. The sources of dissemination of information about the project were identified by social networks: Facebook, Instagram, Telegram. The promotion used popular groups and online platforms of the public sector - GURT, STUDWAY, Hromadskiy. The text of the message was formed in a youth / conversational style, using photos of last year's participants and recording their achievements. As a follow-up, participants shared their experiences by posting information about participating in the program and adding the hashtag #britishcouncilukraine #studentaction, which allowed them to find the information they needed for potential participants. In addition, program participants created their own projects and implemented at their universities. The most successful ones were funded by the British Council. Clear requirements for participants and project funding criteria were stated at the beginning of the project.

Thus, the project approach in communications is directed in the educational process, the student's educational activity to attract the required stakeholders, effective communication of information, obtaining funding and achievement of other educational goals and objectives of the educational process.

1. Cambridge Dictionary [Electronic resource] - Access mode: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/communication>
2. Official site of the British Council in Ukraine [Electronic resource] - Access mode: <http://www.britishcouncil.org.ua/programmes/education/student-action-2019>

Supervisor: Tarasenko S. V., Senior Lecturer

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ СПОРТИВНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Демченко Я.М. *студент* СумДУ, гр. СП-901

Сьогодні спортивна термінологія як українська, так і англійська зазнає істотних змін, викликаних повсюдною глобалізацією, розширенням міжкультурної комунікації, жорсткою конкуренцією, економічними змінами і науково-технічним прогресом.

На сучасному етапі спортивні лексеми виділяють в три групи: спортивна термінологія, спортивна лексика, професіоналізм. У спортивній лексиці, як правило, виділяють: спеціальні терміни, аргоізми (слова з жаргонів) і не терміни.

При вивченні спортивної термінології основним способом розмежування термінології є її розгляд за різними видами спорту. Стосовно окремого виду спорту термінологія може структуруватися за найменуваннями процесів (прийомів), оснащення, величин, ознак і властивостей.

Важливу роль у класифікації мовних одиниць будь-якого виду спорту відіграють найменування діячів спорту й окремих частин змагань.

При перекладі спортивних термінів користуються основними лексичними, лексико-семантичними та лексико-граматичними прийоми перекладу.

Найпростіший прийом перекладу термінів є прийом транскодування. Це політерне чи пофонемне передавання вихідної лексичної одиниці за допомогою алфавіту мови перекладу (наприклад, foul – фол, record – рекорд, free style – фрістайл).

Для перекладу термінів застосовують лексичний прийом перекладу – калькування – передавання не звукового, а комбінаторного складу слова, коли складові частини слова чи фрази перекладаються відповідними елементами мови перекладу. Цей прийом застосовується при перекладі складних за структурою термінів. Наприклад, a qualifying event – кваліфікаційне змагання, quarter final – чверть фінал, water polo – водне поло, corner kick – кутовий удар.

Ще одним шляхом перекладу термінів є опис значення. Такий прийом застосовується при перекладі новітніх авторських термінів-

неологізмів. Наприклад, *boundary* – лінія, що обмежує майданчик (межа ігрового поля); *chest-shot* – кидок обома руками від грудей.

У випадку, коли словник не дає точного еквівалента тому чи іншому термінові, або ж коли застосування калькування, транслітерації чи описового перекладу недоречне, можливими також є інші прийоми перекладу. До таких трансформаційних прийомів, що застосовуються при перекладі термінів відносять конкретизацію та генералізацію. Конкретизація – процес, при якому одиниця більш широкого конкретологічного змісту передається в мові перекладу одиницею конкретного змісту. Наприклад, «вдарити м'яч» може відноситися до різних ситуативних умов, і в значній мірі упорядковується контекстом; в англійській мові цьому поняттю будуть відповідати різні більш вузькі за значенням одиниці, в залежності від контексту: *to kick a ball* – вдарити м'яч ногою, *to head a ball* – вдарити м'яч головою та ін. Генералізація вихідного значення використовується в тих випадках, коли міра інформаційної впорядкованості вихідної одиниці вища за міру впорядкованості одиниці, що відповідає їй за змістом у мові перекладу. Наприклад, вести м'яч – *to move the ball forward*.

Крім того, необхідно пам'ятати, що спортивна термінологія не стоїть на місці й постійно розвивається. Отже, терміни, що входять до складу спортивної термінології, можуть змінювати свій зміст.

Отже, спортивна лексика – це чудовий матеріал для вивчення, оскільки вона означає поняття, що мають однаковий зміст для різних народів і культур.

Для професіонального спортсмена є справжнім викликом оволодіти термінологією не тільки української мови, але й влучно та професійно перекладати її на англійську мову маючи змогу просуватися по професійній сходинці та показувати свою перевагу з поміж інших спортсменів

Унікальною рисою мови спорту є те, що вона спрямована не лише на вузьке коло осіб, але і на широку аудиторію. Основними складнощами при перекладі текстів спортивної спрямованості вважаються передача власних імен, багатозначних термінів, скорочень і виразів сленгів.

Керівник: Решитько А.Д *викладач-стажист*
кафедри іноземних мов ННІ БТ «УАБС» .

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СПОРТИВНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ТА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Цибульник А.В. студент СумДУ, гр. СП-901

Знання іноземної мови - це не лише вимога часу, а й нагальна необхідність. Нові реалії сьогодення диктують нові умови. Українські спортсмени є гордістю нашої країни, її візитною карткою. Вони повинні бути на одній хвилі з усім світом, подолати мовні бар'єри та порозумітися зі своїми колегами .

Виникає першочергова необхідність в якісній комунікації між спортсменами, тренерами, функціонерами, фанами, журналістами різних країн. Постає питання перекладу спортивної термінології. Надзвичайно важливі уніфіковані та чіткі терміни для фахової мови спорту. Але не вистачає перекладацьких словників термінів з різних видів спорту.

Складнощі перекладу спортивної термінології : багатозначність термінології (правила гри, зіграти в нічю, тримати удар , гра без правил); майже абсолютна відсутність перекладацьких відповідників у випадку неологізмів (дайвінг, керлінг); національна варіативність термінів (суддя - рефері, нападник -форвард, воротар - голкіпер, вболівальник - фан,).

Прийоми перекладу термінів :

Синонімія - повне або часткове узгодження значень двох і більше слів; подібність слів, морфем, експресивних одиниць за значенням з різницею їх звукової форми.

Експлікація - це заміна лексичної одиниці мови оригіналу словом (фразою), що передає її значення. Наприклад, sink the shot -кинути м'яча до кошика без відскоку.

Стиснення - це більш компактне представлення думок, оскільки непотрібні елементи та позакласний контекст звільняються (видаляються). Наприклад, кидок м'яча до кошика з відскоком - sagom the ball, залишити змагань через травму - injury default.

Інверсія - зворотний порядок слів, задля привернення увагу до певних елементів. Наприклад, synthetic track - доріжка з синтетичним покриттям, middle distance runner - бігун на середню дистанцію.

Одним із найпоширеніших видів перекладу є транскодування, при якому звукова чи графічна форма слова передається за допомогою алфавіту мови перекладу (у нашому випадку української).

Наприклад, record - рекорд, dribbling - дриблінг, bowling - боулінг, foul - фол, free style - фрістайл.

Калькування - це копіювання іноземної мови з використанням її незапозиченого матеріалу, тобто морфемного перекладу іноземної мови. Ця методика використовується для перекладу складних термінів, Наприклад, water polo-водне поло, а qualifying event-кваліфікаційне змагання, quarter final-чверть фіналу, corner kick - кутовий удар, boxing manager - боксерський менеджер, boxing license - боксерська ліцензія.

Конкретизація значення слова - це лексичне перетворення, в результаті якого термін (слово) ширшого семантичного змісту замінюється терміном (словом) вужчого семантичного змісту. Наприклад, "вдаряти м'яч" може стосуватися різних ситуаційних умов і в основному організовується відповідно до контексту. англійською мовою, залежно від контексту, це трактується різноманітними вужчими одиницями: to kick a ball - вдаряти м'яч ногою, to head a ball - вдаряти м'яч головою, to hit a ball -відбивати м'яч , to cuff a ball - легко вдаряти м'яч.

Генералізація (узагальнення) - це лексичне перетворення перекладу на відміну від конкретизації, в якому слово з вужчим значенням замінюється словом з подальшим значенням. Наприклад, вести м'яч - to move forward the ball.

Пермутація - перестановка слова. Основна суть трансформації перестановки або пермутації полягає в тому, що при перекладі лексичних елементів місця змінюються. Наприклад, body punches - удари по корпусу, fighting tactic - тактика бою.

Лексика - найбільш динамічний підрозділ мови. Запозичення слів є одним із найважливіших способів збагачення словникового складу англійської та української мов..

Аналізуючи лексику, треба приділяти увагу на те з якої мови були запозичені слова, яких змін вони зазнали.

Керівник: Решитько А.Д., *викладач-стажист*
кафедри іноземних мов ННІ БТ «УАБС»

ПЕРЕКЛАД АНГЛІЙСЬКИХ ТЕКСТІВ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ: ТРУДНОЩІ ТА ОСОБЛИВОСТІ.

Стаднік К.В., *студент СумДУ, гр. СП-901*

Письмовий переклад абсолютно відрізняється від будь-якого іншого виду перекладу. Насамперед перекладач має можливість нікуди не поспішати, а добре обдумати усі варіанти перекладу, та вибирати найкращий з них.

Весь процес перекладу можна умовно розділити на два етапи:

На першому етапі перекладач може зрозуміти який саме тип тексту йому необхідно перекласти. Можливо це розповідь про які-небудь події, або опис певного предмета чи явища, також, це може бути текст міркування, ознакою якого будуть думки автора, його докази та переконання. Переглянувши текст об'єднавши усі знайомі слова по темам можна буде припустити тему тексту. Наприклад наявність таких слів як: home, sister, daddy, sweet – буде означати що тема тексту “родина”.

Основні правила другого етапу перекладу (відтворення) Перекладайте сенсові значення, а не значення самого слова

Для англійської мови характерною ознакою є наявність словосполучень, до складу яких входять слова, що за їх окремого перекладу означають зовсім інші речі. Наприклад: словосполучення “to make sure” у дослівному перекладі означала б “зроби упевнений”. Цей набір слів не має ніякого сенсу, а перекладається воно як: “бути впевненим”

Для повноцінного успішного перекладу тексту з англійської мови необхідне чітке знання усіх видів граматичних часів мови перекладання та вміння зрозуміти значення кожного з них.

Англійська мова включає до свого складу 24 часові форми, в той час як в українській мові ми можемо налічити лише 3, а саме теперішній, минулий та майбутній Наприклад: у реченні “She said that by 6 p.m. she would have been dancing for 2 hours” якщо перекладати це речення без знання структури то на перший погляд, речення вважається таким, що складено з помилками.

Необхідне чітке розставлення пунктуаційних знаків згідно правил української мови. Якщо розглядати таке речення “I was doing my

homework when my mother came back”, то при перекладі на українську мову необхідно додати кому: “Я робив домашнє завдання, коли моя мама повернулася додому”.

Якщо слово, що перекладається має кілька значень необхідно вибрати найближче за значенням до зв’язного тексту.

На вибір значення мають вплив такі фактори:

- 1) Контекст
- 2) Метафори, ідіоми
- 3) Багатозначність

Контекст — відрізок, частина тексту писемної чи усної мови з закінченою думкою, який дає змогу точно встановити значення окремого слова чи виразу, що входять до його складу. Наприклад: the theory of Newton — теорія Ньютона; the theory of Christ — вчення Христа.

Одне й теж саме слово перекладається по-різному в різному контексті. Метафори, ідіоми. Слова і фрази в переносному значенні переводяться еквівалентними - в словниках потрібно шукати цілу фразу або намагатися зрозуміти той переносне значення, яке вклав в нього автор.

Наприклад: I'll move heaven and earth to achieve my goal - "Я буду рухати небеса і землю щоб досягти своєї мети" - звучить не зовсім доцільно, тому і шукаємо те, що дана фраза має свій еквівалент в тлумачному словнику української мови і звучить як "гори звернути".

Багатозначність. Як відомо, більшість слів як англійської, так і української мов мають більш ніж одне своє значення. Саме через цю особливість ми з легкістю можемо знайти заміну майже будь-якому слову у синонімічному словнику. Наприклад: Some sort of religious thing? - З релігійних міркувань? And then he did that strange thing. - І тут він зробив цю дивну річ.

Отже, особливості перекладу з української на англійську і навпаки пов’язані зі значними відмінностями цих двох мов. Для гарного розуміння сенсу іншомовного тексту потрібно не тільки вивчати окремі складні випадки, але і отримувати системні знання. Тому хороше, орієнтоване вивчення англійської мови допомагає ефективно розвивати навик перекладу текстів в процесі навчання

Керівник: Решитько А.Д., *викладач-стажист*
кафедри іноземних мов ННІ БТ «УАБС»

ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗМИ ТА ПСЕВДОІНТЕРНАЦІОНАЛІЗМИ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

Грицай М., учениця; СЗОШ №20

Під час вивчення англійської мови виникає багато помилок при перекладі псевдоінтернаціоналізмів.

Інтернаціоналізми – це міжнародні слова, які мають однакове значення в багатьох мовах, наприклад: лінгвістика, філософія, радіо, мікроскоп, фінанси, кредит, математика, клуб тощо. Причиною виникнення інтернаціоналізмів є необхідність позначити деякий спеціальний вид предметів або понять, які ще не існують в мові перекладу. Наприклад, у спорті запозичили такі слова, як: trainer - тренер, box -бокс, knockout -нокаут. При перекладі ці слова набувають нових значень, які відсутні в українських інтернаціональних аналогах. Поширення інтернаціоналізмів у словниковому складі мови сприяє їй більш ефективному використанню в процесах міжнародного обміну інформацією.

Псевдоінтернаціоналізми або міжмовні омоніми - це пара слів у двох мовах, які схожі за написанням чи вимовою, але відрізняються у значенні. Причинами виникнення міжмовних омонімів є: зсув семантики у споріднених мовах, коли слово з мови-предка набуває різних значень у процесі окремого розвитку мов-нащадків; зміна семантики запозичення (при запозиченні іншомовного слова змінюється його значення, воно стає неточним відповідником слова-джерела (тюрк. балык (риба) - балик (укр.) - солена спинка риб цінних порід); випадковий збіг (угор. lány – дівчина — укр. лань). Особливостями перекладу псевдоінтернаціоналізмів є: порушення норм лексичної сполучуваності, калькування слів (англ. magazine (журнал), часто плутають зі словом «магазин»).

Отже, я розмежувала поняття «інтернаціоналізм» та «псевдоінтернаціоналізм» і впевнена, що надана інформація допоможе краще зрозуміти значення поширених слів іншомовного походження.

1. Англіцизми // Мала філологічна енциклопедія / укладачі: Олександр Скопненко, Тетяна Цимбалюк. — Київ : Довіра, 2007. — 478 с.
2. Запозичення з англійської мови // Ющук І. П. Українська мова: Підручник. — 3-є видання. — К.: Либідь, 2006.

Керівник: Кириченко О.А., ст. викладач СумДУ.

СІНГЛІЗМ ЯК ДИСКРИМІНАЦІЯ ОДИНОКИХ ЛЮДЕЙ

Зеленська В.С., студентка; СумДУ, гр. ПЛ-91

Прийнято вважати, що якщо ти без пари — ти обов'язково повинен бути нещасним. Це стереотип, згідно з яким ти просто не реалізуєш закладену природою програму, а значить ти — помилка, баг, який системі потрібно видалити. Насправді ореол «неповноцінності» нависає над самотніми людьми постійно. Деякі соціологи говорять навіть про особливий вид дискримінації — сінглізмі (від англійського «singlism»). Як з'ясувалося, він проявляється не тільки в неприємних питаннях за сімейними обідами і почуттям безглуздою туги в День святого Валентина, але і на інституціональному рівні.

Дослідження показують, що люди дійсно вірять в забобони, пов'язані з самотніми людьми. Наприклад, соціологиня Белла де Пауло та її колеги опитали 950 студентів і з'ясували, що 49% з них автоматичних описали одружених як добрих, жертвних і дбайливих (одинаки заслужили таку характеристику тільки в 2% відповідей). Близько 32% назвали одружених людей «люблячими», тоді як ніхто не використовував цей прикметник щодо самотніх людей. Інше німецьке дослідження показало, що самотніх людей частіше сприймають як незадоволених життям, менш привабливих, більш невротичних, зате більш вільнодумних. Ці стереотипи працюють і на практиці. Наприклад, самотній американець в середньому заробляє на 26% менше, ніж одружений (що вже казати про самотніх жінок). А опитані орендодавці здають житло парам охочіше, ніж самотнім людям, і не вважають це дискримінацією. Бізнесу важливо продати свої послуги якомога більшій кількості людей, так що знижки для партнерів вже стали звичними.

1. Белла де Пауло. «Осібні» (Singed Out: How Singles Are Stereotyped, Stigmatized, and Ignored, and Still Live Happily Ever After), 2004.

Керівник: Іванова Т. В.

ВИСВІТЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПРЕЗИДЕНТА Й УРЯДУ УКРАЇНИ В ГАЗЕТИ «ДЕНЬ»

Ющенко А.А., *студент*; СумДУ, гр. ЖТ-81

Засоби масової інформації, висвітлюючи діяльність Президента або уряду країни, формують громадську думку. Від того, яке емоційне забарвлення мають матеріали, що стосуються державних органів, залежить ставлення й довіра суспільства до них.

Мета роботи – визначити особливості подачі матеріалів газети «День», у яких згадуються український уряд (його представники) і Президент. До уваги також бралися згадки про допоміжні органи при главі держави, які забезпечують його персональний статус, координують діяльність інших державних, формують імідж глави держави [2]. Зазначені публікації було проаналізовано за такими критеріями: позитив / негатив / нейтральність публікацій; тематика матеріалу (інформаційний привід); релевантність.

У грудні 2019 року видання опублікувало 18 матеріалів, зміст яких стосується нашої теми. До позитивних в контексті ставлення до влади належать 2 публікації, негативними є 5, нейтральними – 11. Зазначені характеристики визначаються як лексичним забарвленням, так і дотриманням або недотриманням балансу думок. Окрему групу складають матеріали, позначені скептичним ставленням до політики уряду й Президента, що відображається у висновках. Інформаційні приводи – заходи, які відбулися або відбудуться (5 матеріалів було присвячено Нормандській зустрічі), коментарі представників влади, кадрові зміни тощо. Релевантність подій визначається активними суспільно-політичними змінами в державі, які висвітлюються відповідно до інформаційних потреб аудиторії.

Отже, особливості матеріалів, що стосуються діяльності Президента й уряду в газеті «День», полягають у переважній безсторонності й об'єктивності подачі інформації. Дії влади можуть схвалюватися, засуджуватися, або ж подаватися з різних точок зору.

1. Всеукраїнська щоденна газета «День»: № 222-239 (03-27 грудня 2019 року).
2. Канченко А. Інформаційне забезпечення політики Президента України [Електронний ресурс] / А. Канченко. – Режим доступу : http://www.economy.in.ua/pdf/10_2011/38.pdf.

Керівник: Ткаченко О. Г., д. філол. н., професор

КУЛЬТУРНІ ТРАНСКОРДОННІ ПРОЕКТИ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНА–ПОЛЬЩА: ПЕРСПЕКТИВИ ВИРІШЕННЯ НАЗРІЛИХ ПРОБЛЕМ

Падалка О. М., *студентка 2 курсу*; СумДУ, гр. КД-81

Впродовж років незалежності України транскордонне культурне співробітництво отримало широку нормативно-правову базу розвитку, але значення та перспективи його реалізації визначенні державою недостатньо. Проектну діяльність у рамках українсько-польського співробітництва потрібно розширювати та вдосконалювати. У цьому зв'язку необхідно виявити проблеми, які виникають при реалізації культурних проектів міжнародного співробітництва, визначити перспективи проектної діяльності в культурній сфері.

Розвиток транскордонного культурного діалогу підтримують держави, що є членами Європейського Союзу. Одна з програм транскордонного співробітництва «Польща–Білорусь–Україна 2014–2020» діє в рамках Європейського інструменту сусідства і партнерства. Програма об'єднує спільні проекти українців і поляків, спрямовані на захист і збереження культурної спадщини, природних ресурсів прикордонних територій, зміцнення відносин добросусідства [2].

У міжнародному співробітництві прийнятними є культурні проекти, спрямовані на реалізацію соціокультурних цілей та вирішення спільних проблем. Успішність проектів є показником зміни зовнішнього середовища, а сам проект – одним зі способів вплинути на середовище шляхом формування спільних культурних цінностей.

Визначимо низку проблем, що здатні негативно вплинути на реалізацію культурних транскордонних проектів між Україною та Польщею: недостатнє залучення громадського сектору до участі в реалізації проектів; проблема прозорості; проблема низької підтримки та ініціювання дослідницьких програм у сфері культури на національному та регіональному рівнях; недостатнє фінансування проектів; проблема розширення відносин з іншими віддаленими регіонами; недостатність розроблення програм розвитку транскордонного співробітництва та ін.

Вирішення цих проблем можливе за участі місцевих стейкхолдерів. Необхідно докладати більше зусиль до розвитку транскордонного співробітництва як невід'ємного елементу стратегічного планування.

Однозначно, при підготовці транскордонної програми місцева влада повинна надавати пропозиції для їх урахування. Слід ширше залучати професійних експертів і громадські організації, які мають успішний проектний досвід для підсилення міжнародної співпраці. Вирішення цих проблем сприятиме перспективності розвитку регіонів, поглибленню їх подальшої співпраці.

Вбачаємо такі перспективи забезпечення та розвитку культурних транскордонних проектів між українською та польською сторонами:

- підвищення конкурентоспроможності за рахунок універсальної та креативної пропозиції, що підсилить результат і забезпечить позитивний імідж України в системі міжнародних зв'язків;
- утворення спільної інституційної бази для розвитку територіальних громад і громадянського суспільства [1, с. 332];
- активізація та покращення потенціалу культурних об'єктів, що стимулюватиме економічний розвиток, формуватиме соціальний капітал, сприятиме покращенню програм розвитку територій;
- розвиток наукової та освітньої діяльності, проведення круглих столів, конференцій у рамках програми;
- створення нових робочих місць у віддалених районах, пов'язаних із постіндустріальними зонами;
- формування міжкультурного діалогу, довіри та системних зв'язків.

Таким чином, культурні транскордонні проекти є невід'ємною складовою формування зовнішньоекономічних зв'язків, здійснення міжнародного співробітництва. Проектна діяльність у сфері культури сприяє вирішенню проблемних питань по обидва боки кордону, збереженню добросусідських відносин між прикордонними регіонами.

1. Дацко О. І. Економічний потенціал транскордонного співробітництва у сфері культури західних євро регіонів України. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2013. Вип. 4. С. 323–338.
2. Програма транскордонного співробітництва Польща–Білорусь–Україна 2014–2020. URL: <https://www.pbu2020.eu/ua> (дата звернення: 07.01.2020).

Науковий керівник: Опанасюк В. В.,
доцент кафедри ППСТ

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА ОСОБАМ, ПОСТРАЖДАЛИМ ВІД ДТП

Колісніченко К. С., студентка СумДУ, гр. ПЛ-71

Особи, які постраждали від ДТП можуть мати негативний симптомокомплекс психічного стану, тому потребують заходів надання якісного психологічного супроводу.

Локальний стрес має конкретну дату та час виникнення. Критичні стреси супроводжуються вивільненням сильних емоційних реакцій, є стійкими та потребують певного проміжку часу подолання, значних внутрішніх ресурсів.

Стрес – це неспецифічна реакція організму на сильний зовнішній подразник, а також психофізіологічний процес, який є захисним проявом організму.

Виділяють два типи кризового стану: перший пов'язаний з позитивним адаптивним процесом, розв'язанням внутрішнього конфлікту, знаходженням ресурсів, інший – формує кардинальні психологічні зрушення, зміни відношення до життя, перерозподіл цінностей та якісні зміни у поведінці.

Кризові стреси призводять до відповідних реакцій організму: миттєва інстинктивна активність, спрямована на виживання, де в результаті інтенсивного виділення адреналіну змінюються фізіологічні процеси (пришвидшення серцебиття, підвищення тиску, складність дихання, сильне потовиділення, або ж психосоматичні зрушення (кишковий розлад, тремор, нудота, озноб), при цьому психічна діяльність звужується (зменшується мисленнева активність, концентрація і розподіл уваги, орієнтація у просторі); афективний емоційний стан (ступор, апатія, істерика, марення тощо); стійка поведінкова активність: підвищена дратівливість, агресивність, надмірна радість, реактивність, нав'язливі дії .

Фактори впливу на степінь проходження стресового стану: психотип, минулі психічні травми, автономність, наявність близьких людей, здоров'я, розлади психіки, національність, релігія, вік [1].

ППД – перша психологічна допомога, яка базується на ненав'язливій підтримці, заспокоєнні, аналізі ситуації, задоволенні фізіологічних потреб постраждалого (їжа, вода, інформація), ґрунтується на активному слуханні, фізичній присутності, подоланні раптових афективних реакцій, наприклад, при дихальних порушеннях збільшити простір поруч з особою, звертатися спокійно, тихо, встановити тілесний контакт. Важливим є навчання постраждалого застосовувати елементи самопомоги: ділитися переживаннями з близькими людьми; систематично хвалити себе, навіть за незначні досягнення; позитивне мислення; відновлення особистого режиму відпочинку й сну; обмеження вживання продукції, що збуджує або гальмує психоемоційний стан; здійснення медитацій-релаксацій; застосування арт-терапії.

При роботі з психологом може використовуватися: метод когнітивно-метафоричної реструктуризації травмуючого досвіду та метод серійних малюнків й розповідей [2 с. 304]

До психологічної реабілітації у лікарняних умовах можна віднести: особистісний рефреймінг; контекстуальний рефреймінг; зміну особистісної історії; метафоричність; окорухову десенсибілізацію [2 с. 354-356].

Підводячи підсумок аналізу теоретичних засад вивчення й корекції емоційних станів, поведінки постраждалих від ДТП можна наголосити на розгалуженості підходів, поглибленому вивченні проблематики стресу, акцентуації на індивідуальному підході й розробці системної програми психологічної допомоги у надзвичайних ситуаціях.

1. Кадом Л. Первая психологическая помощь: пособие для членов отряда быстрого реагирования Общества Красного Креста Украины. Киев. 2017. С. 13.
2. Оказание психологической и психиатрической помощи при чрезвычайных ситуациях: учеб. пособие/Н. В. Агазде и тд. Бишкек, 2013. С. 304-356.

Науковий керівник: Улунова Г. Є. кандидат психологічних наук,
доцент

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА ОСОБАМ, ПОСТРАЖДАЛИМ ВІД НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ ТЕХНОГЕННОГО ХАРАКТЕРУ (ПОЖЕЖІ ТА ВИБУХИ)

Солдатенко А., студентка; СумДУ, гр. ПЛ-71

В силу багатьох факторів, у сучасному житті виникають надзвичайні ситуації, починаючи від локальних і закінчуючи глобальним рівнем. Тільки у 2018 році за даними ДСНС загальна кількість надзвичайних ситуацій в Україні складає 128, з них 48 техногенного характеру. Серед надзвичайних ситуацій техногенного характеру, було зафіксовано 22 випадки НС у наслідок пожеж та вибухів. Усі вони негативним чином впливають не лише на економічний потенціал країни, але й на загальний психофізіологічний стан постраждалих та загальний соціально-психологічний клімат у суспільстві. Ефективна ліквідація надзвичайних ситуації та їх наслідків потребує надання безпосередньої психологічної допомоги. Задіяння психологів є необхідним, адже постраждалим, свідкам, та їхнім родичам вкрай важливо пережити подію, що трапилася й знову успішно адаптуватися до умов існування і стати повноцінними членами суспільства.

Аби спрогнозувати та оцінити вплив ситуації на психічний стан людини, варто, для початку, встановити, яку позицію у ситуації займає особистість: свідок, жертва, близький родич жертви або спеціаліст, і вже безпосередньо враховувати ці дані у подальшій роботі. Міра психологічної травми у даному випадку багато у чому залежить від особистісних особливостей індивіда та попереднього досвіду. У осіб, які мали негативний досвід у минулому, пов'язаний з пожежами та вибухами, ризик виникнення психічних та соматичних порушень є вищим за тих, хто не мав схожого травмуючого досвіду. Психологічні порушення можуть проявлятися через неврози, страхи, соматичні порушення: розлади сну, рецидиви хронічних захворювань.

Для початку психолог має у повному об'ємі зібрати інформацію про ситуацію, що трапилася, аби мати уявлення про те, хто постраждав, міру негативного впливу на людей, який саме вид психологічної допомоги може знадобитися, або ж з'ясувати якої

допомоги ще потребують постраждалі. Також варто звернути увагу і на фахівців, адже вони також можуть потребувати допомоги. Далі слід визначитися з місцями у яких буде надана психологічна допомога. Наступним кроком є безпосереднє надання психологічної допомоги усім, хто цього потребує, на завершальному етапі уся інформація узагальнюється, складається подальший прогноз.

Характерними шокowymi реакціями організму на стресові події можуть бути наступні стани: марення, нервове тремтіння, плач, апатія, рухове збудження, ступор, агресія, істерика, страх. Дані стани повинні бути виявлені та усунені психологами. Ці види реакцій на травмуючі події є абсолютно нормальними. Найголовніше – допомогти постраждалому успішно вийти з них.

Відповідно до порядку надання психологічної підтримки постраждалим при надзвичайній ситуації, психолог, перш за все, має працювати із постраждалими у безпечному місці, якомога далі від осередку надзвичайних подій та сторонніх спостерігачів. Слід завжди перебувати поруч із постраждалим до приїзду бригади швидкої допомоги і заспокоювати його. Головними аспектами першої психологічної допомоги є створення для людини почуття захищеності, можливість для зв'язку з іншими, надання емоційної і фізичної підтримки. При спілкуванні тон голосу має бути спокійним, без надмірної емоційності. Фрази, які б могли спричинити виникнення почуття провини у постраждалого не повинні вживатися фахівцем, необхідно навпаки налаштувати людину на позитивний лад [1].

Отже, звести до нуля випадки надзвичайних ситуацій у країні є майже неможливим. Проте гарна підготовленість спеціалістів усіх сфер сприятиме якнайшвидшому та найбільш ефективному вирішенню НС. Правильне координування, оцінка, моніторинг ситуації, використання людських ресурсів, професійний підхід до ситуації, що трапилася, пришвидшать її вирішення і мінімізують негативні впливи на її учасників.

1. Хобзей М. Порядок надання психологічної підтримки постраждалим при надзвичайній ситуації. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0766-14>

Керівник: Улунова Г.Є, кандидат психологічних наук, доцент.

ГАЗЛАЙТИНГ – НАСИЛЬСТВО, ПРО ЯКЕ НЕ ГОВОРЯТЬ!

Білан А. В. студентка; СумДУ, група Ф-81, м. Суми

Газлайтинг є проблемою сучасності, яка мало кому відома, але ми з нею так або інакше стикаємося. Газлайтинг – це форма психологічного насильства, головною метою якої є змусити людину сумніватися в об'єктивності свого сприйняття, і в самій реальності, тим самим звести людину з глузду [1].

Наглядним прикладом газлайтингу є фільм «Газове світло»[3], а саме в цьому фільмі головний герой постає газлайтером та робить все, щоб його дружина потрапила до псих лікарні. Що ж такого робить головний герой, він регулює світло в газовій лампі, то робить його тьмянішим, то яскравішим, також головний герой змінює положення предметів, або навмисне ховає деякі речі. А в своїх витівках він звинувачує дружину, тим самим говорячи їй, що вона втрачає розум. Спочатку дружина намагається переконати чоловіка, але вона надто невпевнена в собі тому їй це не вдається. В даному випадку жертва не йде від газлайтера, адже газлайтер постає також абьюзером (абьюзер – це людина яка свідомо чи несвідомо використовує прийоми насильства над іншою особою.) [2]. Тобто на жінку діє великий потік психологічного насильства, що зароджує в неї велику невпевненість в собі, і поступово, завдяки діям її чоловіка, вона починає сумніватися в власних діях. З часом газлайтер досягає бажаного результату, адже жертва стає повністю підконтрольна його діям, тобто вона сама починає дійсно бути впевненою в тому, що вона є не в собі, і згодом таку людину чекає або психічна лікарня, або ж така людина накладає на себе руки.

На сьогоднішній день, така проблема як газлайтинг мало кому відома, але кожен із нас стикався з нею, сам того не підозрюючи. В ході написання даного тезису, мною було проведено опитування серед студентів університету стосовно теми газлайтингу. Дане дослідження дало такі результати: серед 60 опитованих мною студентів, про поняття газлайтинг знало лише 5, що є досить низьким відсотком, а саме 8,3%. Але після пояснення студентам цього поняття, виявилось, що більшість людей зустрічала газлайтера у власному житті, а деякі мають за газлайтера близьку людину. Майже 70%, серед опитованих, перебували в ситуаціях, коли на них діяв газлайтер. Хоча проблема

газлайтингу є мало відомою для нашої молоді, то слід зазначити, що на моє запитання «що б ви порадили людині, яка зіткнулася з газлайтером?» більшість студентів знайшло коректну відповідь. Більшість з опитуваних порадили піти від такої людини, але вони не врахували той фактор, о газлайтером може бути не лише кохана людина, а наприклад хтось з батьків, і логічно що з батьками ми не можемо припинити спілкування. Але все ж як протистояти батькам-газлайтерам я розповім в кінці.

Протистояти газлайтерам реально, але чи є сенс взагалі мати справу з такою людиною? Таке запитання повинна задати собі жертва, «Навіщо я з ним/нею живу?», можливо в газлайтері жертва бачить своїх батьків і таке життя є для неї звичним. Але газлайтером може бути хтось з рідних, тоді потрібно поговорити з цією людиною, вказати на те що така поведінка вас ображає, можливо ця людина робить це ненавмисно. Також деякі психологи радять відповідати на вчинки газлайтера іронією, наприклад посміятися у відповідь на чергове запевнення у вашій неадекватності, скоріше за все така реакція для газлайтера буде неочікуваною, і може викликати у нього агресивну реакцію-відповідь, але така ваша відповідь виб'є газлайтера з рівноваги і вся його стратегія маніпуляції зазнає краху [4]. В усіх протистояннях маніпуляторам потрібно мати велику впевненість в собі та в своїх діях, така впевненість не буде зайвою в протистоянні газлайтеру.

1. Блог психолога: що таке газлайтинг і як йому протистояти? [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.bbc.com/ukrainian/blogs-41732417>
2. КТО ТАКОЇ АБЬЮЗЕР И КАК ЕГО РАСПОЗНАТЬ [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://tsn.ua/ru/lady/psychologia/otnosheniya/kto-takoy-abuzer-i-kak-ego-raspoznat-1104150.html>
3. Газовый свет (1940) фильм. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=HEfip3zoiVw>
4. Як розпізнати газлайтера на ранніх стадіях [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.bbc.com/ukrainian/blogs-42860856>

Науковий керівник: старший викладач, керівник психологічної
служби СумДУ, Сахно П. І.,
каф.психології, Сумський державний університет

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ТЕХНОЛОГІЙ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КІНОІНДУСТРІЇ

Линок Н.Л., студент; СумДУ, гр. КД-81

У кіноіндустрії, як і в будь-якій іншій галузі творчої економіки, є свої особливості, які важливо знати ще до початку виробництва продукції та надання послуг. Ставимо за мету виявити особливості використання управлінських технологій у цій галузі.

Кіноіндустрія є комплексною соціокультурною діяльністю. Зокрема, вона тісно пов'язана з менеджментом. Менеджмент (управління) – це процес планування, організації, приведення в дію та контроль організації з метою досягнення координації людських і матеріальних ресурсів, необхідних для ефективного виконання завдань. Менеджмент пронизує всю організацію, торкається практично всіх сфер її діяльності.

Основними функціями менеджменту є:

– планування, тобто створення плану позиціонування, що є пунктом відліку в процесі управління. Це означає наявність у процесі управління суб'єкта – управлінця, який вирішує: що, як, коли та ким має бути виконано завдання;

– організація. Після того, як план був складений, потрібно підготувати та забезпечити його реалізацію. Звідси випливає, що реалізацію плану необхідно забезпечити усіма ресурсами – від матеріальних до людських;

– мотивація. Мотивацію розуміють як процес стимулювання працівників до здійснення ефективної діяльності, спрямованої на досягнення цілей підприємства. Мотивація – це те, що знаходиться в людини «всередині», що стимулює її до діяльності. Якщо людина мотивована, її задоволення від роботи може призвести до якісного результату. Мотивація необхідна для ефективного виконання прийнятих рішень і запланованих завдань;

– контроль є фінальною стадією процесу управління. Реалізацію контролю забезпечує порівняння фактичних результатів діяльності з запланованими заходами.

Згадані функції управління потребують прийняття рішень, а для їх здійснення необхідна комунікація. Комунікація має зворотний напрям, оскільки є таким обміном інформацією, що необхідна для прийняття правильного рішення. Так, у студійній системі лінійний продюсер повідомляє студію про хід робіт на виробництві, і, як правило, підтримує зв'язки з ключовими керівниками виробничих підрозділів всередині студії, тими, які відповідають за виробництво продукту, юридичні, трудові відносини, страхування та фінанси. Лінійний продюсер підтримує бачення режисера, який чинить безпосередній вплив на творчу виразність та сюжетну лінію фільму [1, с. 935]. Хоча можна стверджувати, що завдяки здатності лінійного продюсера впливати на аспекти фільму, наприклад, розподіл ресурсів певним департаментам, обидва вони можуть змінити важливі аспекти фільму. Це може мати не тільки творчі наслідки, але, наприклад, впливати на вартість продукції. Зокрема, вони можуть вплинути на остаточне бачення продукту завдяки вибору місця зйомок.

До кожного з цих етапів долучена різна команда професіоналів це допомагає виконувати проекти швидше та ефективніше. Завдяки раціональному розподілу задач можлива продуктивна робота.

Не поодиноким випадком коли у разі необхідності у команду (чи на умовах аутсорсингу) наймаються сторонні спеціалісти, консультанти та інші фахівці, наприклад, тренери, вихователі (у випадку зайнятості в зйомках з дітьми), дресувальники (у разі знімання тварин). Також слід не забувати про забезпечення безпеки життєдіяльності на знімальному майданчику особливо за екстремальних умов чи за для забезпечення порядку під час знімання у людних, громадських місцях. З цим можуть допомогти державні органи правопорядку чи служби порятунку за умов попередньої домовленості та узгодження плану роботи на місці проведення зйомок.

Отже, управлінські технології в кіновиробництві співвідносні з функціями та етапами управлінського процесу. Цей зв'язок і вмiле застосування комунікативних стратегій впливає на кінцевий продукт, зрештою, на касовість фільму.

1. Scott A. J. On Hollywood: the place, the industry. *American Journal of Sociology*. Vol. 112 (3). P. 934–936.

Науковий керівник:
Опанасюк В. В., доцент кафедри ППСТ

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ АСИМЕТРІЇ МОЗКУ

Бабаєвська Є.І., *студентка*; СумДУ, гр. ПЛ-91

З виникнення біології та медицини нагальним стало питання про роботу та функціонування людського організму. Одним з найцікавіших аспектів вивчення людини залишається нервова система, а зокрема – мозок. Спочатку невідомо було, для чого він призначений, але згодом вчені дійшли висновку, що мозок відповідає за мову, мислення, та інші процеси життєдіяльності. Залишилася невизначеною роль двох півкуль мозку. Вважалося, що вони є окремими органами, які не пов'язані між собою. З часом, у результаті досліджень, було встановлено, що півкулі тісно співпрацюють між собою, але за порушень однієї друга може самостійно працювати. Далі вчені виявляють, що у однієї людини може краще працювати ліва півкуля, а у іншої – права. Таким чином з'явилося поняття функціональної асиметрії мозку.

Мозок – головний координатор фізичного і психічного стану людини. А повноцінна робота мозку забезпечується за умови врахування особливостей діяльності лівої і правої півкулі. Вони виконують специфічні функції та відповідають за різні типи мислення. Дві півкулі здатні працювати майже незалежно одна від одної. Це явище називається латералізацією функцій головного мозку. 1981 року психобіолог Роджер Сперрі отримав Нобелівську премію за своє відкриття про латералізацію мозку. Йому вдалося продемонструвати здатність лівої і правої півкулі виконувати різні функції та засвоювати інформацію кожною півкулею.

Залежно від ФАМ, люди поділяються на лівшів, правшів, амбідекстрів та амбісіністрів. Домінування правої півкулі, що відповідає за ліву частину тіла, зумовлює краще вирішення експресивних і творчих задач, тобто задач візуальної конструкції (висловлення і тлумачення емоцій, розуміння метафор, розпізнавання фігур тощо). У правій півкулі містяться центри керування: орієнтація в просторі, центри, що визначають музикальність, просторове уявлення. Натомість ліва півкуля краще справляється з такими задачами, як засвоєння мови, критичне і раціональне мислення, логіка,

використання чисел. У лівій півкулі розташовані три центри мови: зоровий, слуховий і руховий. Знання, яка з півкуль є домінуючою, є важливим, коли йдеться про вибір оптимальних підходів до засвоєння інформації чи навчання. Коли домінує права півкуля, людині складніше сприймати вербальні інструкції. Ефективнішим методом для неї є записування матеріалу. І навпаки.

Наприклад, навчання учнів у початковій школі має враховувати особливості ФАМ кожного індивіда. Насамперед батьки повинні знати, правшею чи лівшею є їх дитина. Це можна визначити завдяки завданням, розробленими М.Князевою та В.Вільдавським [1]. Під час їх виконання виявляється, яка рука є домінуючою, робочою, а потім робляться висновки щодо домінантності певної півкулі головного мозку. У майбутньому це повинно впливати на організацію навчального процесу. Учителю повинен знати психофізіологічні особливості дитини, щоб розробити для нього індивідуальну схему викладання матеріалу, спілкування, поведінки. Учні з домінуючою правою півкулею інформація сприймається краще, коли вона написана темним маркером на світлій дошці, звучить фонова музика, проводяться експерименти. Учні-правопівкульникам краще подавати інформацію візуальними засобами (навчальні і художні фільми, презентації, картини, ілюстрації до творів тощо), за допомогою музики, мистецтва, що передбачає залучення уяви, інтуїції. А з домінуючою лівою півкулею – на темній дошці білою крейдою, тиша під час занять, кількаразове повторення навчального матеріалу. Для учнів з лівопівкульним інтелектом краще застосовувати такі методи, як метод «Прес», «Мозковий штурм», «Діаграма Вена» та інші. Тому, щоб дитина досягла висот у навчанні і успішно розвивала свої здібності, потрібно враховувати домінування певної півкулі при навчанні.

Діяльність мозку в нормі в цілому відбувається при узгодженій участі двох півкуль. У результаті такої роботи забезпечується повнота і збалансованість психічних процесів. А функціональна перевага роботи однієї з півкуль позначається на індивідуальних особливостях певної людини.

1. Коробко С., Коробко О. Робота психолога з молод. Школярами: Методичний посібник. –К.: Літера ЛТД, 2006, с.103

Керівник: Іванова Т.В., доцент

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ НА ВИБІР СПЕЦІАЛЬНОСТІ (НА ПРИКЛАДІ МАЙБУТНІХ СОЦІАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ ТА ІНЖЕНЕРІВ)

Загорулько Н.А, студентка, СумДУ, гр - СР-71

Щодо самореалізації жінки 51 % респондентів дослідження, проведеного "Бюро аналізу політики", вважають, що жінки мають знайти баланс між роботою та родиною, 33 % переконані, що в першу чергу жінка має відбутися як мати, дружина та виховувати дітей, і 4 % думають, що жінка має спочатку відбутися в кар'єрі, а вже потім у сім'ї. 39 % опитаних відповіли, що більше заробляти мають чоловіки, 26 % думають, що протягом життя це може змінюватися, 21 % вказали, що не має значення, 7 % висловилися за однаковий заробіток [1].

Метою роботи було з'ясувати гендерну специфіку в уявленнях студентів про вибір спеціальності та працевлаштування.

Дослідження здійснювалося на прикладі спеціальностей "Соціальна робота" та "Прикладна механіка" СумДУ. Аналіз проводився на основі попередньо отриманих результатів. У рамках предмету "Методи організації соціальних досліджень" вивчався рівень знань студентів про спеціальність, за якою вони навчаються. Опитано 58 студентів I та III курсів, з них спеціальності "Соціальна робота" – 27 осіб; спеціальності "Прикладна механіка" – 31 особа. Аби розглянути вплив гендерних стереотипів, ми виокремили анкети студентів III курсів обох спеціальностей: "Соціальна робота" – 12 осіб (11 жінок, 1 чоловік), "Прикладна механіка" – 15 осіб (14 чоловіків, 1 жінка). Видна тенденція, що жінок більше на гуманітарній спеціальності, 11 з 12. Аналогічна ситуація на технічній спеціальності, але на користь чоловіків, 14 з 15. Можемо припустити, що суспільство диктує ролі, ще зі школи дівчат залучають до творчості, їх вважають більш здібними до гуманітарних предметів, а ось хлопців вважають більш здібними до фізичного виховання, математики, інформатики та фізики. Крім здібностей до предметів, виділяють соціальну ідентичність людини, зокрема, однією з "найголовніших"

ідентичностей для чоловіка є фахова, а для жінок – сімейна. Можливо саме від цих вже навчених ролей відштовхуються жінки та чоловіки при виборі спеціальності.

Відповідаючи на запитання про найменш оплачувану сферу праці більшість (83,3%) жінок спеціальності "Соціальна робота", назвали соціальну сферу, в той час як чоловік – медичну. На нашу думку, це може зумовлюватися стереотипами, що жінки отримують менше та рідше займають високі посади, що занижує їхню самооцінку стосовно реалізації себе у професії. Якщо розглянути відповіді студентів спеціальності "Прикладна механіка", то більшість (40%) чоловіків визначили медичну сферу як найменш оплачувану, в той час як жінка обрала технічну сферу. Звертає на себе увагу факт, що жоден чоловік не обрав технічну сферу як малооплачувану. Таке розходження думок можна пояснити тим, що чоловіки частіше більш впевнені в своїх знаннях, хоча більшість жінок краще вчиться аніж чоловіки.

Наступне питання – про розмір майбутньої заробітної плати. У відповідях студентів спеціальності "Соціальна робота" маємо, що більшість (50%) жінок обрали варіант 3,5-5 тис. грн., а варіант 7-10 тис. грн. обрав чоловік. Можемо зробити припущення, що чоловіки мають більші амбіції з точки зору заробітної плати.

Аналізуючи відповіді студентів спеціальності "Прикладна механіка" маємо що, більшість (73,3%) чоловіків обрали варіант 5-7 тис. грн., той самий варіант відповіді був обраний жінкою.

За підсумками можемо зробити такі висновки: 1) більшість жінок навчається на гуманітарній спеціальності "Соціальна робота" та меншість на технічній спеціальності "Прикладна механіка" (це може бути зумовлено неправильним гендерним підходом в освіті починаючи зі школи); 2) наявні стереотипи, що жінки отримують менше за чоловіків та рідше займають високі посади, занижують їхню самооцінку стосовно самореалізації у професії; чоловіки навпаки впевненіші у собі.

1. Кар'єра чи родина? [Електронний ресурс] // Спецкор. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://spec-kor.com.ua/>

Керівник: Купенко О.В, доцент

ВІЙНА ЯК СОЦІАЛЬНА ПРОБЛЕМА

Скляр О.С., студент; СумДУ, гр. СР-91

Війна. Як часто останнім часом чуємо це слово звідусіль. Одне слово, а скільки болю, жалю та сліз від нього. Дивитися на неї через екран телевізора – це не те саме, що дивитися бойовики у кінотеатрах. У кіно смерть актора прописано режисером, а у реальному житті смерть воїна на полі битви не прописана ніким.

Війна. Чи варта вона тих сліз матері, сестри чи дівчини, які не дочекались свого сина, брата чи хлопця. Скільки війн було за всю історію людства, скільки тіл молодих хлопців було передано своїм матерям. Проте, смерть – не єдина трагедія, що несе війна. Але ті хто повернувся живим, це вже не ті хлопці, які "зеленими" йшли захищати свою державу, це зовсім інші люди.

Війна збільшує кількість осіб, які потребують соціального захисту. Адже в Конституції України зазначено, що держава забезпечує соціальний захист громадян України, які перебувають на службі у Збройних Силах України та в інших військових формуваннях, а також членів їх сімей [1, с. 6]. Коли ти бачиш загиблого побратима, з яким ще пару годин тому розмовляв про те, хто що зробить, коли повернеться додому, у тебе в голові щось перемикає. Ти повернувся але кожної ночі до тебе приходять твої побратими, яким не пощастило повернутися живими. Жахливіше не залишитися на полі бою, а продовжити жити після побаченого. Скільки сюжетів про те, що "герой війни, воїн, якому пощастило вижити, покінчив життя самогубством чи почав глушити свій біль алкоголем". І завдання соціальних працівників – не чекати чергового сюжету про те, що Україна знову втратила гідного сина, а запобігати цьому.

Ідеальний варіант вирішення проблеми – це заборонити вести війни в усьому світі, але, на жаль, це не можливо. А що ми можемо і повинні робити – це виявляти людей, що потребують підтримки, і направляти їх до спеціалізованих фахівців, а не до Бога.

1. Конституція України. – Суми.: ТОВ «ВВП Нотіс», 2016 – 48 с.

Керівник: Семенов В.М., доцент

ПОВЕДІНКА ЛЮДИНИ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Люлька В. О., студент; СумДУ, гр. М- 71

Головною метою вивчення поведінки людини під час робочого процесу завжди вважалося володіння практичними навичками управління людьми в, процесі їх трудової діяльності та вдосконалення отриманих умінь в даній галузі управління. Зараз намагаються знайти шляхи активізації потенціалу людини всередині компанії, врахувати психологічні особливості робітників для того, щоб підвищити ефективність діяльність самої організації.

Введення поняття «організаційна поведінка» і конституювання теорії організаційної поведінки як самостійної наукової дисципліни (в 1950-1960-і рр.) пов'язано з усвідомленням того, що, «по-перше, поведінкові реакції індивідів на однорідні зовнішні впливи різноманітні; по-друге, поведінка людей в організації і поза її по-різному; по-третє, поведінкові реакції одного і того ж людини (групи, організації) різні в різні періоди і в різних ситуаціях» [1].

Поведінка людини - сукупність спрямованих особистісно чи соціально значущих дій, джерелом яких є сама людина. Ефективну поведінку працівники показують при надійному та сумлінному виконанні своєї роботи, тобто своїх обов'язків, готовності докладати зусилля, проявляючи активність та знаходячи можливості для співпраці, досягають поставлену мету різними шляхами [2].

Особливі риси людини складаються під впливом фізіологічного стану організму, нервової діяльності, пам'яті та емоцій сприйняття), а також соціальних факторів (освіта, досвід).

Кожна особа має:

- 1) Загальні якості (мудрість, спостережливість та ін.);
- 2) Специфічні властивості (можливість відтворювати різні види діяльності);
- 3) Елементарні та складні приватні (музичний слух, критичність мислення та управління людьми, взаємодія з ними);
- 4) Підготовленість до різних видів діяльності (знання, уміння та навички для певної діяльності);
- 5) Спрямованість (активність, яка виникає з інтересів та прагнень);

- 6) Біологічно зумовлені особливості (темперамент);
- 7) Психологічні особливості;
- 8) Психічний стан, стійкі психічні явища, властивості (депресія, апатія).

Основними характеристиками поведінки людини можна назвати наступні: мотивація, сприйняття, критеріальна основа.

Мотивація - це ключ до розуміння поведінки людини та можливостей впливати на неї.

Сприйняття - це процес організації та інтерпретації сприйняття зовнішнього світу. Суб'єктивний характер сприйняття призводить до повного або часткового спотворення або втрати інформації та виникнення суб'єктивної реакції на сприймання об'єкту.

Критерійною основою поведінки людини є ті стійкі характеристики його особистості. У абсолютно однакових ситуаціях різні люди можуть приймати абсолютно різні рішення [3].

Отже, поведінка особи в організації - це наука, яка вивчає поведінку людей в організаціях для підвищення трудової діяльності людини. Це поведінка організації в соціальній, технологічній та екологічному середовищі, її діяльність, взаємовідносини з іншими організаціями, а також окремими людьми. Сьогодні роль співробітників висока в багатьох компаніях, вони є ланкою, яка може підняти компанію на новий рівень, тому, менеджери шукають кращих співробітників. Знайшовши їх, їм слід застосовувати правильні способи взаємодії з ними, тобто підбирати правильний підхід до них.

1. Кравченко, А. И. Социология управления: фундаментальный курс : учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений / А. И. Кравченко, И. О. Тюрина. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Акад. Проект, 2005. – 1136 с.
2. Джордж Дж. М., Джоунс Г. Р. Организационное поведение. Основы управления [Текст]: учеб. пособ./ Дж.М.Джордж, Г.Р.Джоунс – М.: ЮНИТИ, 2003
3. Лепейко Т. І. Організаційна поведінка : навчальний посібник / Т. І. Лепейко, С. В. Лукашев, О. М. Миронова. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 156 с. (Укр. мов.)

Керівник: Таранюк К. В., к.е.н.

«СВОЄРІДНІСТЬ ОБРАЗУ МІРАНДИ ПРИСТЛІ ЯК СУЧАСНОГО КЕРІВНИКА»

(за романом Лорен Вайсбергер «Диявол носить Prada»)

Гудакова Д.О., учениця 11 - ЛГ класу
КУ Сумська спеціалізована школа І-ІІІ ступенів №10
ім. Героя Радянського Союзу О.А. Бутка

Сьогодні диктує нові підходи до сприйняття керівника нового покоління, особливо, це стосується жінок, що займають керівні посади. Даний твір – «Диявол носить Prada» Л. Вайсбергер – детально аналізує поведінку та стиль амбітної директорки, динамічний стиль керівництва якої продиктовано такими вимогами ХХІ століття, як мобільність, інформативність, прагматизм.

Новизна даної теми пов'язана з тим, що у сучасній літературі небагато творів, які, тим чи іншим чином, пов'язані з підприємницькою діяльністю. Важливим аспектом ефективного управління є розвиток вроджених та набутих талантів лідера, постійне самовдосконалення. Здебільшого, моделі керівництва описано у підручниках з психології та менеджменту (роботи Б. Гройсберга, Г. Геппенера, В. Терещенка та ін.). Крім того, творчість Л. Вайсбергер в Україні майже не досліджена, хоча більшість пересічних громадян бачили однойменний фільм (2006 рік, режисер Д. Френкель), знятий за романом цієї авторки.

Дослідження проводилося за допомогою компаративного і описового методів.

ХХІ століття диктує нестандартні підходи до сприйняття образу керівника, водночас зростає попит на лідера-жінку; дані теми набувають популярності в сучасній літературі. Це підтверджують романи Л. Вайсбергер, зокрема твір «Диявол носить Prada».

Для керівника сьогодні найважливішими якостями є здатність генерувати ідеї та креативність у вирішенні ряду щоденних і незапланованих ним завдань, оригінальність прийнятих рішень, технічні та технологічні навички, вміння будувати відносини і створювати команду. Ці та деякі інші риси характеру Міранди Пристлі змальовано у творі Л. Вайсбергер «Диявол носить Prada».

Бездоганний вигляд Міранди Прістлі відповідає останнім модним тенденціям, що підвищує рейтинг журналу та самої редакторки. У ході роботи було досліджено, що обставини життя сформували остаточний характер і стиль поведінки керівниці: бідність багатодітної родини спровокувала прагнення стати відомою та багатою, а бажання досягнути мети посунуло на другий план родинні цінності.

Головний редактор «Подіуму», використовує авторитарний спосіб керівництва, утримуючи працівників у постійному страху. Попри це, працелюбність і креативний підхід до улюбленої справи дають стабільний успіх. У дослідженні було відзначено як позитивні (наполегливість, цілеспрямованість, вміння розставляти пріоритети тощо), так і негативні (деспотизм, зверхність, манія величі тощо) сторони керівниці з роману Л. Вайсбергер «Диявол носить Prada».

Для героїні кар'єра – на першому місці, а через бажання досягнути мети, родинні цінності посунулися на другий план. Крім того, героїня не має можливості бути собою, проявляти істинні почуття.

У дослідженні було зазначено, що використання особливої стратегії зумовило появу комплексу певних властивостей, які сформували кар'єризм героїні – особистий феномен.

Керівниця спілкується стримано, вимогливо, зважає на соціальне положення співбесідника, її фінальна фраза «це все!» означає завершення дискусії і найскоріший перехід до виконання поставлених завдань.

Походження, новаторські ідеї, професійні особливості, манера спілкування, складний характер, великий вплив на модну галузь і світове суспільство тощо – це спільні риси Міранди та її прототипу Анни Вінтур, що було детально досліджено в роботі.

Зазначені критерії дають основу для аналізу особливого типу нового керівника, розширення та поглиблення знань про лідерство у модельній галузі.

Отже, дана робота розкриває проєкції специфічних рис, притаманних редакторці Vogue Анні Вінтур, на образ Міранди Прістлі як представника керівництва XXI століття.

Наукові керівники: Сенчуріна Л.Є., учитель зарубіжної літератури вищої категорії, старший учитель КУ ССШ №10,
Оніщенко М.Л., к.е.н., доцент кафедри управління
Сумський державний університет

“ДО” ТА “ПІСЛЯ”: ЛАБІРИНТ АЛЯСКИ ЯНГ

Дейнега А. Ю., учениця 11 - ЛГ класу
КУ Сумська спеціалізована школа І-ІІІ ступенів №10 ім. Героя
Радянського Союзу О.А. Бутка

Письменники завжди намагалися охоплювати найважливіші теми сучасності й писати про події, які змінюють світогляд. У житті кожної людини є визначальні моменти, які стають мотивуючими у її подальшій поведінці. Часто незрозумілий характер особистості є наслідком вагомої для індивіда події. Такий досвід кардинально перетворює життя людей, розділяючи його на “до” та “після” (саме як у романі Дж. Гріна “В пошуках Аляски”), змушуючи переосмислити життєві цінності, плани на майбутнє, ставлення до життя тощо.

Для підлітків такі моменти особливо важливі, оскільки є вагомими для подальшого визначення пріоритетів. Під тиском обставин людина ламається або загартовується, навіть смерть, найстрашніше, що є у світі, може стати стимулом для розвитку, пошуку нових шляхів самореалізації. Твори А. Тодд “Опісля”, Дж. Гріна “Провина зірок”, “Паперові міста” та “В пошуках Аляски” змальовують такі моменти, які впливають на свідомість підлітків. Вразлива психіка молоді, її невміння протистояти обставинам, часто призводять до суїциду, нервових розладів, депресії. Актуальність даної тематики полягає у спробі дослідити та пояснити неоднозначність характеру підлітків: агресія, епатажність – з одного боку, вразливість та беззахисність – з іншого боку.

Читач, знайомий з творчістю Дж. Гріна, погодиться, що автор має своє бачення проблем підлітків й пропонує власні шляхи розв’язання цих проблем. Його персонажі, незважаючи на те, з якими ускладненнями вони мають справу, завжди розумні, начитані, здібні. Це яскраві особистості, яким притаманне почуття гумору, критичне мислення, судження, які відрізняють їх від загалу.

В Україні переклади творів Дж. Гріна з’явилися порівняно недавно, а роботи з дослідження його творчості – відсутні. Обговорення романів відбувається переважно у ЗМІ, але в Україні наукових досліджень романів Дж. Гріна немає.

Сам письменник є надзвичайно популярною та впливовою особистістю, з творчістю якого варто ознайомитись широкому колу

українських читачів. За авторство твору “В пошуках Аляски” Дж. Грін став лауреатом премії Майкла Л. Принца (премія, що кожного року визначає найкращу написану для підлітків книгу). У 2015 році роман був доданий до списку “книг, які кидають виклик” Американської бібліотечної асоціації за профанацію та сексуально відверту сцену.

Характерною рисою творчості Дж. Гріна є власне бачення автором проблем підлітків та шляхів їх розв’язання. Його герої – яскраві особистості, яким притаманне почуття гумору, критичне мислення, що відрізняє їх від однолітків.

Роман відомого письменника Дж. Гріна “В пошуках Аляски” є автобіографічним, певні моменти життя та почуття змальовано у сюжеті твору: навчання у школі, смерть однокласниці, бунтівний характер Аляски, філософічність Майлза. Письменник також використав незвичайний часовий формат: розділи твору поділені відповідно дня загибелі героїні.

Одна подія життя Аляски Янг (смерть матері, в якій вона звинувачувала себе) перекреслила увесь позитив дитинства й призвела до часом незрозумілої та епатажної поведінки дівчини: нехтування правилами моралі, надмірне паління, різка зміна настрою тощо.

Усвідомлення власної провини зробило Аляску двоплановою особистістю: активна й весела для друзів, але самотня й вразлива наодинці з собою. Смерть матері, а найголовніше – власна бездіяльність вплинули на характер та поведінку героїні роману “В пошуках Аляски”.

Образ Аляски сповнений загадковості, адже героїня неодноразово згадує про смерть, не будує планів на майбутнє. Дівчина розмірковує про лабіринт, намагаючись зрозуміти, що він означає та як з нього вийти. Також вона нікому не дозволяє знати багато про себе, ховає свої проблеми навіть від друзів. Дані прийоми натякають на трагічність та таємничість життя і смерті Аляски Янг.

Отже, Аляска Янг впливає на трансформацію характеру головного героя Майлза: від нерішучого юнака, з пристрасстю до останніх слів відомих людей – до особистості, яка з позитивом дивиться на майбутнє. Крім того, смерть героїні є поштовхом для об’єднання її однокласників та переосмислення її друзів сенсу життя.

Науковий керівник: Сенчуріна Л.Є.
учитель зарубіжної літератури вищої категорії, старший учитель КУ

ASSESSMENT OF STUDENTS' COMMUNICATION WITH TEACHERS IN REALITY AND VIRTUAL SPACE

Malus S. A., Karch M. A., students of SumDU, gr. PL-81

The gradual transition of a human to the information society is an inevitable process that affects all spheres of life. This leads to the reform changes in the educational system, including a gradual virtualization of education. A special type of learning has been formed – distance learning, which is based on the use of virtual space in communication between the teacher and the students. The relevance of this study lies in the active implementation of virtual space in all forms of education.

Dialogic thinking in psychology is considered in two aspects: in the context of conflict resolution, where dialogue is a constructive way, or in the context of the psychology of communication [1]. In the virtual space communication between the teacher and the student acquires specific traits. Mediated communication in the system “teacher-student” allows to provide permanent dynamic communication at a distance which can not fully compensate for the lack of “live” communication. The mediocrity of communication during distance learning is the need to perform additional internal (mental) and external (mechanical) actions, defined by the logic of “man - computer”. [2].

Dialogue is “informative and existential interaction between the communicating parties, through which understanding takes place. A dialogue can be interpreted as a choice by the parties of a joint course of interaction that defines the person “I” and “Other” ”Dialogic thinking involves such characteristics as intrinsic value and constructive relationships. The intrinsic value is defined as the importance of relationships, their value to people because of their positive content. Constructiveness is the desire to achieve common goals, it involves free expression of opinions and statements by the subjects of relationships. Thus, the dialogic nature of interpersonal relationships is such a characteristic in which the desire to see and take into account the uniqueness of their partner is realized (manifested). Dialogue implies the value and significance of relationships for interacting actors. [1]. The virtual space effects the relationship between the subjects in general.

The aim of this study is to correlate the assessment of students' communication with instructors in real and virtual communication.

To achieve this goal the empirical data were collected in the group of 35 students of the 1st – 3d years of study of the full-time formal education at the Faculty of Electronics and Information Technologies and the Faculty of Technical Systems and Energy Efficient Technologies of Sumy State University applying S. V. Dukhnovskyi's method "Scale of the Dialogic Nature of Interpersonal Relationships". From the sample of 35 people 22 were boys and 13 were girls at the age of 18 to 22. To study the dialogic nature of communication of the respondents in the virtual space the study was conducted again using a modified instruction oriented at the assessment of virtual relationships. Everyone who participated in the study, according to their opinions, assessed to what extent the learning process in their activities is associated with the use of virtual resources. The respondents indicated that the learning process is associated with the use of virtual communication in the vast majority of cases (72,9%).

The results of the study were analyzed using Student's criterion. No differences were found between real and virtual intrinsic value (4.48 ± 2 and 4.11 ± 2.16 respectively), constructiveness (5.83 ± 1.9 and 5.34 ± 2.16) and dialogic nature (5.57 ± 1.4) of communication.

To sum up, dialogue nature is an integral part of the effective "teacher-student" system. The study found no differences in the assessment of dialogue nature in the virtual and real communication of students of the Faculty of Electronics and Information Technologies and the Faculty of Technical Systems and Energy Efficient Technologies.

1. Духновский С. В. Диагностика межличностных отношений. Психологический практикум. СПб.: Речь, 2009. 141 с.
2. Овод Ю. Дистанційнє навчання і формивзаємодії у системі "викладач-студент".

Збірник наукових праць Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія : Педагогічні науки. 2016. № 4. С. 173-182.
URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpnadpcpn_2016_4_18

Scientific Supervisor: N. M. Teslyk, senior lecturer, Department of Psychology, Political Science and Socio-Cultural Technologies, Candidate of Psychological Sciences

English Language Advisor: S. V. Mikhno, instructor, Department of Foreign Languages, Candidate of Pedagogical Sciences

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕЖИВАННЯ ТРИВОГИ У ПІДЛІТКОВОМУ ТА ЮНАЦЬКОМУ ВІЦІ

Мінченко С.І., *студент*; СумДУ, гр. ПЛ-91

Підлітковий вік – це період розвитку особистості, що характеризується різкими змінами у житті та перебудованням організму. Цей період характеризується відбудовою нових психологічних механізмів та структур: індивід зазнає не лише перебудови структур, але й активізує нові утворення, закладає модель та форми свідомої поведінки. Це час, коли формується загальний вектор у розвитку соціальної поведінки.

Переживаючи тривогу, особа підліткового віку, зазвичай, зосереджена не на одній емоції. Їх може бути декілька, вони комбінуються і впливають на поведінку та соціальні взаємини. З точки зору фізіології, це може вплинути на психосоматику, мислення, сприйняття та поведінку. Саме почуття тривоги лежить в основі системи психічних труднощів.

Тому важливим є постійний моніторинг стану тривожності з метою вчасного попередження негативних станів та розробки певних психопрофілактичних заходів.

Саме з метою діагностики стану тривожності підлітків і було проведене указане дослідження. У дослідженні прийняло участь 25 осіб – учні 8-11 класів. Вимірювалась ситуативна та особистісна тривожність за методикою Спілбергера-Ханіна. Було виявлено, що рівень тривожності учнів 8-9 класів переважає тривожність учнів 10-11 класів. Зокрема, рівень ситуативної тривожності у учнів 8-9 класів складав 42 бали, а особистісної – 43 бали. Відповідно, тривожність учнів 10-11 класів була 37 та 38 балів.

Отримані результати слід враховувати при проведенні відповідних психопрофілактичних заходів, зосереджуючись не лише на стані тривоги, але й на віковому періоді, у якому знаходиться підліток.

Керівник: Іванова Т.В., *доцент*

Зміст

| | |
|--|----------|
| Секція «Суспільство.Економіка.Управління» | 7 |
| “Dirty” money in structure of shadow economy | 8 |
| Profit and profitability as an indicator of enterprise activity | 10 |
| Social networks these days | 11 |
| Intellectual property as the most valuable asset of a company | 12 |
| Illegal mining of amber: who benefits, socio-economic consequences and ways to solve the problem. | 14 |
| The essence of blockchain | 16 |
| Чи існує залежність між ВВП країни та кількістю олімпійських медалей? | 17 |
| Influence of mass media on society: sociological aspect | 19 |
| Наслідки зниження облікової ставки НБУ для економіки України..... | 21 |
| Modern trends in the development of marketing in Ukraine..... | 22 |
| Information technology in accounting and audit | 24 |
| Проблеми бухгалтерського обліку малих підприємств | 26 |
| The method “Just-in-Time” to cope with the recession: advantages & disadvantages..... | 28 |
| Аналіз показників, що сприяли зміцненню гривні та подальші перспективи функціонування національної валюти | 29 |
| Проблеми зростання частки малого та середнього бізнесу у ВВП України | 31 |
| Прогноз впливу експорту зернових культур на економіку України у 2020 році..... | 33 |
| Effects of unemployment on humanity..... | 35 |
| Роль дедлайнів в навчанні студентів-міжнародників | 36 |
| Инфляция и ее проявление в кинематографе..... | 38 |
| Брендинг міста як передумова створення сприятливого клімату для інвестицій та туризму..... | 40 |
| Необанки як елемент цифрової економіки України..... | 42 |
| The Analysis of Reasoning Behind the Economic Expansion of China..... | 43 |
| The Concept of Green Marketing Under the Market Economy Conditions..... | 45 |
| Розвиток технологій безконтактних банківських платежів..... | 46 |
| Analysis of current trends of human development in the context of international economic development..... | 47 |

| | |
|--|----|
| Problems of optimizing people, energy, resources and information within urban systems and infrastructure | 49 |
| Впровадження в Україні перспективних технологій Smart City | 51 |
| Необхідність трансформації поглядів на управління компанією | 52 |
| The Correlation Of The Political Regime And Economic Development Of The Country | 54 |
| Технологічні аспекти створення «Держави у смартфоні» | 56 |
| Маркетингова діяльність підприємства | 57 |
| Advantages and drawbacks of bioplastics production for circular economy | 58 |
| The role of the European Union in Solving Global Challenges | 59 |
| Застосування економічного дива південної Кореї на прикладі України | 60 |
| Міжнародні тенденції розвитку ресторанного бізнесу | 61 |
| Сутність електронних грошей та особливості їх використання в Україні | 63 |
| Аналіз інфляційних процесів в Україні та шляхи їх стримування | 64 |
| Часові ряди як апарат дослідження динаміки соціально-економічних процесів | 66 |
| Доцільність використання еластичності функції при формуванні ціни | 67 |
| The future of smart grid | 68 |
| Social entrepreneurship as a tool for solving social problems | 69 |
| Проблеми публічних закупівель | 71 |
| What is business model canvas for uber? | 72 |
| Features and main directions of support smes in germany | 74 |
| «Зелена» економіка. Перспективи розвитку в Україні | 76 |
| Time management in students' life | 78 |
| Чи треба створювати сприятливі умови для імміграції | 80 |
| Пошук джерел фінансування власного бізнесу | 82 |
| Сегментація ринку, як першочерговий етап маркетингового дослідження | 84 |
| Operation and Application of Smart Grid Technology | 85 |
| Aggregate demand in today's inflation | 87 |
| Digital - маркетинг: цифровизація бізнесу | 88 |
| Маркетинг ідей як основа для створення стартапів | 90 |
| Institute for small and medium enterprises support in Germany as an | |

| | |
|---|------------|
| example for Ukraine | 92 |
| Перспективи маркетингових комунікацій в соціальних мережах | 93 |
| The importance of staff in management | 94 |
| Формування асортименту товарів на торговельному підприємстві ... | 96 |
| Конкурентоспроможність фірми в сучасних умовах глобалізації | 97 |
| Упаковка як елемент товарної політики підприємства | 98 |
| Зарубіжний досвід спрощеної системи оподаткування | 100 |
| Аналіз фінансового вирівнювання в Україні | 102 |
| Travelers` diseases..... | 104 |
| Місьцеве оподаткування за кордоном..... | 106 |
| Показник конверсії в оцінці ефективності воронки продаж | 108 |
| Засоби товарної інформації | 109 |
| Сучасні тенденції розвитку реклами та її вплив на формування потреб споживачів | 111 |
| Strategies for digital transformation | 112 |
| Маркетинг ХХІ століття | 114 |
| Субсидування витрат населення на послуги ЖКГ: світовий досвід та реалії України..... | 115 |
| Доступне житло: пошук альтернативних джерел фінансування будівництва | 117 |
| Happy planet index in international economic analysis | 119 |
| Командний дух..... | 121 |
| SMM як дієвий метод маркетингової взаємодії з клієнтами | 122 |
| Вирішення конфліктів | 123 |
| Проблеми в діяльності менеджера та методи їх вирішення | 124 |
| Лідерство | 125 |
| Чи може криптовалюта замінити реальні (фіатні) гроші .. | 126 |
| Секція «Філологія – Комунікації – Суспільство» | 128 |
| Україна та Індія: культурологічний аналіз..... | 129 |
| Особливості структуралізму як історичного напрямку мовознавства .. | 130 |
| Молодограматизм як панівна течія в лінгвістиці кінця хіх – початку хх століття..... | 132 |
| Основні представники порівняльно-історичного мовознавства | 134 |
| Теорія інформації в лінгвістиці | 136 |
| Сприйняття та вербалізація невербальних кодів простору, часу та мовчання у різних національно-культурних середовищах..... | 138 |
| Оцінка ступеня задоволеності міжособистісною взаємодією у | |

| | |
|--|-----|
| реальному та віртуальному просторі..... | 140 |
| Визначення залежності успішності в навчанні від здатності контролювати власний рівень стресу | 142 |
| Вплив професійного стресу на психіку правоохоронців | 143 |
| Етнопсихолінгвістичні паралелі в українській та арабській мовах ... | 145 |
| Фемінітиви як засоби вираження гендерної політики інтернет-медіа (на матеріалах онлайн-версії всеукраїнської газети «День»)... | 147 |
| Фреймінг у новинах вітчизняних мас-медіа | 149 |
| Молодь у сучасному світі | 151 |
| Indian traditional clothing | 152 |
| Масова паніка: механізми породження та наслідки..... | 153 |
| Культурний світ Нігерії | 154 |
| Ghana: cultural features of country | 155 |
| Права вільної людини: роль медіа в подоланні суспільних стереотипів | 156 |
| Правозахисний аспект роботи журналіста..... | 158 |
| «Мобі Дік» – роман-передбачення Германа Мелвіла | 159 |
| Сталкер в історії України..... | 161 |
| Спесишизм. Чому одних ми любимо, а інших їмо? | 162 |
| Сучасні методи цифрової лексикографії..... | 163 |
| Проблеми потенційних клієнтів соціальної роботи та шляхи їх вирішення..... | 165 |
| Природа та прояви гендерно-зумовленого насильства | 167 |
| Гендерні стереотипи..... | 169 |
| Алкоголізм як соціальне явище..... | 170 |
| Особливості семантики лексичних інновацій у молодіжній моді | 172 |
| Соціально-правовий аспект легалізації легких наркотиків | 173 |
| Радикалізм як чинник соціальної роздробленості..... | 175 |
| Ставлення суспільства до гомосексуалів | 177 |
| Біженці, які не мають необхідних життєвих ресурсів..... | 179 |
| Особливості використання окремих методів масовокомунікаційного впливу в незалежній Україні..... | 181 |
| Наркотики – втеча від життя | 183 |
| Мова ворожнечі щодо ВІЛ-позитивних людей: тенденції та причини жививання..... | 185 |
| Лідери мас на прикладі Білого Братства | 187 |
| Пропаганда в нових медіа (на прикладі Youtube-каналу Анатолія | |

| | |
|--|-----|
| Шарія)..... | 189 |
| Віл: соціально-правовий аспект | 191 |
| Соціокультурний канал адаптації інокомунікантів..... | 193 |
| Culture of India..... | 195 |
| Патент на жарт: Павло Губенко | 197 |
| English as a tool for lawyers professional development..... | 199 |
| Іміджі президентів України: порівняльний аналіз | 201 |
| Використання дискримінаційної лексики щодо ВІЛ-позитивних людей в Інтернеті..... | 203 |
| Cultural background of India..... | 205 |
| Медіатехнології: виклики сучасності | 206 |
| History of Indian literature | 207 |
| Українські іменники спільного роду на означення осіб за емоційною оцінкою | 209 |
| Роль ЗМІ у формуванні толерантного ставлення до людей з ВІЛ- позитивним статусом | 210 |
| Популізм як передвиборча технологія (на прикладі політичної програми Олега Ляшка) | 212 |
| ЗМІ на захисті ВІЛ'них людей: експлікація провідних ідей взаємодії | 214 |
| Висвітлення теми ВІЛ/СНІДу в публічному дискурсі: правила подачі інформації..... | 215 |
| Психологічна реабілітація військових та їх соціалізація у суспільстві | 217 |
| Communication in education: a project approach | 219 |
| Особливості перекладу спортивної термінології | 221 |
| Порівняльна характеристика спортивної термінології української та англійської мови..... | 223 |
| Переклад англійських текстів на українську мову: труднощі та особливості..... | 225 |
| Інтернаціоналізми та псевдоінтернаціоналізми в англійській та українській мовах | 227 |
| Сінглізм як дискримінація одиноких людей..... | 228 |
| Висвітлення діяльності президента й уряду України в газеті «День»..... | 229 |
| Культурні транскордонні проекти міжнародного співробітництва Україна–Польща: перспективи вирішення назрілих проблем | 230 |

| | |
|--|-----|
| Психологічна допомога особам, постраждалим від ДТП..... | 232 |
| Психологічна допомога особам, постраждалим від надзвичайних ситуацій техногенного характеру (пожежі та вибухи)..... | 234 |
| Газлайтинг – насильство, про яке не говорять! | 236 |
| Особливості застосування управлінських технологій соціокультурної діяльності в кіноіндустрії..... | 238 |
| Особливості застосування функціональної асиметрії мозку..... | 240 |
| Дослідження впливу гендерних стереотипів на вибір спеціальності (на прикладі майбутніх соціальних працівників та інженерів)..... | 242 |
| Війна як соціальна проблема..... | 244 |
| Поведінка людини в організації..... | 245 |
| «Своєрідність образу Міранди Прістлі як сучасного керівника» | 247 |
| “До” та “Після”: лабіринт Аляски Янг | 249 |
| Assessment of students’ communication with teachers in reality and virtual space..... | 251 |
| Особливості переживання тривоги у підлітковому та юнацькому віці..... | 253 |

Наукове видання

ПЕРШИЙ КРОК У НАУКУ

Матеріали
XI студентської конференції
(Суми, 23 лютого 2019 року)

У двох частинах

Частина 1

Відповідальний за випуск в. о. голови НТСА **С. М. Солодовніков**

Комп'ютерне верстання ст. викл. **В. В. Коваля**

Дизайн обкладинки студента **А. Я. Кисіль**

Відповідальний редактор доцент **В. М. Ігнатенко**

Стиль та орфографія авторів збережені. Відповідальність за унікальність несе доповідач, керівник та відповідальний на факультеті.

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 15,11. Обл.-вид. арк. 19,28. Тираж 30 пр. Зам. №

Видавець і виготовлювач
Сумський державний університет,
вул. Римського-Корсакова, м. Суми, 40007
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3062 від 17.12.2007.

